

Правительство Республики Мордовия

Министерство промышленности, науки и новых технологий
Республики Мордовия

Министерство экономики, торговли и предпринимательства
Республики Мордовия

Государственное казенное учреждение Республики Мордовия
«Научный центр социально-экономического мониторинга»

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ**

Доклад

Содержание

Введение.....

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

- 1.1. Концентрация компаний на рынках товаров и услуг.....
- 1.2. Насыщенность рынков товаров и услуг.....
- 1.3. Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг.....
- 1.4. Удовлетворенность потребителей состоянием ценовой конкуренции.....
- 1.5. Выводы и рекомендации.....

2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий.....

- 2.1. Удовлетворенность потребителей уровнем цен на услуги естественных монополий.....
- 2.2. Удовлетворенность потребителей качеством услуг естественных монополий.....
- 2.3. Выводы и рекомендации.....

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.....
- 3.2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством товаров.....
- 3.3. Динамика ассортимента и структуры товаров.....
- 3.4. Выводы и рекомендации.....

4. 4. Удовлетворенность населения деятельностью в сфере финансовых услуг и доступность для населения финансовых услуг.....

- 4.1. Использование населением услуг финансовых организаций.....
- 4.2. Удовлетворенность населения деятельностью финансовых организаций, а также качеством, доступностью и стоимостью финансовых услуг.....
- 4.3. Использование населением различных способов доступа к финансовым услугам, а также барьеры для доступа к финансовым услугам.....
- 4.4. Оценка населением своего уровня финансовой грамотности.....
- 4.5. Выводы и рекомендации.....

5. 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 развитию конкуренции, и муниципальными образованиями.....

- 4.1. Доступность источников информации.....
- 4.2. Удовлетворенность потребителей деятельностью организаций по рассмотрению обращений граждан.....
- 4.3. Выводы и рекомендации.....

Заключение.....

Приложение 1. Одномерное распределение результатов социологического опроса «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции» в 2016—2019 гг.....

Приложение 2. Двумерное распределение результатов социологического опроса
«Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках
Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции»
(по муниципальным образованиям) в 2019 г.

Приложение 3. Двумерное распределение результатов социологического опроса
«Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках
Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции»
(по муниципальным образованиям) в 2018 г.

Приложение 4. Двумерное распределение результатов социологического опроса
«Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках
Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции»
(по муниципальным образованиям) в 2017 г.

Введение

Аналитический доклад 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, торговли и предпринимательства Республики Мордовия в июне 2019 г.

Работа по выявлению уровня удовлетворенности потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции построена на основании следующих документов:

— Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 г. № 768-р;

— Государственная программа «Экономическое развитие Республики Мордовия до 2020 года», утвержденная постановлением Правительства Республики Мордовия от 23 сентября 2013 г. № 417;

— Распоряжение Правительства Республики Мордовия от 29 января 2018 г. № 45-р «Об утверждении Плана мероприятий („дорожной карты“) по содействию 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».

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

— оценка удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг и доступности для населения финансовых услуг;

— 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, по данным Мордовиястата на 1 января 2019 г., проживает 682 652 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 полу, возрасту и месту проживания. Итоговый объем выборочной совокупности составил 1 000 чел. при погрешности измерения $\pm 3,4$ %. Структура респондентов представлена по полу: мужчины — 45,7 %, женщины — 54,3 %; возрасту: 16—20 лет — 10,0 %, 21—34 года — 17,8 %, 35—44 года — 16,1 %, 45—59 лет — 28,7 %, 60 лет и старше — 27,4 %. Социально-демографический блок дополнен информацией о социальном статусе: работающие по найму — 52,0 %, предприниматели — 2,9 %, самозанятые — 3,9 %, официально безработные — 1,8 %, временно неработающие — 5,3 %, учащиеся (школы, колледжа, техникума) — 2,5 %, студенты вуза — 5,8 %, пенсионеры в том числе по инвалидности) — 22,8 %; об уровне образования: основное (до 9 классов) или среднее (10—11 классов) — 7 %, начальное или среднее профессиональное (училище, техникум, колледж) — 30,9 %; незаконченное высшее (3 курса и более) — 7,2 %, незаконченное высшее, высшее (в том числе два и более высших образования, аспирантура, ординатура, ученая степень) — 62,2 %; уровне дохода: менее 10 тыс. руб. на одного члена семьи получают 30,2 %, от 10 до 20 тыс. руб. — 53,0 %, от 20 до 30 тыс. руб. — 12,1 %, от 30 до 45 тыс. руб. — 3,6 %, от 45 до 60 тыс. руб. — 0,7 %, от 60 тыс. руб. и более — 0,4 %.

Методической основой исследования выступает очное формализованное анкетирование респондентов по бланку «Удовлетворенность потребителей

качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции».

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:

$$A = \sum k_n N_n / N, (1)$$

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:

$$I_i = (Afa + Bfb + Cfc + \dots + Zfz) / n, (2)$$

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 представляют 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 аналитического доклада. Аналитический доклад содержит введение; 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 населения деятельностью в сфере финансовых услуг и доступности для населения финансовых услуг; 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—5); заключение. В приложениях представлены результаты социологических опросов населения Республики Мордовия в 2016—2019 гг.

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

1.1. Концентрация компаний на рынках товаров и услуг

Важнейшим показателем структуры рынка является концентрация действующих компаний (предприятий, организаций, фирм), который показывает степень конкурентности или монополизированности среды, в которой действуют хозяйствующие субъекты [Юсупова, 2009: 176–177]. Как правило, для его измерения используются экономические метрики, оперирующие преимущественно статистическими показателями [см. напр.: Овчинникова, Радаев, 2007; Юсупова, 2009; Scherer, Ross, 1990]. Проблема подобного подхода, по нашему мнению, заключается в том, что он чрезмерно преувеличивает роль рыночных отношений и обосновывает поведение людей сугубо экономической целесообразностью, что в действительности не всегда является верным [см., напр.: Слейтер, 2008]. Как показывает практика, крупные торговые сети заметно снижают уровень концентрации компаний, особенно представленных малым и средним бизнесом, но выводят отношения между потребителем и продавцом на принципиально новый уровень, в первую очередь за счет программ лояльности, выверенной системы логистики, продуманной маркетинговой стратегии и т.д. Поэтому кажущийся объективным показатель концентрации действующих компаний (предприятий, организаций, фирм) для потребителей товаров и услуг приобретает субъективные характеристики, поскольку для них представляется важным не конкурентность или монополизированность среды, а наличие возможности найти выгодное предложение. Некоторые исследователи даже утверждают, что поход по магазинам можно рассматривать как своеобразный ритуал, который указывает окружающим, например, на социальное положение человека, его профессиональную занятость и др. [Хамрина, 2011: 55].

Региональные рынки товаров и услуг разнятся по количеству действующих компаний (предприятий, организаций, фирм).

Наиболее развитыми по критерию концентрации потребители называют рынки, представляющие следующие товары: продукты питания, лекарственные препараты и медицинские изделия, нефтепродукты, а также свежая и охлажденная рыба. Значительно меньшее число акторов представлено на рынках фермерской продукции и сжиженного газа в баллонах (рис. 1.1.1).

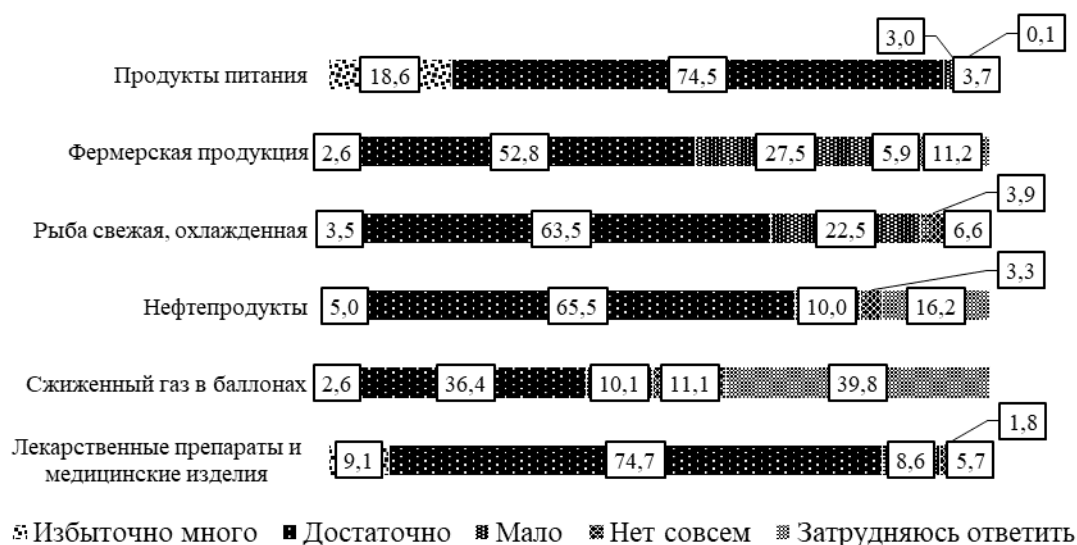


Рис. 1.1.1. Оценка потребителями концентрации компаний на рынках товаров, %

Наибольшая концентрация компаний (предприятий, организаций, фирм) традиционно наблюдается на рынке продуктов питания. Практически все респонденты (93,1 %) указывают на избыточное или достаточное количество действующих здесь акторов. На те или иные проблемы с наполняемостью указали всего 3,1 % опрошенных. На дефицит действующих компаний (предприятий, организаций, фирм) несколько чаще остальных жаловались жители Инсарского (10,0 %) муниципального района. За последние три года наблюдений изменений, превышающих пределы допустимой погрешности измерения, не зафиксировано¹.

Значительное число акторов наблюдается на рынке лекарственных препаратов и медицинских изделий. Об избыточном или достаточном количестве компаний (предприятий, организаций, фирм) заявляют 83,8 % респондентов. Их недостаток указывает каждый десятый опрошенный (10,4 %). Больше всего недовольных — в Кадошкинском (43,3 %), Кочкуровском (30,0 %), Атюрьевском (23,3 %) и Теньгушевском (20,0 %) муниципальных районах.

Достаточно высокий уровень наполненности типичен для рынка нефтепродуктов. Об избыточности или достаточности действующих компаний (предприятий, организаций, фирм) говорят 70,5 % респондентов. Обратной точки зрения придерживается каждый десятый (13,3 %) опрошенный. Определенные проблемы с наполняемостью присутствуют в Кадошкинском (40,0 %), Инсарском (26,7 %), Лямбирском (25,6 %), Атюрьевском (23,3 %), Ардатовском (22,5 %) и Зубово-Полянском (22,0 %) муниципальных районах.

¹ Здесь и далее данные о динамике будут приведены только там, где это возможно, поскольку редакция Стандарта развития конкуренции в 2019 г. претерпела серьезные изменения.

За последние три года значимых колебаний данного показателя не зафиксировано.

На рынке свежей и охлажденной рыбы также высока концентрация компаний (предприятий, организаций, фирм). Более двух третей респондентов (67,0 %) заявляют об избыточной или достаточной наполненности. Недостаток действующих акторов испытывает каждый четвертый (26,4 %) опрошенный. Подобную точку зрения чаще остальных декларирует население Кочкуровского (48,3 %), Кадошкинского (43,3 %), Лямбирского (41,0 %), Чамзинского (38,5 %) и Старошайговского (33,3 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (34,1 %).

Различный уровень концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм) фиксируется на рынках услуг. Наиболее представленными являются услуги по перевозке пассажиров легковым транспортом (76,0 %), услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет (73,1 %), финансовые услуги (70,2 %), ритуальные услуги (67,7 %) и услуги по вывозу мусора (61,0 %); наименее — услуги детского отдыха и оздоровления (23,4 %), туристские услуги (22,7 %) и услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (14,6 %) (рис. 1.1.2).

Недостаток компаний (предприятий, организаций, фирм), предоставляющих услуги по перевозке пассажиров легковым транспортом, фиксируется в Кочкуровском (56,7 %), Старошайговском (40,0 %), Теньгушевском (31,0 %), Кадошкинском (30,0 %) и Ельниковском (27,6 %) муниципальных районах. Выбор поставщиков услуг связи, в том числе Интернета, ограничен в Кадошкинском (40,0 %), Рузаевском (28,0 %), Атюрьевском (26,7 %), Кочкуровском (26,7 %), Атяшевском (23,3 %), Ичалковском (23,3 %), Торбеевском (23,3 %), Ардатовском (22,5 %), Дубенском (20,0 %), Инсарском (20,0 %), Теньгушевском (20,0 %), Большеигнатовском (17,2 %) и Ельниковском (17,2 %) муниципальных районах. Дефицит на рынке финансовых услуг образуется в Большеигнатовском (36,7 %) и Кадошкинском (48,3 %) муниципальных районах. О недостаточном количестве акторов в сфере ритуальных услуг чаще других заявляют жители Кадошкинского (36,7 %) и Лямбирского (35,0 %) муниципальных районов. Проблемы на рынке услуг по вывозу мусора обозначает население Торбеевского (43,3 %), Рузаевского (40,8 %), Инсарского (36,7 %), Кадошкинского (36,7 %), Атюрьевского (26,7 %), Ельниковского (26,7 %), Темниковского (26,7 %), Лямбирского (25,0 %), Чамзинского (25,5 %), Атяшевского (23,3 %) и Дубенского (23,3 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (36,5 %).

