

АНАЛИЗ

проведенного ежегодного мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Мошенского муниципального района и состоянием ценовой конкуренции

В рамках мониторинга обработаны 25 анкет жителей Мошенского муниципального района.

Из общего числа опрошенных лиц женщины составили 80,0% , мужчины – 20,0%.

Возрастной состав респондентов сложился следующий:

- до 20 лет включительно – 8,0% от общего числа респондентов;
- от 21 до 35 лет включительно – 20,0% от общего числа респондентов;
- от 36 до 50 лет включительно – 32,0% от общего числа респондентов;
- старше 50 лет – 40% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе примерно преимущественно приняли участие респонденты работоспособного возраста.

На вопрос «Укажите, в какой сфере вы трудитесь? Ваш социальный статус?» ответы распределились следующим образом:

- промышленное производство – 0,0% от общего числа респондентов;
- сфера торговли – 4,0% от общего числа респондентов;
- бытовые услуги – 0,0% от общего числа респондентов;
- социальные услуги (образование, медицина, культура и пр.) – 20,0% от общего числа респондентов;
- транспортная сфера – 4,0% от общего числа респондентов;
- финансы и кредит – 8,0% от общего числа респондентов;
- вооруженные силы, силовые структуры – 4,0% от общего числа респондентов;
- государственная (муниципальная служба) – 12,0% от общего числа респондентов;
- учеба в образовательных учреждениях – 12,0% от общего числа респондентов;
- нахожусь на пенсии – 28,0% от общего числа респондентов;
- нигде не работаю – 8,0% от общего числа респондентов.

На вопрос «Какое у Вас образование?» были получены следующие ответы:

- общее среднее образование – 20,0% от общего числа респондентов;
- среднее специальное – 24,0% от общего числа респондентов;
- неполное высшее – 0,0% от общего числа респондентов;
- высшее – 52,0% от общего числа респондентов;
- научная степень – 0,0% от общего числа респондентов;
- иное – 4,0% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие высшее образование (52,0% от общего числа).

Ответы на вопрос «Есть ли у Вас дети?» распределились следующим образом:

- нет детей – 24,0% от общего числа респондентов;
- 1 ребенок – 28,0% от общего числа респондентов;
- 2 ребенка – 40,0% от общего числа респондентов;
- 3 и более детей – 8,0% от общего числа респондентов.

То есть в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие детей, что позволит оценить уровень развития конкуренции на «детских» социально значимых рынках муниципального района.

На вопрос «Какой примерно среднемесячный доход в расчете на одного члена Вашей семьи?» были получены следующие ответы:

- до 10 тыс. рублей – 32,0% от общего числа респондентов;
- от 10 до 20 тыс. рублей – 60,0% от общего числа респондентов;
- от 20 до 30 тыс. рублей – 4,0% от общего числа респондентов;
- от 30 до 45 тыс. рублей – 4,0% от общего числа респондентов;
- от 45 до 60 тыс. рублей – 0,0% от общего числа респондентов;
- свыше 60 тыс. рублей – 0,0% от общего числа респондентов.

Таким образом, в опросе преимущественно приняли участие лица, имеющие среднемесячный доход в расчете на одного члена семьи от 10 до 20 тыс. рублей (60,0% от общего числа).

Анализ полученных данных позволяет говорить о том, что основную часть опрошенных составили работающие женщины с высшим образованием, проживающие на территории муниципального района, в возрасте от 21 до 50 лет (экономически активное население), имеющие 1–2 детей, со среднемесячным доходом на одного члена семьи от 10 до 20 тыс. рублей.

В целях определения удовлетворенности потребителей качеством и ценами товаров, работ, услуг участвующим в опросе предложили оценить достаточность организаций, оказывающих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального района. Результаты представлены в таблице 1:

Таблица 1.

