

ТОМ-2

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

**К ДОКЛАДУ О СОСТОЯНИИ И РАЗВИТИИ
КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ,
РАБОТ И УСЛУГ
В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ ЗА 2016 ГОД**

Саранск
2017 год

**УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
КАЧЕСТВОМ ТОВАРОВ И УСЛУГ,
УРОВНЕМ ЦЕН И КАЧЕСТВОМ УСЛУГ
ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ
НА РЫНКАХ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ И
СОСТОЯНИЕМ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

**МОНИТОРИНГ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ
ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ**

**УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И
СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАЧЕСТВОМ ОФИЦИАЛЬНОЙ
ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ
СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ
РЕСПУБЛИКИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО
СОДЕЙСТВИЮ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ В
РЕГИОНЕ, РАЗМЕЩАЕМОЙ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫМИ
ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ,
В ТОМ ЧИСЛЕ УПОЛНОМОЧЕННЫМ ОРГАНом
ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ
ПО СОДЕЙСТВИЮ РАЗВИТИЮ КОНКУРЕНЦИИ И
МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ**

Саранск
2016

Том 2 Мониторинги – детализация результатов

Содержание

Введение	3
1. Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции	7
1.1. Концентрация компаний на рынках товаров и услуг	7
1.2. Насыщенность рынков товаров и услуг	15
1.3. Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг	23
1.4. Удовлетворенность потребителей состоянием ценовой конкуренции.....	32
1.5. Выводы и рекомендации.....	41
2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий	47
2.1. Удовлетворенность потребителей уровнем цен на услуги естественных монополий	47
2.2. Удовлетворенность потребителей качеством услуг естественных монополий	52
2.3. Выводы и рекомендации.....	56
3. Покупательский спрос на продукцию, произведенную в Республике Мордовия, и динамика потребления товаров населением (по основным критичным для республики товарам).....	58
3.1. Динамика покупательского спроса и потребления товаров	58
3.2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством товаров.....	68
3.3. Динамика ассортимента и структуры товаров	81
3.4. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством услуг, предоставляемых в магазинах «шаговой доступности»	90
3.5. Выводы и рекомендации.....	93
4. Удовлетворенность потребителей и субъектов предпринимательской деятельности качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг республики и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой исполнительными органами государственной власти, в том числе уполномоченным органом исполнительной власти по содействию развитию конкуренции, и муниципальными образованиями	95
4.1. Доступность источников информации.....	95
4.2. Удовлетворенность потребителей и предпринимателей деятельностью организаций по рассмотрению обращений граждан.....	105
4.3. Выводы и рекомендации.....	108
Заключение	109
Приложение 1. Одномерное распределение результатов социологического опроса «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на потребительском рынке Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции»	112
Приложение 2. Двумерное распределение результатов социологического опроса «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на потребительском рынке Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции» (по категориям потребителей)	131
Приложение 3. Двумерное распределение результатов социологического опроса «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на потребительском рынке Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции» (по муниципальным образованиям).....	189

Введение

Аналитическая записка представляет результаты социологического исследования «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции», выполненного Государственным казенным учреждением Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга» по заказу Министерства экономики Республики Мордовия.

Работа по выявлению уровня удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состояния ценовой конкуренции построена на основании ряда документов, среди них:

— Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2015 г. № 1738-р;

— Государственная программа «Экономическое развитие Республики Мордовия до 2018 года», утвержденная постановлением Правительства РМ от 23 сентября 2013 г. № 417;

— Распоряжение Правительства Республики Мордовии от 19 января 2015 г. № 8-Р «Об утверждении плана и детального плана-графика реализации Государственной программы «Экономическое развитие Республики Мордовия до 2018 года»;

— Распоряжение Правительства Республики Мордовии от 29 февраля 2016 г. № 109-Р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по развитию конкуренции в Республике Мордовия»;

— Распоряжение Правительства Республики Мордовия от 30 декабря 2014 г. № 888-р «Об утверждении Плана мероприятий по повышению производительности труда и заработной платы в Республике Мордовия на 2014—2018 годы»;

— Распоряжение Правительства Республики Мордовия от 29 января 2015 г. № 36-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») содействия импортозамещению в Республике Мордовия на 2015—2017 годы»;

— Распоряжение Правительства Республики Мордовия от 29 февраля 2016 г. №108-Р «Об утверждении Программы действий Правительства Республики Мордовия на 2016 год по реализации Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию и Послания Главы Республики Мордовия Государственному Собранию».

Цель исследования заключается в комплексном изучении потребительского рынка Республики Мордовия.

Задачи исследования:

— определение показателей удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции;

— оценка удовлетворенности потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий;

— характеристика динамики покупательского спроса на продукцию, произведенную в Республике Мордовия, и потребления товаров населением (по основным критичным для республики товарам);

— определение показателей удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг республики, а также деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой исполнительными органами государственной власти, в том числе уполномоченным органом исполнительной власти по содействию развитию конкуренции, и муниципальными образованиями.

Объектом социологического исследования выступает постоянное население Республики Мордовия от 16 лет и старше.

Характеристики генеральной и выборочной совокупностей. Всего на территории республики проживает 699 тыс. чел. в возрасте от 16 лет и старше. При проведении массового репрезентативного опроса выборочная совокупность исследования была разделена на квоты в соответствии с распределением постоянного населения Республики Мордовия по муниципальным районам (городскому округу), а также по социальному статусу (работающий, безработный, студент/учащийся, пенсионер). Ремонт возникших в ходе исследования отклонений структуры выборочной совокупности по половозрастному составу осуществлен посредством разработки весовых коэффициентов для каждой переменной. Итоговый объем выборочной совокупности составил 1 000 чел. при погрешности измерения $\pm 3,4\%$. Структура респондентов представлена по полу: мужчины — 44,4 %, женщины — 55,6 %; возрасту: 16—20 лет — 6,3 %, 21—35 лет — 26,6 %, 36—50 лет — 25,0 %, 51 год и старше — 42,1 %; социальному статусу: работающие — 56,7 %, безработные — 3,3 %, учащиеся/студенты — 6,3 %, пенсионеры — 33,6 %. Социально-демографический блок дополнен информацией об уровне образования и дохода: основное (до 9 классов) или среднее (10—11 классов) образование

имеют 6,7 % опрошенных, начальное или среднее профессиональное (училище, техникум, колледж) — 24,3 %, незаконченное высшее (3 курса и более) — 6,8 %, высшее — 60,7 %, ученую степень — 1,5 %; менее 10 тыс. руб. на одного члена семьи получают 44,0 %, от 10 до 20 тыс. руб. — 39,2 %, от 20 до 30 тыс. руб. — 8,6 %, от 30 до 45 тыс. руб. — 1,4 %, от 45 до 60 тыс. руб. — 0,2 %, от 60 тыс. руб. и более — 0,4 %.

Методической основой исследования выступает очное формализованное интервьюирование по бланку анкеты «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции».

Основные термины и определения:

насыщенность рынков товаров и услуг — предложение товаров и услуг, их количество и ассортимент, предоставляющие для потребителя возможность выбора;

удовлетворенность потребителей состоянием ценовой конкуренции — субъективная оценка потребителем уровня цен на рынках с выраженной дифференциацией цен на аналогичные товары и услуги разных производителей;

доступность информации — комплексный показатель, основанный на оценках потребителей понятности изложения и удобства получения информации;

социологический индекс — агрегированный количественный показатель, обобщающий первичную социологическую информацию.

Обработка результатов и представление данных. Обработка результатов опроса состояла из двух частей: статистического анализа ответов респондентов (частотные и процентные распределения ответов по всем вопросам анкеты) и расчета комплексных показателей — частных и обобщенных индексов (удовлетворенности потребителей уровнем цен на товары и услуги, качеством товаров и услуг, качеством официальной информации о конкурентной среде и деятельности организаций по рассмотрению обращений граждан), индексов насыщенности рынков товаров и услуг, индексов потребительского спроса.

Для расчета частных индексов ($A, B, C, \dots, Z$) каждый показатель (ответы на соответствующие вопросы анкеты), включенный в индекс, перекодируется и приводится к шкале от -1 до $+1$ с учетом затруднившихся с ответом по формуле:

$$A = \sum k_n N_n \frac{1}{N},$$

где k_n — весовой коэффициент определенного варианта ответа (используется единая шкала весовых коэффициентов); $-1 \leq k_n \leq 1$; N_n — число респондентов, выбравших данный вариант ответа; N — общее число респондентов, ответивших на вопрос.

Обобщенный индекс (I_i) рассчитывается как средневзвешенное арифметическое частных индексов с весами, равными факторным нагрузкам, по формуле:

$$I_i = (A * f_a + B * f_b + C * f_c + \dots Z * f_z) / n,$$

где $A, B, C, \dots, Z$ — значения частных индексов; $-1 \leq k_n \leq 1$; $f_a, f_b, f_c, \dots, f_z$ — факторные нагрузки каждого частного индекса в главном факторе; n — число частных индексов, включенных в обобщенный индекс.

Полученные значения частных и обобщенных индексов перекодируются и приводятся к шкале от 0 до 100 пунктов, где 100 пунктов представляет максимальное значение индекса, а 0 пунктов — минимальное. Выделены пять категорий в зависимости от значения индексов: максимально низкий — от 0 до 19 пунктов, низкий — от 20 до 39 пунктов, средний — от 40 до 59 пунктов, высокий — от 60 до 79 пунктов, максимально высокий — от 80 до 100 пунктов.

Структура аналитической записки. Аналитическая записка содержит введение, мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции; мониторинг удовлетворенности потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий; анализ динамики покупательского спроса на продукцию, произведенную в Республике Мордовия, и потребления товаров населением (по основным критичным для республики товарам); мониторинг удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг республики и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой исполнительными органами государственной власти, в том числе уполномоченным органом исполнительной власти по содействию развитию конкуренции, и муниципальными образованиями (разделы 1—4), заключение. В приложения вынесены результаты социологического опроса населения Республики Мордовия.

1. Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции

1.1. Концентрация компаний на рынках товаров и услуг

Исследуемые рынки товаров и услуг региона дифференцированы по степени концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм), которые занимаются продажей товаров и предоставлением услуг.

Полученные результаты косвенно свидетельствуют о близком к высокому уровню развития конкуренции на рынках товаров (продукты питания, строительные материалы, нефтепродукты и лекарственные препараты), поскольку на них по преимуществу наблюдается избыточное или достаточное количество компаний (рис. 1.1.1).

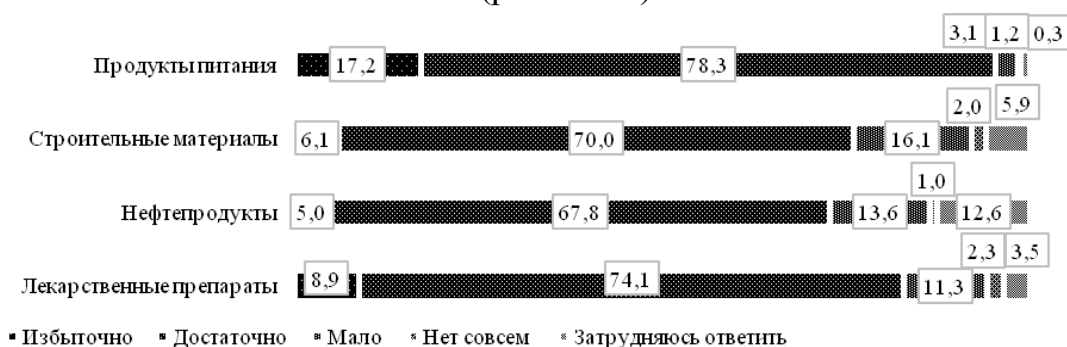


Рис. 1.1.1. Оценка потребителями концентрации компаний на рынках товаров, %

Наиболее высока концентрация компаний, продающих продукты питания: наполненность рынка в целом составляет 95,5 %. Полное их отсутствие или малое количество отметили лишь 3,4 % респондентов. Выраженный дефицит действующих акторов наблюдается в Кочкуровском (17,0 %), Ромодановском (11,1 %), Ичалковском (10,3 %) и Лямбирском (8,2 %) муниципальных районах.

Высокий уровень концентрации компаний характерен и для рынка лекарственных препаратов (83,0 %). На их нехватку указали 13,6 % опрошенных. Пиковые отрицательные значения фиксируются в Дубенском (30,8 %), Лямбирском (26,3 %), Кадошкинском (23,1 %), Большеберезниковском (23,0 %), Ельниковском (21,3 %), Ичалковском (18,0 %), Ромодановском (17,9 %), Ковылкинском (17,1 %) и Рузаевском (17,1 %) муниципальных районах.

Менее наполненными остаются рынки строительных материалов (76,1 %) и нефтепродуктов (72,8 %). На полное отсутствие или малое количество компаний в первом случае наиболее часто указывали жители Теньгушевского (80,9 %), Кочкуровского (79,1 %), Ромодановского (32,9 %), Инсарского (27,6 %), Старошайговского (27,3 %), Кадошкинского (25,0 %) и Ичалковского (23,1 %) муниципальных районов; во втором — Лямбирского (40,1 %), Кадошкинского (34,5 %), Торбеевского (31,9 %), Кочкуровского (29,9 %), Ромодановского (24,5 %), Большеберезниковского (22,3 %), Атяшевского (20,9 %), Ковылкинского (18,7 %) и Инсарского (18,5 %) муниципальных районов.

В динамике за последние три года потребители отмечали существенный рост концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм), предоставляющих товары на потребительском рынке региона. Наиболее заметное увеличение фиксируется на рынке продуктов питания (76,7 %), строительных материалов (58,0 %) и лекарственных препаратов (56,3 %). На снижение числа компаний указали лишь от 2,2 до 4,8 % респондентов (рис. 1.1.2).

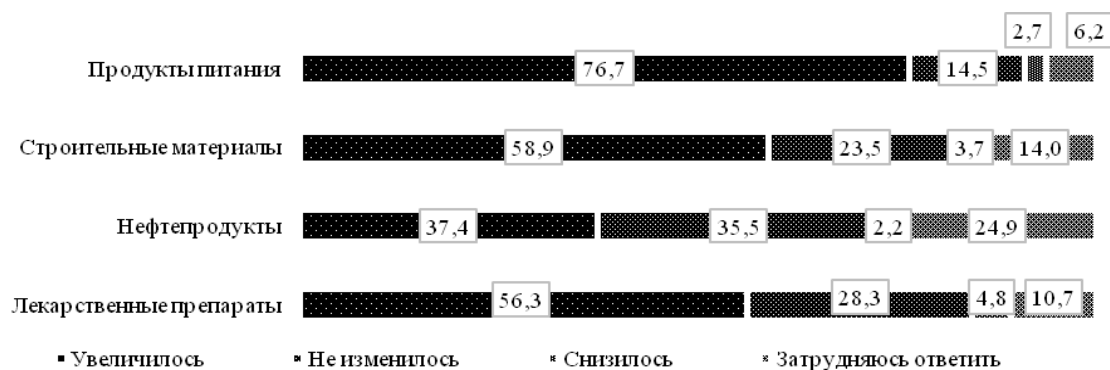


Рис. 1.1.2. Оценка потребителями динамики концентрации компаний на рынках товаров за последние три года, %

Наиболее существенное увеличение количества действующих акторов на рынке продуктов питания произошло в Атяшевском (98,0 %), Теньгушевском (95,3 %), Краснослободском (94,9 %), Темниковском (94,3 %), Большеигнатовском (90,5 %), Рузаевском (88,8 %), Ельниковском (87,4 %), Дубенском (87,0 %), Торбеевском (85,7 %), Большеберезниковском (85,2 %), Ромодановском (82,8 %), Старошайговском (81,0 %) и Кадошкинском (80,9 %) муниципальных районах. Число компаний, реализующих строительные материалы, по мнению респондентов, выросло в Атяшевском (88,7 %), Краснослободском (88,6 %), Дубенском (87,7 %), Темниковском (77,4 %), Ельниковском (75,9 %), Лямбирском (74,0 %), Инсарском (71,5 %), Атюрьевском (70,5 %), Большеберезниковском (68,6 %), Торбеевском (66,2 %), Старошайговском (63,7 %) и Кадошкинском (63,6 %).

муниципальных районах. На рынке нефтепродуктов большее число компаний стало действовать в Темниковском (64,7 %), Инсарском (58,1 %), Старошайговском (55,0 %), Ельниковском (53,9 %), Лямбирском (50,9 %), Теньгушевском (48,5 %), Рузаевском (42,9 %) и Ичалковском (42,5 %) муниципальных районах. Позитивные изменения на рынке лекарственных препаратов затронули Теньгушевский (97,6 %), Темниковский (78,6 %), Краснослободский (76,8 %), Инсарский (76,5 %), Ромодановский (76,2 %), Лямбирский (65,5 %), Ковылкинский (63,4 %), Большеберезниковский (63,0 %), Рузаевский (61,4 %) и Атяшевский (60,4 %) муниципальные районы.

На рынках услуг наблюдается неоднородность: выраженными лидерами являются компании, предоставляющие услуги розничной торговли (86,6 %), сотовой связи (86,4 %), доступа к сети Интернет (78,0 %) и бытовые услуги (69,6 %); аутсайдерами — туристские услуги (26,0 %), услуги детского отдыха и оздоровления (23,6 %) и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (18,3 %) (рис. 1.1.3).

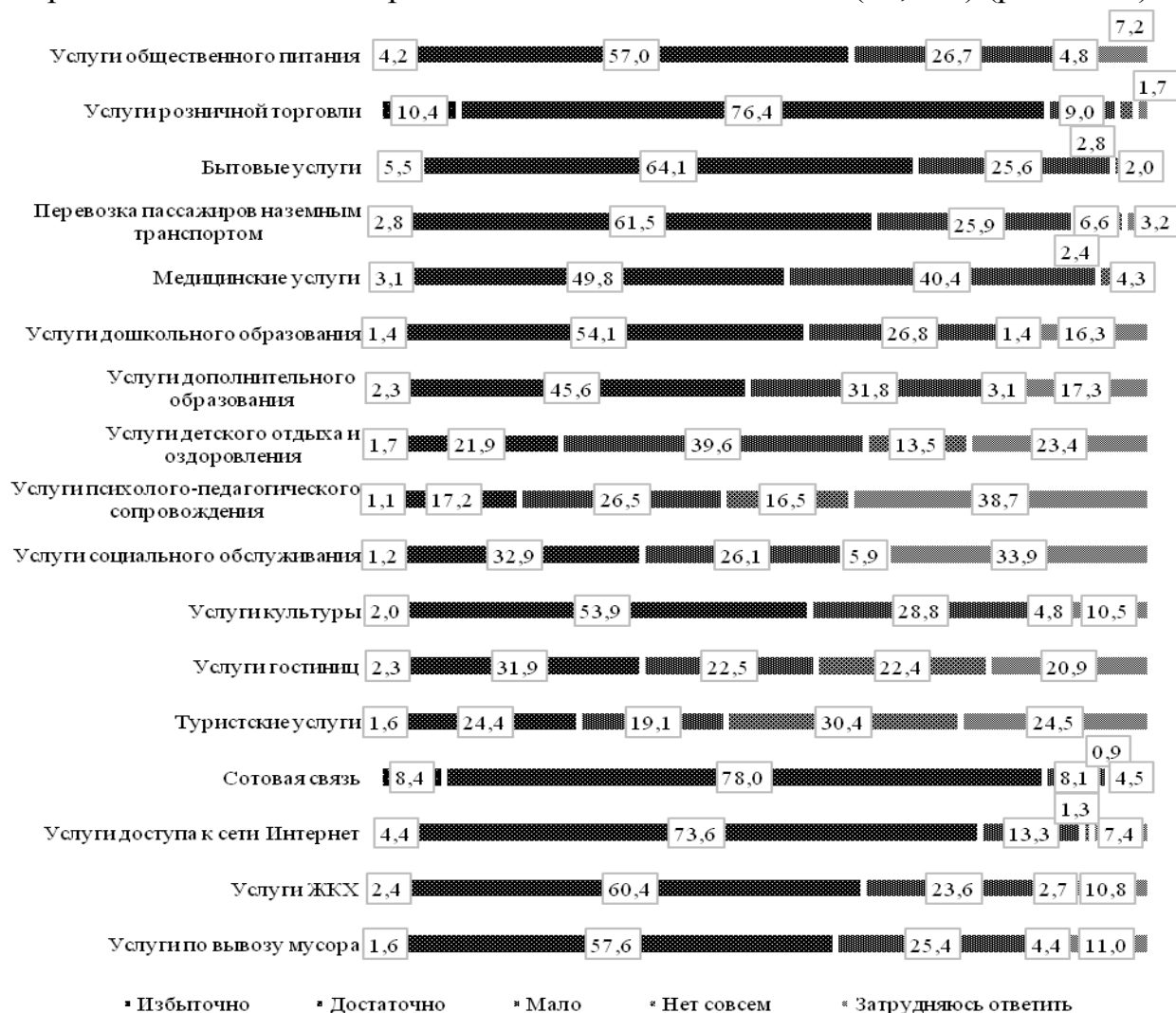


Рис. 1.1.3. Оценка потребителями концентрации компаний на рынках услуг, %

Низкая концентрация компаний, предоставляющих услуги розничной торговли, преобладает в Ардатовском (51,7 %), Кочкуровском (29,9 %), Кадошкинском (29,6 %), Лямбирском (24,5 %), Ичалковском (17,4 %) и Инсарском (16,3 %) муниципальных районах. Дефицит услуг сотовой связи обнаруживается в Кадошкинском (41,4 %), Старошайговском (30,5 %), Большеберезниковском (24,4 %), Кочкуровском (16,9 %), Ельниковском (14,3 %), Zubovo-Полянском (13,1 %) и Ромодановском (12,9 %) муниципальных районах. Проникновение Интернета ограничено на территориях Атюрьевского (40,1 %), Старошайговского (30,4 %), Торбеевского (29,6 %), Ромодановского (25,2 %), Кадошкинского (22,8 %) и Zubovo-Полянского (20,1 %) муниципальных районов. Бытовые услуги менее представлены в Кочкуровском (85,3 %), Атюрьевском (74,1 %), Кадошкинском (72,8 %), Ардатовском (49,6 %), Ичалковском (43,9 %), Старошайговском (43,4 %), Торбеевском (40,8 %), Ромодановском (37,4 %) и Лямбирском (33,0 %) муниципальных районах.

Вполне логичным представляется тот факт, что наиболее высокая концентрация компаний, реализующих товары и услуги, фиксируется в ГО Саранск. Исключением из этого правила являются услуги дошкольного и дополнительного образования, социального обслуживания и культуры; респонденты отметили полное отсутствие или малую представленность действующих акторов. Во всех иных случаях муниципальные районы по уровню концентрации компаний безоговорочно капитулируют перед столицей региона.

Если рассмотреть динамику концентрации компаний, предоставляющих различные услуги населению, за последние три года, то можно увидеть, что значительное увеличение затронуло следующие рынки услуг: розничной торговли (67,3 %), сотовой связи (56,0 %), доступа к сети Интернет (51,0 %) и бытовых услуг (49,3 %). Напротив, наиболее явное уменьшение данного компонента наблюдается на рынке медицинских услуг (22,1 %). В ряде случаев респонденты указывали на отсутствие каких-либо изменений: прежде всего это касается рынков услуг ЖКХ (49,1 %), по вывозу мусора (44,9 %), перевозке пассажиров наземным транспортом (40,2 %) и услуг культуры (39,4 %) (рис. 1.1.4).

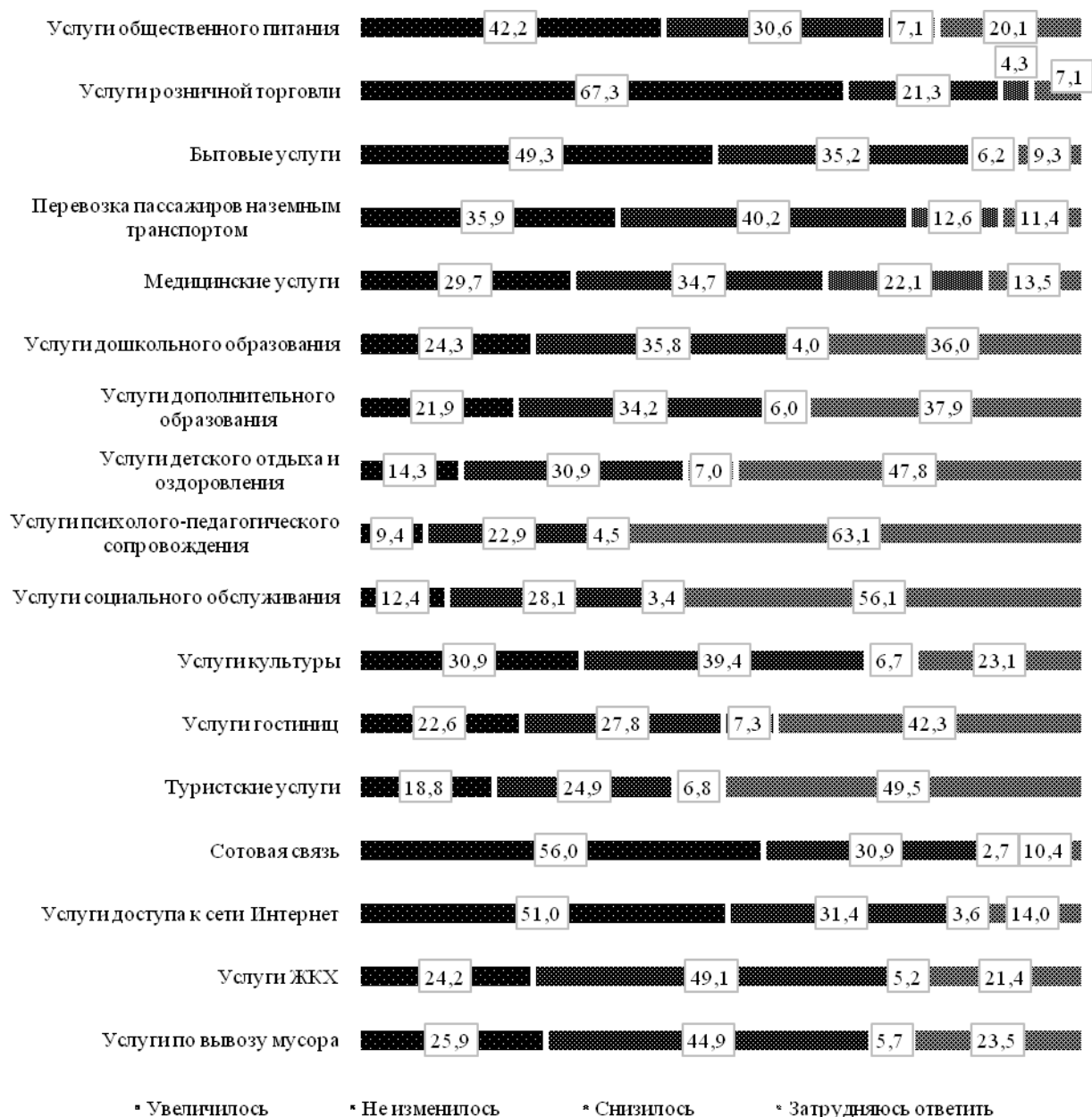


Рис. 1.1.4. Оценка потребителями динамики концентрации компаний на рынках услуг за последние три года, %

Позитивный характер изменений на рынке услуг розничной торговли выражен в Краснослободском (92,4 %), Лямбирском (88,0 %), Теньгушевском (87,0 %), Большеигнатовском (80,9 %), Ельниковском (80,8 %), Дубенском (80,5 %), Ичалковском (79,6 %), Атяшевском (79,2 %), Темниковском (78,5 %), Атюрьевском (76,3 %), Большеберезниковском (73,2 %), Инсарском (72,7 %) и Рузаевском (72,7 %) муниципальных районах. Аналогичная тенденция, но на рынке услуг сотовой связи, фиксируется в Краснослободском (92,4 %), Инсарском (77,6 %), Ковылкинском (72,5 %),

Темниковском (70,6 %), Атяшевском (67,7 %), Теньгушевском (67,1 %), Ичалковском (66,1 %), Лямбирском (65,7 %) и Рузаевском (63,1 %) муниципальных районах. Расширение количества компаний по доступу к сети Интернет за последние три года отметили потребители из Краснослободского (92,4 %), Темниковского (73,0 %), Теньгушевского (72,0 %), Большеберезниковского (63,0 %), Атяшевского (62,6 %), Лямбирского (60,5 %), Атюрьевского (57,3 %), Zubovo-Полянского (56,3 %) и Инсарского (56,2 %) муниципальных районов. Рынок бытовых услуг заметно вырос в Лямбирском (81,6 %), Инсарском (74,7 %), Краснослободском (74,5 %), Большеберезниковском (71,8 %), Темниковском (69,6 %), Рузаевском (68,8 %), Дубенском (58,7 %), Атяшевском (54,0 %), Ичалковском (53,9 %) муниципальных районах и ГО Саранск (56,2 %).

Необходимо отметить, что в зависимости от социального статуса опрошенных существенных различий в ответах касательно концентрации компаний и их динамики не выявлено ни на рынках товаров, ни на рынках услуг.

Разработанные в соответствии с методологией исследования индексы концентрации позволяют более точно разграничить рынки товаров и услуг по количеству действующих на них компаний (табл. 1.1.1 и 1.1.2).

Таблица 1.1.1

Индексы концентрации на рынках товаров

Характеристика группы	Рынок товаров	Индекс
Высокий уровень концентрации	Продукты питания	77,22
	Лекарственные препараты	69,01
	Нефтепродукты	65,54
	Строительные материалы	65,52

Таблица 1.1.2

Индексы концентрации на рынках услуг

Характеристика группы	Рынок услуг	Индекс
Высокий уровень концентрации	Услуги сотовой связи	71,25
	Услуги розничной торговли	70,83
	Услуги доступа к сети Интернет	66,61
	Бытовые услуги	60,98
Средний уровень концентрации	Услуги ЖКХ	59,04
	Услуги общественного питания	57,24
	Услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом	57,01
	Услуги дошкольного образования	56,83
	Услуги по вывозу мусора	56,64
	Услуги культуры	54,87
	Услуги дополнительного образования	53,09
	Медицинские услуги	52,76
	Услуги социального обслуживания	49,35
	Услуги гостиниц	42,32
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей	40,00

Характеристика группы	Рынок услуг	Индекс
	с ограниченными возможностями	
Низкий уровень концентрации	Услуги детского отдыха и оздоровления	39,68
	Туристские услуги	36,91

Таким образом, высокий уровень концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм), по мнению потребителей региона, характерен для следующих рынков товаров и услуг: продуктов питания, лекарственных препаратов, нефтепродуктов, строительных материалов, услуг сотовой связи, розничной торговли, доступа к сети Интернет, бытовых услуг.

К рынкам с недостаточной представленностью компаний (предприятий, организаций, фирм) в республике относятся рынок туристских услуг и рынок услуг детского отдыха и оздоровления.

Проблемными представляются рынки со средним уровнем концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм): прежде всего это рынки услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, гостиниц и социального обслуживания.

Недостаток компаний (предприятий, организаций, фирм) преимущественно отмечали респонденты из муниципальных районов республики, где предоставление товаров и услуг сопряжено с негативным экономическим эффектом для них (ввиду низкого спроса, инфраструктурной неразвитости и т. д.). Значительное число акторов практически по всем анализируемым позициям сосредоточено в ГО Саранск.

1.2. Насыщенность рынков товаров и услуг

Достаточно высокая концентрация компаний (предприятий, организаций, фирм) на рассматриваемых рынках товаров и услуг в большинстве случаев обуславливает позитивные значения удовлетворенности потребителей их ассортиментной политикой.

Значительное превалирование позитивных оценок над негативными характерно для всех рассматриваемых рынков товаров: продуктов питания (+74,9/-20,9 %), строительных материалов (+63,7/-26,4 %), нефтепродуктов (+57,1/-28,4 %) и лекарственных препаратов (+67,1/-26,1 %) (рис. 1.2.1 и 1.2.2).