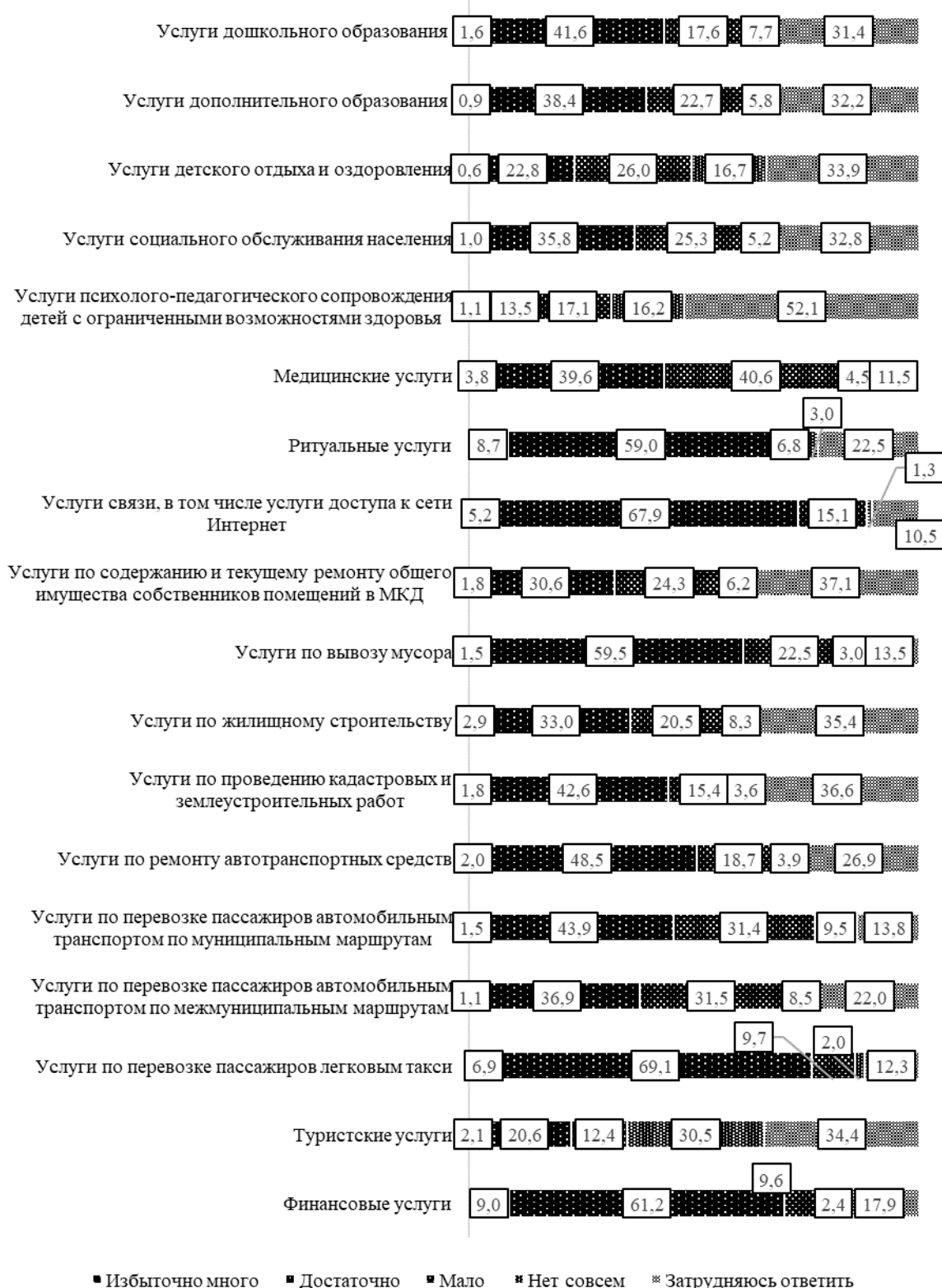


Рис. 1.1.2. Оценка потребителями концентрации компаний на рынках услуг, %

Необходимо отметить, что развитие сферы услуг в ГО Саранск по уровню представленности компаний (предприятий, организаций, фирм) на отдельных рынках либо находится на уровне средних значений по региону,

либо заметно превышает их. Тем не менее здесь значительно ниже наполненность рынков услуг по вывозу мусора (48,2 %), услуг по проведению кадастровых и землеустроительных работ (31,6 %), услуг социального обслуживания населения (11,0 %), ритуальных услуг (9,7 %) и услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (8,8 %).

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 компаний (предприятий, организаций, фирм)
на рынках товаров¹**

Характеристика группы	Рынок товаров	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень концентрации	Продукты питания	77,55	78,19	77,12
	Лекарственные препараты и медицинские изделия	—	—	70,18
	Нефтепродукты	65,85	63,7	64,68
	Рыба свежая, охлажденная	—	—	60,05
Средний уровень концентрации	Фермерская продукция	—	—	54,71
	Сжиженный газ в баллонах	—	—	52,27

Таблица 1.1.2

**Индексы концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм)
на рынках услуг**

Характеристика группы	Рынок услуг	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень концентрации	Услуги по перевозке пассажиров легковым такси	—	—	67,26
	Финансовые услуги	—	66,18	66,17
	Ритуальные услуги	—	—	65,89
	Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет	—	—	65,16
Средний уровень концентрации	Услуги по вывозу мусора	—	—	58,51
	Услуги по ремонту автотранспортных средств	—	—	56,49
	Услуги по проведению кадастровых и землеустроительных работ	—	—	55,90
	Услуги дошкольного образования	59,36	58,68	52,93
	Услуги дополнительного образования	56,41	53,07	51,49
	Услуги социального обслуживания	49,65	49,8	50,56

¹ Здесь и далее частные индексы рассчитаны по формуле 1, приведенной на с. 6-7.

Характеристика группы	Рынок услуг	2017 г.	2018 г.	2019 г.
	Услуги по жилищному строительству	—	—	50,45
	Медицинские услуги	49,2	49,32	49,40
	Услуги по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД	—	—	49,39
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам	—	—	49,14
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам	—	—	47,65
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	41,43	40,69	41,59
	Услуги детского отдыха и оздоровления	41,13	40,42	41,19
Низкий уровень концентрации	Туристские услуги	34,32	35,1	37,85

Таким образом, в большинстве случаев можно говорить о высоком или среднем уровне концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм). Наиболее наполненными, по мнению потребителей, являются рынки продуктов питания, лекарственных препаратов и медицинских изделий, нефтепродуктов, свежей и охлажденной рыбы, а также услуг по перевозке пассажиров легковым такси, финансовых услуг, ритуальных услуг и услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет. Проблемным был и остается рынок туристских услуг, и, как показывают результаты перекрестных исследований, объем въездного туризма в Мордовию существенно меньше выездного [Козин, Кирдяшкина, 2018: 86].

Недостаток действующих акторов фиксируется преимущественно в муниципальных районах республики — в первую очередь в Атюрьевском, Инсарском, Кадошкинском, Кочкуровском и Лямбирском. По отдельным рынкам, таким как услуги по вывозу мусора, услуги по проведению кадастровых и землеустроительных работ, услуги социального обслуживания населения, ритуальные услуги и услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, наблюдаются и определенные проблемы в ГО Саранск, несмотря на его социально-экономический потенциал и мощное инфраструктурное наследие Чемпионата мира по футболу — 2018.

1.2. Насыщенность рынков товаров и услуг

Высокая концентрация компаний (предприятий, организаций, фирм) непосредственно влияет на плотность рынка и его насыщение различными видами товаров и услуг. Под насыщенностью рынка товарами и услугами понимается полнота ассортимента, представленная на данном рынке; как правило, чем больше полнота ассортимента, тем выше вероятность того, что потребительский спрос на товары определенной группы будет удовлетворен [Куимов, Сулова, Щербенко, Панкова, 2015: 156]. Определение степени насыщенности рынка строится или на основании экспертных заключений, или в результате проведения полевого маркетингового исследований; также для товаров длительного пользования широко используется балансовый метод расчета [Королькова, 2004: 840].

По всем анализируемым товарным рынкам доминируют позитивные оценки относительно возможности выбора товарных позиций: продуктов питания (+73,3/–21,6 %), лекарственных препаратов и медицинских изделий (+68,9/–23,7 %), свежей и охлажденной рыбы (+58,5/–35,1 %), фермерской продукции (+56,6/–30,5 %), нефтепродуктов (+51,1/–32,6 %) и сжиженного газа в баллонах (+39/–17,5 %) (рис. 1.2.1 и 1.2.2).

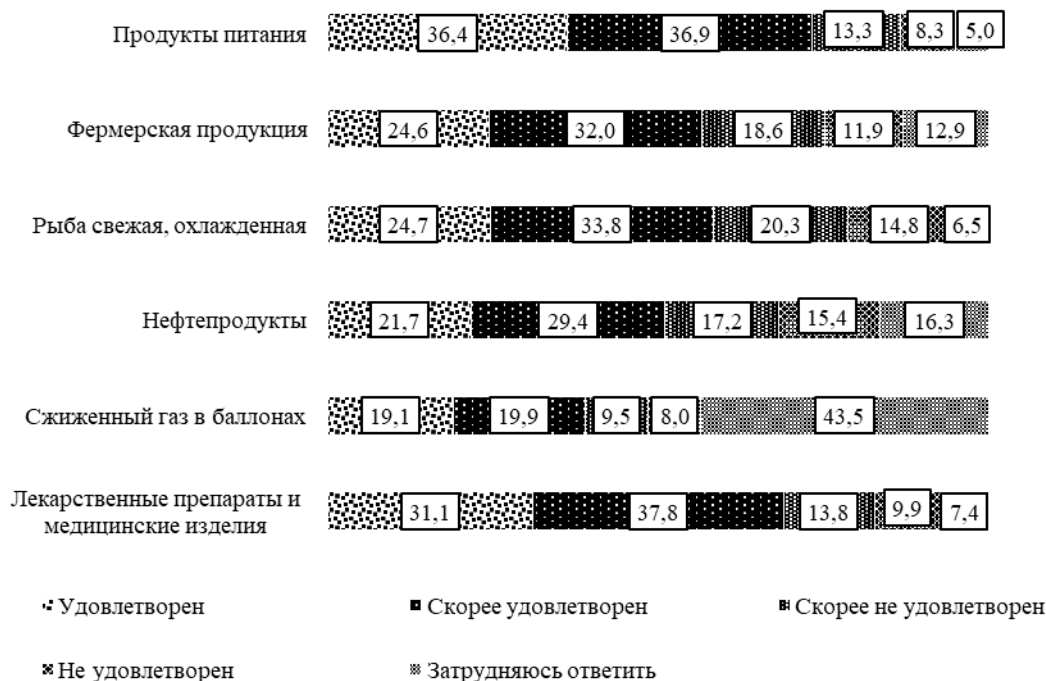


Рис. 1.2.1. Удовлетворенность респондентов возможностью выбора необходимых товаров, %

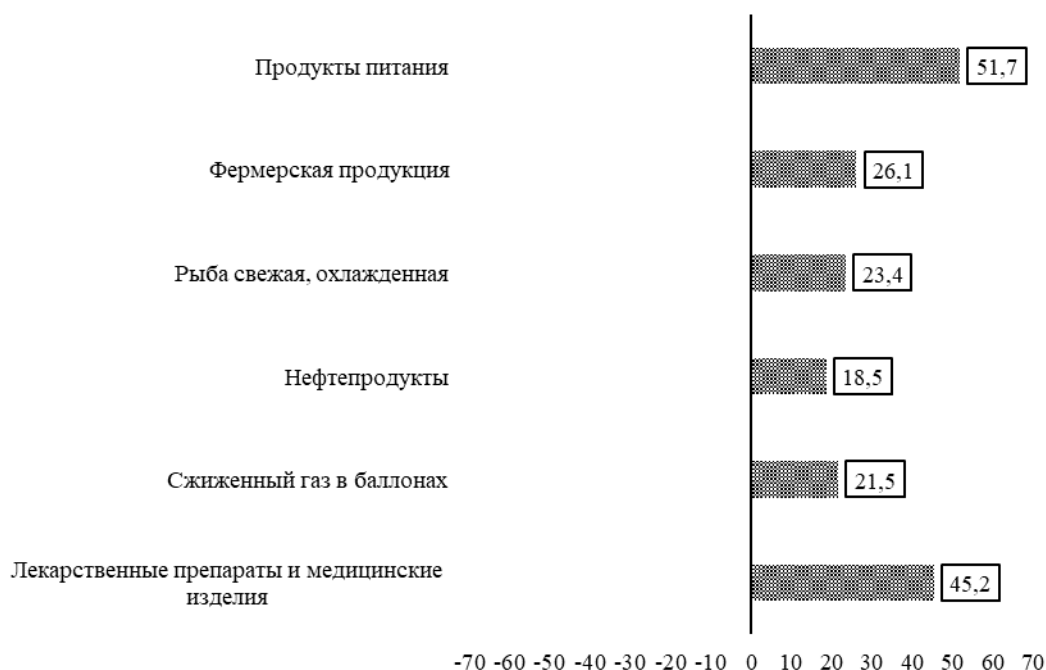


Рис. 1.2.2. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов возможностью выбора необходимых товаров, %