(в % от общего числа)

Наименование рынков	Избыточно / много	Достаточно	Мало	Нет совсем	Затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	-	88,0	4,0	-	8,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	-	36,0	40,0	8,0	16,0
Рынок услуг дополнительного образования детей	-	76,0	16,0	-	8,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	-	16,0	32,0	24,0	28,0
Рынок медицинских услуг	-	-	88,0	8,0	4,0
Рынок услуг в сфере культуры	4,0	80,0	8,0	-	8,0
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	-	72,0	20,0	-	8,0
Розничная торговля	20,0	68,0	8,0	-	4,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	-	4,0	76,0	16,0	4,0

Рынок услуг связи	-	84,0	12,0	-	4,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	4,0	60,0	20,0	4,0	12,0
Рынок туристских услуг	-	-	12,0	68,0	20,0
Рынок производства сельскохозяйственной продукции	-	12,0	64,0	8,0	16,0

Большая часть респондентов отметила недостаточное количество организаций, оказывающих услуги на следующих социально значимых и приоритетных рынках муниципального района:

- рынок медицинских услуг – 88,0% от общего числа опрошенных;
- рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом – 76,0%;
- рынок производства сельскохозяйственной продукции – 64,0%;
- рынок услуг детского отдыха и оздоровления – 40,0%;
- рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья – 32,0%.

При этом значительная часть респондентов считает достаточным количество организаций, оказывающих услуги на рынке услуг дошкольного образования (88,0% от общего числа), рынке услуг связи (84,0%), рынке услуг в сфере культуры (80,0%), рынке услуг дополнительного образования детей (76,0%), рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства (72,0%), а также на рынке услуг розничной торговли (68,0%) и услуг социального обслуживания населения (60,0%).

Среди крайних значений следует отметить, что пятая часть респондентов указала на избыточное количество организаций в сфере розничной торговли, а 68,0% от общего числа опрошенных отметили отсутствие организаций на рынке туристских услуг.

Далее респондентам было предложено оценить, насколько они удовлетворены уровнем цен, качеством и возможностью выбора услуг на социально значимых и приоритетных рынках муниципального района (таблица 2).

Таблица 2.

(в % от общего числа респондентов)

Наименование рынка	Уровень цен					Качество					Возможность выбора				
	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить	удовлетворен	скорее удовлетворен	скорее не удовлетворен	не удовлетворен	затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	28,0	12,0	12,0	12,0	36,0	48,0	20,0	-	8,0	24,0	48,0	8,0	4,0	12,0	28,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	12,0	16,0	16,0	20,0	36,0	16,0	12,0	16,0	20,0	36,0	12,0	8,0	16,0	28,0	36,0
Рынок услуг дополнительного образования детей	32,0	32,0	8,0	-	28,0	40,0	32,0	-	-	28,0	32,0	28,0	4,0	8,0	28,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	8,0	-	-	12,0	80,0	8,0	-	-	8,0	84,0	8,0	-	-	12,0	80,0
Рынок медицинских услуг	-	12,0	28,0	48,0	12,0	-	-	36,0	52,0	12,0	-	-	24,0	64,0	12,0

Рынок услуг в сфере культуры	52,0	32,0	-	-	16,0	60,0	28,0	-	-	12,0	48,0	24,0	-	12,0	16,0
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	12,0	8,0	20,0	56,0	4,0	4,0	28,0	36,0	28,0	4,0	4,0	12,0	24,0	40,0	20,0
Розничная торговля	20,0	8,0	36,0	28,0	8,0	20,0	24,0	36,0	12,0	8,0	24,0	32,0	16,0	24,0	4,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	8,0	-	16,0	64,0	12,0	4,0	-	16,0	64,0	16,0	-	-	16,0	76,0	8,0
Рынок услуг связи	16,0	56,0	12,0	8,0	8,0	16,0	52,0	16,0	4,0	12,0	8,0	48,0	20,0	12,0	12,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	20,0	16,0	8,0	8,0	48,0	24,0	20,0	8,0	8,0	40,0	20,0	24,0	8,0	12,0	36,0
Рынок туристских услуг	-	4,0	4,0	28,0	64,0	-	4,0	-	24,0	72,0	-	-	-	32,0	68,0
Рынок производства сельскохозяйственной продукции	8,0	40,0	16,0	20,0	16,0	12,0	36,0	16,0	16,0	20,0	12,0	12,0	24,0	28,0	24,0