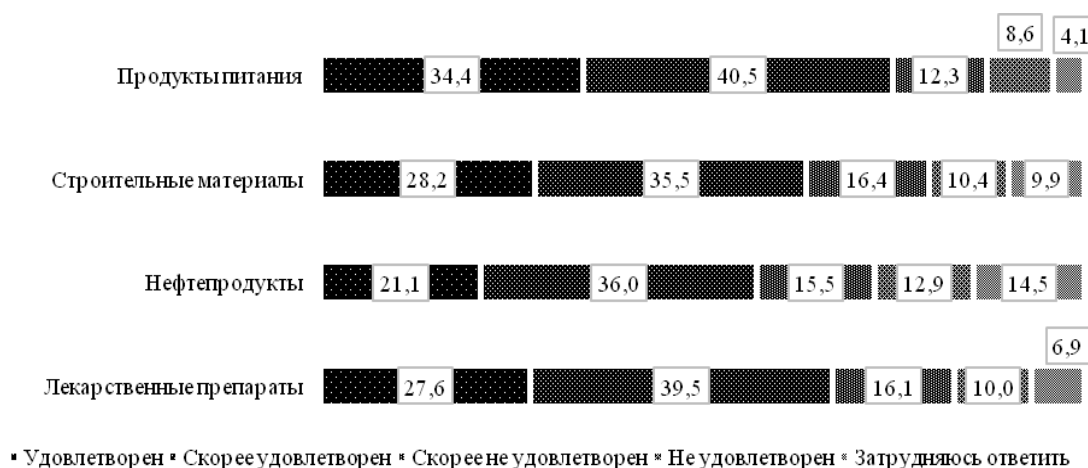


Рис. 1.2.1. Удовлетворенность респондентов возможностью выбора необходимых товаров, %

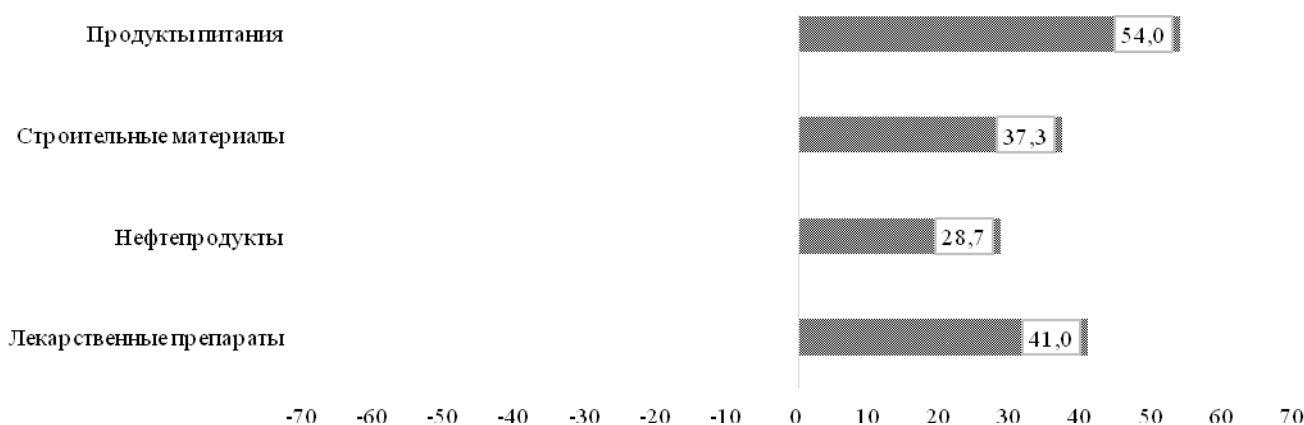


Рис. 1.2.2. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов возможностью выбора необходимых товаров, %

Неудовлетворенность возможностью выбора продуктов питания чаще остальных декларировали жители Кочкуровского (50,9 %), Ковылкинского (32,6 %), Лямбирского (29,6 %), Большеберезниковского (28,4 %), Атюрьевского (28,1 %), Кадошкинского (24,4 %), Чамзинского (24,4 %) муниципальных районов и ГО Саранск (25,5 %). Непредставленность строительных материалов отметили потребители из Теньгушевского (72,1 %), Кадошкинского (50,4 %), Большеберезниковского (49,6 %), Кочкуровского (49,6 %), Торбеевского (38,1 %), Ромодановского (37,5 %), Ковылкинского (32,5 %), Ичалковского (32,4 %) и Инсарского (30,5 %) муниципальных районов. Приобретение нефтепродуктов является ограниченным в Кочкуровском (51,5 %), Большеберезниковском (50,4 %), Кадошкинском (47,0 %), Ковылкинском (44,6 %), Атюрьевском (43,8 %), Ромодановском (39,7 %), Чамзинском (35,9 %) и Ардатовском (31,8 %) муниципальных районах. Низкий ассортимент лекарственных препаратов обнаруживается в Большеберезниковском (54,0 %), Лямбирском (52,9 %), Чамзинском (46,0 %), Ичалковском (36,1 %), Торбеевском (36,1 %), Старошайговском (34,9 %), Кадошкинском (30,6 %), Атюрьевском (30,3 %) и Дубенском (29,4 %) муниципальных районах.

Значимых расхождений по социальному статусу респондентов выявлено не было.

По мнению респондентов, в течение последних трех лет произошел существенный рост предложений на рынках продуктов питания (52,6 %), строительных материалов (49,5 %) и лекарственных препаратов (45,6 %) (рис. 1.2.3).

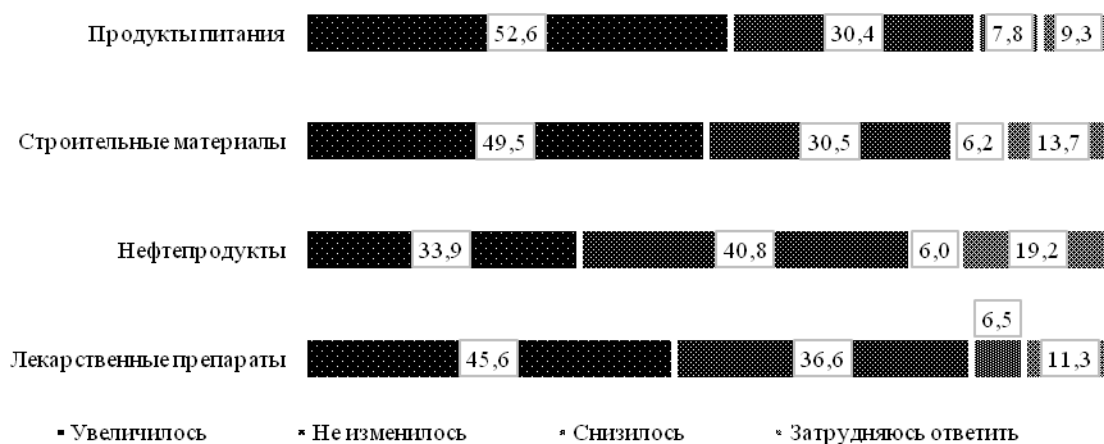


Рис. 1.2.3. Оценка потребителями динамики возможности выбора товаров за последние три года, %

Наибольший рост ассортимента продуктов питания зафиксирован в Большеигнатовском (94,9 %), Темниковском (82,2 %), Краснослободском (81,3 %), Кадошкинском (75,6 %), Теньгушевском (72,3 %), Атяшевском (61,6 %), Инсарском (60,7 %), Ельниковском (59,4 %), Большеберезниковском (59,2 %), Ромодановском (56,9 %) и Рузаевском (56,9 %) муниципальных районах. Позитивные сдвиги на рынке строительных материалов наиболее заметны в Большеигнатовском (95,8 %), Краснослободском (79,4 %), Атяшевском (71,1 %), Большеберезниковском (62,8 %), Инсарском (58,9 %), Темниковском (56,4 %) и Ичалковском (54,1 %) муниципальных районах. Возможность выбора нефтепродуктов существенно расширилась в Большеигнатовском (93,9 %), Краснослободском (79,0 %), Темниковском (54,9 %), Теньгушевском (48,4 %), Инсарском (48,0 %) и Лямбирском (38,5 %) муниципальных районах. Увеличение количества предложений на рынке лекарственных препаратов в большей степени характерно для Большеигнатовского (98,2 %), Теньгушевского (82,8 %), Краснослободского (78,7 %), Инсарского (56,2 %), Атяшевского (56,0 %), Темниковского (55,3 %), Большеберезниковского (54,3 %), Ромодановского (53,5 %) и Рузаевского (50,9 %) муниципальных районов.

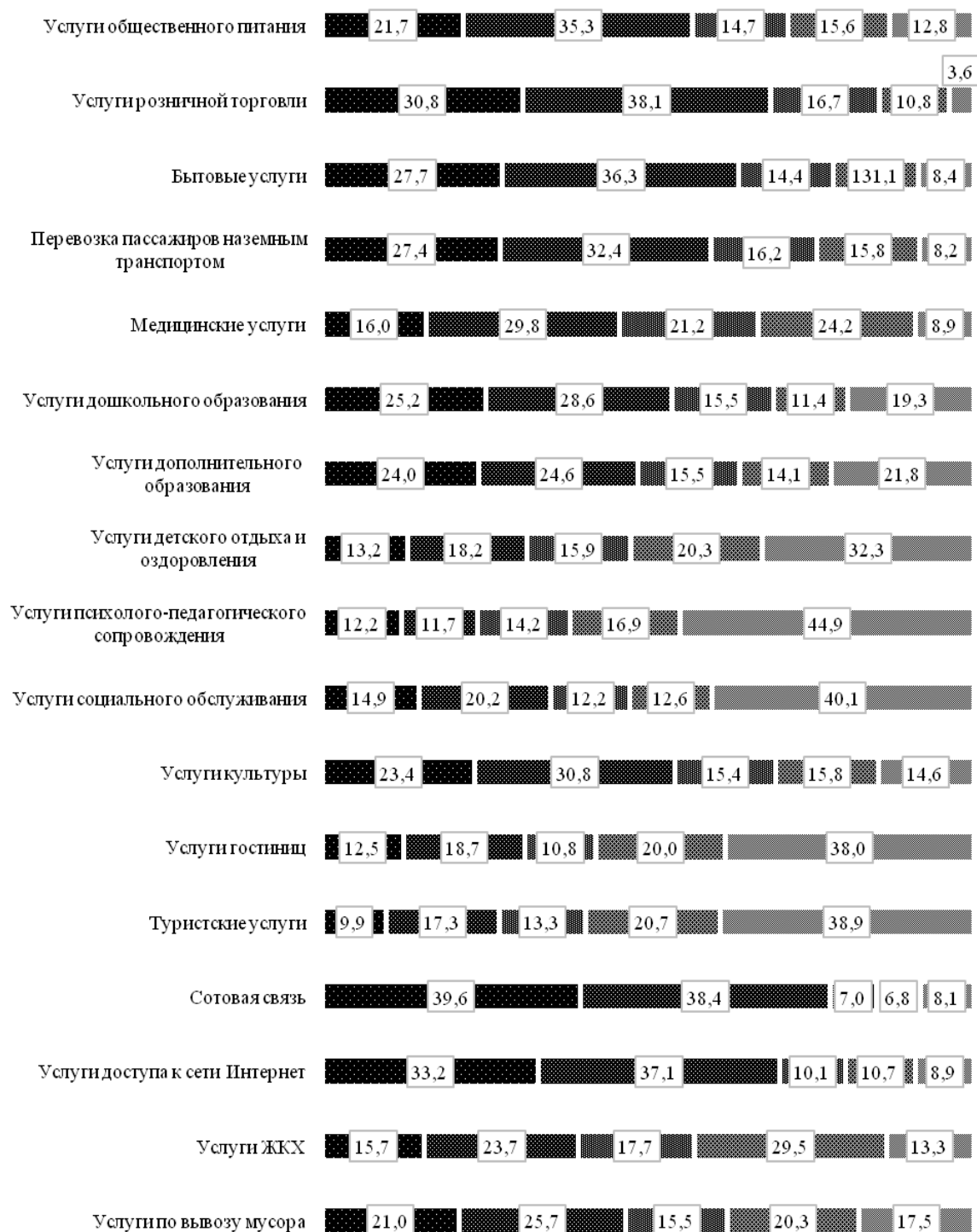
В зависимости от социального статуса респондентов изменения показателя возможности выбора рассматриваемых товаров являются минимальными, лишь незначительно превышая допустимую погрешность измерения.

На рынках услуг доминируют позитивные суждения, хотя имеются исключения. Лидерами по удовлетворенности возможностью выбора являются рынки услуг сотовой связи (78,0 %), доступа к сети Интернет (70,3 %), розничной торговли (68,9 %) и бытовых услуг (64,0 %); аутсайдерами — услуг социального обслуживания населения (35,1 %), детского отдыха и оздоровления (31,4 %), гостиниц (31,2 %), туристских услуг (27,2 %) и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (23,9 %) (рис. 1.2.4 и 1.2.5).

В то же время число респондентов, не довольных ассортиментной политикой по предоставлению услуг сотовой связи, существенно возросло в Кадошкинском (36,4 %), Большеберезниковском (28,7 %), Торбеевском (22,9 %), Лямбирском (22,2 %), Чамзинском (18,1 %) и Кочкуровском (17,5 %) муниципальных районах. Низкая представленность услуг доступа к сети Интернет фиксируется в Торбеевском (35,5 %), Ковылкинском (29,1 %),

Ельниковском (28,5 %) и Ромодановском (26,1 %) муниципальных районах и ГО Саранск (29,1 %).

В зависимости от социального статуса респондентов дифференциация оценок незначительна.



• Удовлетворен • Скорее удовлетворен • Скорее не удовлетворен • Не удовлетворен • Затрудняюсь ответить

Рис. 1.2.4. Удовлетворенность респондентов возможностью

выбора необходимых услуг, %

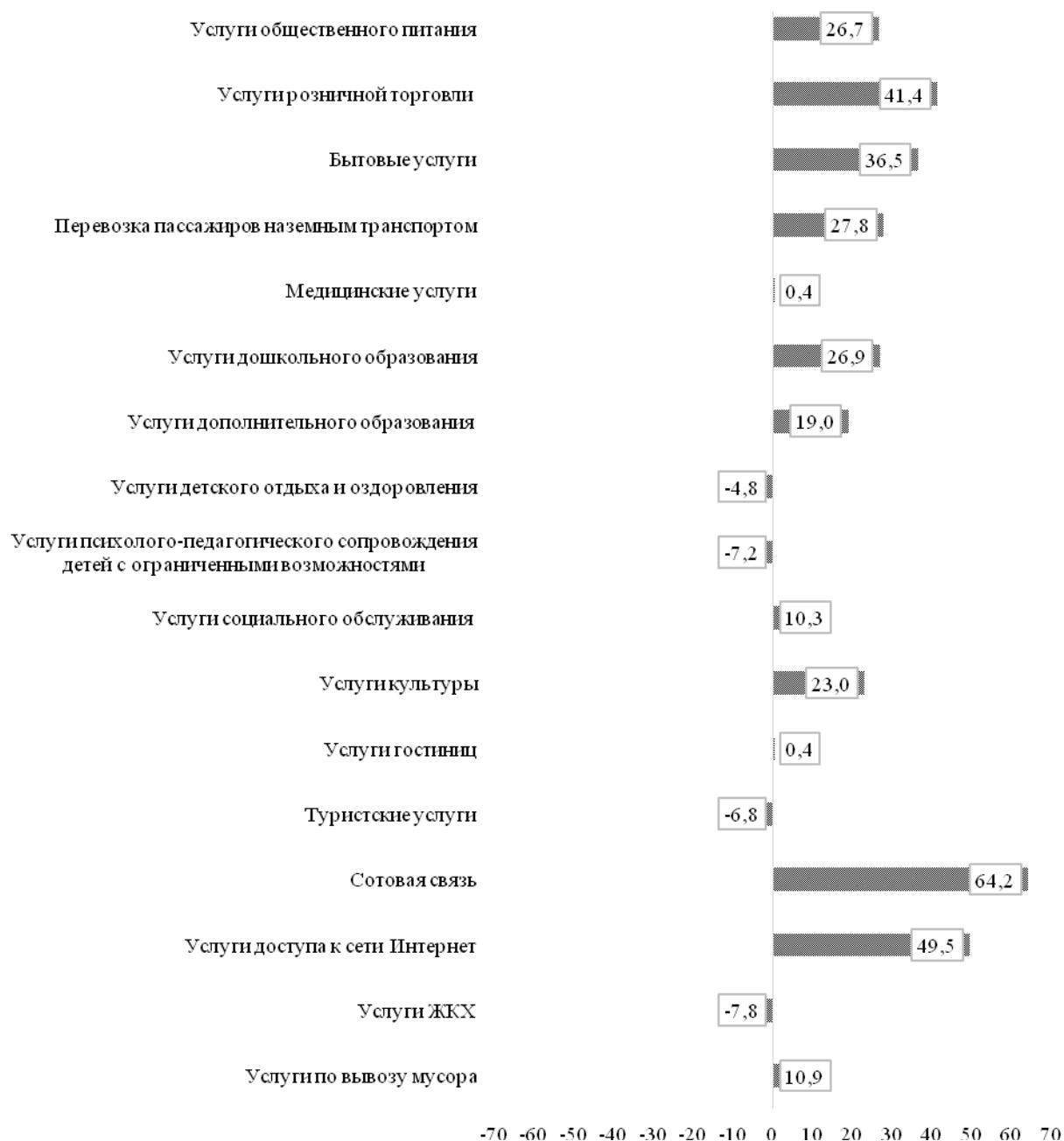


Рис. 1.2.5. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов возможностью выбора необходимых услуг, %

Респонденты отмечали, что за последние три года существенно расширился спектр услуг сотовой связи (47,8 %), розничной торговли (43,6 %), доступа к сети Интернет (42,7 %) и бытовых услуг (41,1 %). О сокращении чаще всего они говорили применительно к рынку медицинских услуг (17,4 %). В большинстве случаев потребители указывали на полное отсутствие значимых изменений (рис. 1.2.6).

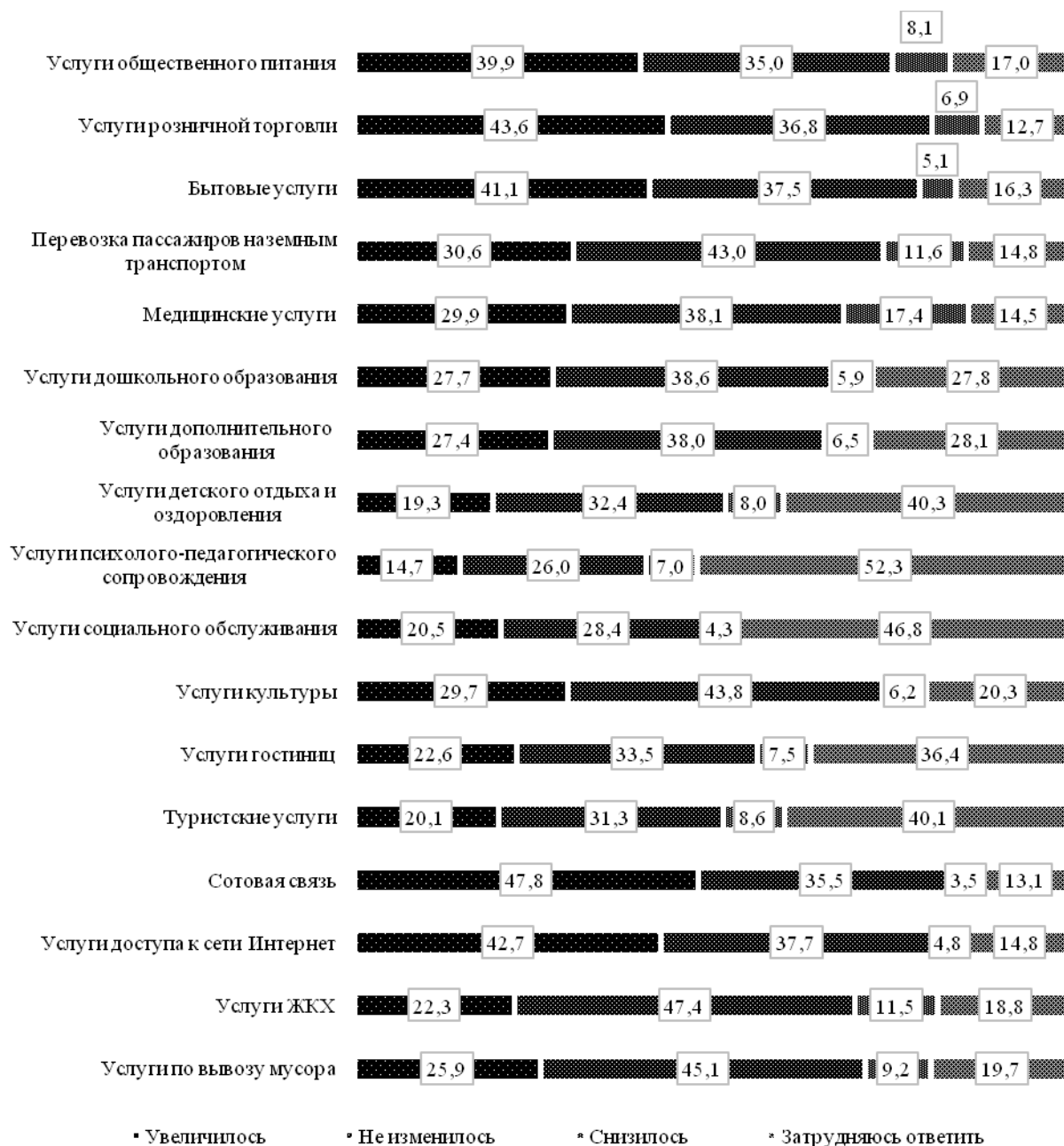


Рис. 1.2.6. Оценка потребителями динамики возможности выбора услуг за последние три года, %

Чаще остальных увеличение числа услуг сотовой связи наблюдают респонденты из Большеигнатовского (94,8 %), Краснослободского (76,8 %), Темниковского (74,7 %), Теньгушевского (67,6 %), Инсарского (64,9 %) Атяшевского (53,7 %) и Дубенского (52,4 %) муниципальных районов. Заметный рост числа услуг розничной торговли коснулся потребителей из Большеигнатовского (94,9 %), Краснослободского (80,3 %), Большеберезниковского (65,3 %), Теньгушевского (64,3 %), Темниковского (63,4 %), Рузаевского (59,5 %), Дубенского (55,9 %), Инсарского (52,3 %),

Атяшевского (52,2 %) и Атюрьевского (48,2 %) муниципальных районов. Существенное насыщение рынка доступа к сети Интернет произошло в Краснослободском (89,8 %), Большеигнатовском (87,8 %), Теньгушевском (63,3 %), Инсарском (58,2 %), Темниковском (50,7 %), Большеберезниковском (50,4 %), Дубенском (47,5 %) и Чамзинском (45,1 %) муниципальных районах.

Положительные значения агрегированного показателя — индекса насыщенности рынков товаров и услуг — подтверждают преимущественно позитивный характер удовлетворенности потребителей предоставляемыми возможностями выбора необходимых продуктов (табл. 1.2.1 и 1.2.2).

Таблица 1.2.1

Индексы насыщенности рынков товаров

Характеристика группы	Рынок товаров	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Продукты питания	69,99
	Лекарственные препараты	64,68
	Строительные материалы	63,76
Средний уровень удовлетворенности	Нефтепродукты	59,28

Таблица 1.2.2

Индексы насыщенности рынков услуг

Характеристика группы	Рынок услуг	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Услуги сотовой связи	74,25
	Услуги доступа к сети Интернет	68,00
	Услуги розничной торговли	65,36
	Бытовые услуги	62,76
	Услуги дошкольного образования	60,17
Средний уровень удовлетворенности	Услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом	59,85
	Услуги общественного питания	58,18
	Услуги культуры	57,66
	Услуги дополнительного образования	57,23
	Услуги социального обслуживания	53,15
	Услуги по вывозу мусора	52,92
	Услуги гостиниц	48,24
	Медицинские услуги	48,02
	Услуги детского отдыха и оздоровления	47,01
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	47,01
	Туристские услуги	45,59
	Услуги ЖКХ	44,62

Таким образом, анализ демонстрирует преобладание преимущественно положительных оценок возможностей выбора товаров и услуг, которые в большей мере соответствуют потребительским предпочтениям. Необходимо отметить и значительное расширение спектра предложений за последние три года по ряду рассматриваемых позиций, особенно в муниципальных районах республики.

Вместе с тем выделяются рынки услуг ЖКХ, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, детского отдыха и оздоровления, туристских услуг, в отношении которых превалируют негативные суждения и, как следствие, фиксируется сравнительно узкий диапазон предложений.

1.3. Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг

Несмотря на достаточно высокую концентрацию действующих на территории региона компаний (предприятий, организаций, фирм) и широкий ассортимент конечной продукции на большей части рынков, у потребителей имеются вопросы к качеству некоторых товаров и услуг.

Показатели удовлетворенности населения качеством рассматриваемых товаров варьируются от 41,6 до 61,0 %. Наиболее высоко оцениваются строительные материалы; преобладание негативных суждений характерно для рынка нефтепродуктов (рис. 1.3.1 и 1.3.2).

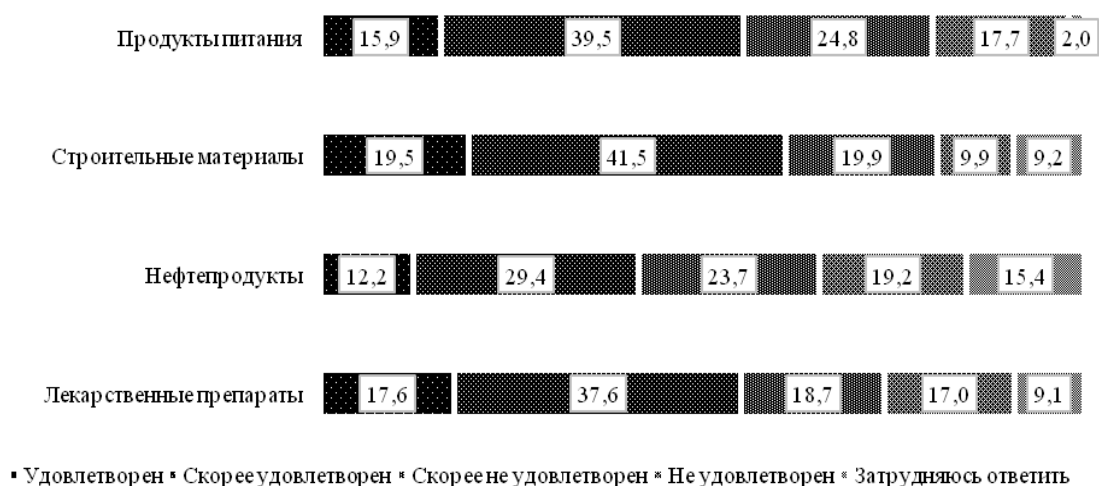


Рис. 1.3.1. Удовлетворенность респондентов качеством товаров, %

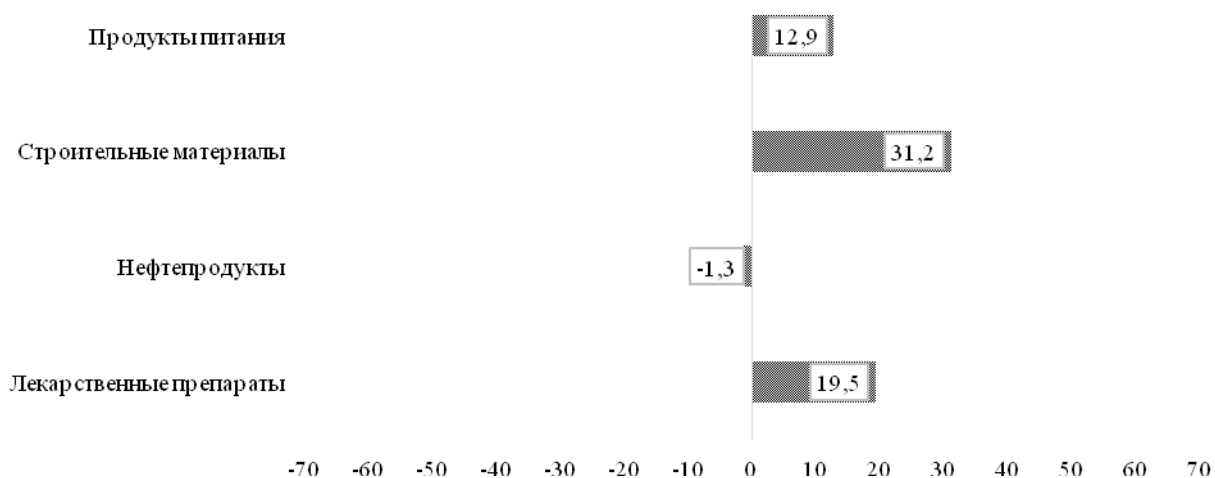


Рис. 1.3.2. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов качеством товаров, %

Наиболее выраженное недовольство качеством продуктов питания зафиксировано среди респондентов в Кочкуровском (72,4 %), Ардатовском (65,3 %), Ичалковском (59,3 %), Ковылкинском (59,2 %), Большеберезниковском (53,2 %), Атюрьевском (51,7 %), Темниковском (47,8 %) муниципальных районах и ГО Саранск (50,5 %). Строительные материалы по данному компоненту хуже остальных оценили жители Кочкуровского (55,9 %), Zubovo-Полянского (46,7 %), Большеберезниковского (46,4 %), Торбеевского (45,5 %), Атюрьевского (43,2 %), Ковылкинского (41,3 %), Ромодановского (37,5 %) и Кадошкинского (34,1 %) муниципальных районов. Потребительские свойства нефтепродуктов чаще других не устраивают население Кочкуровского (75,8 %), Большеберезниковского (71,8 %), Ардатовского (71,2 %), Кадошкинского (69,2 %), Ковылкинского (61,0 %), Ельниковского (59,7 %), Старошайговского (54,3 %), Чамзинского (51,7 %), Атюрьевского (50,0 %) и Темниковского (49,2 %) муниципальных районов. К лекарственным препаратам имеются претензии в Чамзинском (66,6 %), Атюрьевском (62,0 %), Большеберезниковском (57,3 %), Рузаевском (48,1 %), Zubovo-Полянском (44,6 %), Ардатовском (42,4 %), Ковылкинском (42,2 %) и Ичалковском (41,3 %) муниципальных районах.

Довольно интересная ситуация складывается в зависимости от социального статуса респондентов: в большинстве случаев наименее лояльной группой выступают пенсионеры, а наиболее — учащиеся/студенты. Исключение составляет только рынок нефтепродуктов. В частности, пенсионеры чаще, чем в среднем по выборке, декларируют свое недовольство продуктами питания (49,7 %), строительными материалами (33,9 %) и лекарственными препаратами (42,9 %). Качество нефтепродуктов не устраивает преимущественно безработных (48,4 %) и учащихся/студентов (47,7 %). Объяснение подобного феномена кроется в социально-демографических характеристиках потребителей: традиционно принято считать, что молодые люди априори обладают более позитивным мышлением, в то время как представители старшего поколения в силу накопленного опыта скрупулезно подходят к выбору продукции.

Динамика оценок качества рассматриваемых товаров свидетельствует об отсутствии значимых изменений по данному компоненту: такого мнения придерживается почти половина респондентов (от 45,9 до 46,7 %). Наиболее высокие значения демонстрирует рынок строительных материалов, где улучшение ситуации отметил почти каждый третий потребитель (30,7 %). Необходимо отметить тот факт, что о снижении качества такой значимой

группы товаров, как продукты питания, заявила четверть опрошенных (25,1 %) (рис. 1.3.3).