Не устраивает ассортимент приобретаемых продуктов питания преимущественно жителей Кочкуровского (45,8 %), Атяшевского (33,3 %), Краснослободского (33,3 %), Теньгушевского (33,3 %), Ельниковского (32,0 %), Дубенского (31,0 %) и Инсарского (28,6 %) муниципальных районов. Низкая представленность лекарственных препаратов и медицинских изделий фиксируется в Ельниковском (46,2 %), Рузаевском (43,2 %), Краснослободском (34,3 %) и Атяшевском (33,3 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (28,2 %). Недостаточен ассортимент свежей и замороженной рыбы в Атяшевском (63,3 %), Рузаевском (53,2 %), Кочкуровском (52,4 %), Торбеевском (44,0 %), Лямбирском (43,3 %), Старошайговском (43,2 %) и Теньгушевском (41,4 %) муниципальных районах. О недостатке фермерской продукции заявляет население Рузаевского (50,0 %), Чамзинского (48,5 %), Старошайговского (44,0 %), Атяшевского (40,7 %) и Атюрьевского (36,4 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (39,5 %). Сравнительно невысокий ассортимент нефтепродуктов наблюдается в Атяшевском (57,1 %), Атюрьевском (50,0 %), Ельниковском (50,0 %), Теньгушевском (50,0 %), Кочкуровском (47,4 %), Краснослободском (42,1 %), Торбеевском (40,9 %), Дубенском (40,7 %) и Рузаевском (39,5 %) муниципальных районах. Сжижен-

ный газ в баллонах в меньшей степени представлен в Кадошкинском (50,0 %), Ельниковском (46,2 %) и Рузаевском (27,3 %) муниципальных районах.

Рынок услуг также дифференцирован по возможности выбора: лидирующие позиции принадлежат услугам по перевозке пассажиров легковым транспортом (66,0 %), услугам связи, в том числе услугам доступа к сети Интернет (64,1 %) и ритуальным услугам (63,6 %); аутсайдерами выступают рынки услуг детского отдыха и оздоровления (36,6 %), медицинских услуг (36,5 %), туристских услуг (36,3 %), услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья (30,6 %) и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД (29,6 %) (рис. 1.2.3 и 1.2.4).

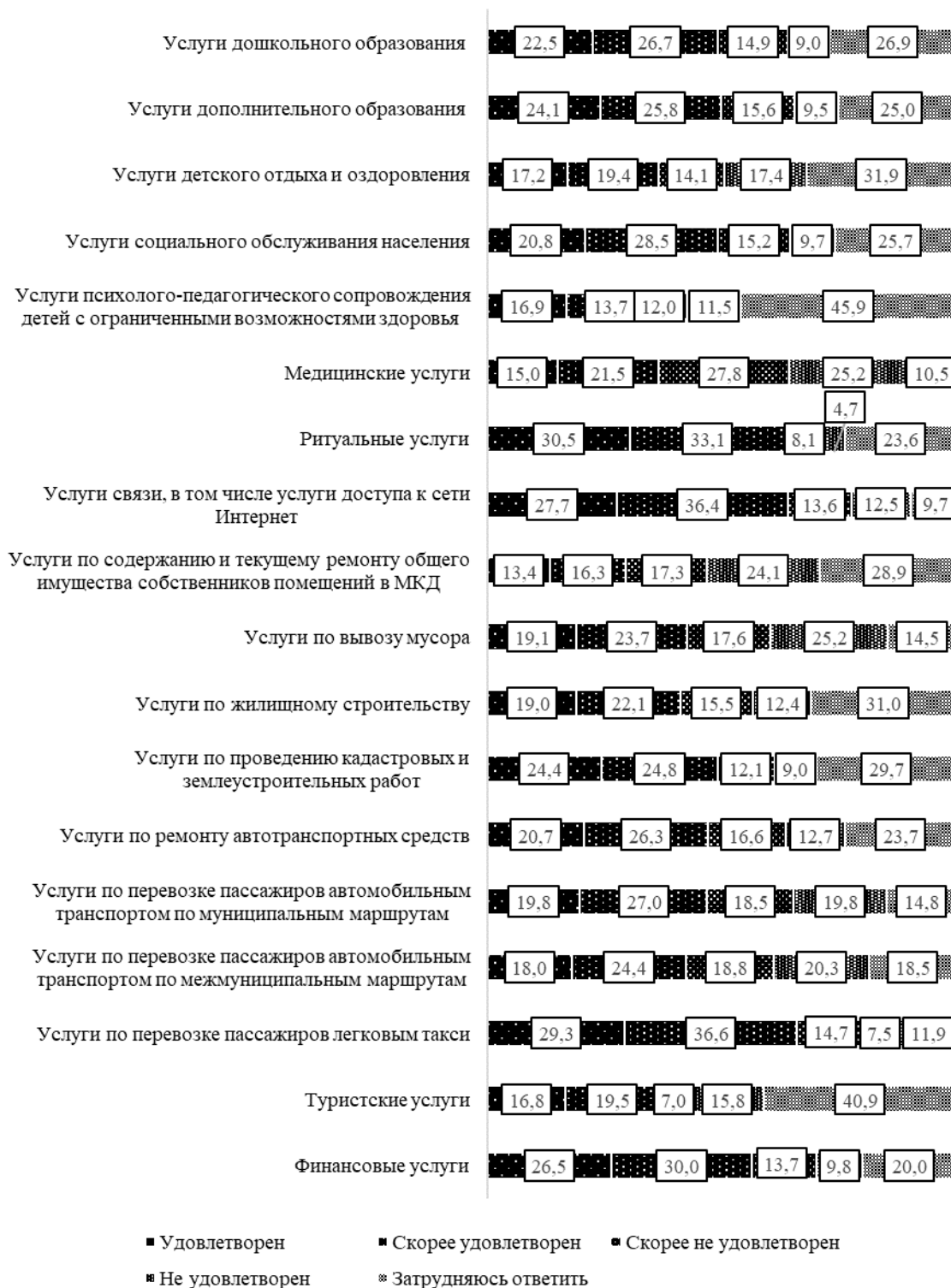


Рис. 1.2.3. Удовлетворенность респондентов возможностью
выбора необходимых услуг, %

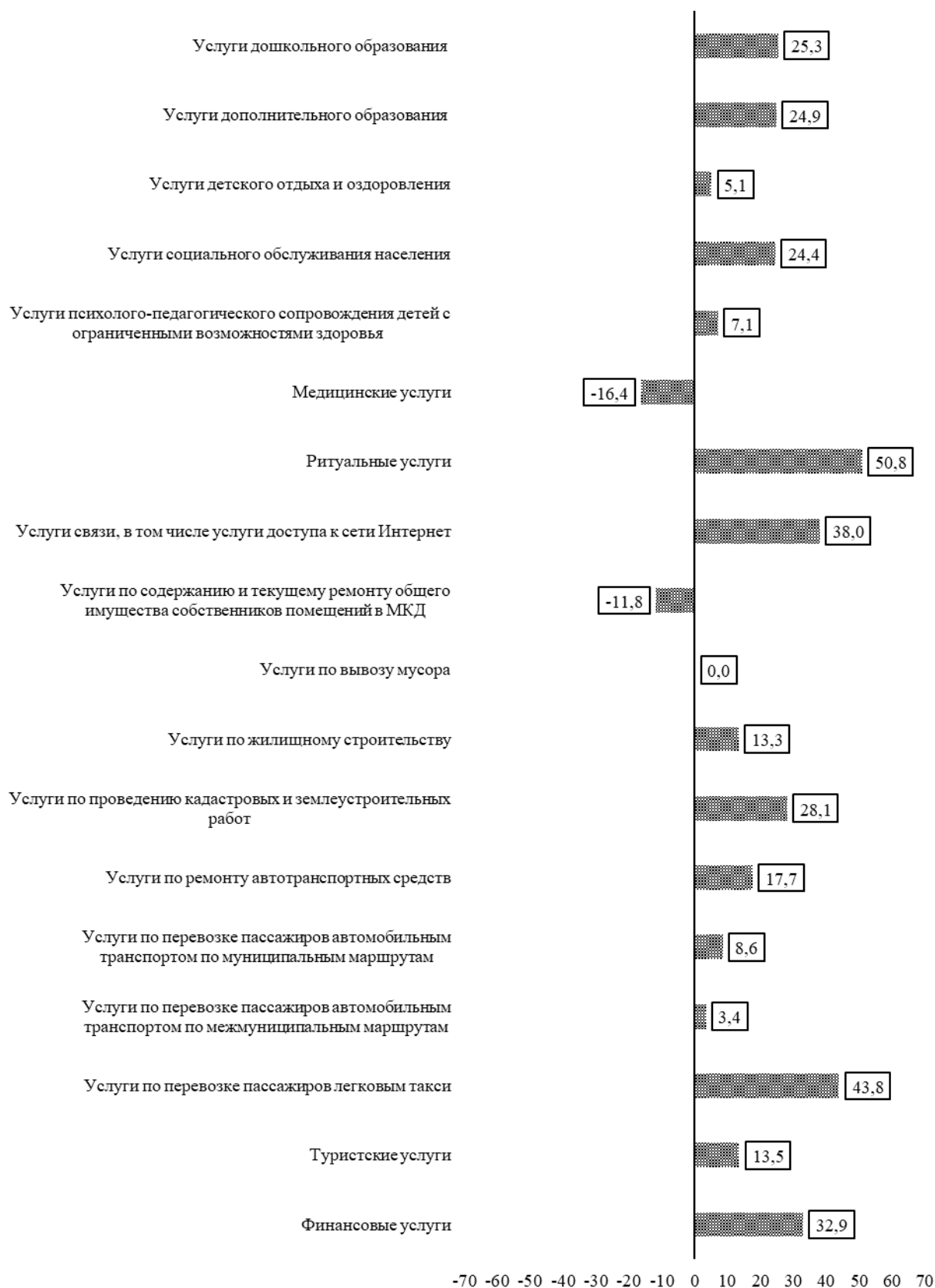


Рис. 1.2.4. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов возможностью выбора необходимых услуг, %

Рынок услуг по перевозке пассажиром легковым такси не насыщен в Старошайговском (47,8 %), Ельниковском (47,6 %), Кочкуровском (45,0 %), Кадошкинском (36,0 %), Теньгушевском (35,7 %), Атюрьевском (32,1 %), Темниковском (29,2 %) и Ичалковском (28,6 %) муниципальных районах. Проблемы с ассортиментом услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, имеются в Торбеевском (47,6 %), Атяшевском (44,0 %), Кадошкинском (41,7 %), Атюрьевском (41,4 %), Кочкуровском (37,0 %), Инсарском (36,7 %), Дубенском (35,7 %) и Ельниковском (33,3 %) муниципальных районах. Согласно опросу, на невозможность выбора ритуальных услуг чаще остальных указывают жители Кочкуровского (35,7 %), Ичалковского (22,2 %), Ардатовского (20,0 %) и Лямбирского (18,8 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (23,9 %).

Положительные значения агрегированного показателя — индексов 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	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень удовлетворенности	Продукты питания	70,15	71,68	69,95
	Лекарственные препараты и медицинские изделия	—	—	66,65
Средний уровень удовлетворенности	Фермерская продукция	—	—	59,68
	Рыба свежая, охлажденная	—	—	58,32
	Сжиженный газ в баллонах	—	—	58,15
	Нефтепродукты	59,69	58,09	56,23

Таблица 1.2.2

Индексы насыщенности рынков услуг

Характеристика группы	Рынок услуг	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень удовлетворенности	Ритуальные услуги	—	—	69,14
	Услуги по перевозке пассажиров легковым такси	—	—	66,43
	Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет	—	—	63,28
	Финансовые услуги	—	62,38	62,38
	Услуги по проведению кадастровых и землеустроительных работ	—	—	60,86
Средний уровень удовлетворенности	Услуги дополнительного образования	63,14	60,47	59,86
	Услуги дошкольного образования	63,29	62,88	59,71
	Услуги социального обслуживания	55,83	55,48	58,86
	Услуги по ремонту автотранспортных средств	—	—	56,4
	Услуги по жилищному строительству	—	—	54,98
	Туристские услуги	47,21	47,5	53,63
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	50,69	51,79	53,14
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам	—	—	52,14
	Услуги детского отдыха и оздоровления	50,58	48,53	51,23
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам	—	—	50,27
	Услуги по вывозу мусора	—	—	48,48
	Услуги по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД	—	—	44,35
	Медицинские услуги	45,48	46,96	43,37

Таким образом, ассортимент представленной продукции на рынках товаров и услуг в большинстве случаев устраивает потребителей. Наиболее насыщенными являются рынки продуктов питания, лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также ритуальных услуг, услуг по перевозке пассажиров легковым такси, услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, финансовых услуг и услуг по проведению кадастровых и землеустроительных работ.