Как видно из таблицы 2 на рынке услуг дошкольного образования 40,0% от общего числа респондентов удовлетворены и скорее удовлетворены уровнем цен, при этом чуть более трети респондентов затруднилась оценить степень удовлетворенности ценовой ситуацией на указанном рынке. Полную или частичную неудовлетворенность высказали соответственно 12,0% и 12,0% потребителей. Качеством и возможностью выбора на рынке дошкольного образования удовлетворены и скорее удовлетворены, соответственно, 68,0% и 56,0% от общего числа респондентов.

На рынке услуг детского отдыха и оздоровления значительная часть респондентов высказала неудовлетворение ценами (36,0% от общего числа), качеством услуг (36,0%) и возможностью выбора (44,0%). При этом 36% от общего числа респондентов в целом затруднились оценить характеристики услуг на рынке.

На рынке услуг дополнительного образования детей можно говорить, в целом, о положительной оценке респондентами уровня цен, качества и возможности выбора. Так, удовлетворены или скорее удовлетворены ценами, качеством и возможностью выбора, соответственно, 64,0%, 72,0% и 60,0% от общего числа респондентов. При этом ни один респондент не отметил не удовлетворенность качеством и уровнем цен.

Оценить характеристики услуг на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья не смогли более 80,0% от общего числа опрошенных. При этом только 8,0% опрошенных оценили основные характеристики услуг (цена, качество, возможность выбора) удовлетворительно.

На рынке медицинских услуг ни один респондент не отметил удовлетворенность уровнем цен, качеством предоставляемых, возможностью выбора. Значительная часть респондентов не удовлетворена или скорее не удовлетворена возможностью выбора (88,0%), качеством услуг (88,0%) и ценами (76,0% от общего числа).

На рынке услуг в сфере культуры значительная часть респондентов удовлетворена качеством оказываемых услуг (88,0% от общего числа). Также

удовлетворенность уровнем цен высказали 84,0% от общего числа респондентов, возможностью выбора – 72,0% от общего числа респондентов.

Противоположная ситуация сложилась на рынке услуг жилищно-коммунального хозяйства. Здесь абсолютно или частично не удовлетворены ценами 76,0% от общего числа респондентов, качеством услуг – 64,0%, возможностью выбора – 64,0%.

На рынке розничной торговли значительная часть потребителей не удовлетворена уровнем цен (64,0% от общего числа) и качеством товаров (48,0%). При этом возможностью выбора удовлетворены 56,0% от общего числа респондентов.

На рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом на межмуниципальных маршрутах опрашиваемые не удовлетворены ни возможностью выбора (92,0% от общего числа респондентов), ни уровнем цен на услуги (80,0%), ни качеством оказываемых услуг (80,0%).

На рынке услуг связи большая часть потребителей удовлетворена ценами (72,0% от общего числа), качеством услуг (68,0%) и возможностью выбора (56,0%).

На рынке услуг социального обслуживания населения сложилась следующая ситуация. Здесь от 36% до 48% респондентов затруднились оценить основные характеристики услуг. При этом уровнем цен удовлетворены 36,0% от общего числа респондентов, качеством услуг – 44,0%, возможностью выбора – 44,0%.

На приоритетных рынках ситуация сложилась следующим образом: на рынке туристских услуг оценить характеристики услуг не смогли 64,0% респондентов - в отношении уровня цен, 72,0% - в отношении качества услуг, 68% - в отношении возможности выбора. В то же время не удовлетворенность ценами, качеством и возможностью выбора высказали соответственно 32,0%, 24,0% и 32,0% опрошенных.

На рынке производства сельскохозяйственной продукции 48% от числа опрошенных удовлетворены ценами и качеством услуг, а 52,0% респондентов высказали неудовлетворенность возможностью выбора.