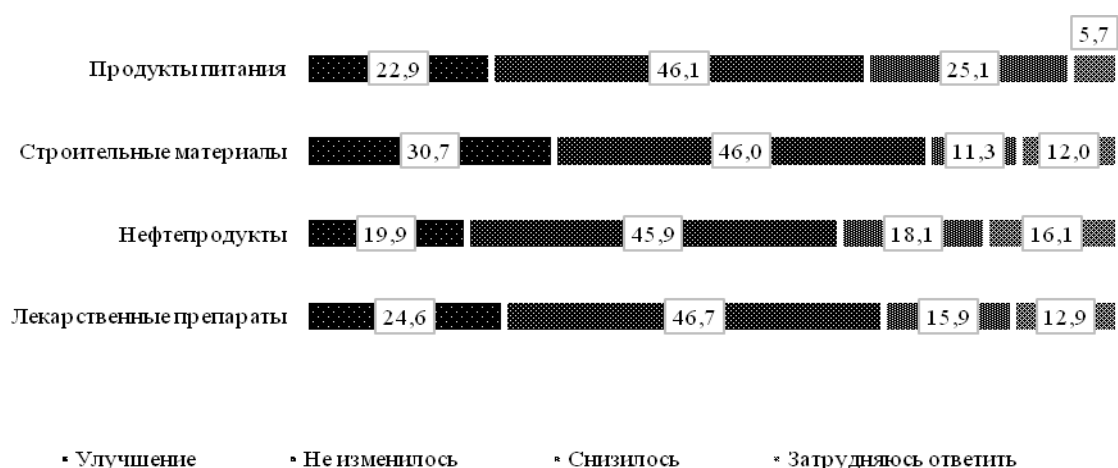


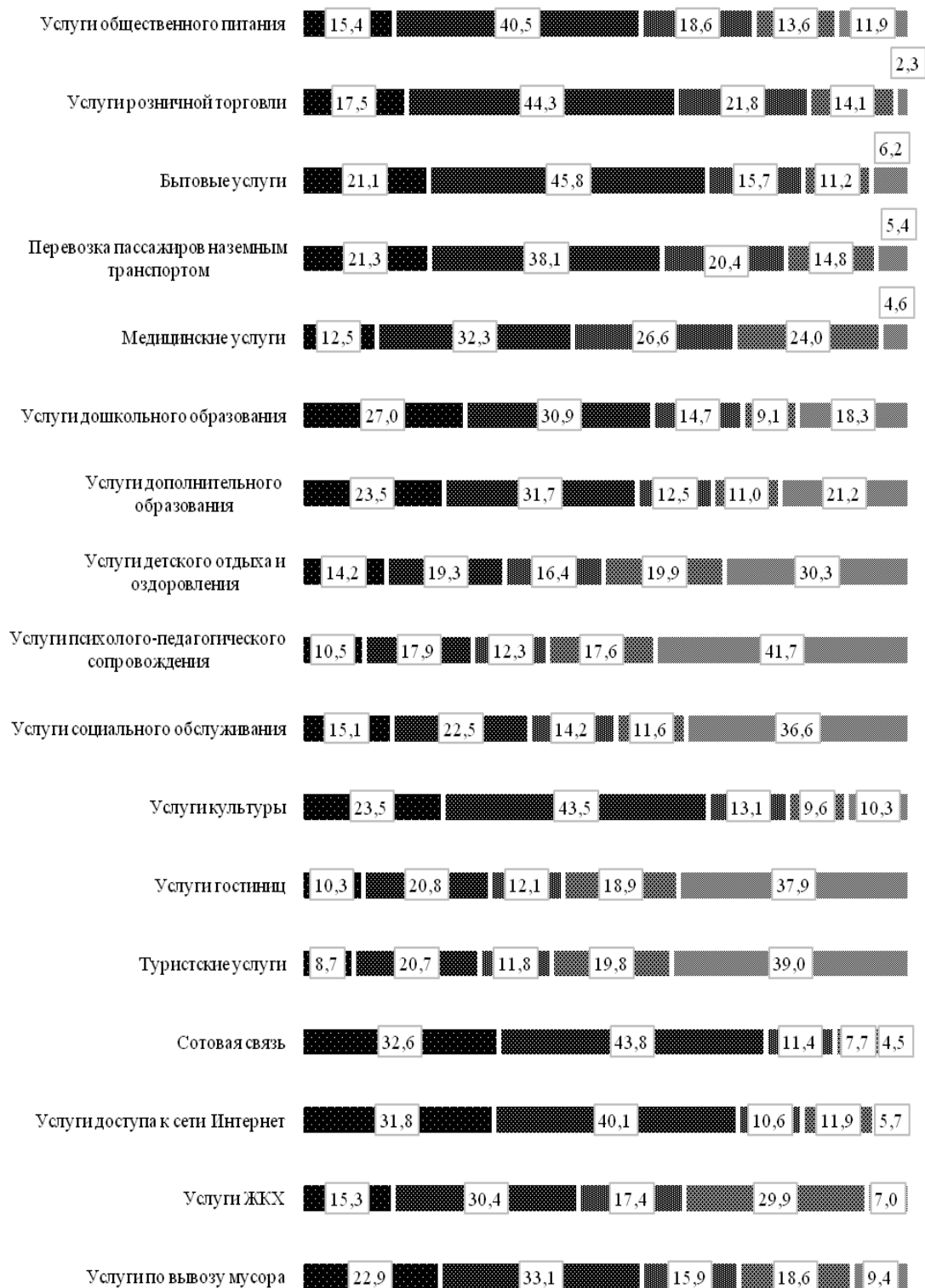
Рис. 1.3.3. Оценка потребителями динамики качества товаров за последние три года, %

О потере потребительских свойств продуктов питания чаще других говорили жители Чамзинского (67,1 %), Ельниковского (48,2 %), Кочкуровского (42,1 %), Лямбирского (35,7 %), Атюрьевского (35,5 %), Кадошкинского (29,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (30,8 %). Проблемы с качеством строительных материалов фиксируются в Чамзинском (56,5 %), Ельниковском (35,2 %), Дубенском (17,6 %), Кадошкинском (17,6 %), Атюрьевском (17,5 %), Старошайговском (16,3 %), Рузаевском (15,8 %) и Ичалковском (15,3 %) муниципальных районах. Негативная динамика по отношению к нефтепродуктам наиболее выражена в Чамзинском (63,9 %), Ельниковском (38,1 %), Лямбирском (37,5 %), Кадошкинском (28,0 %), Старошайговском (27,9 %), Атюрьевском (22,1 %) и Рузаевском (21,6 %) муниципальных районах. Ухудшение качества лекарственных препаратов чаще всего замечали респонденты в Чамзинском (68,8 %), Ельниковском (28,6 %), Старошайговском (26,6 %), Дубенском (25,7 %) и Кадошкинском (20,6 %) муниципальных районах.

Существенных различий в зависимости от статуса респондентов выявлено не было. Среди пенсионеров незначительно выше неудовлетворенность динамикой качества продуктов питания (31,6 %) и лекарственных препаратов (20,2 %); учащиеся/студенты недовольны качеством нефтепродуктов (24,4 %).

Рынок услуг существенно дифференцирован по качеству их предоставления: коридор колебаний позитивных оценок — от 28,4 до 76,4 %.

Лидерами по уровню общей удовлетворенности выступают услуги сотовой связи (76,4 %), доступа к сети Интернет (71,9 %), культуры (67,0 %) и бытовые услуги (66,9 %); замыкают рейтинг услуги детского отдыха и оздоровления (33,5 %), гостиниц (31,1 %), туристские (29,4 %) и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (28,4 %) (рис. 1.3.4, 1.3.5).



■ Удовлетворен ■ Скорее удовлетворен ■ Скорее не удовлетворен ■ Не удовлетворен ■ Затрудняюсь ответить

Рис. 1.3.4. Удовлетворенность респондентов качеством услуг, %

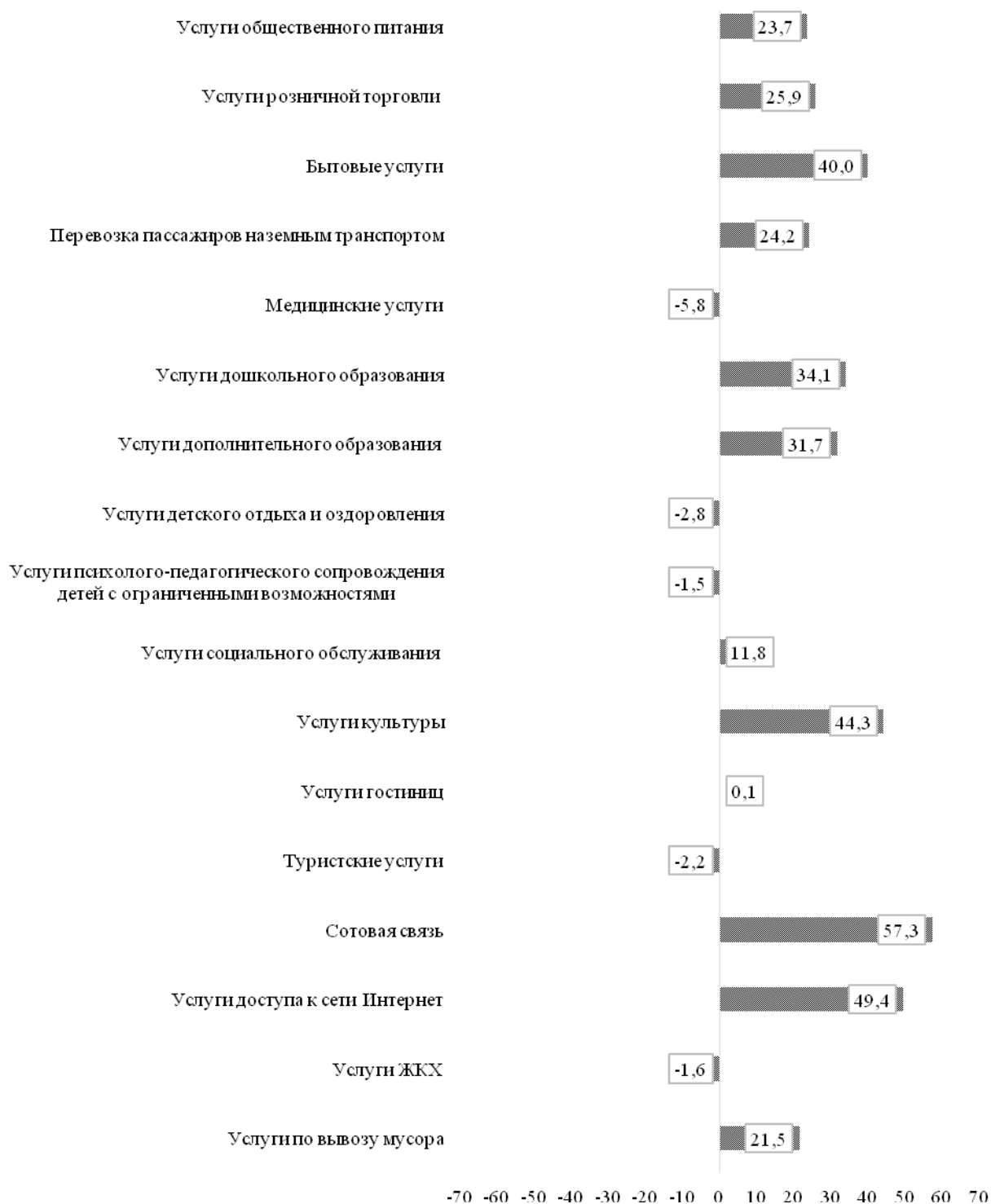


Рис. 1.3.5. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов качеством товаров, %

Негативные суждения в отношении сотовой связи чаще, чем в среднем по выборке, встречаются в Кадошкинском (42,1 %), Большеберезниковском (40,1 %), Торбеевском (29,7 %), Ковылкинском (26,4 %), Атюрьевском (25,6 %), Лямбирском (23,6 %), Ельниковском (23,0 %) муниципальных районах и ГО Саранск (25,6 %). Услуги доступа к сети Интернет менее

остальных устраивают жителей Торбеевского (49,3 %), Ичалковского (34,5 %), Атюрьевского (34,3 %), Ковылкинского (32,7 %), Рузаевского (25,5 %), Zubovo-Полянского (25,4 %), Кочкуровского (24,8 %), Большеберезниковского (23,7 %), Дубенского (23,4 %), Ельниковского (23,1 %) муниципальных районов и ГО Саранск (28,5 %). Невысокую лояльность к услугам культуры проявляют потребители из Кочкуровского (73,2 %), Чамзинского (56,9 %), Ичалковского (46,9 %), Ардатовского (45,2 %), Лямбирского (29,0 %), Торбеевского (27,3 %), Темниковского (25,5 %) муниципальных районов и ГО Саранск (23,6 %). Низкая удовлетворенность бытовыми услугами фиксируется в Кочкуровском (54,8 %), Торбеевском (52,9 %), Кадошкинском (51,9 %), Атюрьевском (51,1 %), Теньгушевском (47,8 %), Ардатовском (42,2 %), Старошайговском (41,9 %), Чамзинском (38,3 %), Лямбирском (38,2 %), Zubovo-Полянском (36,6 %), Ичалковском (34,2 %) и Ромодановском (30,1 %) муниципальных районах.

В зависимости от социального статуса потребителей складывается следующая ситуация: работающие значительно чаще недовольны услугами сотовой связи (19,9 %) и доступа к сети Интернет (24,6 %); безработные — сотовой связи (21,1 %), доступа к сети Интернет (27,9 %) и культуры (28,7 %); учащиеся/студенты — доступа к сети Интернет (15,3 %); пенсионеры — культуры (24,3 %) и бытовыми услугами (32,5 %).

Качество значительной части предоставляемых услуг, как и предлагаемых товаров, за последние три года практически не изменилось: так заявили от 26,6 до 52,0 % респондентов. Наиболее значимые позитивные сдвиги затронули рынки услуг доступа к сети Интернет (42,4 %), сотовой связи (41,7 %) и бытовых услуг (32,8 %). Напротив, негативные тенденции чаще указывались в отношении рынков медицинских услуг (21,4 %) и услуг ЖКХ (17,0 %) (рис. 1.3.6).

Существенное снижение качества медицинских услуг фиксируется на территории Чамзинского (64,9 %), Ардатовского (58,0 %), Атюрьевского (56,6 %), Ельниковского (47,1 %), Дубенского (41,2 %), Кочкуровского (39,5 %), Ичалковского (37,1 %), Кадошкинского (34,9 %), Лямбирского (28,0 %), Zubovo-Полянского (26,1 %), Большеберезниковского (26,0 %), Ромодановского (24,6 %) и Рузаевского (24,0 %) муниципальных районов. В ГО Саранск о подобной негативной тенденции заявил лишь каждый десятый респондент (12,4 %). Ухудшение предоставления услуг ЖКХ характерно для

Чамзинского (63,6 %), Zubovo-Полянского (43,1 %), Кочкуровского (35,4 %), Ардатовского (31,6 %) и Кадошкинского (26,6 %) муниципальных районов.

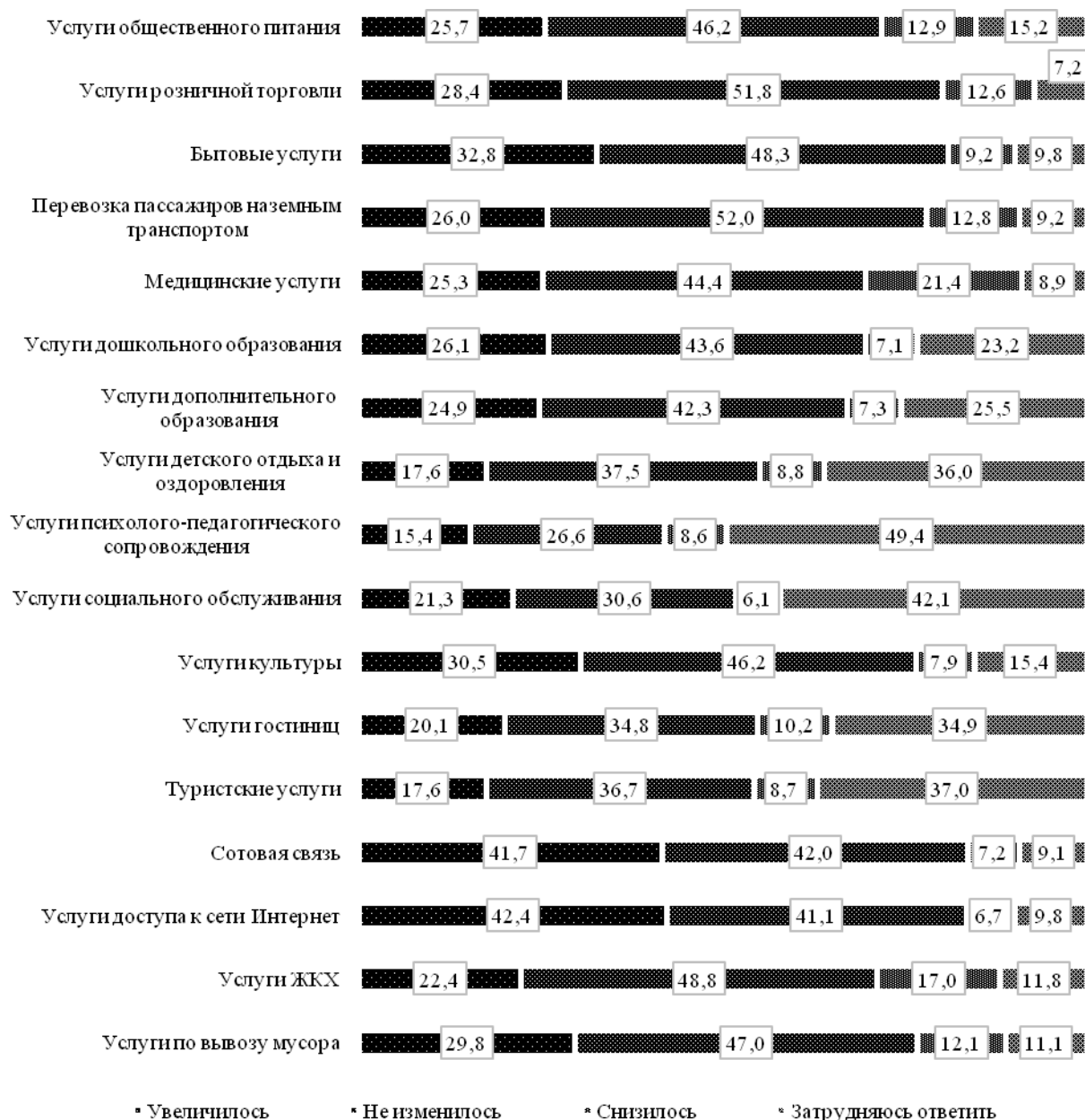


Рис. 1.3.6. Оценка потребителями динамики качества услуг за последние три года, %

Значения агрегированного показателя — индекса удовлетворенности качеством товаров и услуг — свидетельствуют о преимущественно положительных оценках потребителей. Все рассматриваемые товары и услуги образуют только две значимые группы — с высоким и средним уровнем удовлетворенности, что обеспечивает приемлемый уровень развития неценовой конкуренции в регионе (табл. 1.3.1, 1.3.2).

Таблица 1.3.1

Индексы удовлетворенности потребителей качеством товаров

Характеристика группы	Рынок товаров	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Строительные материалы	60,18
Средний уровень удовлетворенности	Лекарственные препараты	54,98
	Продукты питания	52,81
	Нефтепродукты	47,95

Таблица 1.3.2

Индексы удовлетворенности потребителей качеством услуг

Характеристика группы	Рынок услуг	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Услуги сотовой связи	70,57
	Услуги доступа к сети Интернет	67,30
	Услуги культуры	64,54
	Услуги дошкольного образования	62,96
	Бытовые услуги	62,47
	Услуги дополнительного образования	61,06
Средний уровень удовлетворенности	Услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом	57,68
	Услуги розничной торговли	57,27
	Услуги по вывозу мусора	56,45
	Услуги общественного питания	56,40
	Услуги социального обслуживания	53,80
	Услуги детского отдыха и оздоровления	47,87
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	47,86
	Услуги гостиниц	47,86
	Туристские услуги	46,72
	Услуги ЖКХ	45,93
	Медицинские услуги	45,64

Таким образом, анализ показывает преобладание преимущественно положительных отзывов респондентов о качестве товаров и услуг. Потенциально в зоне риска располагается рынок нефтепродуктов, а также рынки услуг детского отдыха и оздоровления, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, гостиниц, ЖКХ, туристских и медицинских услуг. В динамике наблюдается снижение качества предоставления медицинских услуг и услуг ЖКХ, особенно на территории муниципальных районов республики.

1.4. Удовлетворенность потребителей состоянием ценовой конкуренции

Рассматриваемые рынки товаров и услуг существенно дифференцируются по удовлетворенности потребителей уровнем цен, что может быть обусловлено кризисной экономической ситуацией в стране.

Значительная доля недовольства приходится на рынки товаров, где преобладают негативные оценки. Причем количество тех, кто не удовлетворен ценовой политикой, варьируется в пределах от 52,3 до 61,9 %, что позволяет в данном случае говорить о неразвитости ценовой конкуренции (рис. 1.4.1, 1.4.2).

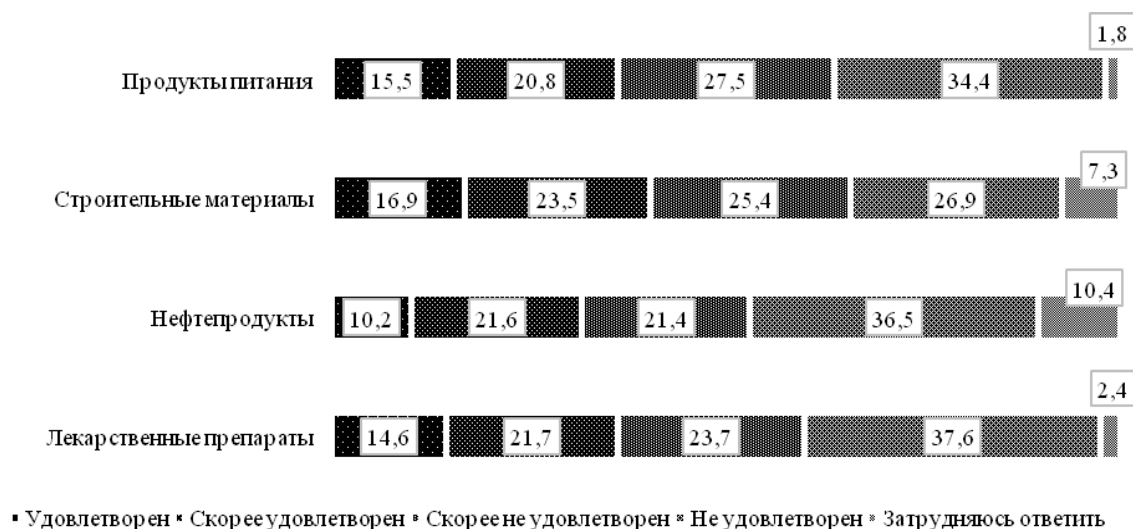


Рис. 1.4.1. Удовлетворенность респондентов уровнем цен на товары, %

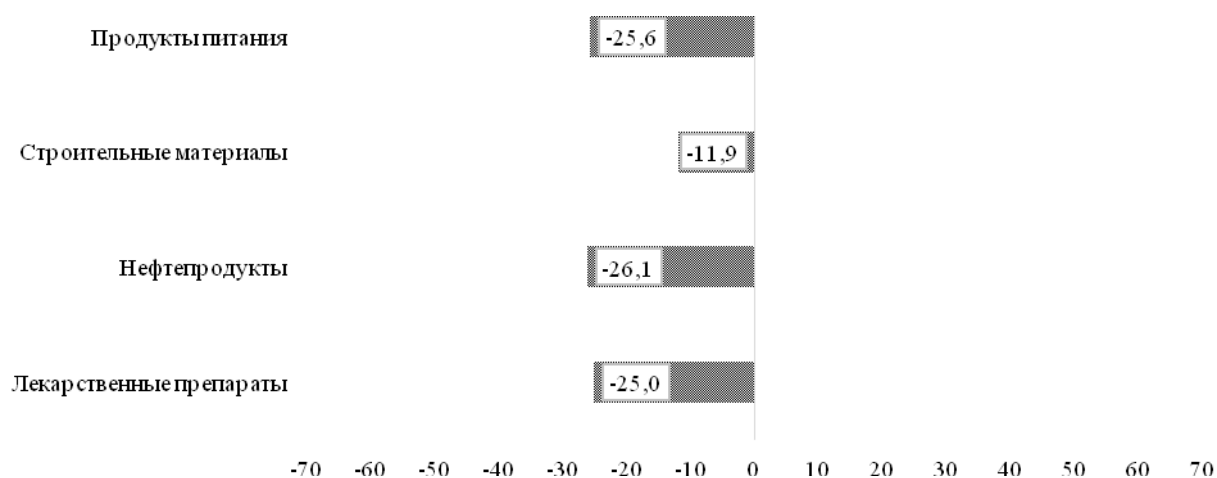


Рис. 1.4.2. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов уровнем цен на товары, %

Цены на продукты питания преимущественно не устраивают жителей Кочкуровского (91,9 %), Теньгушевского (83,8 %), Ардатовского (83,4 %), Ковылкинского (81,5 %), Большеберезниковского (71,6 %), Ичалковского (69,6 %), Старошайговского (68,9 %), Чамзинского (68,4 %), Атюрьевского (68,0 %), Zubovo-Полянского (66,6 %), Ельниковского (65,8 %) муниципальных районов и ГО Саранск (69,8 %). Строительные материалы по субъективным ощущениям потребителей существенно дороже в Теньгушевском (80,4 %), Кочкуровском (75,8 %), Ковылкинском (74,9 %), Старошайговском (71,9 %), Ельниковском (68,6 %), Ардатовском (65,9 %), Большеберезниковском (65,7 %), Zubovo-Полянском (62,4 %), Ичалковском (61,7 %), Ромодановском (60,9 %) муниципальных районах и ГО Саранск (56,7 %). На рынке нефтепродуктов негативные суждения доминируют на территории Большеберезниковского (76,2 %), Кочкуровского (75,8 %), Ардатовского (74,3 %), Zubovo-Полянского (71,7 %), Старошайговского (71,4 %), Ельниковского (71,1 %), Теньгушевского (69,7 %), Ичалковского (68,7 %), Кадошкинского (67,9 %), Чамзинского (67,8 %), Атюрьевского (65,6 %), Лямбирского (63,9 %), Ковылкинского (63,7 %) муниципальных районов и ГО Саранск (62,0 %). Ценой на лекарственные препараты чаще остальных недовольны в Теньгушевском (80,4 %), Большеберезниковском (79,7 %), Ковылкинском (79,5 %), Чамзинском (76,6 %), Ельниковском (75,8 %), Атюрьевском (71,4 %), Ардатовском (70,0 %), Ичалковском (69,6 %), Рузаевском (69,2 %), Кадошкинском (68,4 %), Старошайговском (66,4 %) муниципальных районах и ГО Саранск (69,4 %).

В зависимости от социального статуса различия минимальны. Исключением является тот факт, что безработные более акцентировано выражают свою неудовлетворенность ценами на продукты питания (66,8 %) и нефтепродукты (76,3 %).

На протяжении последних трех лет респонденты наблюдают негативную динамику ценовой политики рассматриваемых товаров. Количество тех, кто отмечает увеличение их стоимости, варьируется от 76,2 до 83,2 %. Вполне очевидно, что на восприятие данного компонента накладывают свой отпечаток период затянувшегося кризиса отечественной экономики, влияние западных санкций, высокие темпы инфляции и падение российской валюты относительно доллара и евро. Так или иначе, но на отсутствие какой-либо динамики и тем более снижение уровня цен суммарно указывает примерно

каждый десятый респондент (показатель варьируется от 12,3 до 14,2 %) (рис. 1.4.3).

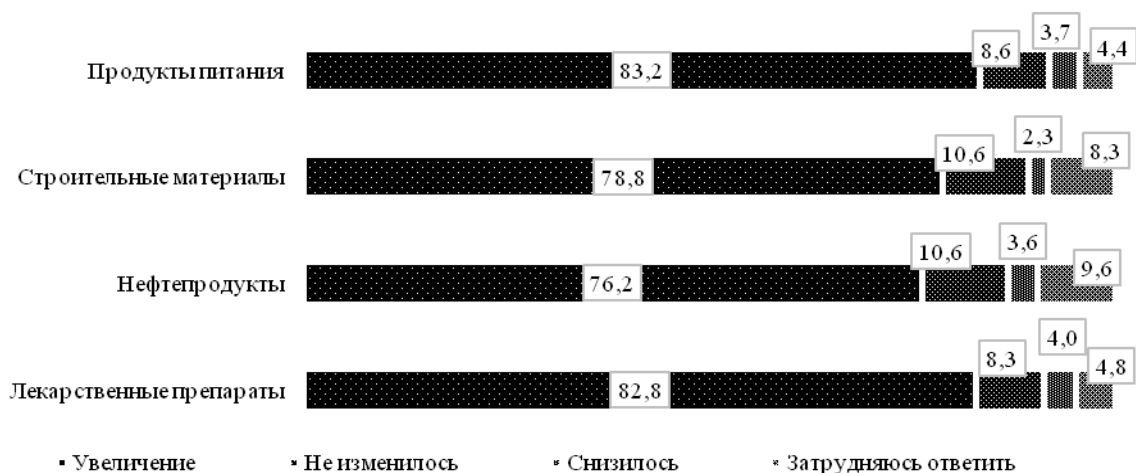


Рис. 1.4.3. Оценка потребителями динамики уровня цен на товары за последние три года, %

Ввиду того что увеличение цен отмечает подавляющее большинство опрошенных, оценки респондентов в зависимости от места жительства и социального статуса практически не дифференцированы.

На этом фоне ситуация на рынке услуг выглядит более оптимистичной. В частности, высока удовлетворенность потребителей ценами на услуги сотовой связи (73,4 %), доступа к сети Интернет (67,9 %), культуры (64,5 %), бытовые услуги (60,9 %) и услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом (56,4 %). Напротив, наибольшее число негативных оценок по данному компоненту получают рынки услуг ЖКХ (54,6 %), медицинских услуг (54,3 %) и услуг розничной торговли (45,6 %) (рис. 1.4.4, 1.4.5).

Стоимость услуг сотовой связи не устраивает по преимуществу жителей Старошайговского (46,8 %), Лямбирского (39,3 %), Кадошкинского (35,1 %), Большеберезниковского (34,2 %), Атюрьевского (29,3 %), Ичалковского (27,9 %), Зубово-Полянского (27,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (29,3 %). Цены на Интернет кажутся высокими потребителям из Торбеевского (52,9 %), Кочкуровского (46,7 %), Ичалковского (37,9 %), Старошайговского (37,1 %), Ковылкинского (35,1 %), Зубово-Полянского (32,5 %), Ромодановского (31,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (31,9 %). Услуги культуры по данному компоненту не устраивают респондентов из Кочкуровского (64,3 %), Ичалковского (44,7 %), Ардатовского (44,3 %), Чамзинского (42,3 %), Ковылкинского (29,4 %)

муниципальных районов и ГО Саранск (29,6 %). В отношении бытовых услуг негатив выражен в Теньгушевском (68,9 %), Кочкуровском (66,5 %), Торбеевском (57,4 %), Старошайговском (56,6 %), Чамзинском (50,6 %), Ардатовском (46,3 %), Атюрьевском (44,5 %), Ичалковском (43,9 %), Лямбирском (42,7 %) и Zubово-Полянском (42,0 %) муниципальных районах. Цены на перевозки пассажиров наземным транспортом являются наиболее высокими в Кочкуровском (85,0 %), Ельниковском (79,5 %), Старошайговском (73,9 %), Торбеевском (63,9 %), Ардатовском (63,7 %), Кадошкинском (60,3 %), Атюрьевском (59,5 %), Zubово-Полянском (44,9 %), Чамзинском (42,3 %), Лямбирском (40,3 %), Рузаевском (39,2 %), Ковылкинском (37,2 %), Ромодановском (35,9 %), Ичалковском (35,8 %) и Большеберезниковском (35,3 %) муниципальных районах.

Существенных различий по социальному статусу респондентов не выявлено.

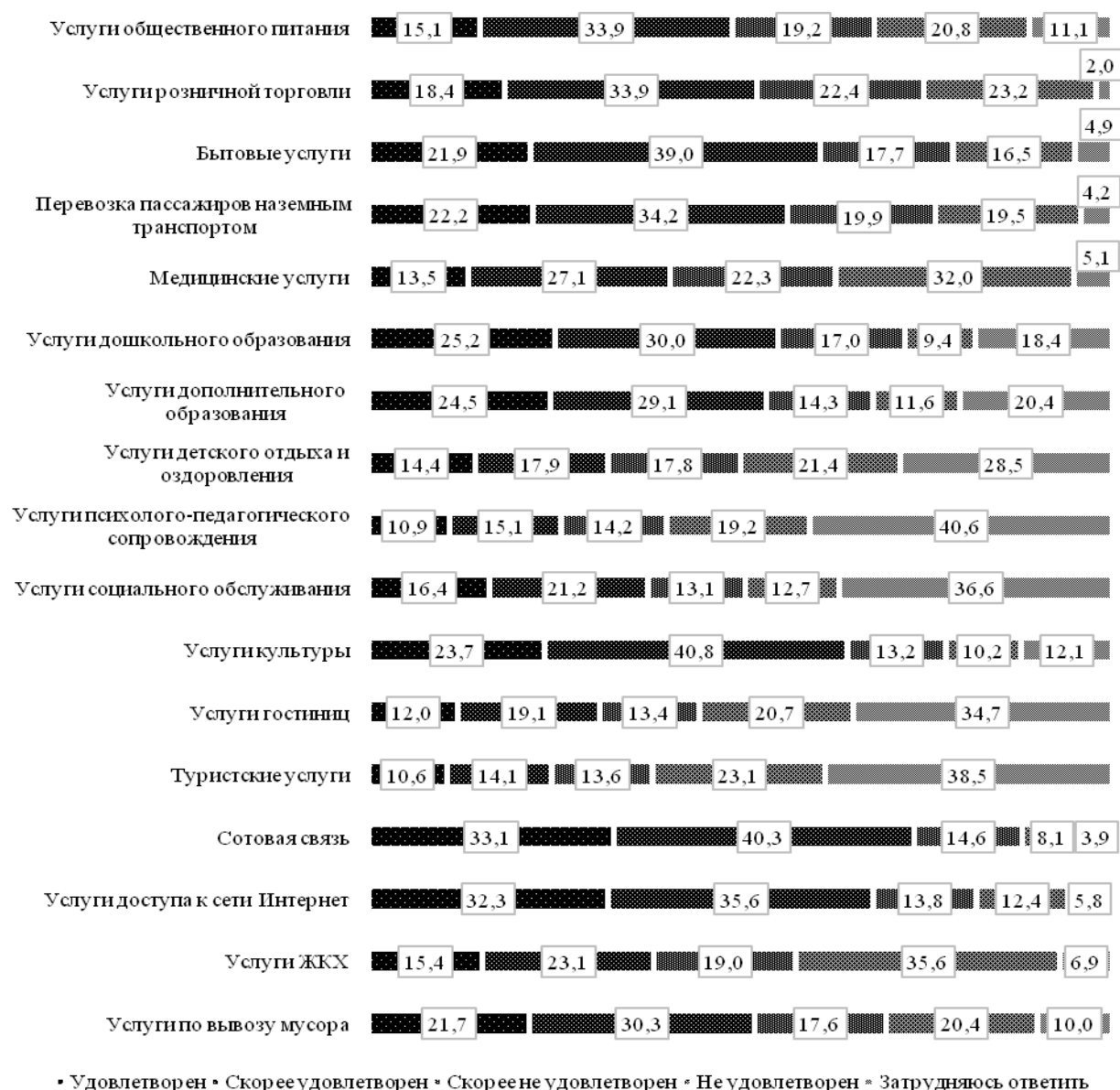


Рис. 1.4.4. Удовлетворенность респондентов уровнем цен на услуги, %

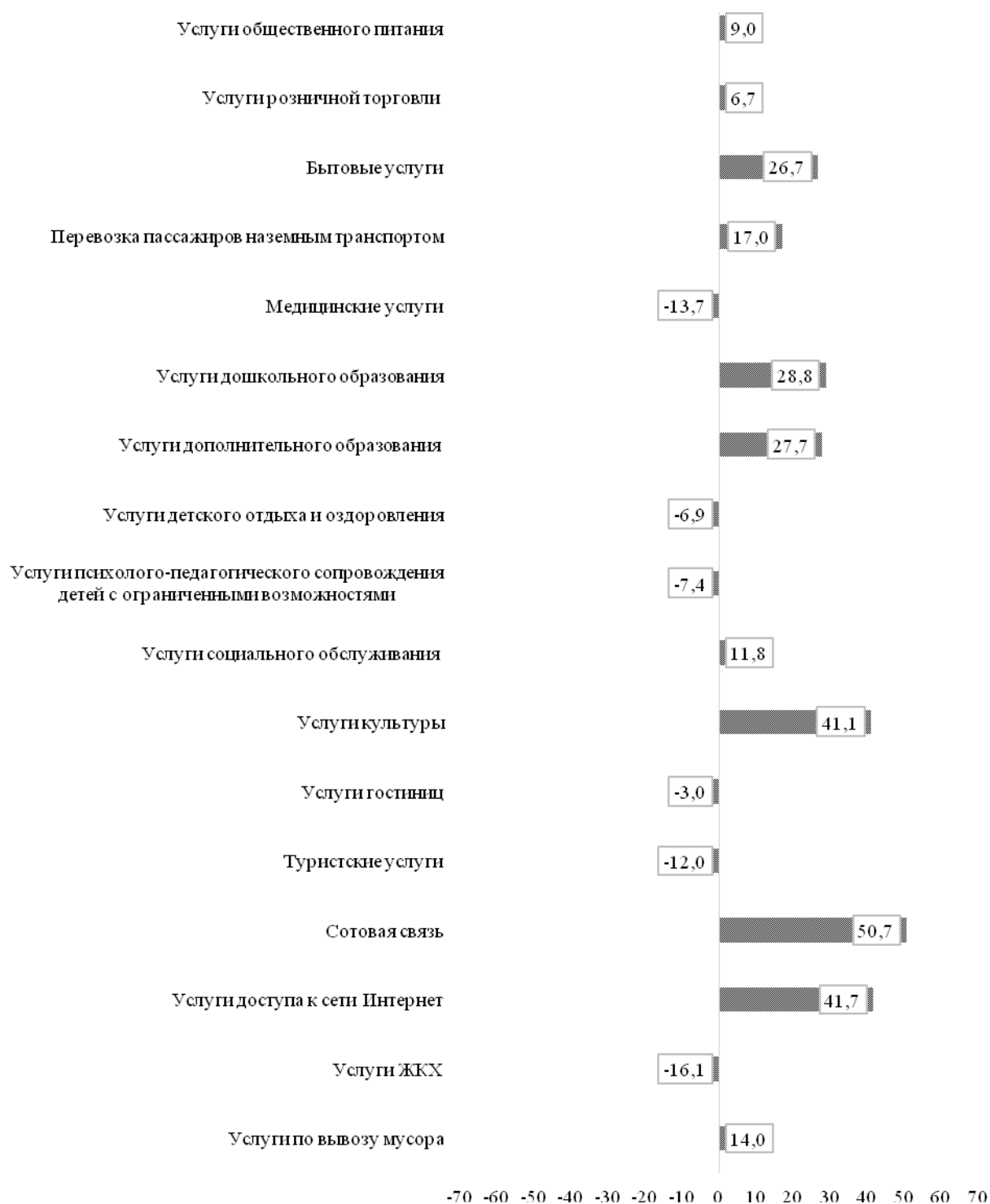


Рис. 1.4.5. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов уровнем цен на услуги, %

Выполненные замеры свидетельствуют, что в динамике в отношении большей части рассматриваемых услуг респонденты отмечают повышение уровня цен за последние три года. Наиболее заметно поднялись цены на услуги розничной торговли (77,3 %), бытовые услуги (72,2 %), услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом (69,6 %), общественного

питания (67,2 %), ЖКХ (66,7 %) и медицинские услуги (65,4 %). Каждый третий респондент не видит значимых изменений данного компонента в отношении услуг культуры (31,4 %), каждый четвертый — дополнительного образования (26,3 %), доступа к сети Интернет (24,5 %), сотовой связи (23,7 %) и дошкольного образования (23,5 %). Также необходимо отметить, что весомое количество опрошенных затруднилось оценить динамику уровня цен на услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (52,2 %), социального обслуживания (44,0 %), детского отдыха и оздоровления (38,4 %), туристские услуги (37,7 %) и услуги гостиниц (36,2 %) (рис. 1.4.6).