1.3. Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг

Под качеством товаров и услуг принято понимать степень соответствия совокупности и присущих характеристик требованиям [ГОСТ ISO 9000-2011]. Но оно на самом деле представляет не то, что вкладывает в данное понятие поставщик; это то, что получает клиент, и за что он готов заплатить деньги [Друкер, Макьярелло, 2010: 512]. Качество товаров и услуг является значимым фактором их выбора, особенно когда высока концентрация действующих компаний (предприятий, организаций, фирм) и широк ассортимент предоставляемых предложений.

Наиболее высокий уровень удовлетворенности данным показателем фиксируется по следующим товарным рынкам: фермерской продукции (66,0 %), свежей и охлажденной рыбы (57,1 %), продуктов питания (55,0 %) и лекарственных препаратов и медицинских изделий (53,5 %). Негативные оценки потребителей преобладают по отношению к нефтепродуктам (+35,4/–50,2 %).

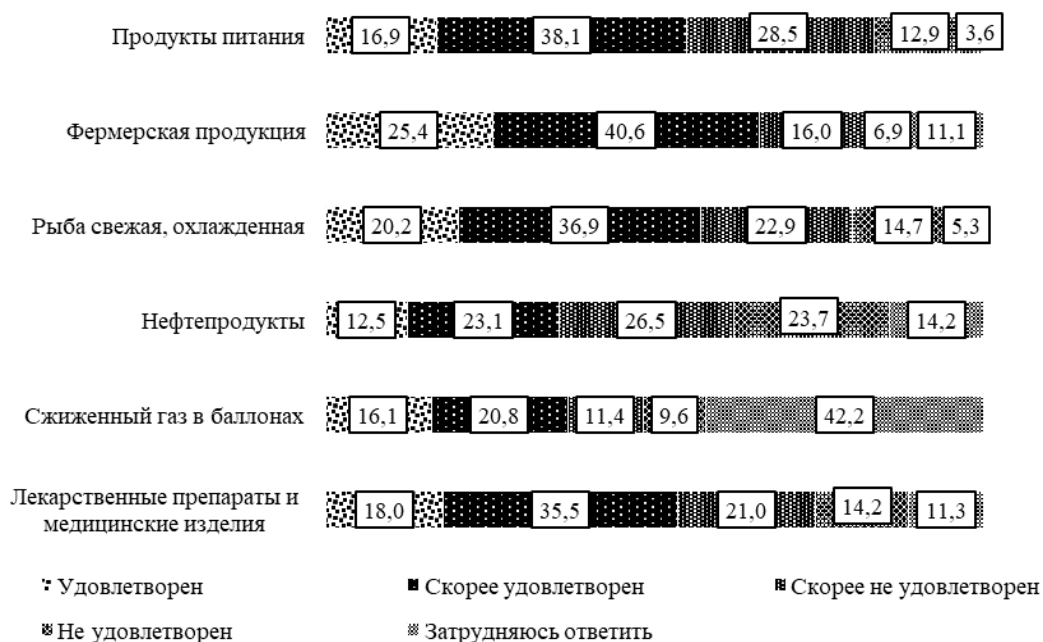


Рис. 1.3.1. Удовлетворенность респондентов качеством товаров, %



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

Потребительские свойства фермерской продукции не устраивают преимущественно население Ельниковского (44,0 %), Чамзинского (40,0 %), Инсарского (32,0 %), Большеберезниковского (31,0 %) и Старошайговского (28,0 %) муниципальных районов. Неудовлетворенность качеством свежей и охлажденной рыбы остро проявляется в Кочкуровском (59,1 %), Ельниковском (55,6 %), Чамзинском (52,8 %), Атяшевском (50,0 %), Ковылкинском (50,0 %), Торбеевском (48,0 %) и Рузаевском (47,9 %) муниципальных районах. Претензии к качеству продуктов питания чаще остальных предъявляют жители Ельниковского (59,3 %), Торбеевского (58,6 %), Кочкуровского (56,0 %), Старошайговского (55,6 %), Краснослободского (50,0 %) и Атяшевского (46,7 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (50,2 %). Недовольство лекарственными препаратами и медицинскими изделиями фиксируется в Ельниковском (55,6 %), Кочкуровском (52,4 %), Старошайговском (51,9 %), Рузаевском (46,7 %), Атяшевском (43,3 %), Чамзинском (42,9 %), Торбеевском (40,7 %), Ковылкинском (40,6 %), а также в ГО Саранск (42,1 %).

Показатели удовлетворенности качеством на рынке услуг варьируются от 32,5 до 66,0 %. Преимущественно респондентов устраивают потребительские свойства услуг по перевозке пассажиров легковым такси (66,0 %), услуг связи, в том числе доступа к сети Интернет (66,0 %), ритуальных услуг (64,1 %), услуг по вывозу мусора (59,4 %) и услуг дошкольного образования (59,1 %). Негативная ситуация складывается на рынках услуг по жилищному строительству (39,3 %), услуг психолого-педагогического сопровождения де-

тей с ограниченными возможностями здоровья (34,9 %), туристских услуг (34,5 %) и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД (32,5 %) (рис. 1.3.3, 1.3.4).

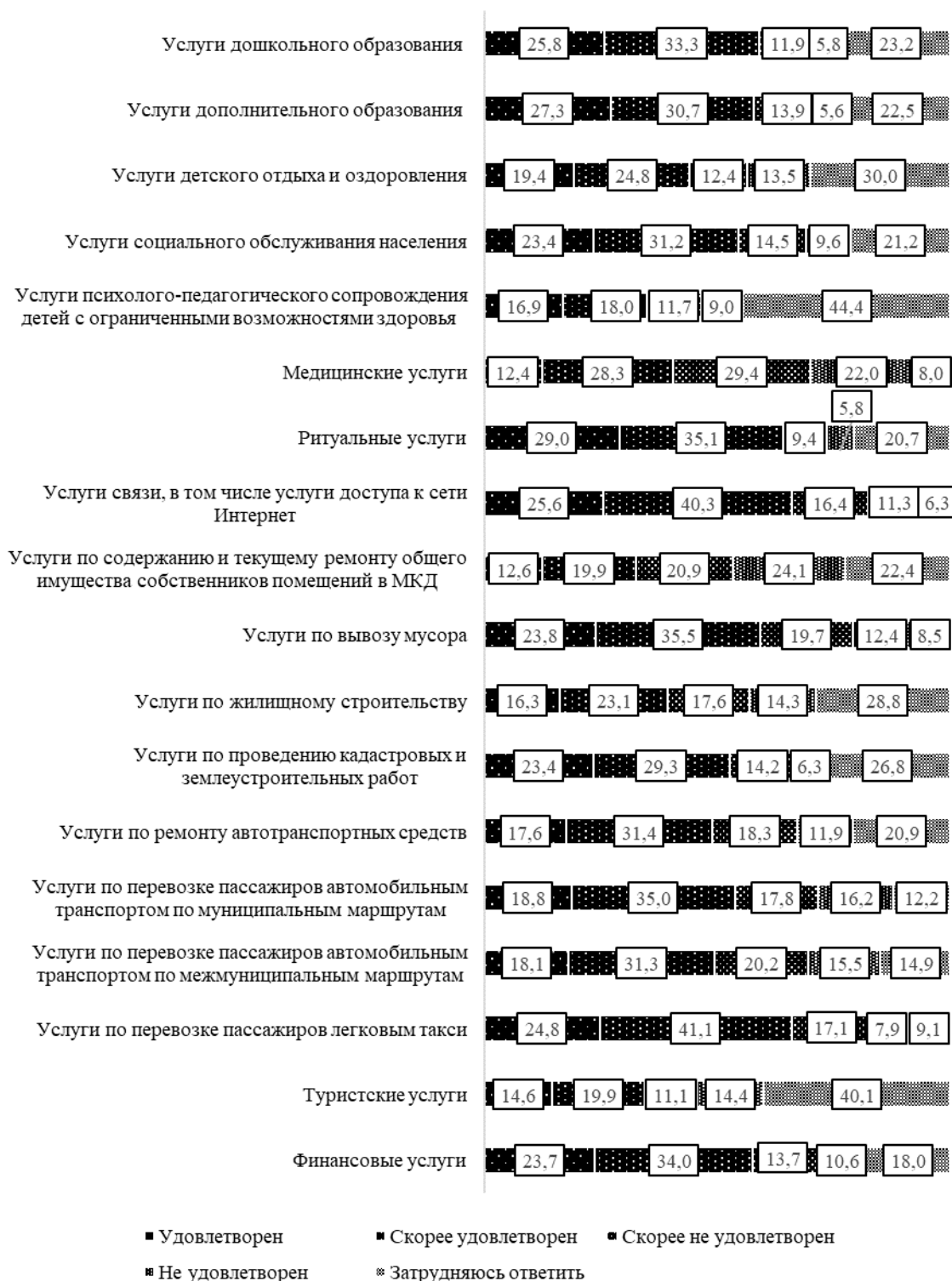


Рис. 1.3.3. Удовлетворенность респондентов качеством услуг, %

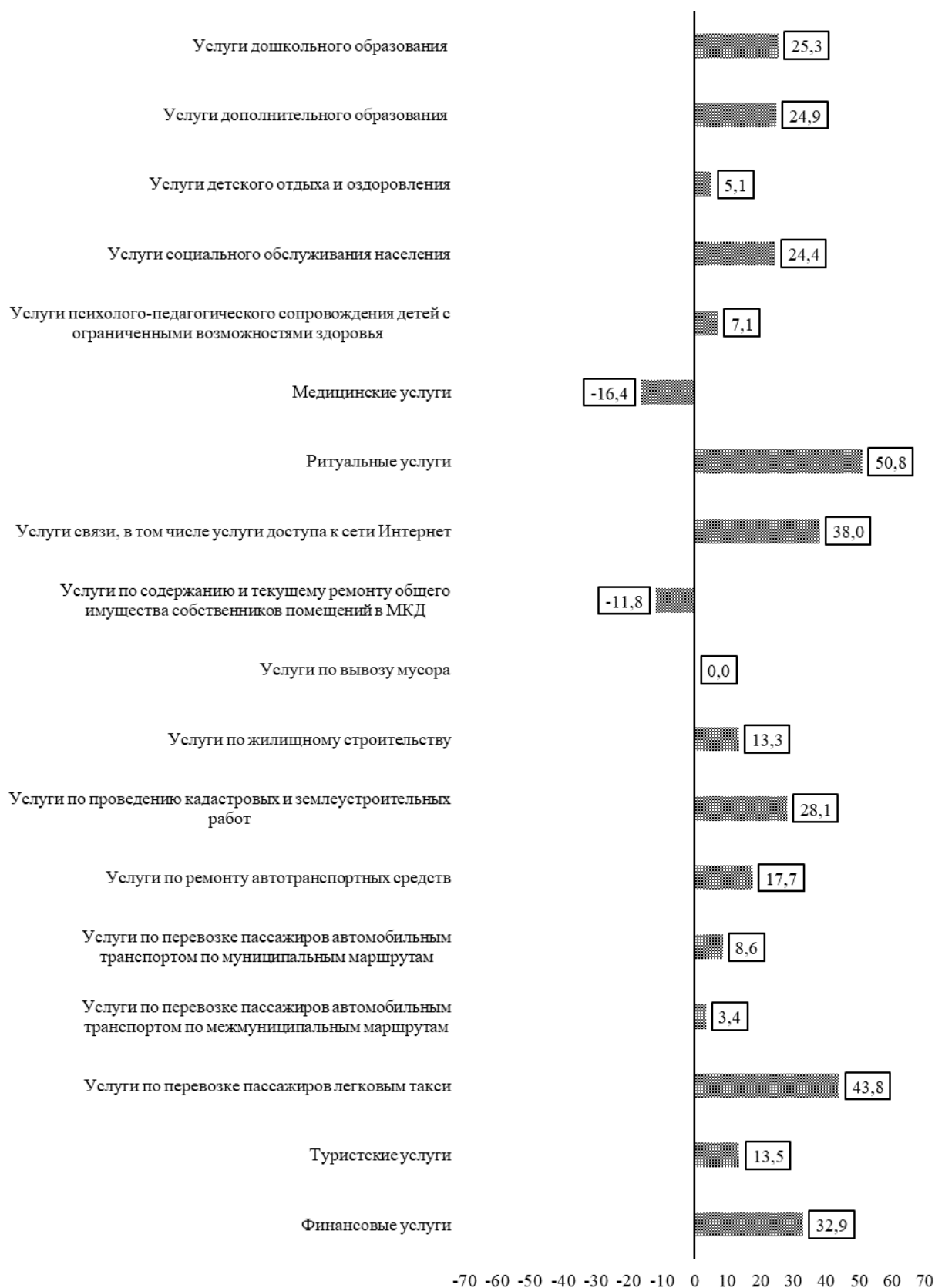


Рис. 1.2.4. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов качеством товаров, %