В целом результаты опроса показали, что развитие конкуренции на обозначенных социально значимых и приоритетных рынках муниципального района имеет объективные предпосылки и направлено на повышение удовлетворенности потребителей основными характеристиками оказываемых услуг (цена, качество, возможность выбора).

В ходе опроса респондентам было предложено ответить, как изменилось количество организаций, представляющих услуги на приоритетных и социально значимых рынках муниципального района, в течение последних трех лет. Результаты опроса представлены в таблице 3.

Таблица 3.

(в % от общего числа)

Наименование рынков	Снизилось	Увеличилось	Не изменилось	Затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	28,0	4,0	52,0	16,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	24,0	-	48,0	28,0
Рынок услуг дополнительного образования детей	12,0	12,0	48,0	28,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	16,0	-	28,0	56,0
Рынок медицинских услуг	68,0	4,0	24,0	4,0
Рынок услуг в сфере культуры	12,0	16,0	60,0	12,0
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	24,0	-	56,0	20,0
Розничная торговля	24,0	64,0	4,0	8,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	84,0	-	4,0	12,0
Рынок услуг связи	4,0	16,0	68,0	12,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	12,0	-	68,0	20,0
Рынок туристских услуг	4,0	8,0	16,0	72,0
Рынок производства сельскохозяйственной продукции	44,0	16,0	12,0	28,0

Большая часть респондентов отметила, что количество организаций, оказывающих услуги на социально значимых и приоритетных рынках муниципального района, в течение последних трех лет преимущественно не изменилось на следующих рынках:

- услуги связи – 68,0% от общего числа респондентов;
- услуги социального обслуживания населения – 68,0%;
- услуги в сфере культуры – 60,0%;
- услуги жилищно-коммунального хозяйства – 56,0%;
- услуги дошкольного образования – 52,0%;
- услуги детского отдыха и оздоровления – 48,0%;
- услуги дополнительного образования детей – 48,0%;

При этом значительная часть респондентов отметила, что количество организаций в сфере торговли за последние 3 года увеличилось – 64,0% от общего числа респондентов.

Примечательно, что 84,0% опрошенных считает, что за последние 3 года произошло сокращение количества организаций в сфере перевозок пассажиров наземным транспортом, 68% отмечает сокращение количества организаций на рынке медицинских услуг, а 44% - на рынке производства сельскохозяйственной продукции.

Также следует отметить, что 72,0% от общего числа респондентов муниципального района затруднились оценить изменения на рынке туристских услуг, а 56% - на рынке услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья. В большей степени это связано с недостаточным уровнем развития указанных рынков,

по сути он еще только формируется.

Кроме того, чуть более четверти респондентов не смогли оценить изменения, происходящие на рынках детского отдыха и оздоровления, дополнительного образования детей, также производства сельскохозяйственной продукции. Возможно, это обусловлено недостаточным уровнем информированности населения об организациях, оказывающих услуги на данных рынках.

Далее респондентам было предложено ответить, как изменились характеристики товаров, работ и услуг на рынках муниципального района в течение последних трех лет. Результаты опроса представлены в таблице 4.

Таблица 4.

(в % от общего числа)

Наименование рынка	Уровень цен				Качество				Возможность выбора			
	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить	снижение	увеличение	не изменилось	затрудняюсь ответить
Рынок услуг дошкольного образования	-	48	20	32	8	8	56	28	8	4	60	28
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	-	28	12	60	8	-	24	68	8	-	36	56
Рынок услуг дополнительного образования детей	-	20	40	40	4	8	48	40	8	8	48	36
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	4	4	12	80	8	-	12	80	8	-	12	80
Рынок медицинских услуг	24	56	8	12	60	-	28	12	60	-	24	16
Рынок услуг в сфере культуры	-	36	40	24	8	12	60	20	4	12	72	12
Рынок услуг жилищно-коммунального хозяйства	-	84	4	12	32	-	56	12	16	-	72	12
Розничная торговля	-	84	4	12	28	4	52	16	16	48	28	8
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	8	68	8	16	56	-	28	16	76	-	12	12
Рынок услуг связи	-	60	28	12	8	8	72	12	8	12	72	8
Рынок услуг социального обслуживания населения	-	8	20	72	12	4	28	56	8	4	48	40
Рынок туристских услуг	-	8	4	88	4	-	4	92	4	4	4	88
Рынок производства сельскохозяйственной продукции	4	60	12	24	16	8	56	20	20	12	48	20