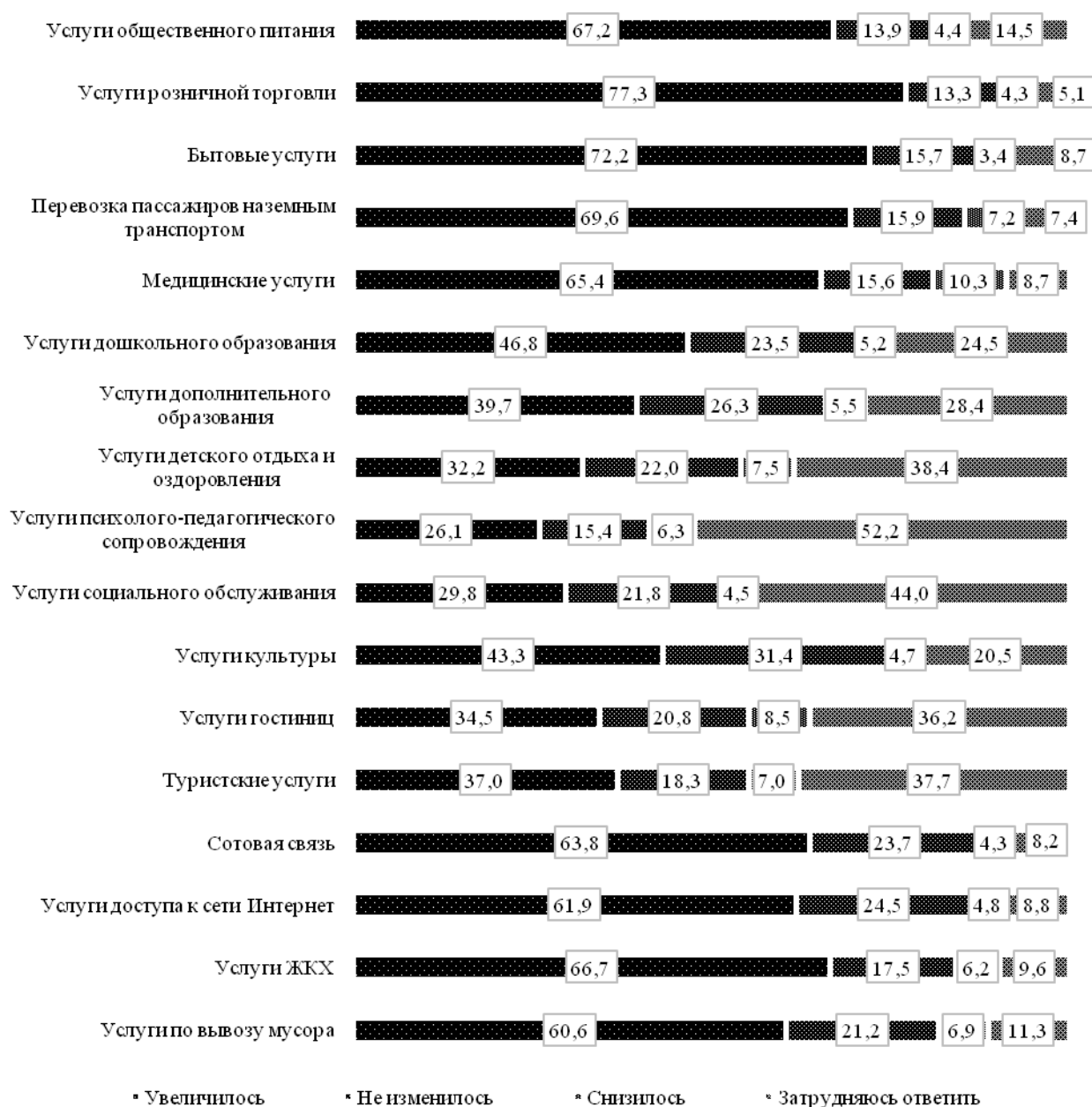


Рис. 1.4.6. Оценка потребителями динамики цен

на услуги за последние три года, %

В зависимости от места проживания и социального статуса респондентов различия в оценке динамики цен на услуги присутствуют, но не являются значимыми.

Расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности уровнем цен на рынках товаров и услуг — позволяет говорить о том, что в отношении товаров доминируют средний и низкий уровень удовлетворенности, а в отношении услуг — высокий и средний (табл. 1.4.1, 1.4.2).

Таблица 1.4.1

Индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен на товары

Характеристика группы	Рынок товаров	Индекс
Средний уровень удовлетворенности	Строительные материалы	44,53
Низкий уровень удовлетворенности	Продукты питания	38,86
	Лекарственные препараты	38,01
	Нефтепродукты	36,89

Таблица 1.4.2

Индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен на услуги

Характеристика группы	Рынок услуг	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Услуги сотовой связи	68,93
	Услуги доступа к сети Интернет	65,38
	Услуги культуры	63,66
	Услуги дошкольного образования	61,18
	Услуги дополнительного образования	60,16
Средний уровень удовлетворенности	Бытовые услуги	58,05
	Услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом	54,92
	Услуги социального обслуживания	53,87
	Услуги по вывозу мусора	53,82
	Услуги общественного питания	50,86
	Услуги розничной торговли	50,48
	Услуги гостиниц	47,07
	Услуги детского отдыха и оздоровления	46,58
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	46,05
	Туристские услуги	43,90
	Медицинские услуги	41,90
	Услуги ЖКХ	40,90

Таким образом, высокий уровень удовлетворенности ценовой политикой характерен для рынков услуг сотовой связи, доступа к сети Интернет, культуры, дошкольного и дополнительного образования. Динамика роста цен

за последние три года является негативной, но не критичной для общей оценки.

Наиболее проблемную группу образуют рынки продуктов питания, лекарственных препаратов и нефтепродуктов. Также к ней примыкают строительные материалы, услуги ЖКХ, медицинские и туристские услуги, услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, детского отдыха и оздоровления, гостиниц.

Важно отметить, что рост цен за последние три года оказался наиболее заметен в отношении продуктов питания, нефтепродуктов, строительных материалов, лекарственных препаратов, услуг розничной торговли, по перевозке пассажиров наземным транспортом, общественного питания, ЖКХ, бытовых и медицинских услуг.

1.5. Выводы и рекомендации

Выполненный анализ удовлетворенности респондентов качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции позволяет сделать следующие выводы.

В регионе фиксируется достаточное количество компаний (предприятий, организаций, фирм), предоставляющих различные товары и услуги (исключением являются рынки туристских услуг и услуг детского отдыха и оздоровления). За последние три года их число увеличилось, что положительно сказывается на общем уровне конкуренции. Наиболее высокие темпы роста характерны для ГО Саранск, в то время как в муниципальных районах ситуация менее подвержена изменениям, что обусловлено относительно низким спросом, инфраструктурной неразвитостью и т. д.

Ввиду высокой представленности компаний (предприятий, организаций, фирм) потребители высоко оценивают возможности выбора товаров и услуг, которые в большей мере соответствуют потребительским предпочтениям. В динамике наблюдается значительный рост числа предложений по ряду рассматриваемых позиций, особенно в муниципальных районах республики. Наиболее проблемными являются рынки услуг ЖКХ, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, детского отдыха и оздоровления, туристских услуг.

Качество предоставляемых товаров и услуг не вызывает существенных нареканий у потребителей. Причем значимых изменений по данному компоненту за последние годы не наблюдается. Потенциально снижение оценок в ближайшей перспективе может произойти относительно рынка нефтепродуктов, а также рынков услуг детского отдыха и оздоровления, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, гостиниц, ЖКХ, туристских и медицинских услуг.

Полученные распределения ответов потребителей резко резонируют с оценками уровня цен на товары и услуги, что косвенно может свидетельствовать о высокой чувствительности населения к данному фактору и его невысокой покупательской способности. Наиболее приемлемыми для респондентов являются стоимость услуг сотовой связи, доступа к сети Интернет, культуры, дошкольного и дополнительного образования. Проблемную группу образуют рынки продуктов питания, лекарственных препаратов и нефтепродуктов. Рост цен за последние три года затронул все без исключения товары и услуги, особенно продукты питания, нефтепродукты, строительные материалы, лекарственные препараты, услуги

розничной торговли, по перевозке пассажиров наземным транспортом, общественного питания, ЖКХ, бытовые и медицинские услуги.

Анализ рынков товаров и услуг по показателям развития конкурентной среды (концентрации и динамики концентрации компаний на рынках, насыщенности и динамики насыщенности рынков по ассортиментному составу, удовлетворенности и динамики удовлетворенности потребителей качеством товаров и уровнем цен) позволяет дифференцировать их на три значимые группы: рынки с развитой конкуренцией, рынки с развивающейся конкуренцией и рынки, приоритетные с точки зрения конкуренции.

Группу рынков с развитой конкуренцией образуют следующие рынки товаров и услуг: строительных материалов, услуг дошкольного, дополнительного образования, культуры, сотовой связи и доступа к сети Интернет (табл. 1.5.1).

Таблица 1.5.1

Матрица показателей конкурентной среды на рынках с развитой конкуренцией

Товар/ услуга	Концент рация компани й	Динамик а концент рации компани й	Удовлетворе нность ассортимент ом товаров и услуг	Удовл ет- ворен- ность качест вом товар ов и услуг	Удов лет- воре н- ность уров- нем цен	Динами ка возмож ности выбора товаров и услуг	Динам ика качеств а товаро в и услуг	Динам ика уровня цен на товары и услуги
Строитель ные материалы	Высокая	Увеличе ние	Высокая	Высокая	Сред няя	Увеличе ние	Увелич ение	Увелич ение
Услуги дошкольно го образован ия	Средняя	Увеличе ние	Высокая	Высокая	Высо кая	Увеличе ние	Увелич ение	Увелич ение
Услуги дополните льного образован ия	Средняя	Увеличе ние	Средняя	Высокая	Высо кая	Увеличе ние	Увелич ение	Увелич ение
Услуги культуры	Средняя	Увеличе ние	Средняя	Высокая	Высо кая	Увеличе ние	Увелич ение	Увелич ение
Услуги сотовой связи	Средняя	Увеличе ние	Высокая	Высокая	Высо кая	Увеличе ние	Увелич ение	Увелич ение
Услуги доступа к сети Интернет	Средняя	Увеличе ние	Высокая	Высокая	Высо кая	Увеличе ние	Увелич ение	Увелич ение

В группу рынков с развивающейся конкуренцией входят рынки продуктов питания, лекарственных препаратов, нефтепродуктов, бытовых услуг, услуг розничной торговли, социального обслуживания, гостиниц, общественного питания, по перевозке пассажиров наземным транспортом и по вывозу мусора (табл. 1.5.2).

Таблица 1.5.2

**Матрица показателей конкурентной среды на рынках
с развивающейся конкуренцией**

Товар/ услуга	Концентрация компаний	Динамика концентрации компаний	Удовлетворенность ассортиментом товаров и услуг	Удовлетворенность качеством товаров и услуг	Удовлетворенность уровнем цен	Динамика возможности выбора товаров и услуг	Динамика качества товаров и услуг	Динамика уровня цен на товары и услуги
Бытовые услуги	Средняя	Увеличение	Высокая	Высокая	Средняя	Увеличение	Увеличение	Увеличение
Продукты питания	Высокая	Увеличение	Высокая	Средняя	Низкая	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Услуги розничной торговли	Средняя	Увеличение	Высокая	Средняя	Средняя	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Услуги социального обслуживания	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Увеличение	Увеличение	Увеличение
Лекарственные препараты	Высокая	Увеличение	Высокая	Средняя	Низкая	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Услуги гостиниц	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Нефтепродукты	Высокая	Увеличение	Средняя	Средняя	Низкая	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Услуги общественного питания	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Увеличение	Без изменений	Увеличение
Услуги по вывозу мусора	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Увеличение	Без изменений	Увеличение

Группа рынков, приоритетных с точки зрения развития конкуренции, представлена рынками услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, ЖКХ, детского отдыха и оздоровления, туристских, медицинских услуг (табл. 1.5.3).

Таблица 1.5.3

Матрица показателей конкурентной среды на рынках с развивающейся конкуренцией, приоритетных с точки зрения развития конкуренции

Услуга	Концентрация компаний	Динамика концентрации компаний	Удовлетворенность ассортиментом товаров и услуг	Удовлетворенность качеством товаров и услуг	Удовлетворенность уровнем цен	Динамика возможности выбора товаров и услуг	Динамика качества товаров и услуг	Динамика уровня цен на товары и услуги
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	Средняя	Без изменений	Средняя	Средняя	Средняя	Без изменений	Без изменений	Увеличение
Туристские услуги	Низкая	Увеличение	Средняя	Средняя	Низкая	Без изменений	Без изменений	Увеличение
Услуги ЖКХ	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Без изменений	Без изменений	Увеличение
Медицинские услуги	Средняя	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Без изменений	Без изменений	Увеличение
Услуги детского отдыха и оздоровления	Высокая	Увеличение	Средняя	Средняя	Средняя	Без изменений	Без изменений	Увеличение

В ходе проведенного анализа построен общий рейтинг конкурентной среды на рынках товаров и услуг, который базируется на следующих ключевых параметрах: индексах концентрации и динамики концентрации компаний и обобщенных индексах удовлетворенности и динамики удовлетворенности товарами и услугами (табл. 1.5.4, 1.5.5).

Таблица 1.5.4

Общий рейтинг конкурентной среды на рынках товаров

Рынок товаров	Индекс
Продукты питания	66,13
Строительные материалы	62,98
Лекарственные препараты	61,40
Нефтепродукты	57,43

Таблица 1.5.5

Общий рейтинг конкурентной среды на рынках услуг

Рынок услуг	Индекс
Услуги сотовой связи	69,06
Услуги доступа к сети Интернет	66,15
Услуги розничной торговли	64,86
Бытовые услуги	61,20
Услуги дошкольного образования	58,52
Услуги культуры	58,46
Услуги общественного питания	57,75
Услуги дополнительного образования	56,54
Услуги по перевозке пассажиров наземным транспортом	55,63
Услуги по вывозу мусора	55,22
Услуги социального обслуживания	53,76
Услуги ЖКХ	51,76
Услуги гостиниц	50,75
Медицинские услуги	48,84
Услуги детского отдыха и оздоровления	48,13
Туристские услуги	47,93
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями	47,93

Анализ рынков товаров и услуг позволяет сформулировать следующие рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции:

- стимулирование деятельности компаний (предприятий, организаций, фирм) по предоставлению товаров и услуг на территории муниципальных районов;
- расширение ассортимента предоставляемых товаров и услуг на территории муниципальных районов;
- сокращение издержек и минимизация затрат при производстве и транспортировке товаров и услуг;
- повышение потребительских свойств товаров и услуг, внедрение инновационных подходов к их производству и реализации;

- повышение уровня жизни и покупательской способности населения республики с целью формирования платежеспособного спроса на товары и услуги;
- содействие расширению малого и среднего предпринимательства, создание условий для его развития и защиты, поощрение предпринимательской инициативы;
- развитие и поддержка социального предпринимательства.

2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий

2.1. Удовлетворенность потребителей уровнем цен на услуги естественных монополий

Наличие естественных монополий на рынке товаров и услуг является объективным экономическим явлением. Субъекты естественных монополий основаны на подавляющем преимуществе в издержках, а производимые товары и услуги не могут быть заменены в употреблении другими товарами. Наиболее востребованные естественные монополии на территории Республики Мордовия действуют в области электроснабжения, теплоснабжения, газоснабжения, водоснабжения, водоотведения, водоочистки, почтовой и стационарной телефонной связи.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что абсолютное большинство респондентов приобретали услуги субъектов естественных монополий. Чаще всего люди пользовались услугами жилищно-коммунального комплекса: электроснабжения (97,4 %), газоснабжения (96,4 %) и водоснабжения (94,4 %). Несколько ниже доля опрошенных, которые выступали потребителями услуг теплоснабжения (87,0 %), почтовой связи (86,2 %), водоотведения (85,9 %), водоочистки (78,0 %) и стационарной телефонной связи (77,9 %) (рис. 2.1.1).



Рис. 2.1.1. Доля респондентов, приобретавших (не приобретавших) услуги естественных монополий, %

Ценовая политика субъектов естественных монополий устраивает далеко не всех респондентов, особенно это касается услуг жилищно-коммунального комплекса. Уровень удовлетворенности колеблется от 34,7 до 60,9 %. Наименьшее число позитивных оценок дается водоочистке (34,7 %), теплоснабжению (36,4 %) и электроснабжению (38,8 %). На этом фоне позитивной представляется ситуация в сфере предоставления услуг почтовой и стационарной телефонной связи, где уровень удовлетворенности составляет 60,9 и 55,6 % соответственно (рис. 2.1.2, 2.1.3).

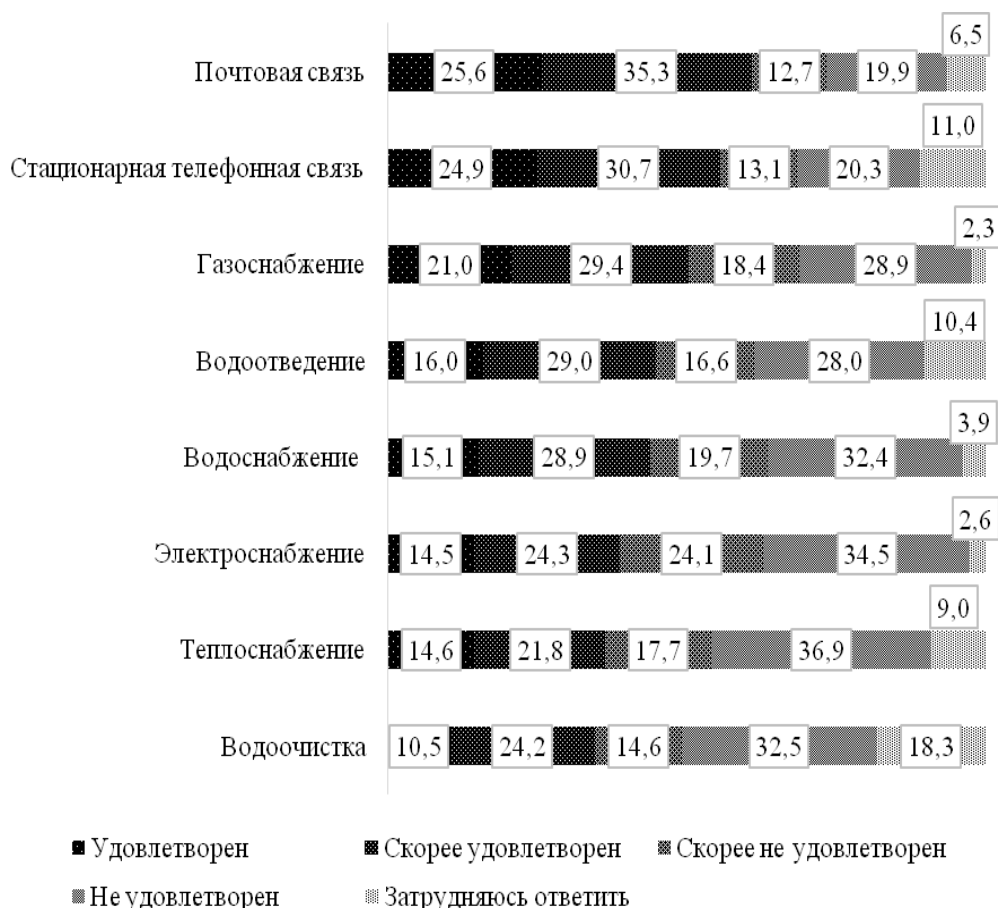


Рис. 2.1.2. Удовлетворенность респондентов уровнем цен на услуги естественных монополий, %

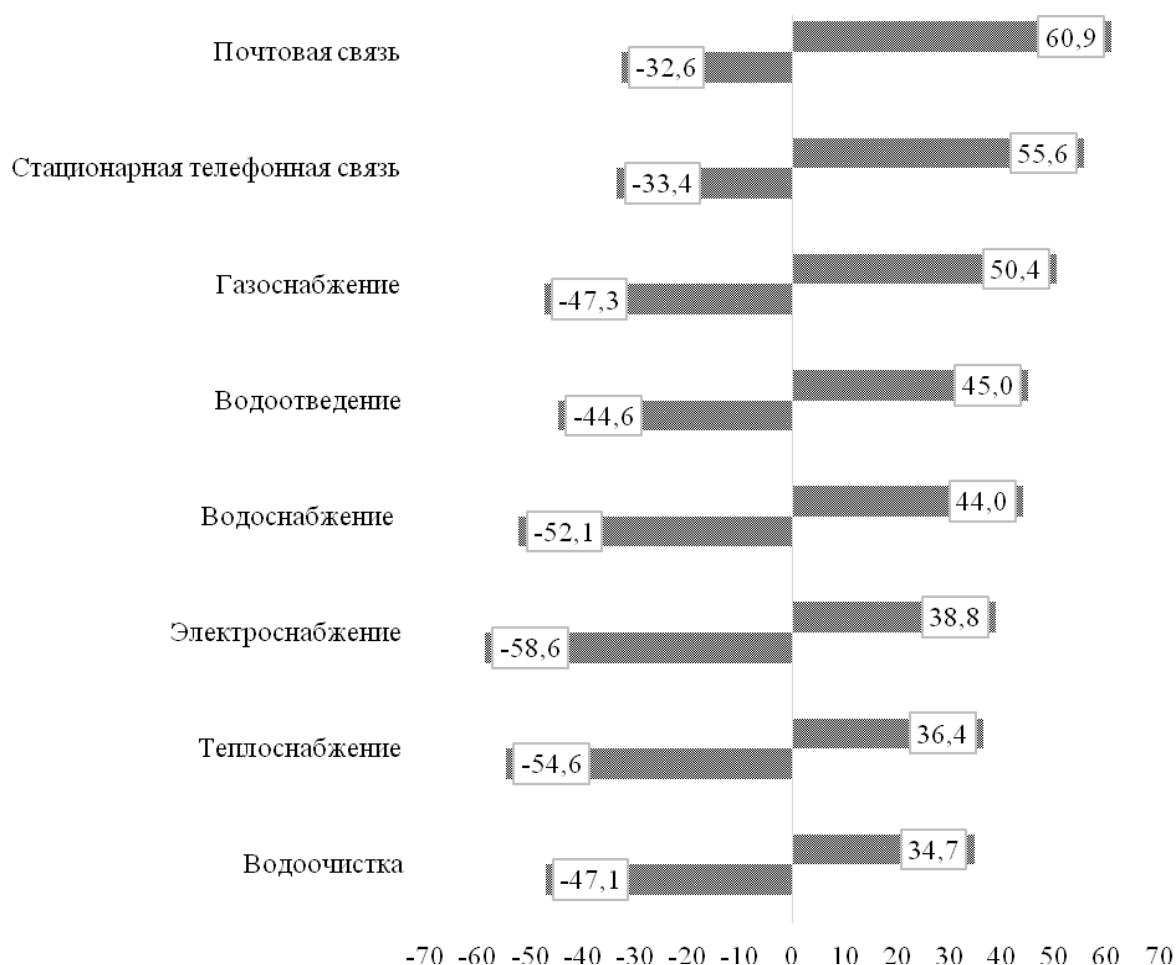


Рис. 2.1.3. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов уровнем цен на услуги естественных монополий, %

Существенные различия в оценках ценовой политики на услуги естественных монополий обнаруживаются в зависимости от места проживания респондентов. Коридор колебания их оценок в отношении электроснабжения варьируется от 10,3 до 80,7 %; теплоснабжения — от 13,6 до 89,0 %; газоснабжения — от 16,6 до 85,9 %; водоснабжения — от 15,8 до 92,0%; водоочистки — от 0,0 до 77,0 %; почтовой связи — от 38,3 до 97,7 %; стационарной телефонной связи — от 31,4 до 95,8 %.

Недовольство ценами на услуги электроснабжения чаще остальных высказывали потребители из Кадешинского (85,1 %), Кочуровского (84,5 %), Ковылкинского (71,9 %), Ардамовского (64,6 %), Рузаевского (64,5 %), Теньгушевского (64,5 %), Атюрьевского (63,9 %), Большеберезниковского (63,4 %), Старошайговского (63,1 %), Лямбирского (61,5 %), Ичалковского (60,1 %) муниципальных районов и ГО Саранск (68,3 %).

Тарифы на услуги теплоснабжения не устраивают преимущественно жителей Кадошкинского (83,3 %), Лямбирского (67,5 %), Ковылкинского (67,2 %), Чамзинского (67,1 %) и Рузаевского (65,6 %) муниципальных районов.

Негативное отношение к ценовой политике организаций, предоставляющих услуги газоснабжения, превалирует в Кочкуровском (78,3 %), Кадошкинском (75,8 %), Ельниковском (65,3 %), Большеберезниковском (60,3 %), Старошайговском (59,9 %), Чамзинском (57,5 %), Торбеевском (55,5 %), Теньгушевском (54,6 %), Темниковском (52,9 %), Рузаевском (50,0 %) муниципальных районах и ГО Саранск (44,5%).

На высокий уровень цен на услуги водоснабжения указали жители Кочкуровского (79,0 %), Кадошкинского (71,0 %), Чамзинского (66,2 %), Лямбирского (63,7 %), Ковылкинского (63,0 %), Ромодановского (57,5 %), Ичалковского (57,2 %), Большеберезниковского (53,2 %), Рузаевского (51,5%), Атюрьевского (51,0 %) муниципальных районов.

Отрицательные оценки относительно тарифов на услуги водоотведения дали опрошенные в Чамзинском (66,2 %), Кадошкинском (65,1 %), Ромодановском (60,6 %), Ичалковском (59,1 %), Ковылкинском (52,4 %), Лямбирском (51,9 %), Zubово-Полянском (51,0 %), Ардатовском (50,8 %) муниципальных районах и ГО Саранск (52,3 %).

Ценовая политика услуг водоочистки не устраивает респондентов из Кадошкинского (69,8 %), Ичалковского (66,5 %), Чамзинского (63,5 %), Кочкуровского (59,0 %), Ардатовского (57,5 %), Старошайговского (55,7 %), Большеберезниковского (52,1 %), Ромодановского (50,6 %) муниципальных районов и ГО Саранск (53,9 %).

Неудовлетворенность уровнем цен на услуги почтовой связи выражена в Лямбирском (56,4 %), Большеберезниковском (50,1 %), Теньгушевском (48,0 %), Кочкуровском (46,1 %), Атяшевском (36,9 %), Кадошкинском (34,3 %), Старошайговском (34,3 %), Торбеевском (32,4 %), Ковылкинском (31,8 %), Темниковском (31,1 %), Zubово-Полянском (30,9 %) муниципальных районах и ГО Саранск (43,1 %).

Пиковые негативные оценки уровня цен на услуги стационарной телефонной связи зафиксированы в Старошайговском (58,0 %), Лямбирском (50,0 %), Ичалковском (47,6 %), Торбеевском (46,7 %), Ковылкинском (43,5 %), Теньгушевском (43,3 %), Атюрьевском (41,6 %), Zubово-Полянском (39,1 %), Ельниковском (37,6 %), Кочкуровском (36,2 %), Атяшевском

(32,5 %), Темниковском (32,0 %) муниципальных районах и ГО Саранск (41,6 %).

В зависимости от социального статуса респондентов разброс оценок не является существенным.

Расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности потребителей уровнем цен на услуги организаций — субъектов естественных монополий — позволяет ранжировать рассматриваемые виды услуг (табл. 2.1.1).

Таблица 2.1.1

**Индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен
на услуги естественных монополий**

Услуга	Индекс	Ранг
Почтовая связь	58,53	1
Стационарная телефонная связь	56,73	2
Газоснабжение	48,76	3
Водоотведение	47,09	4
Водоснабжение	43,62	5
Водоочистка	41,41	6
Электроснабжение	40,06	7
Теплоснабжение	39,90	8

Таким образом, наиболее высокий уровень удовлетворенности характерен для рынков почтовой связи и стационарной телефонной связи. Наиболее проблемными выступают услуги жилищно-коммунального комплекса.

2.2. Удовлетворенность потребителей качеством услуг естественных монополий

Удовлетворенность потребителей качеством услуг естественных монополий ощутимо выше, чем уровнем цен. В данном случае рассматриваемый показатель колеблется в диапазоне от 39,8 до 78,8 %. Намного хуже других респонденты оценивают качество услуг водоочистки (39,8 %). По другим естественным монополиям наблюдается высокий уровень удовлетворенности — для газоснабжения он составляет 78,8 %; электроснабжения — 72,7 %; стационарной телефонной связи — 70,0 %; почтовой связи — 67,9 %; теплоснабжения — 62,2 %; водоотведения — 60,8 %; водоснабжения — 56,3 % (рис. 2.2.1, 2.2.2).