Недовольство качеством услуг по перевозке пассажиров легковым такси сконцентрировано преимущественно на территории Кадошкинского (52,0 %), Кочкуровского (47,6 %), Атяшевского (41,7 %), Ельниковского (36,4 %), Торбеевского (36,0 %) и Теньгушевского (35,7 %) муниципальных районов. Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет, не устраивают преимущественно население Атяшевского (64,0 %), Ардатовского (42,1 %), Кочкуровского (40,7 %), Кадошкинского (37,5 %) и Инсарского (33,3 %) муниципальных районов. Ритуальными услугами недовольны респонденты из Кочкуровского (35,7 %), Ардатовского (28,0 %) и Ичалковского (22,2 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (33,0 %). Некачественные услуги по вывозу мусора оказываются жителям Рузаевского (58,5 %), Чамзинского (54,1 %), Атюрьевского (50,0 %), Ельниковского (50,0 %), Кадошкинского (50,0 %) и Торбеевского (40,9 %) муниципальных районов. Проблемы качества оказания услуг дошкольного образования имеются в Краснослободском (42,9 %), Атюрьевском (26,3 %) и Ардатовском (26,1 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (33,7 %).

Значения агрегированного показателя — индексов 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	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень удовлетворенности	Фермерская продукция	—	—	65,38
Средний уровень удовлетворенности	Рыба свежая, охлажденная	—	—	56,22
	Сжиженный газ в баллонах	—	—	55,59
	Лекарственные препараты и медицинские изделия	—	—	55,52
	Продукты питания	54,79	57,12	54,38
	Нефтепродукты	50,89	47,64	43,52

Таблица 1.3.2

Индексы удовлетворенности потребителей качеством услуг

Характеристика группы	Рынок услуг	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень удовлетворенности	Ритуальные услуги	—	—	68,03
	Услуги дошкольного образования	65,75	66,8	65,32
	Услуги дополнительного образования	65,12	65,4	65,04
	Услуги по перевозке пассажиров легковым такси	—	—	64,49
	Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет	—	—	63,14
	Услуги по проведению кадастровых и земле-устроительных работ	—	—	62,3
	Финансовые услуги	—	60,67	61,59
Средний уровень удовлетворенности	Услуги социального обслуживания	56,02	57,53	61,05
	Услуги по вывозу мусора	—	—	59,67
	Услуги по ремонту автотранспортных средств	—	—	56,12
	Услуги детского отдыха и оздоровления	52,23	52,92	56,02
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам	—	—	55,57
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	51,22	52,8	55,52
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам	—	—	54,07
	Услуги по жилищному строительству	—	—	52,36
	Туристские услуги	48,2	47,77	52,33
	Медицинские услуги	43,81	46,31	44,89
	Услуги по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД	—	—	43,96

Таким образом, потребители отзываются преимущественно позитивно о представленных на региональном рынке товарах и услугах. В то же время пограничные с низкими значения индексов наблюдаются на рынке нефтепродуктов, а также медицинских услуг и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД.

1.4. Удовлетворенность потребителей уровнем цен на товары и услуги

Цена представляет собой привычную часть современного экономического ландшафта, но сегодня она даже больше, чем раньше, отражает социальные характеристики индивидов и маркирует типы хозяйственного поведения людей [Бердышева, 2014: 121–122]. Как правило, в конкурентной борьбе за потребителя компании (предприятия, организации, фирмы) используют широкий спектр тактик, но именно изменение цены на товар или услугу является наиболее простым (но в то же время, как показывает практика, и изнурительным) решением [Rao, Bergen, Davis, 2000: 107].

Согласно проведенным исследованиям, региональные рынки товаров и услуг дифференцированы по уровню удовлетворенности ценовой политикой действующих акторов.

Показатели удовлетворенности товарами варьируются от 27,7 до 47,7 %. Только по двум рынкам преобладают позитивные оценки уровня цен — фермерской продукции (+47,7/–42,8 %) и сжиженного газа в баллонах (+31,8/–29,4 %). По остальным позициям фиксируется явное недовольство осуществляемой ценовой политикой компаний (предприятий, организаций, фирм) (рис. 1.4.1, рис. 1.4.2).

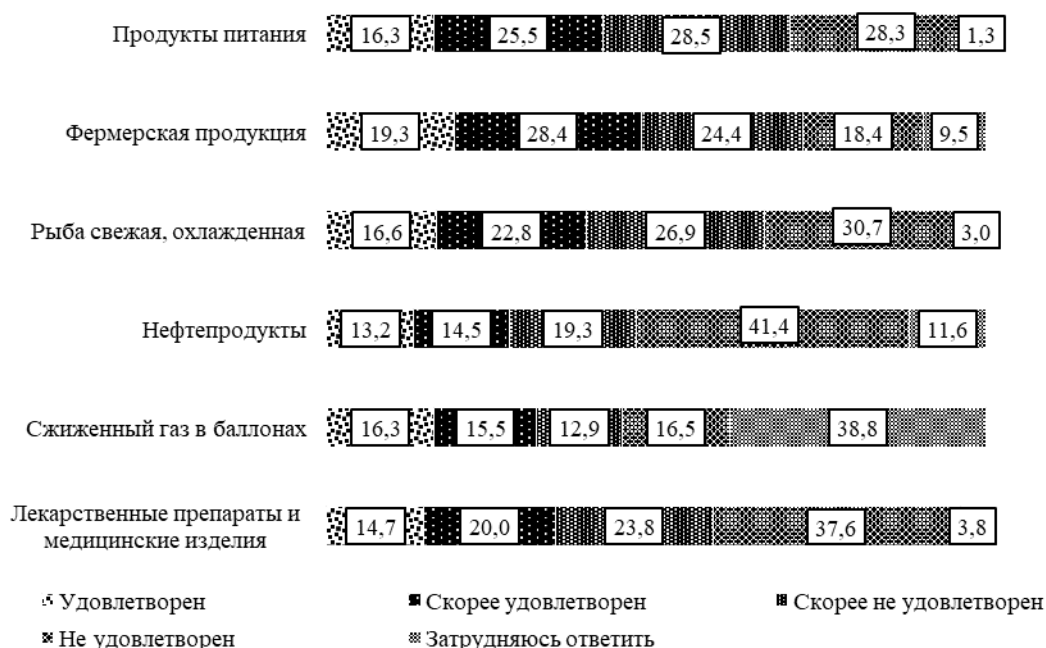


Рис. 1.4.1. Удовлетворенность респондентов уровнем цен на товары, %



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

Наиболее выражен негатив в отношении цен на продукты питания в Ельниковском (82,1 %), Краснослободском (76,9 %), Торбеевском (73,3 %), Рузаевском (69,4 %), Инсарском (69,0 %), Старошайговском (63,3 %) и Кочкуровском (63,0 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (67,2 %). Недовольство в отношении фермерской продукции высказывают жители Старошайговского (59,3 %), Инсарского (57,7 %), Ельниковского (55,6 %), Краснослободского (55,6 %) и Атюрьевского (50,0 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (56,2 %). Ценовая политика на рынке свежей и охлажденной рыбы не устраивает респондентов из Ельниковского (86,2 %), Инсарского (79,3 %), Рузаевского (73,5 %), Торбеевского (69,2 %) и Атяшевского (66,7 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (68,5 %). Высокую стоимость нефтепродуктов отмечают потребители в Ельниковском (86,4 %), Инсарском (81,5 %), Торбеевском (77,3 %), Кочкуровском (76,2 %), Атюрьевском (75,0 %), Атяшевском (71,4 %), Старошайговском (66,7 %) и Рузаевском (65,9 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (72,6 %). Ценовые издержки по приобретению сжиженного газа в баллонах выражены в Ельниковском (66,7 %), Инсарском (45,5 %), Краснослободском (43,8 %), Темниковском (42,1 %), Торбеевском (40,0 %), Старошайговском (38,1 %) и Лямбирском (36,8 %) муниципальных районах. Стоимостные характеристики лекарственных препаратов и медицинских изделий не соответствуют потребительским ожиданиям в Ельниковском (86,2 %), Торбеевском (82,1 %), Атяшевском (76,7 %), Рузаевском (70,2 %), Инсарском (67,9 %), Краснослободском (66,7 %) и Старошайговском (66,7 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (75,5 %).

Более оптимистичная ситуация складывается на рынках услуг, где разброс позитивных оценок варьируется от 31,4 до 59,7 %. Наиболее высокий уровень удовлетворенности ценовой политикой фиксируется по рынкам услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет (59,7 %), ритуальных услуг (58,3 %), услуг дополнительного образования (57,6 %), услуг дошкольного образования (55,6 %) и услуг по перевозке пассажиров легковым такси (55,5 %). Низкие показатели характерны для рынков медицинских услуг (32,9 %), туристских услуг (32,8 %) и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД (31,4 %) (рис. 1.4.3, 1.4.4).

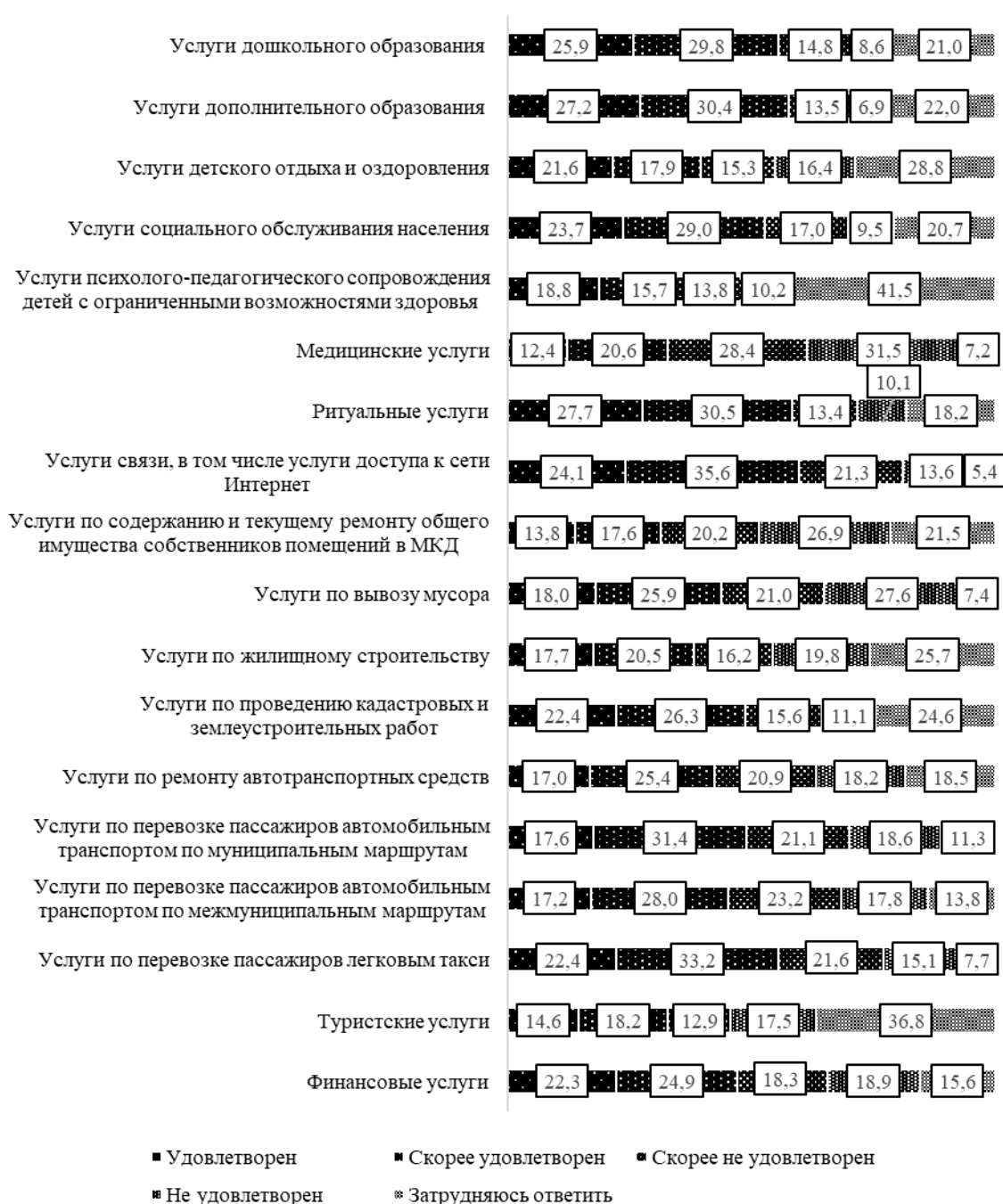


Рис. 1.4.3. Удовлетворенность респондентов уровнем цен на услуги, %



Рис. 1.4.4. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов уровнем цен на услуги, %

Уровень цен на услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет, чаще остальных не устраивает население Атяшевского (57,7 %), Кочкуровского (53,8 %), Торбеевского (50,0 %), Ельниковского (48,1 %), Атюрьевского (44,8 %) и Инсарского (43,3 %) муниципальных районов. Стоимостные характеристики предоставляемых ритуальных услуг негативно оценивают преимущественно жители Кочкуровского (46,2 %), Ельниковского (42,9 %), Чамзинского (40,0 %), Атяшевского (31,3 %) и Ковылкинского (30,8 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (45,3 %). Ценообразование на рынке услуг дополнительного образования не соответствует ожиданиям потребителей в Теньгушевском (33,3 %) и Рузаевском (27,3 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (42,3 %). Аналогичная ситуация на рынке услуг дошкольного образования складывается в Атюрьевском (52,6 %), Краснослободском (46,7 %) и Лямбирском (36,4 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (46,9 %). Цены на услуги такси считают завышенными респонденты из Атяшевского (68,0 %), Ельниковского (65,4 %), Краснослободского (51,5 %), Атюрьевского (50,0 %) и Торбеевского (48,0 %) муниципальных районов.