Проанализировав полученные данные, можно сделать выводы о том, что, по мнению респондентов, вырос уровень цен на рынке жилищно-коммунальных услуг (так считают 84,0% от числа опрошенных), розничной торговли (84,0%), услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (68,0%), услуг связи (60,0%), услуг производства сельскохозяйственной продукции (60,0%), а также на рынке медицинских услуг (56,0%) и услуг

дошкольного образования (48,0%). При этом более половины респондентов отметили, что качество вышеперечисленных услуг не изменилось либо снизилось. Затруднились ответить на вопрос о качестве туристских услуг - 92,0% респондентов, услуг детского отдыха и оздоровления - 68,0%, услуг социального обслуживания населения – 56,0%.

На снижение возможности выбора на рынке услуг перевозок пассажиров наземным транспортом указали 76,0% от общего числа респондентов, на рынке медицинских услуг - 60%. От 48% до 72% опрошенных считают, что возможность выбора не изменилась по услугам дополнительного образования детей (48,0% от общего числа), услугам социального обслуживания населения (48,0%), производства сельскохозяйственной продукции (48,0%), услугам дошкольного образования (60,0%), услуг в сфере культуры (72,0%), услуг жилищно-коммунального хозяйства (72,0%), а также услуг связи (72,0%).

С целью оценки деятельности субъектов естественных монополий населению предлагалось дать характеристику качеству услуг, оказываемых этими организациями. Итоги опроса представлены в таблице 5.

Таблица 5.

(в % от общего числа)

	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительно	Скорее неудовлетворительно	Неудовлетворительно	Затрудняюсь ответить	Итого
Водоснабжение, водоотведение	16	52	12	16	4	100
Водоочистка	-	20	28	32	20	100
Газоснабжение	28	40	-	24	8	100
Электроснабжение	72	20	-	8	-	100
Теплоснабжение	28	36	8	8	20	100
Телефонная связь	72	20	-	8	-	100

Большая часть опрошенных удовлетворена качеством услуг электроснабжения (92,0% от общего числа), услуг телефонной связи (92,0%), услуг водоснабжения, водоотведения (68,0%), услуг газоснабжения (68,0%), а также теплоснабжения (64,0%).

Наибольшую неудовлетворенность респондентов вызвало качество услуг водоочистки (60,0% от общего числа).

В заключительной части опросного листа респондентам было предложено оценить качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, размещаемой в открытом доступе, и указать, какими источникам информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции они предпочитают пользоваться.

Полученные результаты позволяют судить о том, что удовлетворительно и скорее удовлетворительно оценивают:

- уровень доступности официальной информации - 72,0% респондентов;

- уровень понятности – 72,0% респондентов;

- удобство получения – 68,0% респондентов.

Затруднились ответить на вопросы о доступности, понятности и удобстве получения официальной информации 20,0% опрошенных по каждому критерию оценки.

В качестве источников информации о состоянии конкурентной среды и деятельности по содействию развитию конкуренции 40,0% респондентов предпочитают использовать телевидение, 40,0% - печатные СМИ, 36,0% - официальную информацию органов государственной власти, по 20,0% - электронные СМИ и специализированные блоги, порталы и прочие электронные ресурсы. Ни один респондент не отметил предпочтение радио как источника информации. 8,0% опрошенных отметили, что больше всего доверяют официальной информации органов государственной власти, по 4% опрошенных указали на телевидение, печатные и электронные СМИ.