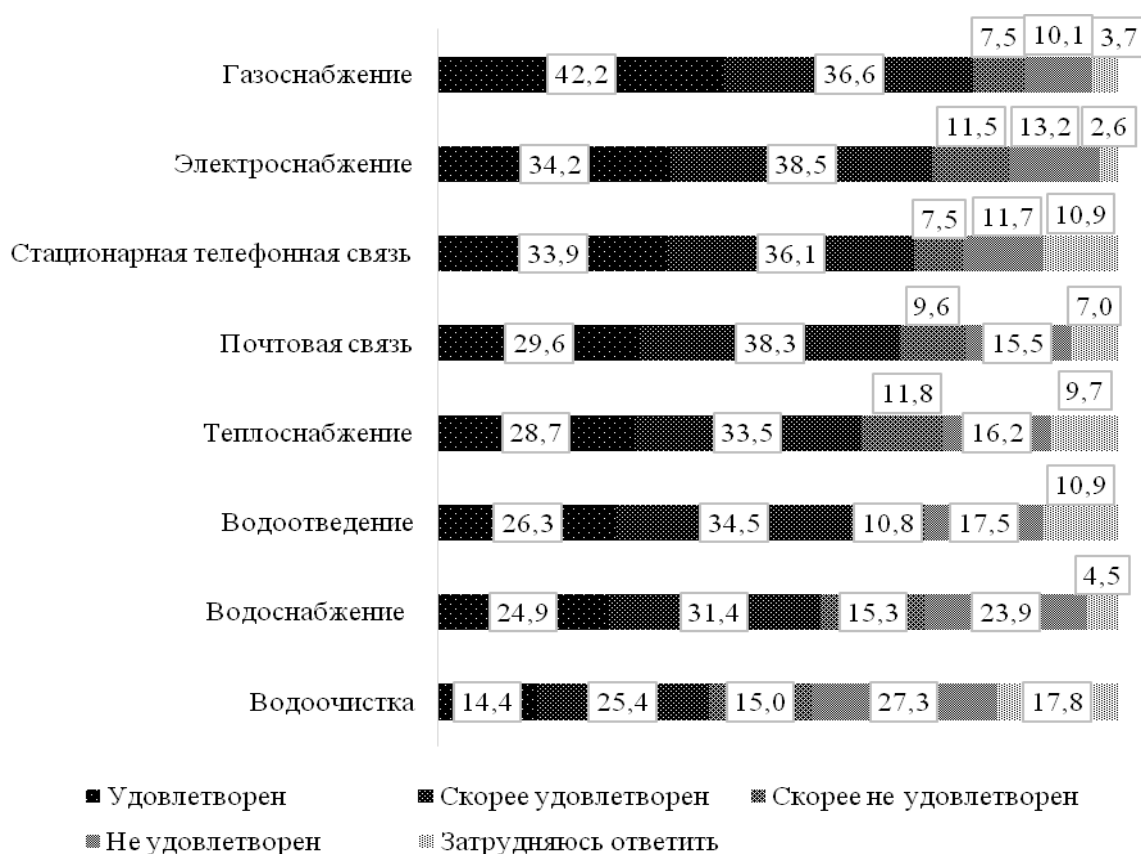


Рис. 2.2.1. Удовлетворенность респондентов качеством услуг естественных монополий, %

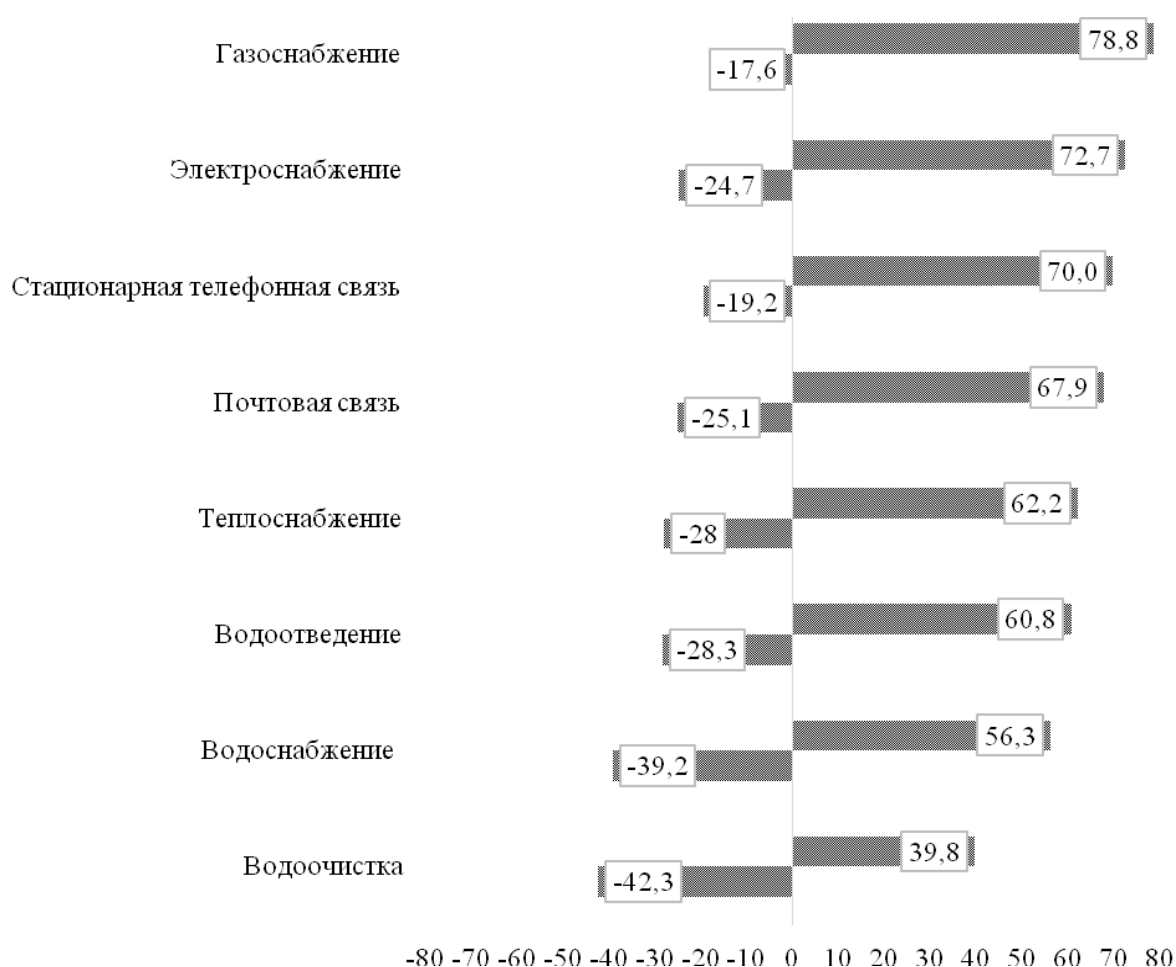


Рис. 2.1.3. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов качеством услуг естественных монополий, %

Удовлетворенность качеством предоставляемых услуг естественных монополий также существенно зависит от места проживания потребителей. По отношению к услугам электроснабжения оценки варьируются от 44,0 до 100,0 %; теплоснабжения — от 42,2 до 95,3 %; газоснабжения — от 59,3 до 100,0 %; водоснабжения — от 27,0 до 97,4 %; водоотведения — от 24,6 до 94,9 %; водоочистки — от 6,0 до 77,7 %; почтовой связи — от 50,9 до 97,7 %; стационарной телефонной связи — от 50,9 до 100,0 %.

Недовольство качеством предоставляемых услуг электроснабжения чаще остальных выражают жители Кадошкинского (52,8 %), Лямбирского (45,8 %), Ромодановского (44,3 %), Кочкуровского (37,4 %), Большеберезниковского (35,0 %), Зубово-Полянского (32,6 %), Ковылкинского (32,2 %), Темниковского (32,0 %), Чамзинского (31,9 %), Ичалковского (31,5 %) муниципальных районов.

Высокие показатели неудовлетворенности качеством услуг теплоснабжения фиксируются на территориях Лямбирского (57,8 %), Чамзинского (40,7 %), Zubово-Полянского (38,1 %), Ковылкинского (35,3 %) муниципальных районов и ГО Саранск (42,3 %).

Негативные оценки в адрес качества газоснабжения высказывает преимущественно население Кадошкинского (39,6 %), Большеберезниковского (31,7 %), Чамзинского (30,2 %), Zubово-Полянского (25,9 %), Ковылкинского (23,3 %), Темниковского (23,3 %), Ичалковского (22,6 %), Торбеевского (20,2 %) муниципальных районов и ГО Саранск (20,8 %).

Отрицательные суждения по отношению к качеству услуг водоснабжения преобладают в Ромодановском (67,2 %), Ичалковском (62,3 %), Чамзинском (58,2 %), Ковылкинском (55,6 %), Кочкуровском (53,2 %), Лямбирском (52,0 %), Кадошкинском (43,1 %), Zubово-Полянском (36,8 %), Большеберезниковском (35,0 %), Ардатовском (34,8 %), Атюрьевском (32,6 %) муниципальных районах и ГО Саранск (52,8 %).

Качество услуг водоотведения чаще не устраивает респондентов из Ромодановского (61,7 %), Ичалковского (54,1 %), Чамзинского (53,6 %), Zubово-Полянского (42,0 %), Кадошкинского (37,6 %), Торбеевского (36,6 %), Лямбирского (36,4 %), Ардатовского (32,4 %), Ковылкинского (32,2 %), Кочкуровского (29,2 %), Атяшевского (28,9 %), Атюрьевского (27,2 %), Дубенского (26,5 %) муниципальных районов и ГО Саранск (32,9 %).

На проблемы качества водоочистки указывали жители Лямбирского (63,8 %), Ичалковского (63,0 %), Чамзинского (61,6 %), Ромодановского (60,0 %), Ковылкинского (57,9 %), Кочкуровского (53,0 %), Кадошкинского (45,3 %), Дубенского (44,6 %), Ардатовского (44,3 %), Zubово-Полянского (43,4 %), Торбеевского (43,4 %), Атяшевского (41,7 %), Большеберезниковского (40,8 %), Рузаевского (34,1 %), Атюрьевского (30,5 %) муниципальных районов и ГО Саранск (52,0 %).

Качество почтовой связи подвергается критике преимущественно в Большеберезниковском (46,2 %), Лямбирском (43,7 %), Чамзинском (41,9 %), Ковылкинском (35,1 %), Zubово-Полянском (27,0 %), Кадошкинском (25,7 %), Кочкуровском (23,9 %) муниципальных районах и ГО Саранск (37,2 %).

К качеству стационарной телефонной связи имеют претензии потребители из Чамзинского (38,3 %), Лямбирского (32,6 %), Zubово-Полянского (31,2 %), Старошайговского (30,2 %), Большеберезниковского

(28,5 %), Торбеевского (28,4 %), Атюрьевского (26,5 %), Темниковского (24,0 %), Атяшевского (22,3 %), Ичалковского (22,2 %), Кочкуровского (21,3 %) муниципальных районов и ГО Саранск (21,7 %).

Социальный статус респондентов в существенно меньшей степени влияет на разброс мнений.

На основании полученных оценок произведен расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности потребителей качеством услуг организаций — субъектов естественных монополий, который позволяет ранжировать рассматриваемые виды услуг (табл. 2.2.1).

Таблица 2.2.1

**Индексы удовлетворенности потребителей качеством услуг
естественных монополий**

Услуга	Индекс	Ранг
Газоснабжение	73,33	1
Стационарная телефонная связь	68,24	2
Электроснабжение	67,27	3
Почтовая связь	64,23	4
Теплоснабжение	61,69	5
Водоотведение	60,35	6
Водоснабжение	54,51	7
Водоочистка	46,13	8

Качество услуг естественных монополий наиболее высоко оценивается в области газоснабжения. Явным аутсайдером являются организации, предоставляющие услуги по водоочистке.

2.3. Выводы и рекомендации

Выделенные ранги в зависимости от значений индексов удовлетворенности потребителей ценой и качеством услуг естественных монополий позволяют сопоставить их позиции и осуществить их дифференциацию по следующим основаниям:

— услуги с невысокой удовлетворенностью как уровнем цен, так и качеством предоставления: теплоснабжение, водоснабжение, водоотведение, водоочистка;

— услуги с приемлемым уровнем качества, но сравнительно чувствительным для потребителя уровнем цен: электроснабжение, газоснабжение;

— услуги с приемлемым уровнем цен при низкой оценке качества их предоставления: почтовая связь;

— услуги со сравнительно высокой оценкой цены и качества предоставления: стационарная телефонная связь (табл. 2.3.1).

Таблица 2.3.1

Рейтинг услуг по значениям удовлетворенности уровнем цен и качеством услуг

Услуга	Ранг по удовлетворенности уровнем цен	Ранг по удовлетворенности качеством	Изменение позиции
Почтовая связь	1	4	+3
Водоотведение	4	6	+2
Водоснабжение	5	7	+2
Водоочистка	6	8	+2
Стационарная телефонная связь	2	2	0
Газоснабжение	3	1	-2
Теплоснабжение	8	5	-3
Электроснабжение	7	3	-4

Таким образом, наиболее проблемными по уровню цен и качеству предоставления являются услуги естественных монополий жилищно-коммунального комплекса, такие как теплоснабжение, водоснабжение, водоотведение и водоочистка.

Достаточно высоко респонденты оценивали сферу стационарной телефонной связи. Услуги почтовой связи, характеризуемые доступным уровнем цен, нуждаются в повышении качества их предоставления.

Проведенный анализ уровня цен и качества услуг естественных монополий позволяет сформулировать следующие рекомендации:

— повышение эффективности контроля тарифной политики субъектов естественных монополий;

— повышение качества предоставляемых субъектами естественных монополий услуг, особенно в жилищно-коммунальном комплексе;

— усиление общественного контроля за деятельностью субъектов естественных монополий в области ценовой политики и качества предоставления услуг;

— улучшение качества предоставляемых услуг почтовой связи, в первую очередь на территории муниципальных районов Республики Мордовия.

3. Покупательский спрос на продукцию, произведенную в Республике Мордовия, и динамика потребления товаров населением (по основным критичным для республики товарам)

3.1. Динамика покупательского спроса и потребления товаров

Уровень покупательского спроса населения по видам продукции местных товаропроизводителей дифференцируется незначительно. В течение последнего года все рассматриваемые продовольственные товары были востребованы абсолютным большинством потребителей (рис. 3.1.1).



Рис. 3.1.1. Доля респондентов, приобретавших произведенные в Республике Мордовия товары за последний год, %

Максимальный уровень спроса фиксируется на хлеб и хлебобулочную продукцию (99,7 %), сыры (97,7 %), сахар (97,5 %), сливочное масло (97,4 %), колбасные изделия (97,2 %), кондитерскую продукцию (97,1 %), мясо птицы (96,1 %), молоко (95,9 %), макаронные изделия (95,6 %), свежие овощи (95,2 %), яйца (95,0 %), масло растительное (92,5 %), муку (91,0 %).

Сравнительно меньшим (ниже 90,0 %) спросом пользуются консервированная и плодоовощная продукция (89,2 %), свинина (87,1 %), алкогольная продукция и пиво (86,8 %), говядина (86,4 %).

В зависимости от социального статуса и места проживания респондента изменения показателя спроса на продовольственные товары не являются существенными.

Из числа непродовольственных товаров, производимых на территории Республики Мордовия, опрошенные чаще приобретали лампы (73,7 %). Более половины респондентов покупали цемент (66,0 %), сухие строительные смеси (62,7 %), гипсокартон (59,6 %).

Примерно пятая часть работающих респондентов не приобретала непродовольственные товары. Среди муниципальных образований отмечается сравнительно меньшее количество респондентов ГО Саранск из числа приобретавших лампы (89,9 %), сухие строительные смеси (86,8 %), цемент (86,7 %), гипсокартон (84,8 %). Данные факторы отрицательно повлияли на показатель уровня спроса в целом по указанным товарным группам.

В динамике потребительского спроса, по мнению большей части опрошенных (от 20,1 до 51,8 %), за последний год преобладает отсутствие изменений в уровне потребления (рис. 3.1.2).

Стабильным спросом пользуются хлеб и хлебобулочная продукция (51,8 %), макаронные изделия (50,3 %), масло растительное (48,6 %), сахар (47,5 %), мука (47,2 %). Из непродовольственных товаров подобная ситуация наиболее характерна для ламп (33,5 %).

Отсутствие изменений покупательского спроса также преобладает на рынках масла сливочного, молока, яиц, консервированной плодоовощной продукции, алкогольной продукции и пива, из непродовольственных товаров — на рынках цемента, сухих строительных смесей, гипсокартона.

В зависимости от социального статуса респондентов значительной дифференциации оценок не зафиксировано. Безработные несколько реже заявляли об отсутствии изменений потребления свинины, мяса птицы, сыров, масла растительного, кондитерской продукции, консервированной

плодоовощной продукции, из непродовольственных товаров — ламп; чаще — свежих овощей, алкогольной продукции и пива. По сравнению с другими социальными категориями учащиеся/студенты меньше выбирали альтернативу «ничего не изменилось» при оценке своего спроса на алкогольную продукцию и пиво, из непродовольственных товаров — на лампы.

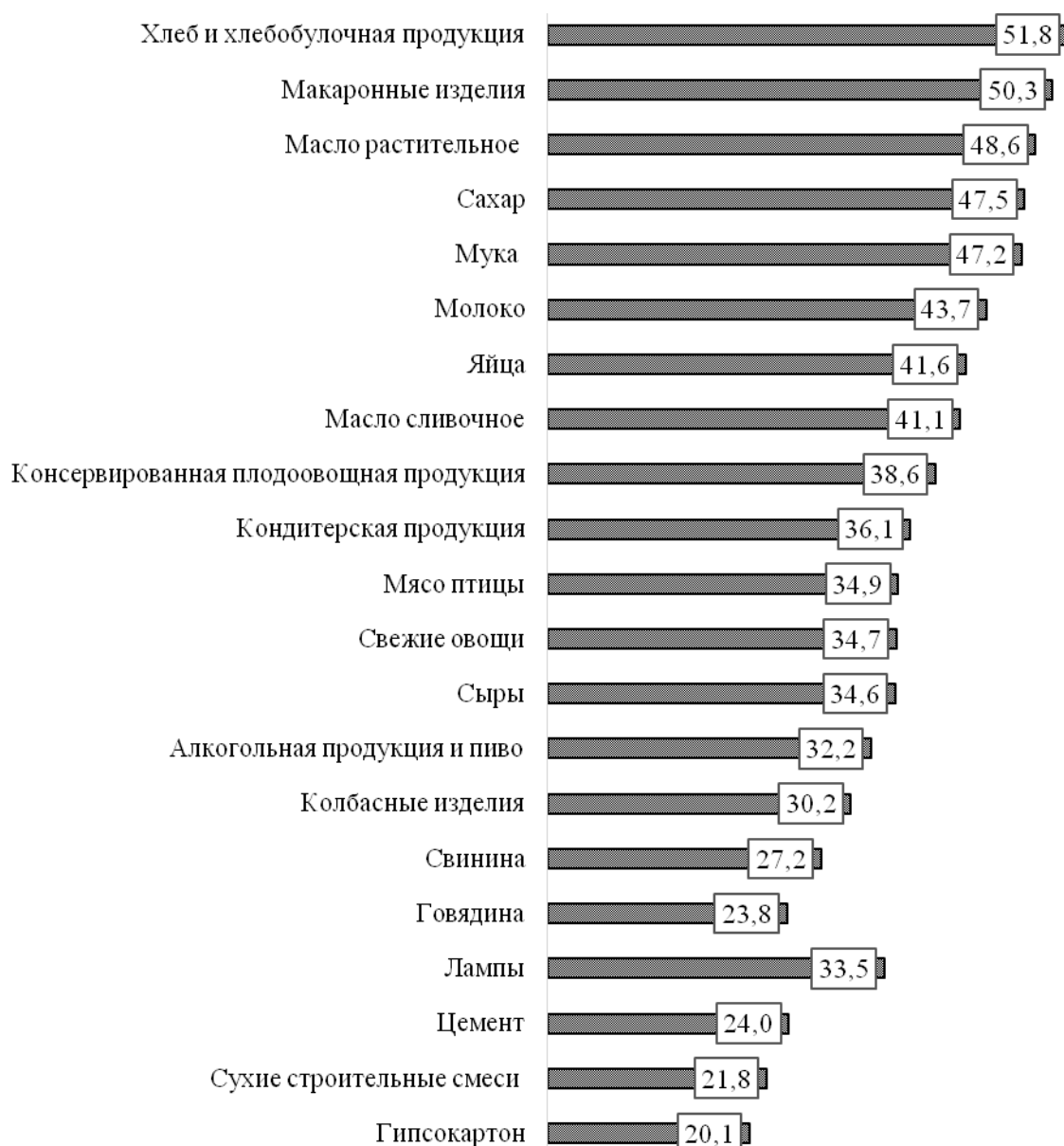


Рис. 3.1.2. Доля респондентов, указавших на отсутствие изменений покупательского спроса за последний год, %

Наибольшую стабильность потребления хлеба и хлебобулочной продукции отмечали респонденты Большеигнатовского (80,6 %), Краснослободского (69,8 %), Ромодановского (68,0 %), Чамзинского (64,3

%), Инсарского (64,0 %), Кочкуровского (61,3 %), Теньгушевского (61,0 %), Ичалковского (60,4 %) муниципальных районов, наименьшую — Старошайговского (16,1 %) и Лямбирского (17,2 %) муниципальных районов.

Чаще других указывали на отсутствие изменений на рынке макаронных изделий опрошенные в Большеигнатовском (72,8 %), Инсарском (72,7 %), Ковылкинском (72,0 %), Кадошкинском (65,1 %), Ичалковском (62,2 %), Кочкуровском (61,3 %) муниципальных районах; реже — в Старошайговском (15,2 %) и Лямбирском (17,5 %) муниципальных районах.

Отсутствие изменений покупательского спроса на масло растительное преимущественно зафиксировано в Ичалковском (77,3 % ответивших), Кадошкинском (71,4 %), Инсарском (62,8 %), Ромодановском (64,8 %) и Теньгушевском (61,8 %) муниципальных районах. Наименьшие значения показателя наблюдаются в Старошайговском (6,2 %), Лямбирском (22,3 %) и Zubovo-Полянском (29,2 %) муниципальных районах.

Стабильный спрос на сахар в большей степени выражен в Большеигнатовском (82,3 %), Кадошкинском (65,8 %), Ромодановском (65,3 %), Инсарском (63,8 %), Кочкуровском (63,5 %), Ичалковском (62,3 %) муниципальных районах; в меньшей степени — в Старошайговском (6,2 %), Zubovo-Полянском (13,5 %), Лямбирском (22,3 %) и Дубенском (26,3 %) муниципальных районах.

Сравнительно большее количество опрошенных, выбравших альтернативу «ничего не изменилось» относительно рынка муки, проживают в Инсарском (70,0 %), Теньгушевском (67,8 %), Ромодановском (67,1 %), Кочкуровском (64,2 %), Кадошкинском (62,1 %) муниципальных районах; сравнительно меньшее — в Старошайговском (12,7 %), Лямбирском (19,7 %), Дубенском (29,8 %) муниципальных районах.

Потребители ламп гораздо чаще констатировали неизменность спроса в Краснослободском (68,1 %), Ромодановском (62,2 %), Инсарском (58,9 %), Кочкуровском (52,4 %), Большеигнатовском (51,0 %) муниципальных районах; сравнительно меньше — в Старошайговском (1,9 %), Торбеевском (16,2 %), Темниковском (18,4 %), Лямбирском (18,5 %), Ичалковском (19,3 %), Атяшевском (22,9 %), Ардатовском (24,8 %) муниципальных районах.

Наряду с преобладающей тенденцией к отсутствию изменений потребительского спроса значительная часть опрошенных отмечала увеличение уровня своего потребления (доля респондентов, указавших на возросший спрос, варьируется по каждому из рассматриваемых товаров в диапазоне от 18,8 до 45,4 %) (рис. 3.1.3).



Рис. 3.1.3. Доля респондентов, указавших на увеличение покупательского спроса за последний год, %

Подобная ситуация наиболее характерна для мяса птицы (45,4 %), свежих овощей (39,7 %), молока (39,5 %), яиц (39,2 %), сыров (39,0 %), из непродовольственных товаров — ламп (23,7 %). Также за последний год увеличение спроса на товары, произведенные в Республике Мордовия, является ведущей тенденцией на товарных рынках говядины, свинины, колбасных изделий, кондитерской продукции.

В зависимости от социального статуса респондентов изменения показателя увеличения спроса на продовольственные и непродовольственные товары минимальны, превышения допустимой погрешности измерения незначительны. Учащиеся/студенты несколько чаще говорили о повышении востребованности колбасных изделий, кондитерской продукции, свежих овощей; показатель ниже среднего фиксируется по данной социальной группе на рынке макаронных изделий, из непродовольственных товаров —

на рынках сухих строительных смесей, гипсокартона, ламп. Безработные гораздо реже заявляли об увеличении спроса на макаронные изделия, пенсионеры — на алкогольную продукцию и пиво.

Тенденция увеличения потребления мяса птицы наиболее выражена в Лямбирском (69,8 %), Ардатовском (67,5 %), Атяшевском (65,3 %), Краснослободском (60,9 %) муниципальных районах; наименее обозначена она в Большеигнатовском (13,5 %), Чамзинском (19,0 %), Теньгушевском (21,6 %), Инсарском (23,5 %), Ичалковском (24,4 %), Кочкуровском (25,4 %) муниципальных районах.

Максимальный рост спроса на свежие овощи фиксируется в Старошайговском (76,4 %) и Краснослободском (64,1 %) муниципальных районах; минимальный рост — в Теньгушевском (5,9 %), Чамзинском (12,1 %), Большеигнатовском (17,7 %), Инсарском (21,3 %), Кочкуровском (23,5 %) муниципальных районах.

Сравнительно большие значения показателя на рынке молока выявлены в Лямбирском (69,8 %), Ардатовском (66,9 %), Старошайговском (63,2 %), Темниковском (62,1 %) муниципальных районах; меньшие — в Большеигнатовском (10,1 %), Теньгушевском (19,7 %), Инсарском (20,8 %), Чамзинском (25,9 %), Ичалковском (28,8 %) муниципальных районах.

Об увеличении спроса на яйца чаще сообщали респонденты в Старошайговском (67,7 %), Ардатовском (66,1 %), Лямбирском (65,5 %) муниципальных районах; реже — в Теньгушевском (15,7 %), Большеигнатовском (17,7 %), Ичалковском (19,8 %), Кадошкинском (25,9 %), Чамзинском (26,7 %) муниципальных районах.

Возрастающий интерес населения к приобретению сыров в большей степени выражали жители Старошайговского (63,9 %), Темниковского (59,3 %), Атюрьевского (56,3 %), Ардатовского (55,8 %), Краснослободского (55,6 %), Лямбирского (50,0 %) муниципальных районов; в меньшей степени — Чамзинского (6,8 %), Теньгушевского (11,1 %), Большеигнатовского (19,4 %), Ичалковского (19,5 %), Кочкуровского (26,1 %) муниципальных районов.

Увеличение потребности в лампах преимущественно сформулировано населением Темниковского (51,1 %), Лямбирского (50,3 %), Атяшевского (43,1 %) муниципальных районов; слабо просматривается в Кадошкинском (6,3 %), Чамзинском (7,1 %), Кочкуровском (8,8 %), Ромодановском (10,7 %), Теньгушевском (11,5 %), Краснослободском (12,1 %), Инсарском (12,6 %) муниципальных районах; не обозначено в Большеигнатовском (0,0 %) муниципальном районе.

Противоположная тенденция в динамике спроса на товары, а именно снижение, наименее выражена. Вместе с тем выделяется ряд товарных рынков, где она сравнительно отчетлива. К ним, в частности, относятся товары, сокращение спроса на которые отметил практически каждый четвертый респондент; среди них колбасные изделия (29,7 %), свинина (24,8 %), кондитерская продукция (24,5 %) и сыры (23,4 %) (рис. 3.1.4).

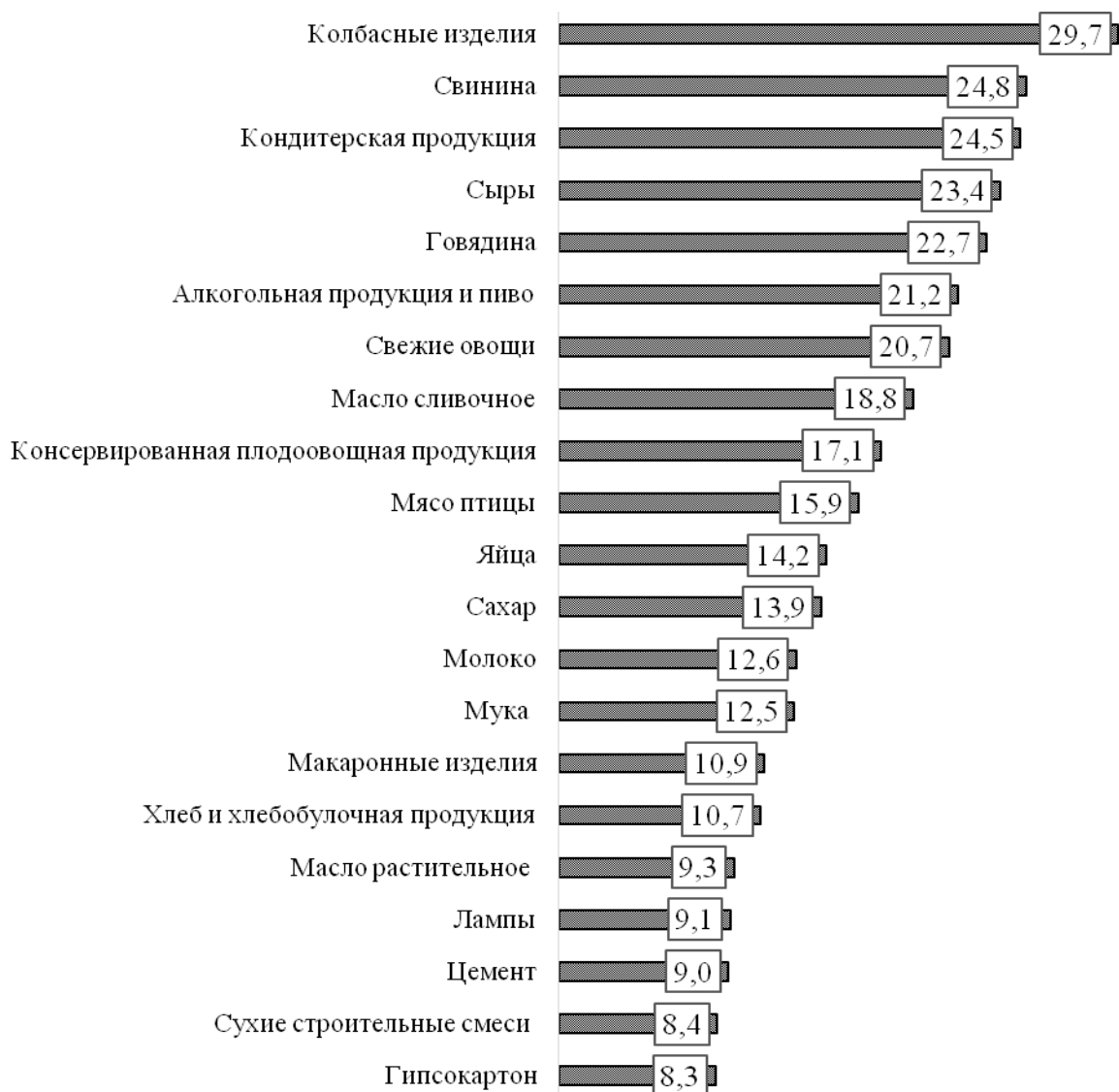


Рис. 3.1.4. Доля респондентов, указавших на снижение покупательского спроса за последний год, %

В зависимости от социального статуса респондентов дифференциация оценок незначительная. Однако для учащихся/студентов характерно менее выраженное по сравнению с другими социальными группами снижение спроса на ряд продовольственных товарных групп (говядину, мясо птицы, колбасные изделия, сыры, сахар, масло растительное, алкогольную

продукцию и пиво), а также на все изучаемые виды непродовольственных товаров. Безработные реже указывали на снижение спроса на молоко, яйца, муку, свежие овощи; чаще — на сыр и кондитерскую продукцию. Об уменьшении востребованности мяса птицы преимущественно заявляли пенсионеры.

Наибольшее количество оценок жителей, свидетельствующих о снижении спроса на колбасные изделия, зафиксировано в Теньгушевском (62,9 %), Лямбирском (52,1 %), Чамзинском (49,5 %), Zubово-Полянском (40,0 %) муниципальных районах; наименьшее — в Краснослободском (2,6 %), Большеигнатовском (3,4 %), Рузаевском (14,4 %), Ардатовском (18,2 %) муниципальных районах.

Респонденты чаще сообщали о сокращении востребованности свинины в Теньгушевском (55,9 %), Zubово-Полянском (48,7 %), Чамзинском (44,9 %), Кочкуровском (36,5 %), Ичалковском (33,0 %) муниципальных районах; реже — в Большеигнатовском (1,7 %), Дубенском (2,0 %), Атяшевском (2,9 %), Краснослободском (7,9 %), Атюрьевском (8,8 %), Ковылкинском (15,7 %), Старошайговском (16,8 %), Рузаевском (17,0 %) муниципальных районах.

Существенно выше показатель по рынку кондитерской продукции в Теньгушевском муниципальном районе (70,4 %); сравнительно высокие значения отмечаются также в Ромодановском (38,7 %), Чамзинском (34,8 %), Лямбирском (34,7 %) муниципальных районах; более низкие — в Большеигнатовском (3,4 %), Краснослободском (6,0 %), Атюрьевском (8,8 %), Дубенском (10,5 %), Рузаевском (12,6 %), Старошайговском (13,0 %) муниципальных районах.