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

Таблица 1.4.1

Индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен на товары

Характеристика группы	Рынок товаров	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Средний уровень удовлетворенности	Фермерская продукция	—	—	51,48
	Сжиженный газ в баллонах	—	—	50,56
	Продукты питания	42,88	43,62	43,26
	Рыба свежая, охлажденная	—	—	41,94
Низкий уровень удовлетворенности	Лекарственные препараты и медицинские изделия	—	—	37,61
	Нефтепродукты	41,88	37,8	34,69

Таблица 1.4.2

Индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен на услуги

Характеристика группы	Рынок услуг	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Высокий уровень удовлетворенности	Услуги дополнительного образования	62,83	61,82	64,35
	Ритуальные услуги	—	—	63,13
	Услуги дошкольного образования	63,65	63,49	62,4
	Услуги социального обслуживания	55,54	55,2	60,09
Средний уровень удовлетворенности	Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет	—	—	58,84
	Услуги по проведению кадастровых и земле-устроительных работ	—	—	58,33
	Услуги по перевозке пассажиров легковым такси	—	—	56,51
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	49,81	51,58	54,77
	Финансовые услуги	—	54,11	53,32
	Услуги детского отдыха и оздоровления	50,1	49,88	53,28
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам	—	—	52,07
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам	—	—	50,91
	Услуги по ремонту автотранспортных средств	—	—	50,54
	Услуги по жилищному строительству	—	—	50,00
	Туристские услуги	47	45,05	49,88
	Услуги по вывозу мусора	—	—	46,4
	Услуги по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД	—	—	42,83
	Медицинские услуги	42,43	43,37	38,47

Таким образом, категорически не соответствует потребительским ожиданиям уровень цен на лекарственные препараты и медицинские изделия, нефтепродукты, а также медицинские услуги. В итоге медицина в целом (как лекарственные препараты и медицинские изделия, так и медицинские услуги) характеризуется низким уровнем ценовой конкуренции. По рынку нефтепродуктов, несмотря на предпринятые действия властей по заморозке цен на бензин и дизельное топливо, потребители демонстрируют высокий уровень недовольства ценовой политикой действующих в регионе акторов.

1.5. Выводы и рекомендации

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

Региональный рынок товаров и услуг характеризуется преимущественно высоким или средним уровнем концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм). Наиболее наполненными являются рынки продуктов питания, лекарственных препаратов и медицинских изделий, нефтепродуктов, свежей и охлажденной рыбы, а также услуг по перевозке пассажиров легковым такси, финансовых услуг, ритуальных услуг и услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет. Проблемным является рынок туристских услуг, где на протяжении нескольких лет мониторинга фиксируется недостаток действующих акторов.

Достаточно высокий уровень концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм) позитивно влияет на насыщенность рынков товаров и услуг. Как правило, большинство потребителей удовлетворены представленным ассортиментом, превалирование негативных оценок фиксируется только в отношении рынков медицинских услуг и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД. Высокий уровень насыщенности характерен для рынков продуктов питания и лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также ритуальных услуг, услуг по перевозке пассажиров легковым такси, услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, финансовых услуг и услуг по проведению кадастровых и землеустроительных работ.

Непосредственно к качеству предоставляемых товаров и услуг потребители не предъявляют существенных претензий, демонстрируя высокий или средний уровень удовлетворенности. Отрицательная разница позитивным и негативных суждений фиксируется только относительно рынков нефтепродуктов, медицинских услуг и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД. Необходимо отметить, что часто уровень потребительских притязаний существенно выше среди населения столицы республики, в то время как жители муниципальных районов склонны заметно выше оценивать качество предоставляемых товаров и услуг.

Несмотря на преимущественно позитивные оценки уровня концентрации действующих компаний (предприятий, организаций, фирм), насыщенности и качества товаров и услуг, ценовая политика устраивает далеко не всех потребителей. Высокие показатели удовлетворенности фиксируются по рынкам

услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, ритуальных услуг, услуг дополнительного образования, услуг дошкольного образования и услуг по перевозке пассажиров легковым такси. Превалирование негативных оценок наблюдается по рынкам продуктов питания, свежей и охлажденной рыбы, нефтепродуктов, лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также медицинских услуг, услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД и услуг по вывозу мусора.

Анализ рынков товаров и услуг по показателям развития конкурентной среды (концентрации компаний на рынках, востребованности товаров и услуг, насыщенности рынков по ассортиментному составу, 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 развития конкуренции.

Группу рынков с развитой конкуренцией образуют рынки ритуальных услуг, услуг по перевозке пассажиров легковым такси, услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, финансовых услуг (табл. 1.5.1).

Таблица 1.5.1

Матрица показателей конкурентной среды на рынках с развитой конкуренцией

Товар / услуга	Уровень концентрации компаний	Уровень востребованности товаров и услуг	Уровень удовлетворенности насыщенностью товарами и услугами	Уровень удовлетворенности качеством товаров и услуг	Уровень удовлетворенности уровнем цен на товары и услуги
Ритуальные услуги	65,89	60,30	69,14	68,03	63,13
Услуги по перевозке пассажиров легковым такси	67,26	82,80	66,43	64,49	56,51
Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет	65,16	90,70	63,28	63,14	58,84
Финансовые услуги	66,17	67,40	62,38	61,59	53,32

В группу рынков с развивающейся конкуренцией входят рынки продуктов питания, свежей и охлажденной рыбы, сжиженного газа в баллонах, фермерской продукции, туристских услуг, услуг детского отдыха и оздоровления, услуг дополнительного образования, услуг дошкольного образования, услуг по вывозу мусора, услуг по жилищному строительству, услуг по пере-

возке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам, услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам, услуг по проведению кадастровых и землеустроительных работ, услуг по ремонту автотранспортных средств, услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД, услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, услуг социального обслуживания населения (табл. 1.5.2).

Таблица 1.5.2

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

Товар / услуга	Уровень концентрации компаний	Уровень востребованности товаров и услуг	Уровень удовлетворенности насыщенностью товарами и услугами	Уровень удовлетворенности качеством товаров и услуг	Уровень удовлетворенности уровнем цен на товары и услуги
Продукты питания	77,12	99,30	69,95	54,38	43,26
Рыба свежая, охлажденная	60,05	92,60	58,32	56,22	41,94
Сжиженный газ в баллонах	52,27	57,10	58,15	55,59	50,56
Фермерская продукция	54,71	86,00	59,68	65,38	51,48
Услуги детского отдыха и оздоровления	41,19	48,40	51,23	56,02	53,28
Услуги дополнительного образования	51,49	53,80	59,86	65,04	64,35
Услуги дошкольного образования	52,93	53,80	59,71	65,32	62,40
Услуги по вывозу мусора	58,51	88,50	48,48	59,67	46,40
Услуги по жилищному строительству	50,45	51,20	54,98	52,36	50,00
Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам	47,65	70,50	50,27	54,07	50,91
Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам	49,14	79,00	52,14	55,57	52,07
Услуги по проведению кадастровых и землеустроительных работ	55,9	52,90	60,86	62,30	58,33
Услуги по ремонту автотранспортных средств	56,49	61,80	56,40	56,12	50,54
Услуги по содержа-	49,39	62,90	44,35	43,96	42,83

Товар / услуга	Уровень концентрации компаний	Уровень востребованности товаров и услуг	Уровень удовлетворенности насыщенностью товарами и услугами	Уровень удовлетворенности качеством товаров и услуг	Уровень удовлетворенности уровнем цен на товары и услуги
нию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД					
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	41,59	40,00	53,14	55,52	54,77
Услуги социального обслуживания	50,56	56,00	58,86	61,05	60,09

Группа рынков, приоритетных с точки зрения развития конкуренции, представлена лекарственными препаратами и медицинскими изделиями, нефтепродуктами, медицинскими услугами и туристскими услугами (табл. 1.5.3).

Таблица 1.5.3

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

Товар / услуга	Уровень концентрации компаний	Уровень востребованности товаров и услуг	Уровень удовлетворенности насыщенностью товарами и услугами	Уровень удовлетворенности качеством товаров и услуг	Уровень удовлетворенности уровнем цен на товары и услуги
Лекарственные препараты и медицинские изделия	70,18	95,30	66,65	55,52	37,61
Нефтепродукты	64,68	78,00	56,23	43,52	34,69
Медицинские услуги	49,40	87,40	43,37	44,89	38,47
Туристские услуги	37,85	44,50	53,63	52,33	49,88

В ходе проведенного анализа построены обобщенные индексы конкурентоспособности на рынках товаров и услуг, которые базируются на следующих ключевых параметрах: индексах концентрации компаний, насыщенности рынков товаров и услуг, а также удовлетворенности потребителей качеством и уровнем цен на товары и услуги (табл. 1.5.4, 1.5.5).

Таблица 1.5.4

Обобщенные индексы конкурентоспособности на рынках товаров¹

¹ Здесь и далее обобщенные индексы рассчитаны по формуле 2, приведенной на с. 7.

Характеристика группы	Рынок товаров	Индекс
Средний уровень конкурентоспособности	Фермерская продукция	55,19
	Продукты питания	54,14
	Лекарственные препараты и медицинские изделия	53,43
	Сжиженный газ в баллонах	53,02
	Рыба свежая, охлажденная	52,29
	Нефтепродукты	48,95

Таблица 1.5.5

Обобщенные индексы конкурентоспособности на рынках услуг

Характеристика группы	Рынок услуг	Индекс
Высокий уровень конкурентоспособности	Ритуальные услуги	61,29
Средний уровень конкурентоспособности	Услуги по перевозке пассажиров легковым такси	58,75
	Услуги связи, в том числе услуги доступа к сети Интернет	57,87
	Услуги дополнительного образования	57,47
	Услуги дошкольного образования	57,17
	Финансовые услуги	56,92
	Услуги по проведению кадастровых и землеустроительных работ	56,77
	Услуги социального обслуживания	55,74
	Услуги по ремонту автотранспортных средств	53,27
	Услуги по вывозу мусора	51,72
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по муниципальным маршрутам	51,68
	Услуги по жилищному строительству	51,44
	Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	51,35
	Услуги детского отдыха и оздоровления	50,71
	Услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом по межмуниципальным маршрутам	50,66
	Туристские услуги	49,21
	Услуги по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД	46,40
	Медицинские услуги	45,96

На основании проведенного исследования можно сформулировать следующие рекомендации по развитию региональной конкуренции:

- содействие развитию рынков товаров и услуг в муниципальных районах Республики Мордовия, особенно по привлечению компаний (предприятий, организаций, фирм) и расширению ассортимента;
- внедрение различных форм контроля качества товаров и услуг (системы независимого контроля, методики «тайный покупатель» и др.) на территории ГО Саранск и муниципальных районов республики;
- сегментирование рынков товаров и услуг в зависимости от наличия у потребителей культурного или экономического капиталов, которые опосредуют потребительское поведение, для того, чтобы выстроить грамотную стратегию продаж (ориентация на качество, цену или рекламу);
- сокращение издержек и минимизация затрат при производстве и транспортировке товаров и услуг за счет налаживания собственных производств и/или производств по франшизе, а также сотрудничества с предприятиями и поставщиками из близлежащих регионов;
- повышение уровня жизни и покупательной 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;
- сдерживание роста цен на наиболее проблемных рынках: продуктов питания, свежей и охлажденной рыбы, нефтепродуктов, лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также медицинских услуг, услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД и услуг по вывозу мусора.