На снижение спроса на рынке сыров преимущественно указывали опрошенные в Чамзинском (47,8 %), Ельниковском (39,6 %), Zubово-Полянском (38,0 %), Теньгушевском (37,2 %), Лямбирском (36,7 %) муниципальных районах; слабо выражена данная позиция в Большеигнатовском (1,7 %), Краснослободском (6,0 %), Атюрьевском (11,9 %), Дубенском (13,0 %) муниципальных районах.

Среди муниципальных образований лидером по ответам респондентов, указавших на снижение спроса на кондитерскую продукцию, колбасные изделия и свинину, является Теньгушевский муниципальный район. Такая ситуация может быть связана со снижением покупательной способности населения указанного района.

Расчет агрегированного показателя (индекса динамики потребительского спроса) позволяет ранжировать рассматриваемые товары, а также дифференцировать их на следующие группы:

- товары с тенденцией к увеличению потребительского спроса;
- товары со стабильным спросом (табл. 3.1.1).

Таблица 3.1.1

**Индексы потребительского спроса на продовольственные товары,
произведенные в Республике Мордовия**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Увеличение потребления	Мясо птицы	65,34
	Масло растительное	64,37
	Молоко	64,05
	Яйца	63,18
	Хлеб и хлебобулочная продукция	63,06
	Макаронные изделия	62,44
	Сахар	61,80
	Мука	61,23
Стабильное потребление	Свежие овощи	59,98
	Масло сливочное	59,61
	Сыры	58,05
	Консервированная плодоовощная продукция	57,16
	Кондитерская продукция	56,48
	Говядина	55,83
	Свинина	54,50
	Алкогольная продукция и пиво	54,41
	Колбасные изделия	53,72

Большинство анализируемых продовольственных товаров (свежие овощи, масло сливочное, сыры, консервированная плодоовощная продукция, кондитерская продукция, говядина, свинина, алкогольная продукция и пиво, колбасные изделия) пользуются стабильным спросом у потребителей.

Сравнительно более высокие значения индексов по таким позициям, как «мясо птицы», «масло растительное», «молоко», «яйца», «хлеб и хлебобулочная продукция», «макаронные изделия», «сахар», «мука», позволяют отнести их к группе товаров с тенденцией к увеличению потребления.

Значения индексов потребительского спроса на непродовольственные товары позволяют отнести все рассматриваемые товары к группе с тенденцией к увеличению спроса (табл. 3.1.2).

Товары с потенциальным риском сокращения потребительского спроса не установлены.

Таблица 3.1.2

**Индексы потребительского спроса на непродовольственные товары,
произведенные в Республике Мордовия**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Увеличение потребления	Гипсокартон	61,06
	Лампы	60,98
	Сухие строительные смеси	60,62
	Цемент	60,27

Таким образом, анализ покупательского спроса показал, что продовольственные и непродовольственные товары, произведенные в Республике Мордовия, востребованы населением. Динамика их потребления за последний год является положительной.

Тенденция снижения спроса на отдельные виды товаров наиболее выражена в таких муниципальных районах, как Zubovo-Polyanskiy, Lyambirskiy, Tnygushevskiy, Chamzinskiy и др. В ГО Саранск уровень потребительского спроса на продовольственные и непродовольственные товары существенно не изменился.

3.2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством товаров

Удовлетворенность потребителей уровнем цен дифференцируется по товарным группам следующим образом. Сравнительно высокий уровень показателя отмечен на рынках хлеба и хлебобулочной продукции (57,7 %), макаронных изделий (56,5 %), консервированной плодоовощной продукции (54,0 %), муки (51,8 %), мяса птицы (50,7 %); несколько меньшую долю опрошенных устраивает стоимость говядины (30,3 %), свинины (36,4 %), колбасных изделий (36,6 %), сыров (38,5 %) (рис. 3.2.1, рис. 3.2.2).

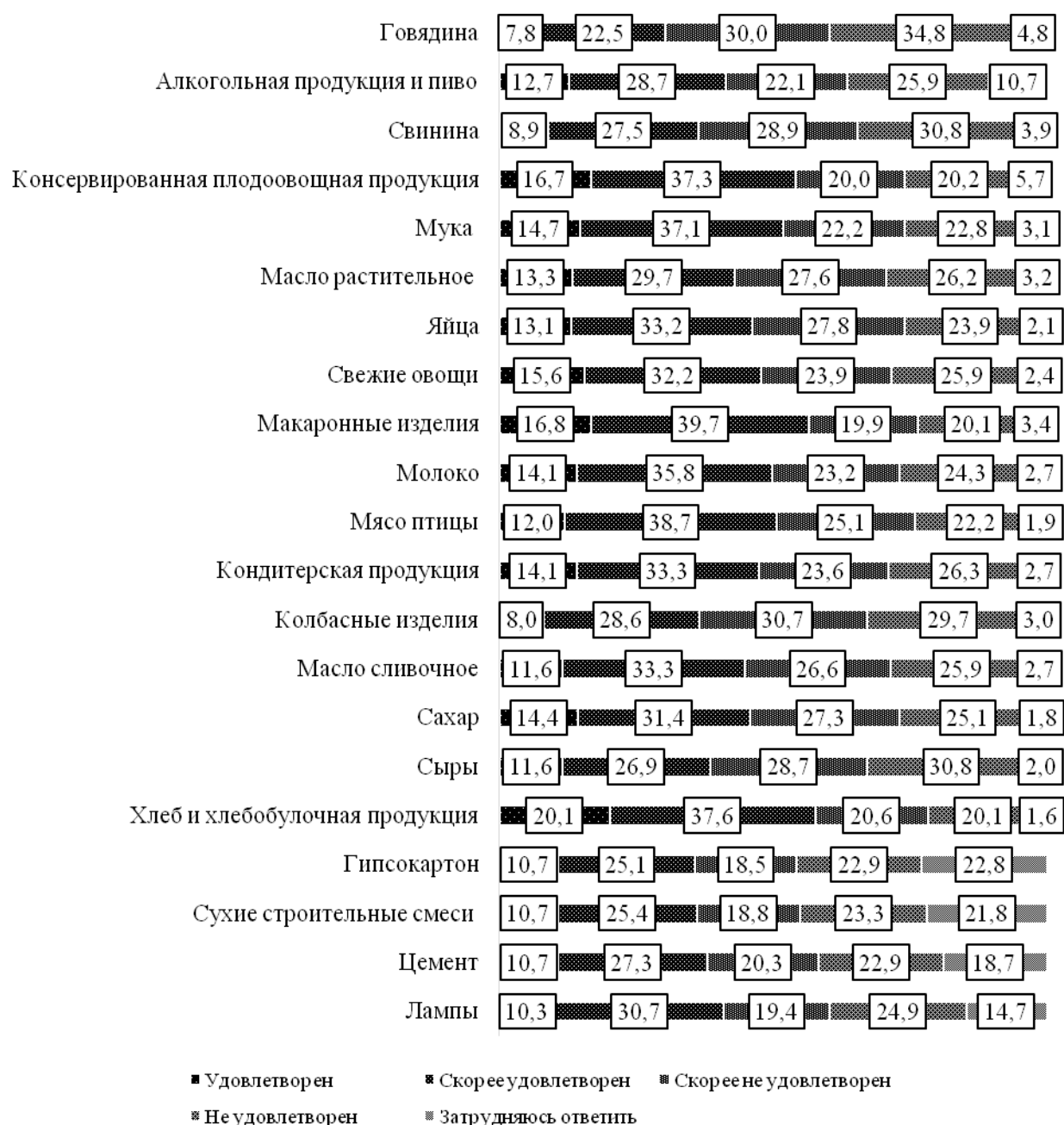


Рис. 3.2.1. Удовлетворенность потребителей уровнем цен, %

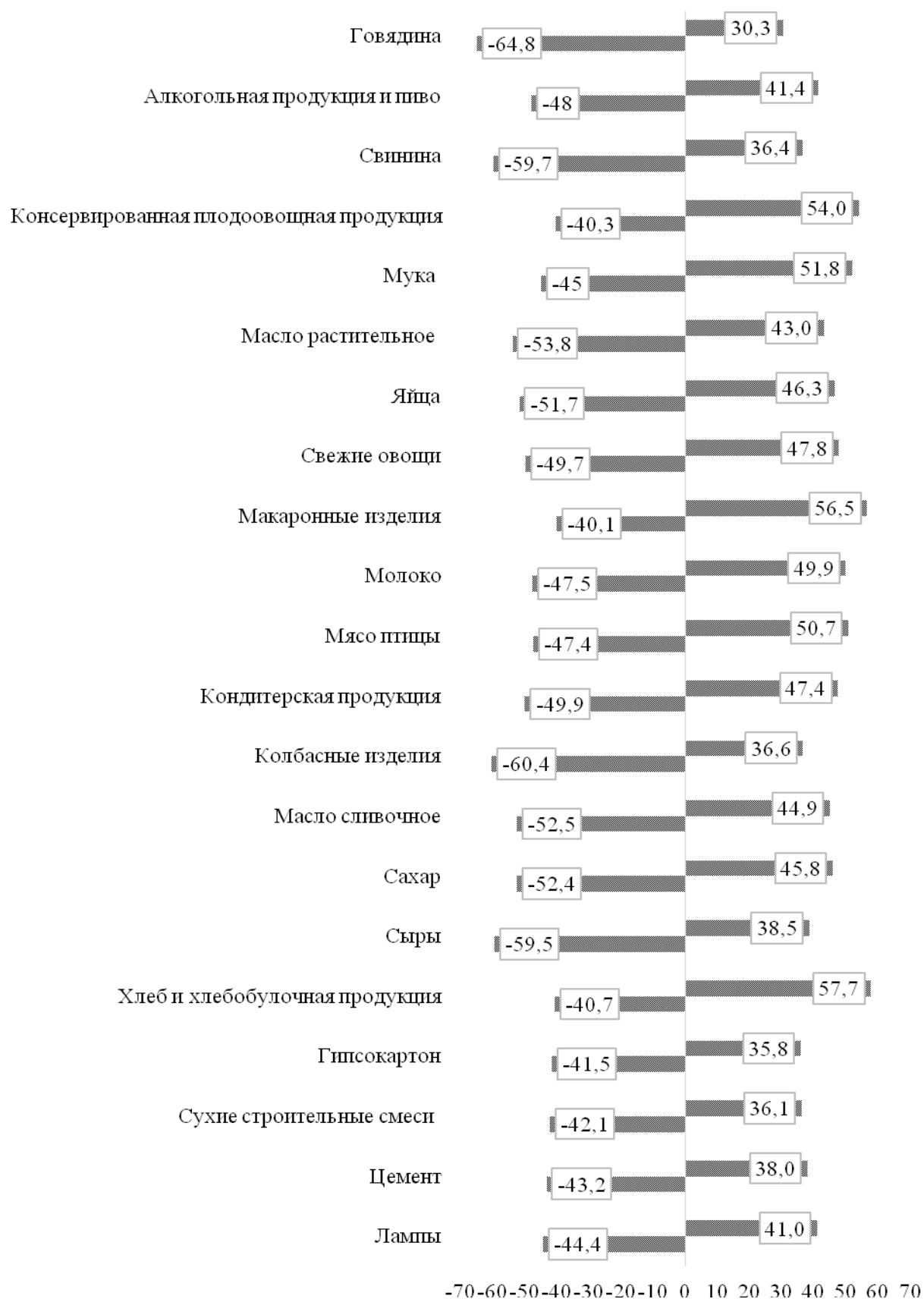


Рис. 3.2.2. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности потребителей уровнем цен, %

Положительные оценки ценовых значений товаров, относящихся к группе непродуктивных, варьируются в диапазоне от 41,0 (лампы) до 35,8 % (гипсокартон).

Высокая удовлетворенность уровнем цен на хлеб и хлебобулочную продукцию наблюдается в Большеигнатовском (96,6 %), Краснослободском (94,9 %), Ельниковском (83,9 %), Дубенском (82,7 %), Инсарском (79,9 %), Атяшевском (75,0 %), Чамзинском (66,6 %), Темниковском (64,3 %) муниципальных районах. Аналогичная ситуация складывается по отношению к макаронным изделиям среди потребителей из Большеигнатовского (95,0 %), Краснослободского (92,4 %), Инсарского (81,4 %), Дубенского (80,8 %), Атяшевского (72,3 %), Ромодановского (64,6 %) и Чамзинского (62,0 %) муниципальных районов. Позитивные оценки относительно цен на консервированную плодоовощную продукцию чаще давали респонденты в Большеигнатовском (96,6 %), Краснослободском (94,6 %), Инсарском (77,8 %), Темниковском (75,1 %), Дубенском (72,3 %), Ельниковском (65,6 %), Рузаевском (59,2 %) муниципальных районах. Ценами на рынке муки больше довольны жители Краснослободского (92,4 %), Большеигнатовского (83,7 %), Инсарского (79,8 %), Атяшевского (71,2 %), Дубенского (70,2 %), Чамзинского (70,0 %), Темниковского (58,7 %) муниципальных районов. Стоимость мяса птицы по преимуществу устраивает жителей Краснослободского (97,4 %), Инсарского (74,9 %), Большеигнатовского (71,1 %), Ельниковского (67,5 %), Дубенского (63,2 %), Атяшевского (60,6 %), Ардатовского (57,4 %), Рузаевского (57,2 %) муниципальных районов. Лампы являются лидером среди непродуктивных товаров по уровню удовлетворенности ценой благодаря мнениям респондентов Большеигнатовского (93,5 %), Инсарского (86,1 %), Краснослободского (85,8 %), Темниковского (59,0 %), Ромодановского (57,7 %), Атяшевского (56,1 %), Дубенского (54,1 %) муниципальных районов.

Противоположная тенденция выражена по значительному количеству товарных групп. Существенно большее число отрицательных оценок относительно цены на говядину высказали жители Кочкуровского (86,9 %), Старошайговского (86,2 %), Zubovo-Полянского (85,0 %), Теньгушевского (84,6 %), Рузаевского (82,6 %), Лямбирского (76,7 %), Ковылкинского (75,0 %), Кадошкинского (73,7 %), Ичалковского (70,3 %) муниципальных районов и ГО Саранск (70,3 %). Стоимость колбасных изделий не устраивает преимущественно опрошенных из Кочкуровского (88,1 %), Теньгушевского (78,3 %), Старошайговского (76,1 %), Большеберезниковского (74,4 %),

Зубово-Полянского (74,4 %), Ардатовского (70,6 %) и Ельниковского (67,2 %) муниципальных районов. Показатель неудовлетворенности уровнем цен на свинину является наиболее высоким в Теньгушевском (90,8 %), Старошайговском (86,6 %), Зубово-Полянском (81,9 %), Кадошкинском (79,6 %), Кочкуровском (77,1 %), Ичалковском (74,4 %), Лямбирском (74,2 %) и Рузаевском (73,1 %) муниципальных районах. Наибольшее недовольство по данному компоненту относительно сыров фиксируется в Кочкуровском (90,7 %), Лямбирском (79,7 %), Большеберезниковском (78,2 %), Ковылкинском (70,6 %), Теньгушевском (68,8 %), Старошайговском (68,3 %), Атюрьевском (66,4 %) и Кадошкинском (65,2 %) муниципальных районах. В отношении масла растительного негатив выражен в Теньгушевском (84,3 %), Кочкуровском (76,8 %), Кадошкинском (73,0 %), Старошайговском (68,9 %), Рузаевском (68,2 %), Атюрьевском (65,6 %), Большеберезниковском (65,3 %), Ковылкинском (63,2 %) и Зубово-Полянском (59,5 %) муниципальных районах. Сухие строительные смеси чаще, чем в среднем по выборке, не удовлетворяют по цене население Ковылкинского (72,1 %), Атюрьевского (64,9 %), Старошайговского (62,5 %), Зубово-Полянского (60,5 %), Большеберезниковского (57,9 %), Кадошкинского (50,2 %), Торбеевского (48,9 %) и Лямбирского (48,2 %) муниципальных районов. Ценовые значения на рынке гипсокартона преимущественно не устраивают потребителей в Старошайговском (64,3 %), Зубово-Полянском (60,5 %), Ковылкинском (60,1 %), Лямбирском (58,2 %), Кочкуровском (58,1 %), Большеберезниковском (57,9 %), Кадошкинском (55,0 %), Рузаевском (53,3 %) и Торбеевском (50,2 %) муниципальных районах. Негативные мнения, касающиеся дороговизны цемента, преобладают в Ковылкинском (76,0 %), Атюрьевском (68,5 %), Кочкуровском (67,1 %), Старошайговском (66,3 %), Зубово-Полянском (62,5 %), Ардатовском (58,6 %), Рузаевском (53,5 %), Большеберезниковском (53,3 %), Кадошкинском (53,1 %) и Торбеевском (52,6 %) муниципальных районах. Стоимость ламп чаще оценивается отрицательно в Кочкуровском (68,1 %), Старошайговском (63,5 %), Лямбирском (62,5 %), Зубово-Полянском (62,0 %), Рузаевском (60,7 %), Ковылкинском (59,5 %), Атюрьевском (53,2 %), Кадошкинском (52,1 %), Большеберезниковском (51,7 %) муниципальных районах и ГО Саранск (49,3 %).

Существенная дифференциация оценок обнаруживается и в зависимости от социального статуса респондентов:

— по товарным группам «говядина», «мясо птицы», «масло сливочное», «мука», «колбасные изделия», «макаронные изделия» наименее лояльной группой выступают пенсионеры, наиболее — учащиеся/студенты;

— по товарным группам «свинина», «сахар», «хлеб и хлебобулочные изделия», «масло растительное», «алкогольная продукция и пиво», «сухие строительные смеси» наименее лояльной группой являются пенсионеры, наиболее — безработные;

— по товарным группам «сыры», «кондитерская продукция», «свежие овощи» наименее лояльной группой выступают работающие, наиболее — учащиеся/студенты;

— по товарным группам «молоко», «яйца», «консервированная плодоовощная продукция» наименее лояльной группой являются работающие, наиболее — безработные;

— по товарным группам «цемент», «гипсокартон» наименее лояльной группой выступают учащиеся/студенты, наиболее — безработные;

— по товарной группе «лампы» наименее лояльной группой являются работающие, наиболее — безработные.

Пенсионеры чаще, чем в среднем по выборке, отрицательно оценивают стоимость говядины (70,9 %), свинины (69,1 %), колбасных изделий (63,5 %), масла растительного (56,6 %), сахара (54,8 %), масла сливочного (54,6 %), мяса птицы (50,9 %), муки (48,7 %), ламп (46,3 %), гипсокартона (45,5 %), хлеба и хлебобулочных изделий (44,1 %), сухих строительных смесей (43,5 %), макаронных изделий (42,4 %). Претензии, высказанные пенсионерами относительно ценовых показателей большинства товаров, можно объяснить наименьшим уровнем доходов по сравнению с другими социальными категориями.

Расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности потребителей уровнем цен — позволяет констатировать, что по большинству товаров, произведенных в Республике Мордовия, преобладают позитивные оценки (табл. 3.2.1, 3.2.2). Вместе с тем выделяются товары с доминированием отрицательных отзывов: среди них — сыры, свинина, колбасные изделия, говядина.

Таблица 3.2.1

**Индексы удовлетворенности потребителей
уровнем цен на продовольственные товары**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Средний уровень удовлетворенности	Хлеб и хлебобулочная продукция	54,27
	Макаронные изделия	53,29
	Консервированная плодоовощная продукция	52,57
	Мука	49,70
	Мясо птицы	48,29
	Молоко	48,04
	Свежие овощи	46,97
	Кондитерская продукция	46,35
	Яйца	45,96
	Сахар	45,71
	Алкогольная продукция	45,03
	Масло сливочное	44,53
	Масло растительное	44,07
Низкий уровень удовлетворенности	Сыры	39,93
	Свинина	38,73
	Колбасные изделия	38,63
	Говядина	34,62

Таблица 3.2.2

**Индексы удовлетворенности потребителей
уровнем цен на непродовольственные товары**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Средний уровень удовлетворенности	Цемент	45,68
	Гипсокартон	45,50
	Лампы	45,49
	Сухие строительные смеси	45,36

Удовлетворенность респондентов качеством товаров сравнительно выше, чем уровнем цен (рис. 3.2.3, 3.2.4).

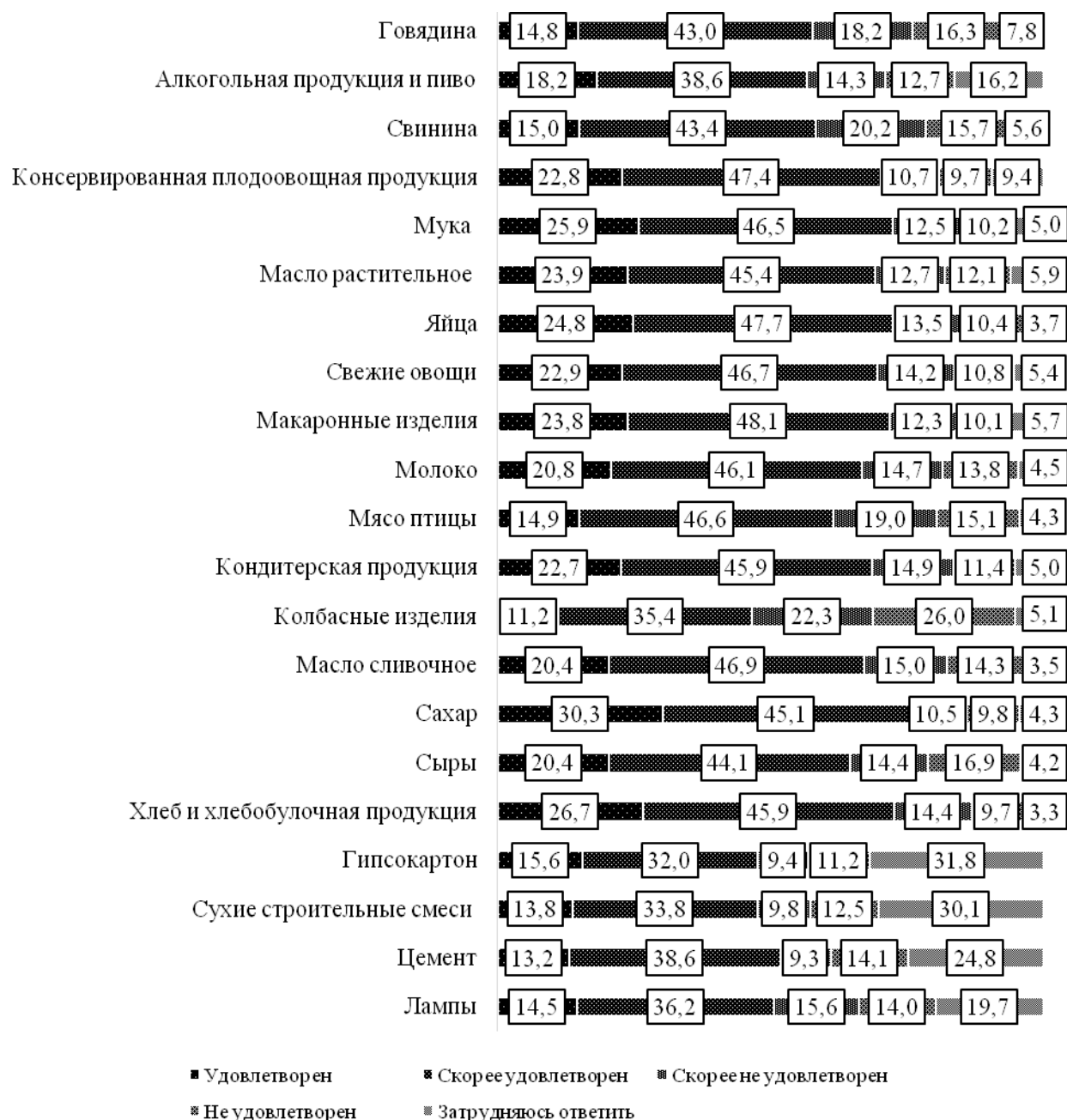


Рис. 3.2.3. Удовлетворенность потребителей качеством товаров, %

Доля респондентов, положительно оценивших качество товаров, по всем исследуемым группам сравнительно выше и колеблется в диапазоне от 75,4 (сахар) до 46,6 % (колбасные изделия) по продовольственным товарам, от 51,8 (цемент) до 47,6 % (гипсокартон, сухие строительные смеси) по непродовольственным.

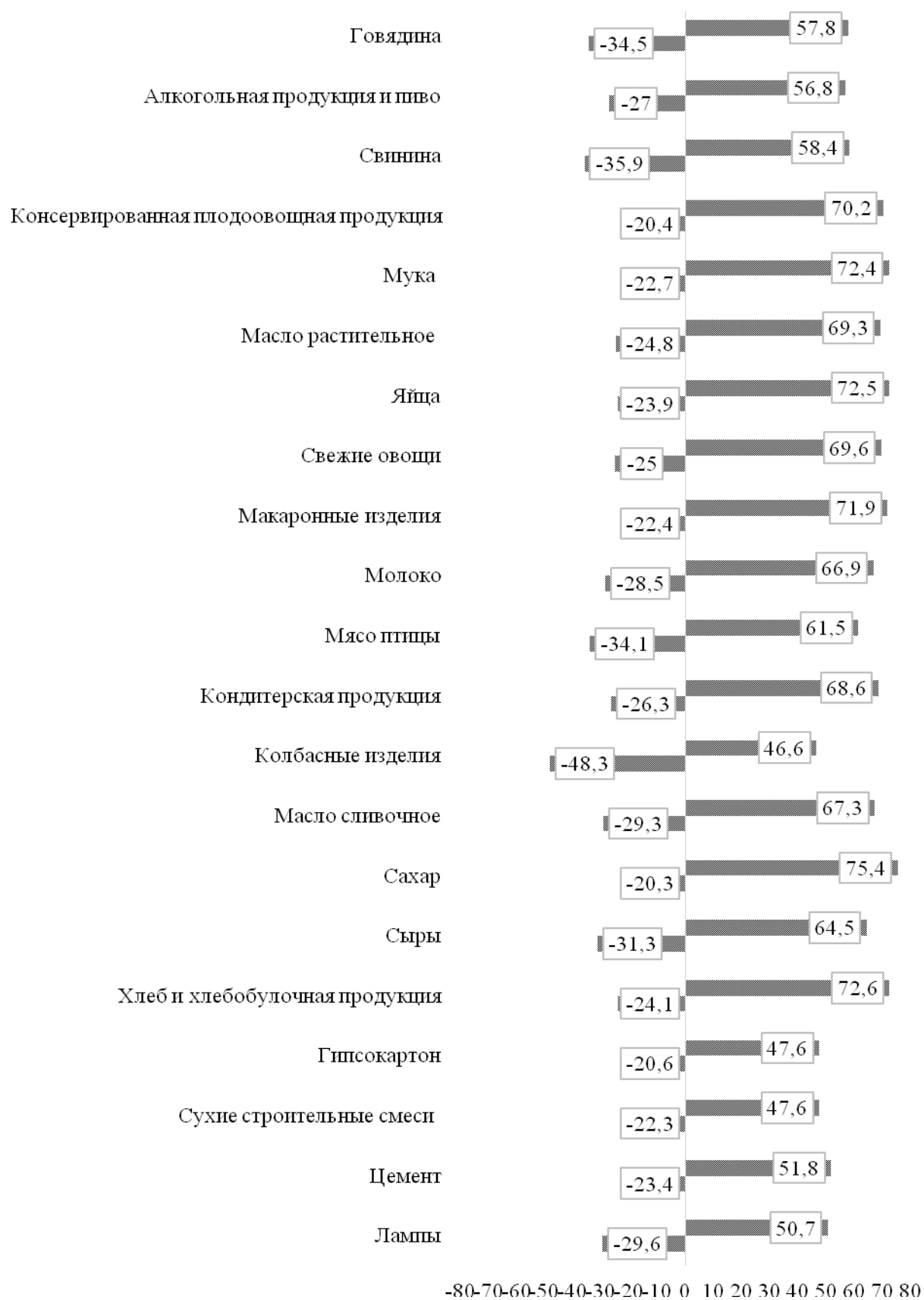


Рис. 3.2.4. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности потребителей уровнем качества, %

Сравнительно больше положительных оценок относительно качества сахара зафиксировано в Краснослободском (97,5 %), Инсарском (97,1 %), Атяшевском (95,0 %), Большеигнатовском (94,4 %), Ромодановском (93,6 %), Теньгушевском (90,6 %), Чамзинском (86,5 %), Рузаевском (83,7 %) муниципальных районах. Качественные характеристики консервированной плодоовощной продукции максимально устраивают потребителей Большеигнатовского (100,0 %), Инсарского (97,1 %), Чамзинского (84,7 %), Темниковского (83,1 %), Ромодановского (80,2 %), Краснослободского (78,5 %), Лямбирского (77,6 %) муниципальных районов. Качеством муки преимущественно довольны жители Теньгушевского (100,0 %), Краснослободского (94,9 %), Инсарского (92,2 %), Большеигнатовского (91,9 %), Чамзинского (88,2 %), Ромодановского (85,7 %) муниципальных районов. При оценке яиц аналогичную альтернативу чаще выбирали опрошенные в Теньгушевском (100,0 %), Краснослободском (97,4 %), Большеигнатовском (95,8 %), Инсарском (89,5 %), Атяшевском (88,7 %), Чамзинском (88,2 %), Темниковском (80,2 %) муниципальных районах. Высокий уровень удовлетворенности на рынке хлеба и хлебобулочной продукции фиксируется в Большеигнатовском (96,6 %), Ельниковском (94,4 %), Атяшевском (92,4 %), Краснослободском (91,5 %), Инсарском (91,3 %), Чамзинском (88,2 %), Рузаевском (81,1 %) муниципальных районах.

При оценке качества непродовольственных товаров наибольшие значения данного показателя отмечаются на рынке цемента в Большеигнатовском (96,5 %), Инсарском (81,8 %), Чамзинском (81,8 %), Лямбирском (81,2 %), Краснослободском (78,7 %), Атяшевском (67,5 %), Торбеевском (63,8 %), Ельниковском (61,6 %) муниципальных районах.

Наименьшая доля потребителей (46,6 %), полностью удовлетворенных качеством, отметила позицию «колбасные изделия». По сравнению с другими анализируемыми товарами этот продукт характеризуется наибольшим количеством отрицательных оценок — 48,3 %.

Среди муниципальных образований наибольшее количество отрицательных оценок, касающихся качества колбасных изделий, высказали респонденты Кочкуровского (77,9 %), Дубенского (65,0 %), Торбеевского (64,8 %), Ардатовского (64,6 %) и Атюрьевского (62,3 %) муниципальных районов.

В зависимости от социального статуса респондентов ситуация выглядит следующим образом. По большинству товарных групп качество товаров меньше всего устраивает пенсионеров, при этом максимально удовлетворяет

безработных граждан (относительно говядины, свинины, молока, яиц, сахара, муки, кондитерской продукции, макаронных изделий, хлеба и хлебобулочных изделий) и учащихся/студентов (относительно мяса птицы, колбасных изделий, масла сливочного, сыров).

Пенсионеры чаще, чем в среднем по выборке, почти по всем товарным группам (кроме цемента) высказали отрицательные оценки относительно качества колбасных изделий (56,8 %), свинины (47,8 %), мяса птицы (44,2 %), говядины (43,3 %), сыров (40,0 %), масла сливочного (37,4 %), молока (35,2 %), кондитерской продукции (33,6 %), масла растительного (30,9 %), алкогольной продукции и пива (30,3 %), яиц (30,0 %), муки (29,1 %), хлеба и хлебобулочных изделий (29,1 %), макаронных изделий (28,7 %), свежих овощей (26,3 %), сахара (25,6 %), консервированной плодоовощной продукции (24,2 %), ламп (39,9 %), сухих строительных смесей (26,2 %), гипсокартона (25,9 %).

Это объясняется возрастными и психологическими особенностями: пенсионеры в основной своей массе более склонны к пессимистическим оценкам экономической ситуации; учащиеся/студенты и безработные, представители работоспособного населения, как правило, более молодые по возрасту, настроены более оптимистично.

Расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности качеством товаров — свидетельствует о высоком уровне удовлетворенности потребителей качеством продовольственных товаров и о среднем уровне удовлетворенности качеством непродовольственных товаров (табл. 3.2.3, 3.2.4).

Таблица 3.2.3

**Индексы удовлетворенности потребителей
качеством продовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Сахар	68,90
	Мука	66,35
	Хлеб и хлебобулочная продукция	66,33
	Макаронные изделия	65,79
	Яйца	65,76
	Консервированная плодоовощная продукция	65,71
	Свежие овощи	64,18
	Масло растительное	64,05
	Кондитерская продукция	63,38
	Молоко	61,31
	Масло сливочное	61,01
Средний уровень удовлетворенности	Сыры	59,13
	Алкогольная продукция	58,84
	Мясо птицы	56,81

	Говядина	55,43
	Свинина	55,40
	Колбасные изделия	45,86

Таблица 3.2.4

**Индексы удовлетворенности потребителей
качеством непродовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Средний уровень удовлетворенности	Гипсокартон	57,83
	Цемент	56,89
	Сухие строительные смеси	56,62
	Лампы	55,41

Сопоставление позиций, которые занимают товары при ранжировании в зависимости от значений индексов удовлетворенности потребителей уровнем цен и качества (табл. 3.2.5, 3.2.6), позволяет дифференцировать их на группы по типу конкурентоспособности:

- товары с ценовой конкурентоспособностью, которые характеризуются более высокой удовлетворенностью уровнем цен, чем качеством;
- товары с неценовой конкурентоспособностью, которые характеризуются более высокой удовлетворенностью качеством.

Таблица 3.2.5

**Рейтинги товаров по значениям индексов удовлетворенности потребителей
уровнем цен и качеством продовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	Ранг по удовлетворенности уровнем цен	Ранг по удовлетворенности качеством	Изменение позиции
Ценовая конкурентоспособность	Мясо птицы	5	14	9
	Молоко	6	10	4
	Консервированная плодоовощная продукция	3	6	3
	Алкогольная продукция	11	13	2
	Макаронные изделия	2	4	2
	Хлеб и хлебобулочная продукция	1	3	2
	Колбасные изделия	16	17	1
	Свинина	15	16	1
	Кондитерская продукция	8	9	1
	Свежие овощи	7	7	0
Неценовая	Масло сливочное	12	11	-1

конкурентоспособность	Говядина	17	15	-2
	Сыры	14	12	-2
	Мука	4	2	-2
	Яйца	9	5	-4
	Масло растительное	13	8	-5
	Сахар	10	1	-9

Таблица 3.2.6

**Рейтинги товаров по значениям индексов удовлетворенности потребителей
уровнем цен и качеством непродовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	Ранг по удовлетворенности уровнем цен	Ранг по удовлетворенности качеством	Изменение позиции
Ценовая конкурентоспособность	Цемент	1	2	+1
	Лампы	3	4	+1
Неценовая конкурентоспособность	Гипсокартон	2	1	-1
	Сухие строительные смеси	4	3	-1

Низкая цена является конкурентным преимуществом следующих товаров местных производителей: мясо птицы, молоко, консервированная плодоовощная продукция, алкогольная продукция, макаронные изделия, хлеб и хлебобулочная продукция, колбасные изделия, свинина, кондитерская продукция, свежие овощи; из числа непродовольственных товаров — цемент и лампы.

Высокое качество характеризует конкурентное преимущество таких товаров, как масло сливочное, говядина, сыры, мука, яйца, масло растительное, сахар; из непродовольственных товаров — гипсокартон и сухие строительные смеси.

Расчет интегрированного показателя свидетельствует о среднем уровне удовлетворенности потребителей продовольственных и непродовольственных товаров (табл. 3.2.7, 3.2.8).

Таблица 3.2.7

**Обобщенные индексы удовлетворенности потребителей
уровнем цен, качеством продовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Средний уровень удовлетворенности	Хлеб и хлебобулочная продукция	59,30
	Макаронные изделия	58,43
	Консервированная плодоовощная продукция	58,28
	Мука	57,08
	Сахар	56,26

	Яйца	55,07
	Свежие овощи	54,85
	Кондитерская продукция	54,29
	Молоко	54,20
	Масло растительное	53,56
	Масло сливочное	52,45
	Мясо птицы	52,24

Характеристика группы	Товар	Индекс
	Алкогольная продукция	51,77
	Сыры	49,59
	Свинина	47,39
	Говядина	45,59
	Колбасные изделия	43,03

Таблица 3.2.8

**Обобщенные индексы удовлетворенности потребителей
уровнем цен, качеством непродовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	Индекс
Средний уровень удовлетворенности	Гипсокартон	51,54
	Цемент	51,21
	Сухие строительные смеси	50,92
	Лампы	50,42

Таким образом, критичные товары, произведенные в Республике Мордовия, демонстрируют характеристики, свидетельствующие о наличии их конкурентных преимуществ. При этом следует обратить особое внимание на повышение качественных характеристик производимой продукции для дальнейшего ее продвижения на российском и международном уровнях.

Наибольшая удовлетворенность ценовыми и качественными характеристиками товаров отмечается в Атяшевском, Большеигнатовском, Инсарском, Краснослободском и Чамзинском муниципальных районах. При этом наиболее требовательными потребителями являются пенсионеры, для которых важное значение имеет не только цена, но и качество производимой продукции.

3.3. Динамика ассортимента и структуры товаров

По мнению большинства респондентов, в текущем году по сравнению с предыдущим на рынках товаров значительных изменений не произошло. Наиболее стабильная ситуация наблюдается на рынках хлеба и хлебобулочной продукции, макаронных изделий, сахара, масла растительного, масла сливочного, муки, колбасных изделий; в непродовольственном сегменте — на рынке ламп (рис. 3.3.1).



Рис. 3.3.1. Доля респондентов, выбравших вариант ответа «ничего не изменилось» при ответе на вопрос «Укажите изменения, которые, по Вашим наблюдениям, произошли за последний год на рынках следующих товаров?», %

Об отсутствии изменений на рынке хлеба и хлебобулочной продукции заявило значительно большее количество респондентов в Инсарском (96,6 %), Краснослободском (92,4 %), Ичалковском (85,7 %), Ромодановском (82,8 %), Теньгушевском (82,1 %), Ардатовском (80,3 %), Большеберезниковском

(79,9 %), Ельниковском (75,9 %), Дубенском (75,0 %) муниципальных районах;

на рынке макаронных изделий — в Инсарском (96,6 %), Краснослободском (94,9 %), Ардатовском (88,0 %), Ельниковском (81,1 %), Ичалковском (78,3 %), Теньгушевском (76,0 %), Ромодановском (75,7 %), Большеберезниковском (74,3 %), Атюрьевском (70,9 %) муниципальных районах; на рынке сахара — в Инсарском (94,7 %), Ичалковском (86,0 %), Теньгушевском (80,1 %), Ардатовском (76,9 %), Ельниковском (75,2 %), Краснослободском (74,6 %), Ромодановском (74,1 %), Большеигнатовском (72,6 %), Большеберезниковском (69,4 %) муниципальных районах;

на рынке масла растительного — в Инсарском (89,7 %), Теньгушевском (82,4 %), Ардатовском (81,4 %), Ельниковском (79,0 %), Большеберезниковском (77,9 %), Ромодановском (76,4 %) муниципальных районах;

на рынке масла сливочного — в Инсарском (94,7 %), Краснослободском (89,8 %), Ичалковском (86,6 %), Ромодановском (74,8 %), Торбеевском (71,2 %), Большеигнатовском (70,9 %), Теньгушевском (70,9 %), Ельниковском (67,5 %) муниципальных районах;

на рынке муки — в Инсарском (91,6 %), Ардатовском (81,4 %), Теньгушевском (85,7 %), Краснослободском (80,3 %), Большеберезниковском (77,9 %), Ельниковском (73,1 %) муниципальных районах;

на рынке колбасных изделий — в Инсарском (91,8 %), Краснослободском (89,8 %), Ромодановском (79,8 %), Теньгушевском (79,6 %), Ичалковском (78,9 %), Атюрьевском (70,1 %), Большеигнатовском (69,3 %), Темниковском (68,6 %), Ельниковском (68,5 %) муниципальных районах;

на рынке кондитерской продукции — в Инсарском (96,6 %), Краснослободском (94,9 %), Теньгушевском (79,1 %), Ельниковском (75,9 %), Ардатовском (69,8 %), Дубенском (69,8 %), Ромодановском (66,9 %) муниципальных районах;

на рынке молока — в Инсарском (91,6 %), Краснослободском (89,8 %), Ичалковском (73,5 %), Ромодановском (71,0 %), Ельниковском (70,3 %), Большеберезниковском (69,4 %), Теньгушевском (68,3 %), Ардатовском (66,5 %) муниципальных районах;

на рынке яиц — в Инсарском (91,6 %), Краснослободском (83,1 %), Теньгушевском (74,9 %), Большеигнатовском (70,9 %), Ромодановском (68,4 %) муниципальных районах;

на рынке сыров — в Инсарском (96,6 %), Краснослободском (89,8 %), Ичалковском (73,5 %), Ардатовском (72,3 %), Теньгушевском (71,6 %), Большеигнатовском (70,9 %), Ельниковском (66,8 %), Ромодановском (66,4 %), Атюрьевском (64,0 %) муниципальных районах;

на рынке мяса птицы — в Инсарском (96,2 %), Краснослободском (82,2 %), Ардатовском (76,4 %), Ромодановском (69,5 %), Ельниковском (65,0 %), Большеигнатовском (63,4 %), Ковылкинском (62,0 %) муниципальных районах;

на рынке консервированной и плодоовощной продукции — в Инсарском (94,1 %), Краснослободском (82,2 %), Теньгушевском (79,4 %), Ичалковском (76,6 %), Ельниковском (76,2 %), Большеигнатовском (69,3 %), Чамзинском (60,9 %) муниципальных районах;

на рынке свежих овощей — в Инсарском (94,1 %), Теньгушевском (91,8 %), Краснослободском (82,5 %), Атюрьевском (78,6 %), Ельниковском (76,9 %), Большеигнатовском (70,9 %), Ичалковском (69,0 %) муниципальных районах;

на рынке алкогольной продукции и пива — в Инсарском (92,2 %), Большеигнатовском (69,3 %), Ельниковском (68,2 %), Ичалковском (64,7 %), Ромодановском (59,8 %), Чамзинском (59,1 %), Темниковском (57,0 %), Ардатовском (55,5 %), Кадешкинском (54,1 %) муниципальных районах;

на рынке свинины — в Инсарском (84,3 %), Краснослободском (77,1 %), Теньгушевском (59,2 %), Большеигнатовском (54,4 %), Чамзинском (54,4 %), Ардатовском (52,4 %), Ичалковском (50,8 %) муниципальных районах;

на рынке говядины — в Краснослободском (77,1 %), Инсарском (71,1 %), Теньгушевском (53,7 %), Чамзинском (55,2 %), Большеигнатовском (52,7 %) муниципальных районах;

на рынке ламп — в Инсарском (86,5 %), Теньгушевском (67,2 %), Краснослободском (66,3 %), Большеигнатовском (54,7 %), Ичалковском (52,8 %), Ельниковском (50,3 %), Темниковском (48,8 %), Большеберезниковском (46,8 %), Чамзинском (44,4 %) муниципальных районах;

на рынке цемента — в Инсарском (76,5 %), Большеигнатовском (56,4 %), Теньгушевском (52,9 %), Ичалковском (49,2 %), Темниковском (44,6 %), Дубенском (43,9 %), Лямбирском (42,6 %), Чамзинском (42,6 %) муниципальных районах;

на рынке сухих строительных смесей — в Инсарском (78,4 %), Большеигнатовском (54,7 %), Теньгушевском (52,9 %), Темниковском (46,7 %), Торбеевском (45,5 %), Чамзинском (44,4 %), Дубенском (43,9 %), Ичалковском (42,4 %), Ромодановском (39,0 %) муниципальных районах;

на рынке гипсокартона — в Инсарском (76,5 %), Большеигнатовском (54,7 %), Теньгушевском (49,5 %), Темниковском (48,8 %), Чамзинском (44,4 %), Торбеевском (43,5 %), Ичалковском (42,4 %), Кадошкинском (39,1 %) муниципальных районах.

Необходимо отметить, что в зависимости от социального статуса опрошенных существенных различий в ответах касательно изменения спроса на товары по сравнению с предыдущим годом не выявлено. Исключение составляет тот факт, что безработные гораздо чаще, чем в среднем по выборке, выбирали альтернативу «ничего не изменилось» за последний год на товарных рынках масла сливочного (77,6 %), хлеба и хлебобулочной продукции (75,3 %), колбасных изделий (72,2 %), молока (71,2 %), алкогольной продукции и пива (63,0 %); реже — на рынке кондитерской продукции (43,1 %).

Относительно более выраженной направленностью динамики структуры товаров стало сокращение количества товаров-аналогов, ввозимых в Республику Мордовия. Чаще оно отмечалось на рынках мяса птицы, сыров, яиц, свежих овощей, колбасных изделий, молока, свинины, сливочного масла (доля респондентов, указавших на тенденцию, колеблется от 7,0 до 10,8 %) (рис. 3.3.2).

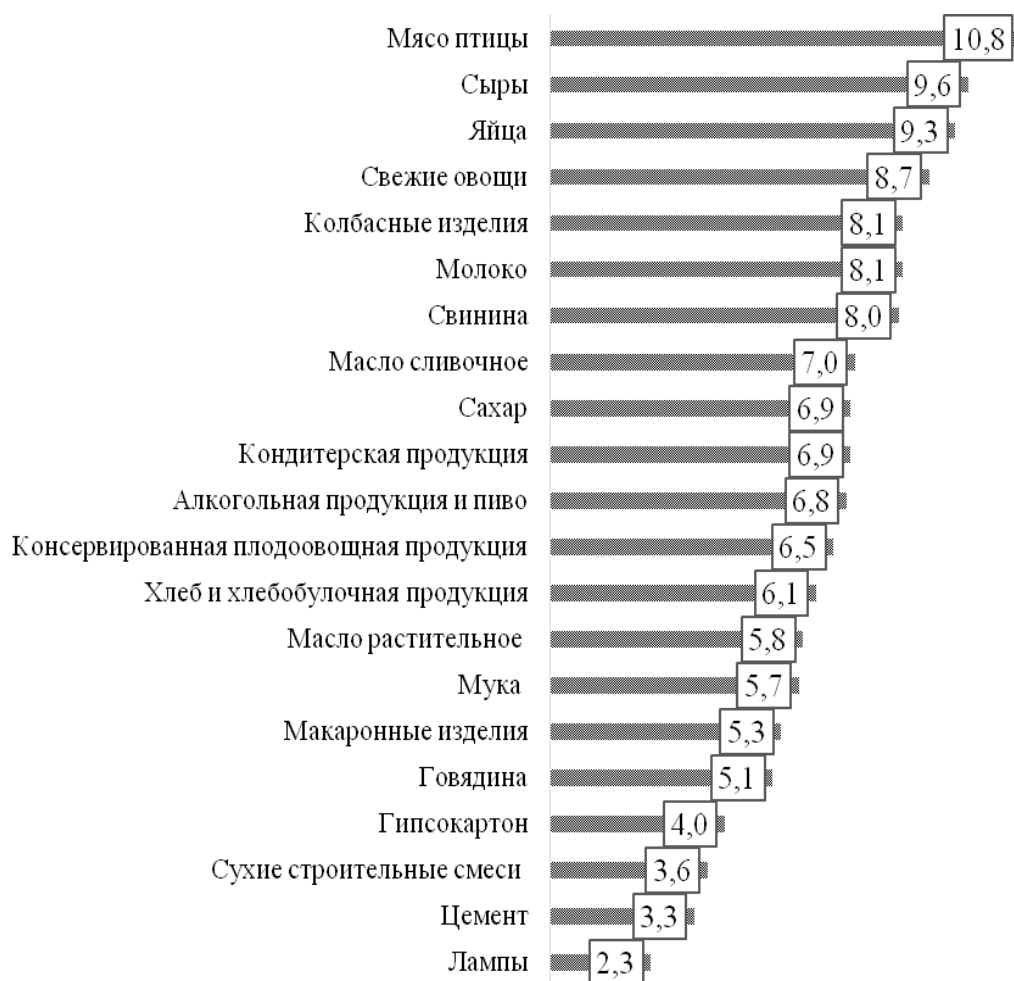


Рис. 3.3.2. Доля респондентов, указавших на сокращение товаров-аналогов, ввозимых в Республику Мордовия, %

Сравнительно более значимое сокращение количества товаров-аналогов на рынке мяса птицы выделили респонденты в Теньгушевском (36,5 %), Кочкуровском (27,7 %), Атяшевском (26,4 %), Лямбирском (24,7 %), Ичалковском (22,7 %), Старошайговском (19,0 %) муниципальных районах. Значение показателя выше, чем в среднем по выборке, на рынке сыров зафиксировано в Кочкуровском (21,8 %), Дубенском (21,5 %), Старошайговском (21,5 %), Торбеевском (20,8 %), Кадошкинском (17,9 %) муниципальных районах. На более существенное снижение количества товаров, ввезенных из других регионов, на рынке яиц указали респонденты в Теньгушевском (22,7 %), Старошайговском (21,5 %), Атяшевском (19,5 %), Лямбирском (18,6 %), Большеберезниковском (17,8 %), Кочкуровском (16,3 %) муниципальных районах. Разнообразие предложенных товаров на рынке свежих овощей реже встречается в Кочкуровском (22,5 %), Старошайговском (19,0 %), Атяшевском (18,9 %), Ковылкинском (17,0 %), Зубово-Полянском (15,3 %) муниципальных районах. Сравнительно менее представлены товары-аналоги на рынке колбасных изделий по мнению жителей

Лямбирского (22,0 %), Старошайговского (21,5 %), Атяшевского (19,8 %), Кочкуровского (19,2 %), Торбеевского (18,7 %), Теньгушевского (15,0 %) муниципальных районов. Снижение аналогов на рынке молока в большей степени встречается в ответах респондентов из Лямбирского (26,8 %), Теньгушевского (23,7 %), Старошайговского (21,5 %), Атяшевского (17,2 %), Кочкуровского (16,3 %), Дубенского (14,6 %) муниципальных районов. Выраженное сокращение по данному компоненту на рынке свинины можно увидеть в Кочкуровском (22,1 %), Теньгушевском (20,9 %), Атяшевском (19,8 %), Старошайговском (19,0 %) муниципальных районах. Аналогичные изменения на рынке сливочного масла чаще называли респонденты в Теньгушевском (23,4 %), Старошайговском (21,5 %), Атяшевском (17,2 %), Кочкуровском (16,3 %) муниципальных районах.

Менее явный характер имело сокращение количества товаров, произведенных в Республике Мордовия, которое чаще наблюдалось на рынках свинины (10,6 %), говядины (9,9 %), свежих овощей (7,2 %); в непродовольственном сегменте — рынке цемента (5,1 %) (рис. 3.3.3).

Сравнительно большее сокращение товаров, произведенных в регионе, на рынке свинины отметили респонденты Zubovo-Полянского (31,9 %), Темниковского (27,5 %), Атюрьевского (22,5 %), Лямбирского (19,2 %), Большеберезниковского (17,2 %) муниципальных районов. Негативная тенденция относительно местной говядины выражена в Большеберезниковском (23,4 %), Zubovo-Полянском (20,4 %), Ельниковском (19,2 %), Темниковском (17,3 %) муниципальных районах. Ассортимент свежих овощей, выращенных в Республике Мордовия, чаще не устраивает опрошенных в Zubovo-Полянском (13,3 %), Большеберезниковском (10,8 %), Кочкуровском (10,7 %) муниципальных районах. Среди непродовольственных товаров на рынке цемента более высокое значение данного показателя зафиксировано в Темниковском (13,8 %), Zubovo-Полянском (13,3 %), Большеберезниковском (10,8 %) муниципальных районах.

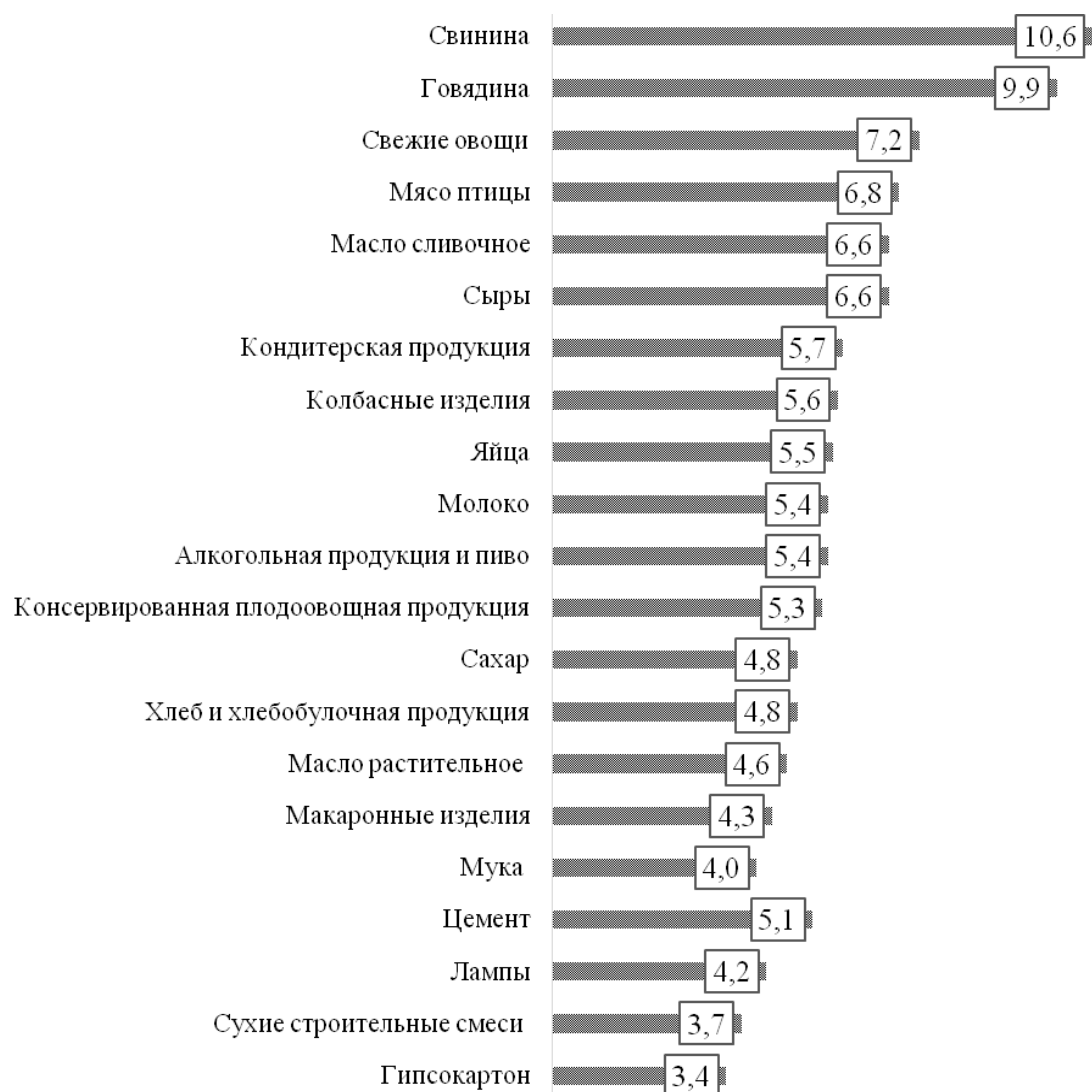


Рис. 3.3.3. Доля респондентов, указавших на сокращение товаров, произведенных в Республике Мордовия, %

Описанные тенденции незначительно повлияли на изменение ассортимента товаров. Доля респондентов, указавших на его сокращение, сравнительно выше по таким товарам, как говядина, свинина, свежие овощи (рис. 3.3.4).



Рис. 3.3.4. Доля респондентов, указавших на сокращение ассортимента товаров, %

Сокращение ассортимента на рынке говядины чаще отмечали жители Ельниковского (29,1 %), Zubovo-Полянского (27,8 %), Кадошкинского (27,1 %), Ардатовского (26,5 %), Лямбирского (25,9 %), Кочкуровского (24,4 %), Большеберезниковского (19,5 %) муниципальных районов. Выбор на рынке свинины сравнительно меньше по мнению респондентов Ельниковского (24,2 %), Кадошкинского (22,1 %), Темниковского (17,0 %), Большеберезниковского (16,3 %), Zubovo-Полянского (15,6 %), Ардатовского (14,1 %), Лямбирского (12,2 %) муниципальных районов. Значения данного показателя сравнительно выше, чем в среднем по выборке, на рынке свежих овощей зафиксированы в Zubovo-Полянском (13,7 %), Ковылкинском (12,1 %), Темниковском (10,3 %), Кадошкинском (9,8 %) районах и ГО Саранск (10,4 %).

Существенных различий по социальному статусу респондентов не выявлено.

Таким образом, анализ показал, что в течение последнего года потребители не сталкивались с существенным изменением ассортимента и структуры товаров. Вместе с тем по ряду товарных позиций соответствующие тенденции наметились. На рынках мяса птицы, сыров, яиц, свежих овощей, колбасных изделий, молока, свинины и сливочного масла сравнительно чаще наблюдалось сокращение количества товаров-аналогов, ввозимых в Республику Мордовия; на рынках говядины и свинины — незначительное сокращение ассортимента и количества товаров, произведенных в регионе.

Негативные тенденции на товарных рынках более выражены в Атяшевском, Большеберезниковском, Zubово-Полянском, Кочкуровском, Лямбирском, Старошайговском и Теньгушевском муниципальных районах.

3.4. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством услуг, предоставляемых в магазинах «шаговой доступности»

Значительная доля товаров местного производства, приобретаемых потребителями, представлена в магазинах «шаговой доступности» — торговых точках с небольшой торговой площадью, расположенных в непосредственной близости от жилых домов. Ассортимент в таких магазинах состоит преимущественно из товаров повседневного спроса и включает в себя основные товары потребительской корзины.

Данные социологического опроса свидетельствуют о высоком уровне неудовлетворенности потребителей ценами в магазинах «шаговой доступности» — суммарно позиции «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен» составили 62,0 %. Доля респондентов, удовлетворенных уровнем цен в рассматриваемых магазинах, — 34,2 % (сумма ответов по позициям «скорее удовлетворен» и «удовлетворен») (рис. 3.4.1).

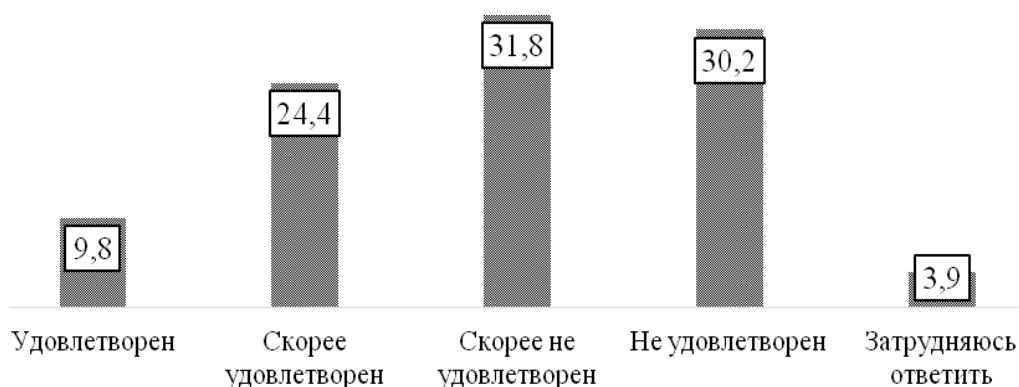


Рис. 3.4.1. Удовлетворенность потребителей уровнем цен в магазинах «шаговой доступности», %

Анализ удовлетворенности потребителей уровнем цен в разрезе муниципальных образований также свидетельствует об относительно невысоком ее уровне. Максимальные значения анализируемого показателя (суммарно позиции «скорее удовлетворен» и «удовлетворен») зафиксированы в Краснослободском (82,2 %), Инсарском (70,5 %), Атяшевском (63,0 %) и Дубенском (58,8 %) муниципальных районах. Наиболее низкий уровень удовлетворенности уровнем цен зафиксирован в Кочкуровском (2,2 %), Атюрьевском (13,7 %) и Старошайговском (15,5 %) районах.

Недовольство ценообразованием в магазинах «шаговой доступности»

выразили жители Кочкуровского района (97,8 %). Чуть меньше доля неудовлетворенных в Старошайговском (82,0 %), Торбеевском (77,6 %), Ковылкинском (76,8 %), Лямбирском (74,1 %), Ардатовском (68,2 %) и Ромодановском (66,4 %) муниципальных районах и ГО Саранск (66,8 %).

Анализ уровня удовлетворенности ценой в зависимости от социального статуса респондентов свидетельствует о значительной доле недовольных пенсионеров и работающих (66,3 и 61,9 % соответственно) как наиболее активных потребителей товаров и услуг. Доля неудовлетворенных среди безработных (51,7 %) и учащихся/студентов (44,2 %) сравнительно ниже.

Качество услуг, предоставляемых магазинами «шаговой доступности», потребители оценили преимущественно положительно (56,1 %). Доля отрицательных оценок составила 39,1 % (рис. 3.4.2).

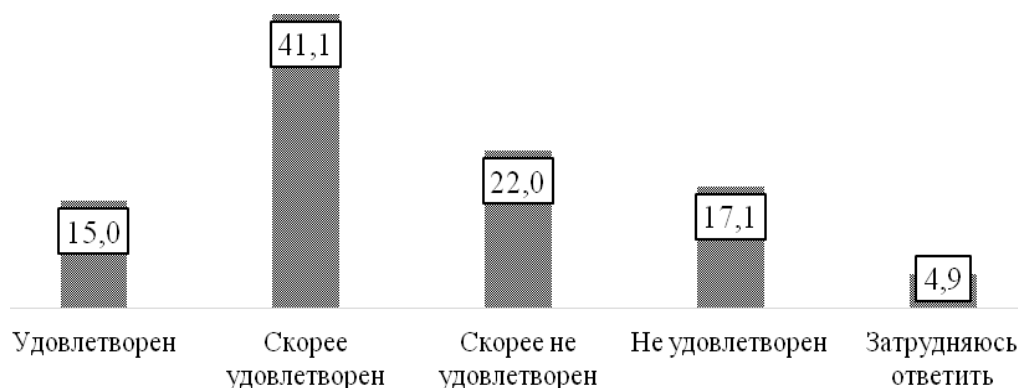


Рис. 3.4.2. Удовлетворенность потребителей качеством услуг, предоставляемых в магазинах «шаговой доступности», %

Максимальные значения удовлетворенности качеством услуг, предоставляемых в магазинах «шаговой доступности», зафиксированы в Краснослободском муниципальном районе (94,9 %). Частично или полностью качеством услуг удовлетворены жители Инсарского (78,5 %), Атяшевского (70,6 %), Большеберезниковского (69,8 %), Дубенского (69,1 %), Ельниковского (67,9 %) и Темниковского (66,1 %) районов. В меньшей степени довольны представители Атюрьевского (25,9 %), Zubovo-Полянского (34,7 %) и Ромодановского (35,9 %) районов.

В той или иной степени не удовлетворены качеством услуг магазинов «шаговой доступности» респонденты, проживающие на территории Zubovo-Полянского (62,3 %), Торбеевского (58,4 %), Ромодановского (54,6 %) и Чамзинского (53,8 %) муниципальных районов. Следует отметить, что в Атюрьевском районе при относительно высоком уровне неудовлетворенности потребителей качеством услуг (41,8 %) около трети

опрошенных (32,3 %) затруднились дать оценку уровню цен и качеству услуг в магазинах «шаговой доступности», что может быть связано с отсутствием достаточного количества подобных магазинов на территории населенных пунктов района.

Наиболее позитивные оценки относительно качества услуг магазинов «шаговой доступности» давали представители социальной группы «учащиеся/студенты» — суммарно позиции «скорее удовлетворен» и «удовлетворен» составляют 72,3 %. Чуть меньше показатель удовлетворенности среди безработных граждан (59,2 %) и работающего населения (56,9 %). Критичные оценки характерны для пенсионеров — доля в той или иной степени удовлетворенных качеством услуг среди них составила 51,1 %, а неудовлетворенных — 44,1 %.

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о следующем противоречии: при относительно высокой удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг, предоставляемых в магазинах «шаговой доступности», большинство опрошенных выразили недовольство уровнем цен.

Наиболее благоприятная ситуация (относительно высокий уровень удовлетворенности потребителей ценами и качеством услуг, предоставляемых магазинами «шаговой доступности») зафиксирована в Атяшевском, Дубенском, Инсарском и Краснослободском муниципальных районах. Противоположная ситуация наблюдается в Атюрьевском и Кочкуровском муниципальных районах.

3.5. Выводы и рекомендации

По результатам анализа покупательского спроса на продукцию, произведенную в Республике Мордовия, и динамики потребления товаров населением за последний год можно сделать следующие выводы.

Уровень цен на большинство продовольственных и непродовольственных товаров, произведенных в Республике Мордовия, респонденты оценили преимущественно положительно (за исключением сыров, свинины, колбасных изделий, говядины). Отзывы о качестве товаров имеют позитивный характер (отмечена сравнительно низкая удовлетворенность качеством колбасных изделий). В течение последнего года потребители не сталкивались с существенным изменением ассортимента и структуры товаров.

Продовольственные и непродовольственные товары, произведенные в Республике Мордовия, востребованы у населения. Динамика их потребления за последний год является положительной.

Наиболее благоприятная ситуация со спросом сложилась на рынках мяса птицы, масла растительного, молока, яиц, хлеба и хлебобулочных изделий, макаронных изделий, сахара, муки, которые характеризуются тенденцией к увеличению потребления. На ее формирование повлияли:

- по рынкам мяса птицы и молока — сокращение ввоза товаров-аналогов и относительно низкий уровень цен, по рынку мяса птицы — увеличение уровня цен на другие виды мяса, в частности говядину и свинину, и сокращение их предложения;

- по рынкам сахара, муки, масла растительного — сравнительно высокий уровень качества, позволяющий конкурировать с товарами-аналогами, ввозимыми в республику;

- по рынку яиц — сокращение ввоза товаров-аналогов и сравнительно высокое качество продукции;

- по рынкам хлеба и хлебобулочных изделий, макаронных изделий — относительно низкий уровень цен и высокий уровень качества.

Все остальные анализируемые продовольственные товары (свежие овощи, масло сливочное, сыры, консервированная плодоовощная продукция, кондитерская продукция, говядина, свинина, алкогольная продукция и пиво, колбасные изделия) пользуются стабильным спросом у потребителей.

По таким товарам, как консервированная плодоовощная продукция, свежие овощи, кондитерская продукция, масло сливочное, стабильное

потребление обусловлено в первую очередь сравнительно высоким качеством товаров. На отдельных из указанных рынков наметилась тенденция к сокращению ввоза в республику товаров-аналогов (свежие овощи, колбасные изделия, свинина, масло сливочное), что создает потенциально благоприятную ситуацию для роста спроса на эти виды произведенных в республике товаров. Вместе с тем по таким продуктам местных производителей, как говядина и свинина, сравнительно явной является тенденция к сокращению предложения на рынке.