2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством услуг естественных монополий

2.1. Удовлетворенность потребителей уровнем цен на услуги естественных монополий

Естественные монополии на рынках товаров и услуг являются объективным экономическим явлением. Согласно Федеральному закону от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ (ред. от 29 июля 2017 г.) «О естественных монополиях», естественная монополия – это состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров.

На территории Республики Мордовия естественные монополии действуют в области электроснабжения, газоснабжения, водоснабжения, теплоснабжения, водоотведения, водоочистки, перевозки пассажиров железнодорожным и воздушным транспортом.

Мониторинг рынка товаров и услуг республики свидетельствует, что абсолютное большинство респондентов приобретали услуги субъектов естественных монополий. Чаще всего люди пользовались услугами жилищно-коммунального комплекса: электроснабжения (98,0 %), газоснабжения (96,9 %), водоснабжения (91,5 %), теплоснабжения (82,2 %), водоотведения (80,1 %) и водоочистки (72,2 %). Несколько реже -пассажирскими перевозками: железнодорожным (67,1 %) и воздушным транспортом (45,9 %) (рис. 2.1.1).

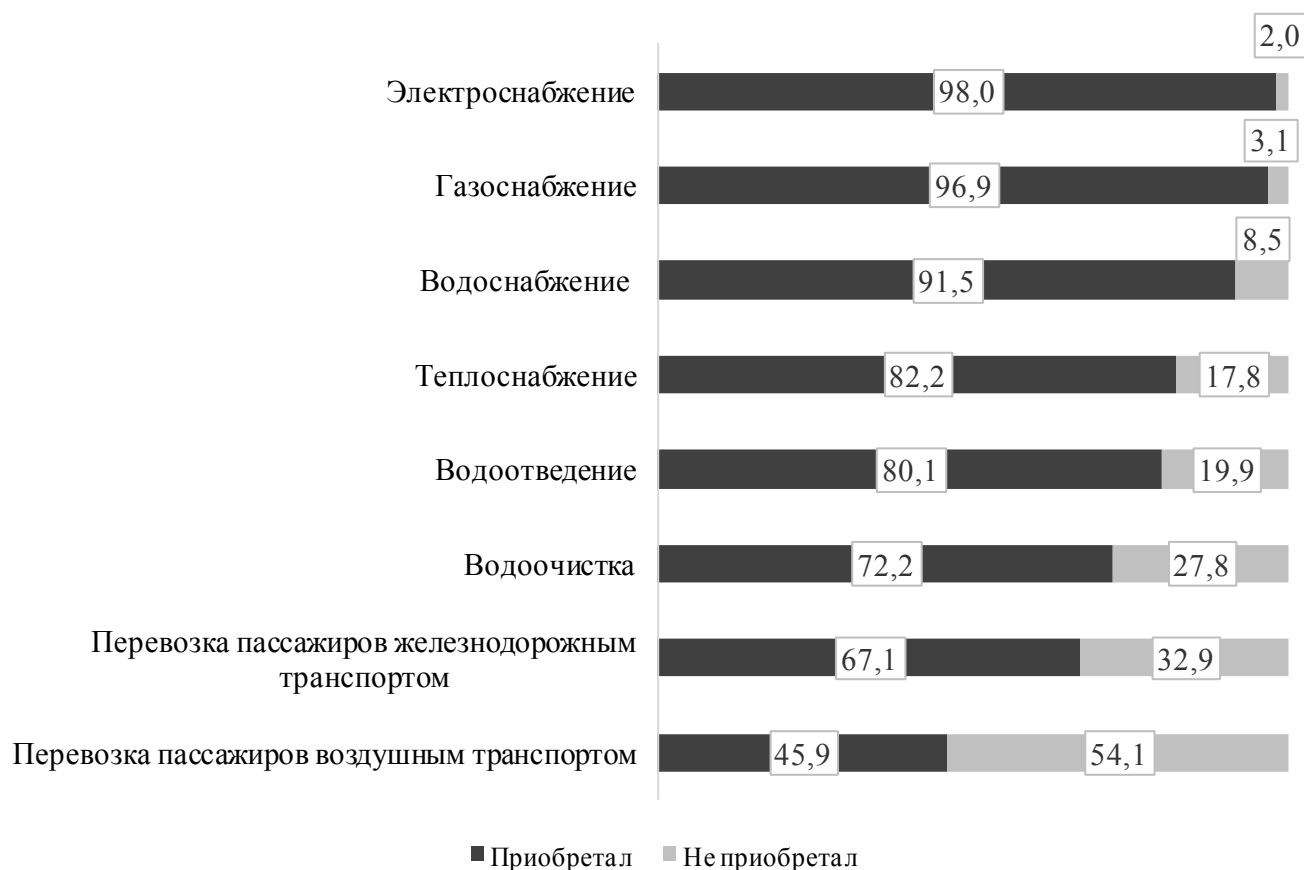


Рис. 2.1.1. Доля респондентов, приобретавших (не приобретавших) услуги естественных монополий, %

Цены на услуги субъектов естественных монополий не устраивают большинство респондентов, в особенности это касается услуг жилищно-коммунального комплекса. Показатели удовлетворенности услугами естественных монополий варьируются от 25,4 до 42,8 %. Стоит отметить, что в 2019 г. уровень удовлетворенности уровнем цен на услуги естественных монополий не превысил пятидесятипроцентный барьер ни по одной из исследуемых позиций. Данный факт свидетельствует о недовольстве со стороны потребителей. Наибольшее число негативных оценок в отношении ценовой политики принадлежит теплоснабжению (58,8 %), электроснабжению (56,3 %), газоснабжению (54,0 %) и водоснабжению (53,8 %). Что касается услуг по водоочистке (50,2 %) и водоотведению (44,9 %), тут доля неудовлетворенных потребителей немного ниже, но затруднившихся оценить уровень цен больше (20,7 и 13,6 % соответственно).

Уровень удовлетворенности населения ценами на услуги по перевозке пассажиров воздушным и железнодорожным транспортом в рамках данного исследования замеряется впервые. Ценами на услуги по перевозке пассажи-

ров воздушным транспортом удовлетворены лишь четверть (25,4 %) респондентов, другие потребители остались недовольны стоимостью (37,1 %) или затруднились ответить на поставленный вопрос (37,5 %). С удовлетворенностью потребителей уровнем цен на услуги по перевозке пассажиров железнодорожным транспортом ситуация обстоит позитивней (40,4 %) (рис. 2.1.2, 2.1.3).

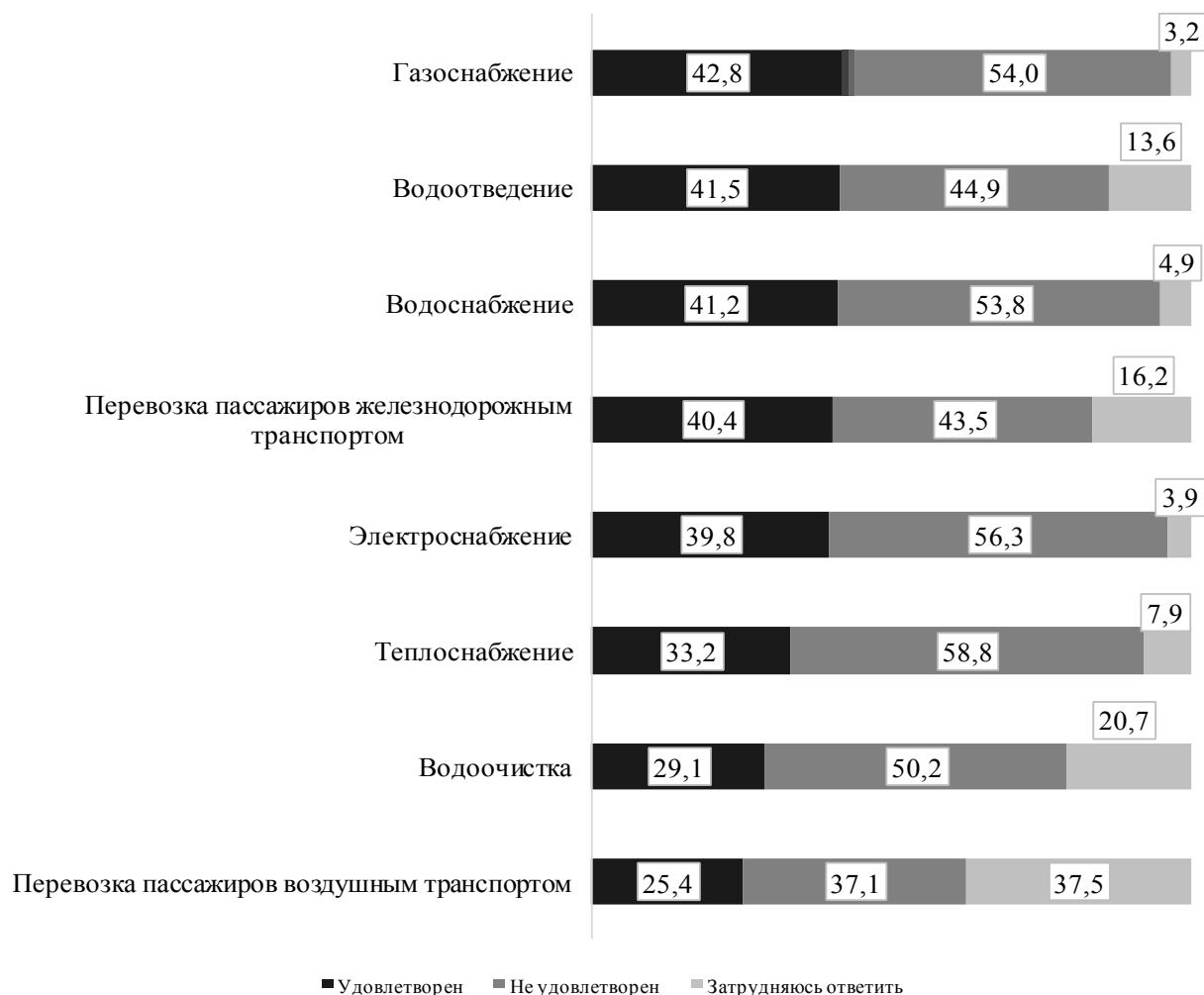


Рис. 2.1.2. Удовлетворенность респондентов уровнем цен на услуги естественных монополий, %



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

Значительные различия в оценках ценовой политики на услуги естественных монополий наблюдаются в зависимости от места жительства респондентов. Диапазон колебаний уровня удовлетворенности ценами на электроснабжение в разрезе районов республики варьируется от 80,0 до 14,2 %; теплоснабжение — от 65,9 до 10,0 %; газоснабжение — от 67,4 до 20,6 %; водоснабжение — от 71,8 до 21,4 %; водоотведение — от 67,5 до 10,0 %; водоочистку — от 69,5 до 0,0 %; перевозку пассажиров воздушным транспортом — от 65,5 до 0,0 %; перевозку пассажиров железнодорожным транспортом — от 78,0 до 15,8 %.

В наибольшей степени негативные оценки относительно цен на услуги электроснабжения высказали потребители из Ельниковского (85,7 %), Атяшевского (76,7 %), Рузаевского (76,0 %), Торбеевского (75,0 %), Красно-

слободского (68,4 %), Темниковского (67,9 %), Старошайговского (66,7 %), Кочкуровского (63,0 %), Атюрьевского (62,1 %), Инсарского (60,0 %), Ичалковского (58,6 %), Ардатовского (52,5 %), Лямбирского (50,0 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (62,7 %).

Отрицательные оценки относительно тарифов на теплоснабжение дали респонденты из Рузаевского (85,4 %), Ельниковского (80,0 %), Торбеевского (76,0 %), Кочкуровского (73,9 %), Атюрьевского (70,6 %), Атяшевского (66,7 %), Чамзинского (64,5 %), Инсарского (60,0 %), Темниковского (55,6 %), Лямбирского (54,5 %), Ардатовского (50,0 %), Краснослободского (50,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (74,3 %).

Высокий уровень стоимости услуг на газоснабжение отметили жители Торбеевского (79,3 %), Ельниковского (78,6 %), Атяшевского (75,9 %), Старошайговского (73,3 %), Краснослободского (71,1 %), Темниковского (70,4 %), Атюрьевского (70,0 %), Рузаевского (67,3 %), Инсарского (63,3 %), Кочкуровского (63,0 %), Ичалковского (58,6 %), Ромодановского (55,2 %), Ардатовского (52,6 %), Лямбирского (52,6 %) и Ковылкинского (50,0 %) муниципальных районов.