Стабильная востребованность алкогольной продукции и пива связана с ценовой конкурентоспособностью; стабильный спрос на сыры — с сокращением ввозимых товаров-аналогов.

Потенциальный риск снижения потребительского спроса зафиксирован на рынке колбасных изделий. Негативным фактором здесь является недостаточный уровень качества товаров в совокупности с наметившейся тенденцией к сокращению ввоза товаров-аналогов.

В непродуктовом сегменте отмечается увеличение спроса на все виды товаров: гипсокартон, лампы, сухие строительные смеси, цемент. Из них гипсокартон и сухие строительные смеси характеризуются неценовой конкурентоспособностью, то есть сравнительно высоким уровнем качества. Конкурентным преимуществом цемента и ламп, произведенных в республике, является цена.

Непродуктовым товарам с потенциальным риском сокращения спроса не установлено.

Потребители выразили неудовлетворенность уровнем цен в магазинах «шаговой доступности». При этом более половины покупателей в этих магазинах довольны качеством предлагаемых товаров и услуг.

Результаты анализа позволяют предложить следующие рекомендации:

- продолжить оказание содействия в доступе местных товаропроизводителей на потребительский рынок республики, особенно производителей свинины и говядины;

- повысить качество отдельных продовольственных товаров, в частности колбасных изделий;

- усилить контроль за ценообразованием и качеством товаров и услуг, предоставляемых магазинами «шаговой доступности» в населенных пунктах муниципальных районов Республики Мордовия.

4. Удовлетворенность потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг республики и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой исполнительными органами государственной власти, в том числе уполномоченным органом исполнительной власти по содействию конкуренции, и муниципальными образованиями

4.1. Доступность источников информации

Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды оценивается по трем взаимосвязанным параметрам: понятность изложения, удобство получения и доступность.

Понятность изложения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия, размещаемой в открытом доступе, оценивается преимущественно положительно. Доля респондентов, полностью или частично удовлетворенных данным параметром в отношении администрации муниципального района (города), составила 78,2 %; Министерством экономики РМ — 71,6 % (рис. 4.1.1).

Следует отметить, что более трети опрошенных затруднились оценить понятность официальной информации о конкурентной среде и деятельности органов власти и иных структур по развитию конкуренции в регионе, поскольку не интересовались ею.



Рис. 4.1.1. Удовлетворенность респондентов понятностью изложения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, %

Оценки респондентов относительно понятности изложения информации о конкурентной среде в разрезе муниципальных образований характеризуются преимущественно положительным вектором.

Наиболее высокие оценки понятности информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), поставили жители Атяшевского (89,6 %), Теньгушевского (88,1 %), Краснослободского (87,3 %), Дубенского (80,1 %), Торбеевского (78,6 %), Инсарского (74,2 %), Темниковского (66,6 %) и Ромодановского (60,8 %) районов. В той или иной степени не удовлетворены информацией по рассматриваемому критерию (суммарно позиции «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен») представители Чамзинского (44,2 %), Лямбирского (41,7 %), Большеигнатовского (34,9 %), Ковылкинского (31,2 %) муниципальных районов и ГО Саранск (26,9 %).

Понятностью официальной информации о конкурентной среде, размещаемой Министерством экономики РМ, довольны респонденты в Краснослободском (87,3 %), Атяшевском (79,3 %), Инсарском (70,7 %), Торбеевском (59,5 %), Ромодановском (54,0 %) муниципальных районах. Негативные оценки качества информации характерны для Лямбирского (37,9 %), Большеберезниковского (36,4 %), Ковылкинского (33,2 %), Чамзинского (32,9 %) муниципальных районов и ГО Саранск (28,2 %).

Распределение ответов респондентов в зависимости от социального статуса не выявило статистически значимых различий. Однако следует отметить, что чаще других в той или иной степени не удовлетворены понятностью изложения официальной информации со стороны как администрации муниципального района (города), так и Министерства экономики РМ представители социальной группы «безработные» (24,4 и 23,7 % соответственно).

Почти каждый второй респондент, интересовавшийся официальной информацией о конкурентной среде, высоко оценил ее качество по такому критерию, как «удобство получения». Наиболее высоко оценивается информация, размещаемая администрацией муниципального района (города) (45,5 %); чуть ниже — Министерством экономики РМ (38,4 %) (рис. 4.1.2).



Рис. 4.1.2. Удовлетворенность населения удобством получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, %

Преимущественно позитивные оценки зафиксированы относительно удобства получения информации, размещаемой администрацией муниципального образования (города). Так, большинство опрошенных в Краснослободском (84,5 %), Атяшевском (83,8 %), Инсарском (74,2 %), Дубенском (68,0 %), Темниковском (65,3 %) и Торбеевском (63,9 %) муниципальных районах довольны имеющимися возможностями поиска и получения информации о конкурентной среде. В той или иной степени (суммарно позиции «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен») жители Чамзинского (48,4 %), Лямбирского (31,8 %), Большеигнатовского (27,4 %), Ковылкинского (23,4 %) районов и ГО Саранск (26,1 %) испытывают затруднения при поиске интересующей информации.

Наиболее высокий уровень удовлетворенности удобством получения информации о конкурентной среде, размещаемой Министерством экономики РМ, демонстрируют Краснослободский (84,5 %), Атяшевский (79,3 %), Инсарский (70,7 %), Ромодановский (58,7 %), Темниковский (56,1 %) муниципальные районы. Критичные оценки по анализируемому показателю зафиксированы в Лямбирском (37,9 %), Ковылкинском (33,2 %), Большеигнатовском (32,4 %) муниципальных районах и ГО Саранск (26,9 %).

Существенных различий в оценках относительно удобства получения информации, предоставленной Министерством экономики РМ, среди представителей различных социальных групп не выявлено. Наибольшая удовлетворенность информацией по рассматриваемому критерию характерна для работающего населения (40,1 %), что прежде всего связано с возможностью поиска интересующих материалов в сети Интернет. Материалы администрации муниципального района (города) также высоко оценивают преимущественно работающее население (48,6 %) и пенсионеры (45,2 %). Критично настроены представители такой социальной группы, как «безработные» (20,5 %).

Оценки респондентов относительно удовлетворенности доступностью информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, имеют преобладающий позитивный характер. Так, доступность официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), составляет 48,1 %; Министерством экономики РМ — 39,6 %. Доля в той или иной степени

недовольных доступностью информации, размещаемой анализируемыми органами власти, не превышает 13,5 % (рис. 4.1.3).

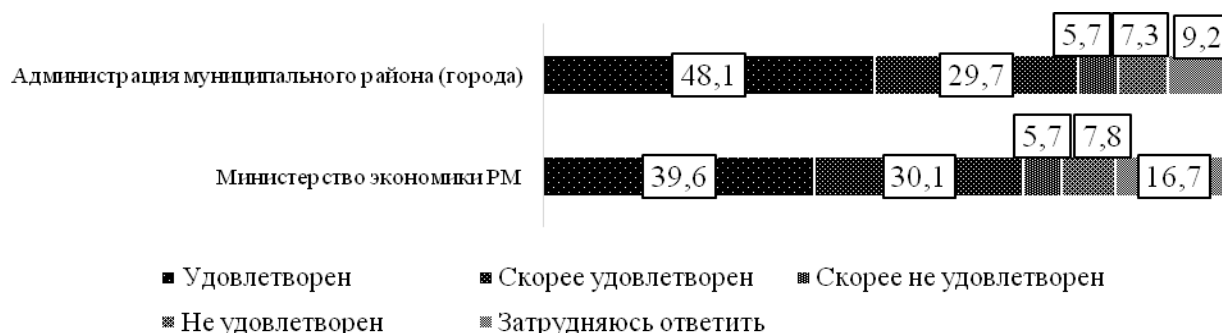


Рис. 4.1.3. Удовлетворенность населения доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, %

Из числа опрошенных, интересовавшихся информацией о конкурентной среде, наибольшее количество респондентов, полностью удовлетворенных доступностью материалов, размещаемых администрацией муниципального района (города), зафиксировано в Теньгушевском (91,3 %), Краснослободском (87,2 %), Атяшевском (83,8 %), Инсарском (74,2 %), Торбеевском (70,3 %), Темниковском (69,4 %), Ельниковском (61,6 %) и Ромодановском (60,3 %) муниципальных районах. Доля в той или иной степени недовольных высока в Чамзинском (44,2 %), Лямбирском (31,8 %), Ковылкинском (25,0 %) районах и ГО Саранск (25,5 %).

Высокие показатели удовлетворенности доступностью информации, размещаемой в СМИ и сети Интернет Министерством экономики РМ, в разрезе муниципальных образований демонстрируют Краснослободский (87,2 %), Атяшевский (79,3 %), Инсарский (77,8 %), Ромодановский (62,9 %) и Темниковский (57,0 %) муниципальные районы. Негативные оценки (сумма ответов «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен») высказывали представители Лямбирского (46,9 %), Чамзинского (36,7 %), Большеберезниковского (22,4 %), Ичалковского (21,3 %), Ковылкинского (21,2 %) районов и ГО Саранск (28,2 %).

Анализ ответов респондентов в соответствии с их социальным статусом свидетельствует о незначительных различиях в оценках качества информации по рассматриваемому критерию. Так, в большей степени удовлетворены доступностью информации, размещаемой Министерством экономики РМ, работающие граждане (41,7 %), а сложность в доступе к интересующим материалам испытывают преимущественно пенсионеры

(14,3 %). Аналогичная ситуация наблюдается относительно информации, размещаемой администрацией муниципального района (города): высока доля удовлетворенных среди работающих граждан (50,6 %). Однако негативно оценивают доступность официальной информации в большей степени представители социальной группы «безработные» — 20,3 %.

В соответствии с методологией исследования были рассчитаны агрегированные показатели — индексы удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды, размещаемой в открытом доступе, по различным критериям. Индекс удовлетворенности потребителей понятностью официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), составил 76,90 пункта, Министерством экономики РМ — 73,32 пункта (табл. 4.1.1).

Таблица 4.1.1

Индексы удовлетворенности понятностью официальной информации

Характеристика группы	Орган власти	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	76,90
	Министерство экономики РМ	73,32

Агрегированный показатель удовлетворенности удобством получения официальной информации также характеризуется высокими значениями. Так, индекс удовлетворенности информацией по рассматриваемому критерию относительно администрации муниципального района (города) равен 75,46 пункта, чуть меньше значение индекса относительно Министерства экономики РМ (72,09 пункта) (табл. 4.1.2).

Таблица 4.1.2

Индексы удовлетворенности удобством получения официальной информации

Характеристика группы	Орган власти	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	75,46
	Министерство экономики РМ	72,09

Индекс удовлетворенности доступностью получения официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), составил 76,41 пункта, Министерством экономики РМ — 72,01 пункта (табл. 4.1.3).

Таблица 4.1.3

Индексы удовлетворенности доступностью получения официальной информации

Характеристика группы	Орган власти	Индекс
Высокий уровень	Администрация муниципального района (города)	76,41

удовлетворенности	Министерство экономики РМ	72,01
-------------------	---------------------------	-------

Обобщенный индекс удовлетворенности качеством официальной информации по таким критериям, как «понятность информации», «удобство получения» и «доступность», свидетельствует о высоком уровне удовлетворенности респондентов материалами, размещаемыми органами местного самоуправления и уполномоченным органом исполнительной власти по содействию конкуренции. Так, значение обобщенного показателя удовлетворенности относительно администрации муниципального района (города) составило 73,98 пункта, Министерства экономики РМ — 70,22 пункта (табл. 4.1.4).

Таблица 4.1.4

Обобщенные индексы удовлетворенности качеством официальной информацией

Характеристика группы	Орган власти	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	73,89
	Министерство экономики РМ	70,22

Для расчета индекса удовлетворенности потребителей качеством официальной информации по анализируемым критериям в разрезе муниципальных образований был учтен уровень погрешности измерения, который позволил сгруппировать анализируемые районы по трем категориям:

- группа районов с низкой погрешностью измерения ($\pm 7\%$);
- группа районов со средней погрешностью измерения ($\pm 15\%$);
- группа районов с высокой погрешностью измерения ($\pm 20\%$).

Необходимо отметить, что сравнение между группами невозможно ввиду несопоставимости погрешности измерения, поскольку, исходя из использованной нами методологии, структура выборочной совокупности репрезентует население республики в целом, а не население каждого отдельно взятого муниципального образования. В рамках настоящего исследования наибольшее число респондентов опрошено в ГО Саранск (280 чел.); меньшее — в Zubovo-Polyansk, Kovylkinskom и Ruzaevskom муниципальных районах (по 50 чел.); еще меньшее — в Ardatovskom, Atyurevskom, Atyashevskom, Bolshobereznykovskom, Bolshheignatovskom, Dubenskom, El'nikovskom, Insarskom, Ichalkovskom, Kadoшкинском, Kochurovskom, Krasnoslobodskom, Lyambirskom, Romodanovskom, Staroshaygovskom, Temnikovskom, Tentyguшевском, Torbеевском и

Чамзинском районах (по 30 чел.). Здесь действует простое правило — увеличение размера выборки делает индекс более надежным.

Анализ индексов удовлетворенности понятностью изложения официальной информации в разрезе муниципальных образований свидетельствует об их положительных значениях. Так, в группе с низкой погрешностью измерения ($\pm 7\%$) — к которой относится только ГО Саранск — индекс удовлетворенности составил 62,02 пункта.

Таблица 4.1.5

Индексы удовлетворенности понятностью изложения официальной информации администрации муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	Индекс
Низкая погрешность измерения	Саранск	62,02
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	78,74
	Рузаевский	76,91
	Ковылкинский	53,83
Высокая погрешность измерения	Теньгушевский	97,03
	Краснослободский	96,18
	Атяшевский	95,96
	Дубенский	95,02
	Торбеевский	93,68
	Инсарский	92,60
	Ромодановский	88,75
	Кадошкинский	87,12
	Ельниковский	86,25
	Атюрьевский	79,47
	Темниковский	79,42
	Ардатовский	77,76
	Большеберезниковский	76,85
	Кочкуровский	74,26
	Старошайговский	72,89
	Ичалковский	67,89
	Большеигнатовский	59,43
	Лямбирский	55,77
	Чамзинский	54,77

Среди муниципальных образований, отнесенных к группе со средней погрешностью измерения ($\pm 15\%$), лидирующие позиции занимает Зубово-Полянский район (78,74 пункта). Несколько ниже показатель удовлетворенности понятностью изложения информации о конкурентной среде в Рузаевском (76,91 пункта) и Ковылкинском (53,83 пункта) муниципальных районах.

Наиболее многочисленной является группа с высокой погрешностью измерения ($\pm 20\%$). Максимальные значения индекса удовлетворенности

зафиксированы в Теньгушевском (97,03 пункта), Краснослободском (96,18 пункта), Атяшевском (95,96 пункта), Дубенском (95,02 пункта), Торбеевском (93,68 пункта) и Инсарском (92,60 пункта) муниципальных районах. Наименьшие значения индекс принимает в Большеигнатовском (59,43 пункта), Лямбирском (55,77 пункта) и Чамзинском (54,77 пункта) муниципальных районах.

Индекс удовлетворенности качеством официальной информации, размещаемой органами власти, по такому критерию, как «удобство получения», в ГО Саранск составил 61,08 пункта (низкая погрешность измерения ($\pm 7\%$)). В группе муниципальных районов со средней погрешностью измерения ($\pm 15\%$) анализируемый показатель принял максимальные значения в Zubovo-Polyansky районе (78,49 пункта), чуть меньший показатель удовлетворенности зафиксирован в Рузаевском и Ковылкинском районах (74,73 и 54,73 пункта соответственно).

Среди районов республики с высокой погрешностью измерения ($\pm 20\%$) наибольшие значения индекса удовлетворенности зафиксированы в Теньгушевском (97,82 пункта), Краснослободском (95,99 пункта), Атяшевском (94,50 пункта), Дубенском (94,28 пункта), Инсарском (92,60 пункта) и Торбеевском (91,57 пункта) районах. Минимальные значения показателя — в Лямбирском (60,71 пункта) и Чамзинском (54,77 пункта) муниципальных районах (табл. 4.1.6).

Таблица 4.1.6

Индексы удовлетворенности удобством получения официальной информации администрации муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	Индекс
Низкая погрешность измерения	Саранск	61,08
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	78,49
	Рузаевский	74,73
	Ковылкинский	54,73
Высокая погрешность измерения	Теньгушевский	97,82
	Краснослободский	95,99
	Атяшевский	94,50
	Дубенский	94,28
	Инсарский	92,60
	Торбеевский	91,57
	Ромодановский	89,02
	Ельниковский	85,84
	Темниковский	82,82
	Кадошкинский	82,07
	Атюрьевский	76,92
	Старошайговский	72,83
	Ардатовский	71,04

	Большееигнатовский	70,98
	Большееберезниковский	68,58
	Ичалковский	66,52
	Кочкуровский	66,26
	Лямбирский	60,71
	Чамзинский	54,77

Индекс удовлетворенности респондентов доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды в ГО Саранск составил 61,64 пункта (группа районов с низкой погрешность измерения). В группе муниципальных образований со средней погрешностью измерения (± 15 %) анализируемый показатель имеет максимальные значения в Zubovo-Polyansk (81,14 пункта), немногим меньше в Рузаевском (75,61 пункта) муниципальных районах. Индекс удовлетворенности доступностью информации принял наименьшее значение по группе в Ковылкинском (57,72 пункта) муниципальном районе.

В группе с высокой погрешностью измерения (± 20 %) лидерами выступили Теньгушевский (95,60 пункта) и Краснослободский (95,34 пункта) муниципальные районы. Высокие показатели доступности информации зафиксированы в Атяшевском (94,50 пункта), Инсарском (92,60 пункта), Дубенском (92,00 пункта) районах. Наименьшие значения индекс удовлетворенности принял в Ичалковском (64,25 пункта), Кочкуровском (64,22 пункта), Большееигнатовском (62,26 пункта), Лямбирском (60,71 пункта) и Чамзинском (52,66 пункта) муниципальных районах (табл. 4.1.7).

Таблица 4.1.7

**Индексы удовлетворенности доступностью официальной информации
администрации муниципального района (города)**

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	Индекс
Низкая погрешность измерения	Саранск	61,64
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	81,14
	Рузаевский	75,61
	Ковылкинский	57,72
	Теньгушевский	95,60
Высокая погрешность измерения	Краснослободский	95,34
	Атяшевский	94,50
	Инсарский	92,60
	Дубенский	92,00
	Ромодановский	88,06
	Торбеевский	87,82
	Ельниковский	87,74
	Атюрьевский	84,01
	Кадошкинский	82,40
	Темниковский	80,90
	Ардатовский	75,00

	Старошайговский	74,86
	Большеберезниковский	69,73
	Ичалковский	64,25
	Кочкуровский	64,22
	Большеигнатовский	62,26
	Лямбирский	60,71
	Чамзинский	52,66

Обобщенный показатель удовлетворенности качеством официальной информации о конкурентной среде на рынках товаров и услуг, размещаемой администрацией муниципального района (города), по критериям «понятность информации», «удобство получения» и «доступность» в ГО Саранск составил 59,67 пункта.

Значения обобщенного индекса удовлетворенности населения качеством официальной информации в группе муниципальных образований со средней погрешностью измерения ($\pm 15\%$) приняли максимальные значения в Zubovo-Polyansky (76,99 пункта) и Ruzaevsky (73,39 пункта) районах. Сравнительно более низкий показатель зафиксирован в Kovyalkinsky район (53,71 пункта).

В наиболее многочисленной группе с высокой погрешностью измерения ($\pm 20\%$) лидирующие позиции в рейтинге занимают Tеньгушевский (93,81 пункта), Краснослободский (92,86 пункта), Атяшевский (92,04 пункта), Дубенский (90,84 пункта), Инсарский (89,73 пункта), Торбеевский (88,18 пункта), Ромодановский (85,86 пункта), Ельниковский (83,93 пункта), Кадошкинский (81,24 пункта) муниципальные районы. Срединные позиции принадлежат Темниковскому (78,54 пункта), Атюрьевскому (77,67 пункта), Ардатовскому (72,27 пункта), Старошайговскому (71,26 пункта), Большеберезниковскому (69,46 пункта) районам. К числу районов с минимальными значениями обобщенного индекса удовлетворенности относятся Кочкуровский (66,08 пункта), Ичалковский (64,15 пункта), Большеигнатовский (62,25 пункта), Лямбирский (57,25 пункта) и Чамзинский (52,38 пункта) муниципальные районы (табл. 4.1.8).

Таблица 4.1.8

Обобщенные индексы удовлетворенности официальной информацией администрации муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	Индекс
Низкая погрешность измерения	Саранск	59,67
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	76,99
	Рузаевский	73,39
	Ковылкинский	53,71

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	Индекс
Высокая погрешность измерения	Теньгушевский	93,81
	Краснослободский	92,86
	Атяшевский	92,04
	Дубенский	90,84
	Инсарский	89,73
	Торбеевский	88,18
	Ромодановский	85,86
	Ельниковский	83,93
	Кадошкинский	81,24
	Темниковский	78,54
	Атюрьевский	77,67
	Ардатовский	72,27
	Старошайговский	71,26
	Большеберезниковский	69,46
	Кочкуровский	66,08
	Ичалковский	64,15
	Большеигнатовский	62,25
	Лямбирский	57,25
	Чамзинский	52,38

4.2. Удовлетворенность потребителей и предпринимателей деятельностью организаций по рассмотрению обращений граждан

Данные социологического исследования свидетельствуют, что абсолютное большинство опрошенных не обращались с жалобами в надзорные органы за защитой своих прав как потребители по характеристикам товаров и услуг (92,0 %). Лишь незначительная доля потребителей имела опыт обращения в рассматриваемые органы (2,4 %). Затруднились ответить на поставленный вопрос 5,6 %.

В большинстве случаев жалобы потребителей, с которыми они обращались в надзорные органы, были связаны с несоответствием качества товаров («некачественная обувь», «телефон», «электроника», «качество хлеба», «мужская туалетная вода») и услуг («общественное питание», «услуги страхования автомобиля в ОАО «Росгосстрах»», «водоотведение и канализация МКД», «предоставление субсидии») установленным требованиям.

Анализируемые надзорные органы существенно дифференцируются по уровню обращаемости граждан. Наибольшее количество обращений от потребителей за последний год поступило в администрации муниципальных районов — 61,8 %, что, вероятно, связано с их большей территориальной и фактической доступностью для жителей районов республики. Около четверти респондентов обращались в Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Мордовия (Роспотребнадзор) и Прокуратуру Республики Мордовия (24,3 и 24,0 % соответственно). В Министерство социальной защиты населения РМ обращались 17,6 % опрошенных. К помощи Общественной приемной Президента Российской Федерации в РМ прибегали 13,5 % респондентов, Общественной приемной Главы РМ и Государственного контроля в сфере образования — по 10,1 % соответственно. Из числа потребителей, обращавшихся в надзорные органы, наименьшее количество обращений зафиксировано в Фонд социального страхования Российской Федерации по РМ (7,1 %) и Управление Федеральной антимонопольной службы по РМ (3,4 %) (рис. 4.2.1).

Анализ неформализованных ответов респондентов свидетельствует, что потребители также обращались за защитой своих прав в Государственную жилищную инспекцию и МП «Горводоканал».

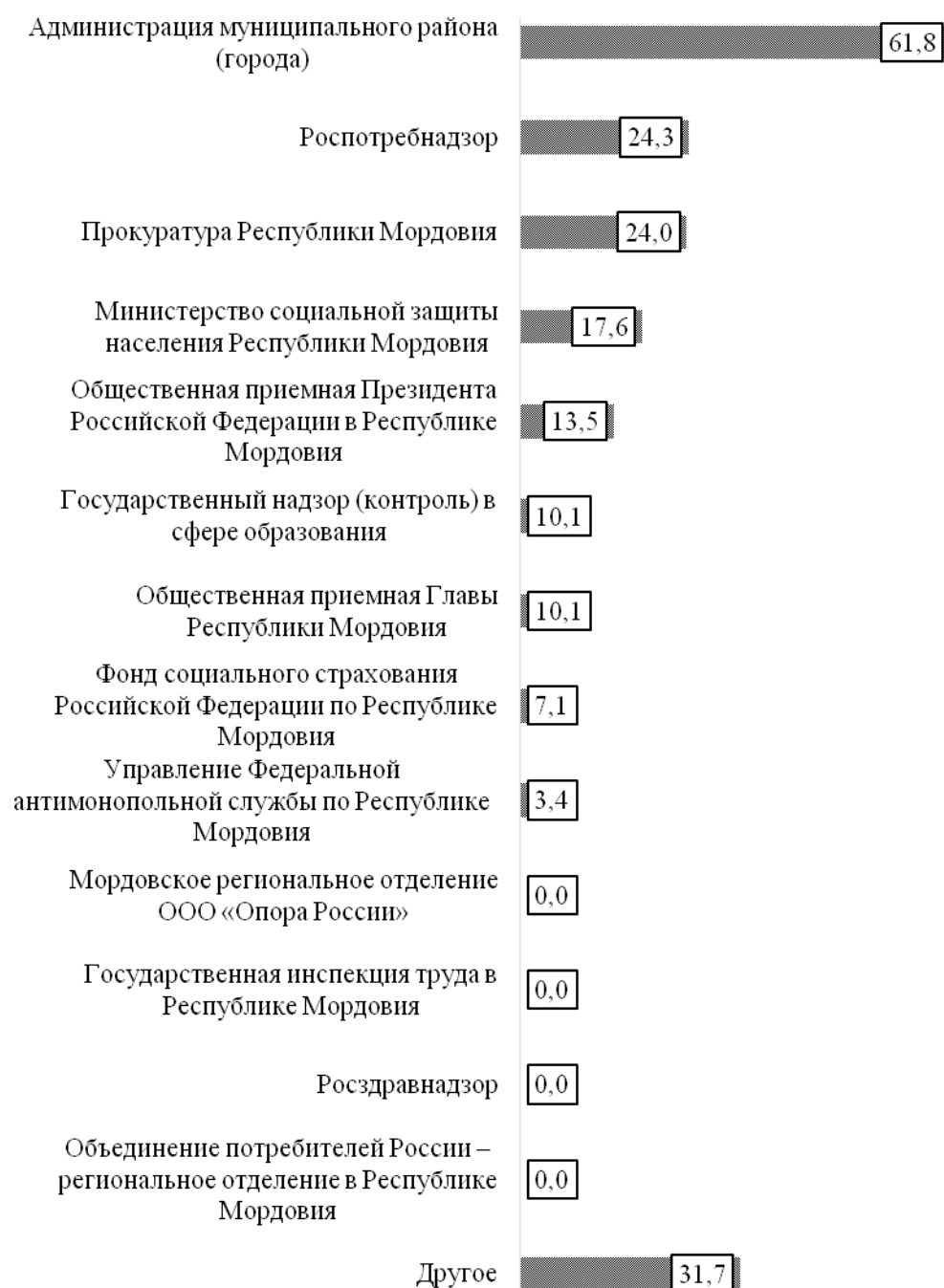


Рис. 4.2.1. Надзорные органы, в которые обращались потребители за защитой своих прав по характеристикам товаров и услуг за последний год, %

Более половины опрошенных затруднились оценить динамику количества жалоб в надзорные органы со стороны потребителей из числа знакомых и родственников (57,3 %). Каждый пятый респондент (21,5 %) высказывает мнение, что их количество за анализируемый период увеличилось; 17,4 % потребителей считают, что количество жалоб не

изменилось. Лишь 3,8 % отметили нисходящую динамику количества обращений граждан.

4.3. Выводы и рекомендации

Проведенный анализ позволил сделать следующие выводы:

— востребованность информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия среди населения средняя: заинтересованность в ней проявляли большинство опрошенных (62,2 % находили информацию, размещаемую Министерством экономики РМ; 66,9 % — администрациями муниципальных районов (города));

— качество официальной информации по основным критериям (понятность, удобство получения и доступность), размещаемой в открытом доступе Министерством экономики РМ и администрациями муниципальных районов (города), оценивается населением преимущественно положительно;

— рассчитанные индексы удовлетворенности качеством официальной информации свидетельствуют об относительно высоком уровне удовлетворенности потребителей, интересовавшихся материалами о конкурентной среде на рынках товаров и услуг республики, размещаемыми Министерством экономики РМ и администрацией муниципального района (города);

— доля людей, обращавшихся с жалобами в надзорные органы за защитой своих прав, не является высокой (2,4 %); наибольшее количество обращений от потребителей за последний год поступило в администрации муниципальных районов (города), Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Мордовия (Роспотребнадзор) и Прокуратуру Республики Мордовия;

— респонденты чаще указывали на отсутствие изменений или рост числа обращений граждан с жалобами в надзорные органы.

Результаты анализа позволяют предложить следующее: повысить информированность населения о состоянии конкурентной среды и деятельности органов власти по содействию развитию конкуренции, надзорных органов, осуществляющих работу с обращениями граждан, об их компетенции, способах и формах получения услуг, через СМИ.

Заключение

Выполненный социологический анализ позволил выполнить комплексную оценку потребительского рынка Республики Мордовия, включая мониторинг удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг, состоянием ценовой конкуренции; мониторинг удовлетворенности потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий; анализ покупательского спроса на продукцию, произведенную в Республике Мордовия, и динамики потребления товаров населением (по основным критичным для республики товарам); мониторинг удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг республики и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе, размещаемой исполнительными органами государственной власти, в том числе уполномоченным органом исполнительной власти по содействию развитию конкуренции, и муниципальными образованиями.

Полученные результаты демонстрируют, что элементы конкуренции в той или иной степени присутствуют на каждом из рассматриваемых в рамках исследования рынков товаров и услуг. Наиболее высокий уровень конкуренции характерен для рынков строительных материалов, услуг дошкольного образования, дополнительного образования, культуры, сотовой связи и доступа к сети Интернет. Потребители удовлетворены концентрацией действующих компаний и предоставляемым ассортиментом, а также предложениями по цене и качеству товаров и услуг.

Несколько ниже оценивается ситуация на рынках бытовых услуг, продуктов питания, услуг розничной торговли, социального обслуживания, лекарственных препаратов, гостиниц, нефтепродуктов, общественного питания, пассажирских перевозок наземным транспортом и по вывозу мусора. Конкурентная среда здесь развита неравномерно, различные параметры удовлетворенности представлены средними или низкими оценками. Наиболее распространенная проблема — несоответствие цены и качества предоставляемых товаров и услуг, обусловленное прежде всего неблагоприятной социально-экономической ситуацией в стране в условиях действия санкций западных государств.

Приоритетными с точки зрения развития конкуренции являются рынки услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями, ЖКХ, детского отдыха и оздоровления, туристских и

медицинских услуг. Данные рынки характеризуются преимущественно негативным эффектом для потребителя, который выражен в низком уровне удовлетворенности ассортиментом, качеством и ценой предоставляемых услуг, а положение действующих на данных рынках компаний близко к монополистическому.

Наиболее востребованными услугами естественных монополий на территории региона являются электроснабжение, теплоснабжение, газоснабжение, водоснабжение, водоотведение, водоочистка, почтовая и стационарная телефонная связь. Потребители дают сравнительно высокие оценки ценовой политике и качеству предоставления только почтовой и телефонной связи, в то время как весь комплекс жилищно-коммунального хозяйства оценивается преимущественно негативно.

Проведенный анализ потребительского спроса на продукцию, произведенную на территории региона, свидетельствует о ее востребованности у населения и конкурентоспособности с ввозимыми товарами-аналогами. Причем необходимо отметить тот факт, что за последний год спрос на нее только возрос.

В условиях действующего продовольственного эмбарго на региональном потребительском рынке складывается сравнительно благоприятная ситуация для местных товаропроизводителей, которые предлагают потребителям более низкий уровень цен при обеспечении приемлемого качества продовольственных и непродовольственных товаров.

В частности, наиболее благоприятная ситуация со спросом складывается на рынках мяса птицы, масла растительного, молока, яиц, хлеба и хлебобулочных изделий, макаронных изделий, сахара и муки. Все остальные анализируемые продовольственные товары (свежие овощи, масло сливочное, сыры, консервированная плодоовощная продукция, кондитерская продукция, говядина, свинина, алкогольная продукция и пиво, колбасные изделия) пользуются стабильным спросом у потребителей.

В непродовольственном сегменте отмечается увеличение спроса на все виды товаров: гипсокартон, лампы, сухие строительные смеси, цемент. Из них гипсокартон и сухие строительные смеси характеризуются неценовой конкурентоспособностью, то есть сравнительно высоким уровнем качества. Конкурентным преимуществом цемента и ламп, произведенных в республике, является цена.

Потребители интересуются информацией о состоянии конкурентной среды, представляемой администрациями муниципальных районов (города) и

уполномоченным органом (Министерством экономики РМ), и преимущественно положительно оценивают ее понятность, удобство получения и доступность. Важно отметить тот факт, что население достаточно редко обращается с жалобами за защитой своих прав в контролирующие и надзорные органы, хотя за последние годы, как отмечают сами опрошенные, количество таких обращений остается неизменным или увеличивается.

В дальнейшем представляется целесообразным проведение повторных мониторинговых исследований потребительского рынка Республики Мордовия с целью определения тенденций развития конкуренции и динамики потребления населением товаров и востребованности услуг.