Недовольство потребителей ценой на водоснабжение по большей части зафиксировано среди жителей Торбеевского (78,6 %), Рузаевского (68,0 %), Чамзинского (65,8 %), Атяшевского (62,5 %), Старошайговского (60,7 %), Ельниковского (59,3 %), Темниковского (55,6 %), Ичалковского (55,2 %), Атюрьевского (53,8 %), Краснослободского (52,9 %), Инсарского (51,7 %), Кочкуровского (50,0 %), Лямбирского (50,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (65,9 %).

Чаще неудовлетворенность ценами на водоотведение выражали потребители из Старошайговского (76,9 %), Ичалковского (70,0 %), Рузаевского (59,2 %), Атяшевского (59,1 %), Торбеевского (58,8 %), Ельниковского (54,5 %), Темниковского (54,5 %), Чамзинского (51,5 %) и Инсарского (50,0 %) муниципальных районов.

Ценовая политика услуг по водоочистке не устраивает жителей Старошайговского (77,3 %), Ичалковского (65,0 %), Рузаевского (64,4 %), Большеберезниковского (57,7 %), Торбеевского (56,3 %), Ельниковского (55,6 %), Темниковского (54,5 %), Инсарского (52,6 %), Чамзинского (51,9 %), Краснослободского (50,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (57,9 %).

Стоимостью услуг по перевозке пассажиров воздушным транспортом в большей мере не удовлетворены жители Кочкуровского (54,5 %), Инсарского

(52,9 %), Большеберезниковского (50,0 %), Ичалковского (50,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (54,1 %).

Не удовлетворены ценами на перевозки пассажиров железнодорожным транспортом респонденты из Кочкуровского (64,7 %), Ельниковского (58,8 %), Рузаевского (55,8 %), Ичалковского (53,3 %), Чамзинского (51,6 %), Дубенского (50,0 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (59,6 %).

Существенной зависимости оценок респондентов относительно уровня цен на услуги естественных монополий от их социального положения (возраста, пола, рода деятельности) не обнаружено.

Расчет объединенного показателя — индексов удовлетворенности потребителей уровнем цен на услуги организаций — субъектов естественных монополий — позволяет упорядочить рассматриваемые виды услуг (табл. 2.1.1).

Таблица 2.1.1

**Индексы удовлетворенности потребителей
уровнем цен на услуги организаций — субъектов естественных монополий**

Услуга	Индексы				Ранг
	2016	2017	2018	2019	
Перевозка пассажиров железнодорожным транспортом	—	—	—	47,96	1
Водоотведение	47,09	51,42	49,3	47,95	2
Перевозка пассажиров воздушным транспортом	—	—	—	45,11	3
Газоснабжение	48,76	53,55	50,21	44,59	4
Водоснабжение	43,62	49,84	47,82	43,40	5
Электроснабжение	40,06	45,64	46,45	42,54	6
Водоочистка	41,41	43,93	42,24	40,71	7
Теплоснабжение	39,90	44,50	42,85	38,52	8

За период с 2016 по 2019 г. индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен на услуги субъектов естественных монополий изменялись как в большую, так и в меньшую сторону. В 2019 г. по сравнению с прошлым годом данный показатель снизился по всем показателям жилищно-коммуналь-

ного комплекса. По результатам исследования наиболее проблемными (дорогими) среди услуг субъектов естественных монополий, по мнению респондентов, являются услуги по водоочистке, тепло и энергоснабжению.

Индексы удовлетворенности потребителей уровнем цен выше на услуги по перевозке пассажиров железнодорожным и воздушным транспортом, чем на услуги жилищно-коммунального комплекса, за исключением услуг по водоотведению.

2.2. Удовлетворенность потребителей качеством услуг естественных монополий

По сравнению с ценой на услуги естественных монополий качеством потребители удовлетворены в большей степени. Рассматриваемый показатель находится в диапазоне от 34,8 до 78,7 %. Хуже других респонденты оценивали качество услуг по перевозке пассажиров воздушным транспортом (34,8 %). Качество перевозки пассажиров железнодорожным транспортом устраивает чуть более половины (56,4 %) потребителей услуг. Из перечня услуг жилищно-коммунального комплекса из года в год наиболее критично оценивается качество водоочистки (35,0 %). Немного не достигают до пятидесятипроцентного порога удовлетворенности услуги по водоснабжению (49,1 %). Средний уровень удовлетворенности характерен для качества услуг по водоотведению (53,9 %). Довольно высокий уровень удовлетворенности потребителей качеством услуг зафиксирован по газоснабжению (78,7 %) и электроснабжению (73,4 %), несколько ниже — по теплоснабжению (65,5 %) (рис. 2.2.1, 2.2.2).

Удовлетворенность качеством предоставляемых услуг естественных монополий, так же как и тарифами, существенно зависит от места жительства потребителей. По муниципальным районам республики показатели удовлетворенности качеством электроснабжения варьируются от 56,7 до 86,7 %; теплоснабжения — от 38,0 до 85,0 %; газоснабжения — от 60,8 до 96,7 %; водоснабжения — от 31,6 до 80,4 %; водоотведения — от 8,4 до 74,3 %; водоочистки — от 4,5 до 74,2 %; перевозки пассажиров воздушным транспортом — от 7,1 до 67,8 %; перевозки пассажиров железнодорожным транспортом — от 26,4 до 85,0 %.

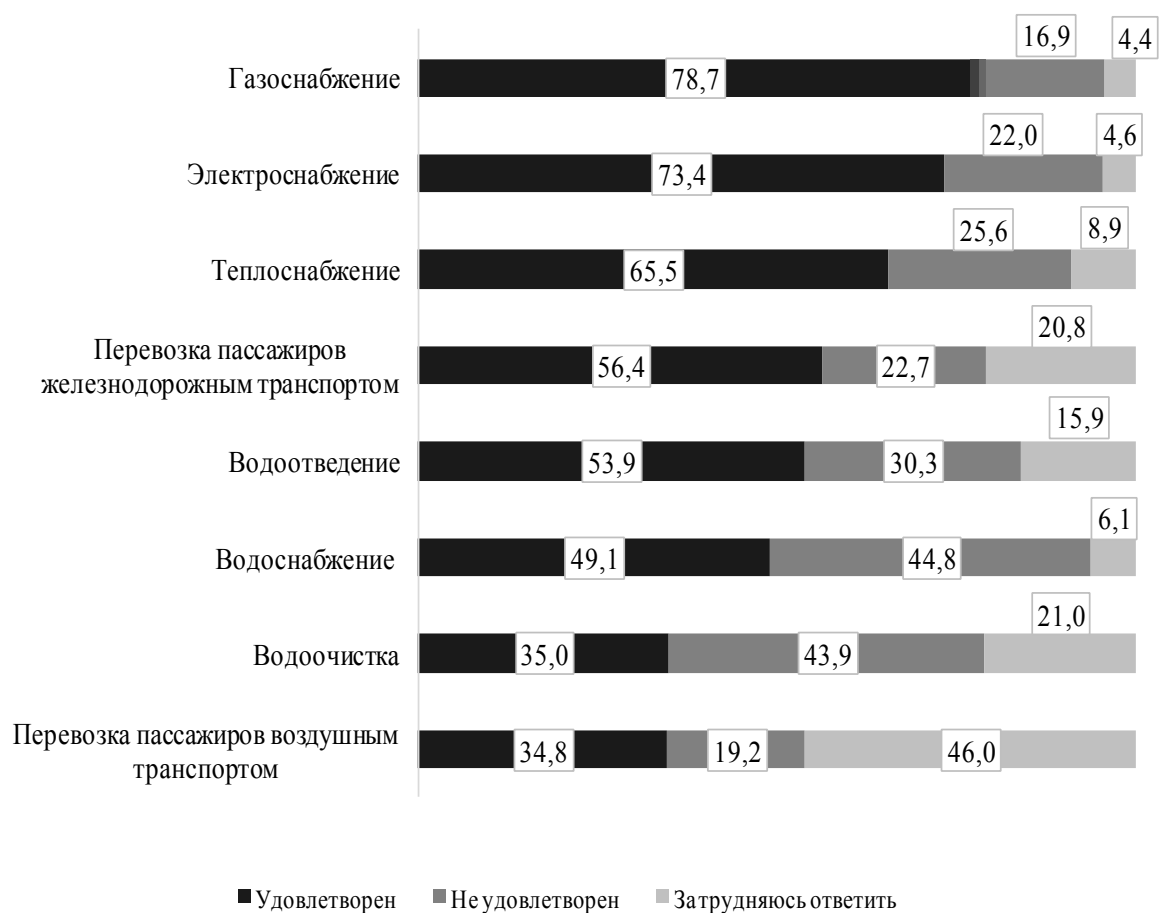


Рис. 2.2.1. Удовлетворенность респондентов качеством услуг естественных монополий, %

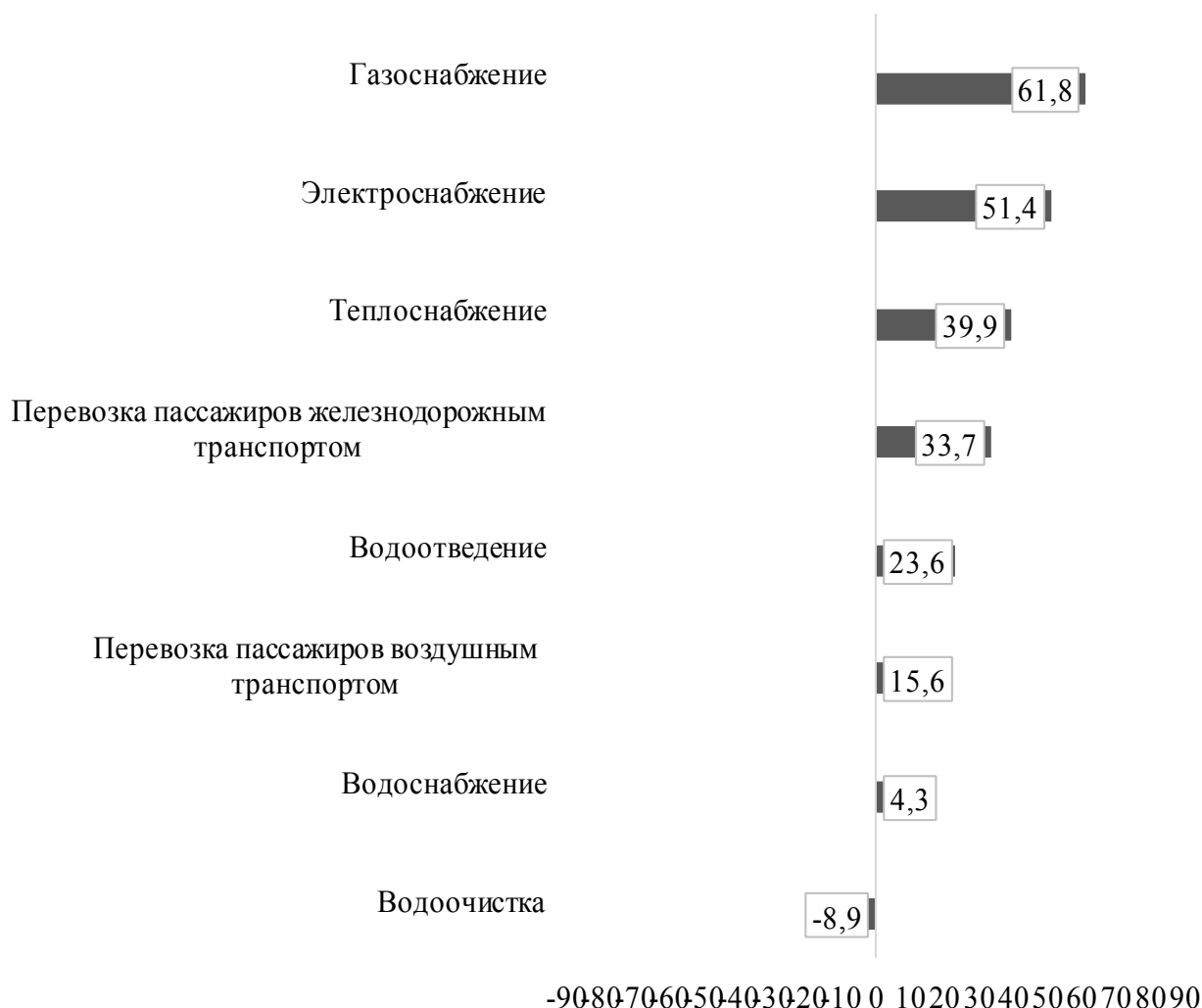


Рис. 2.2.3. Разница позитивных и негативных оценок удовлетворенности респондентов качеством услуг естественных монополий, %

Наибольшая неудовлетворенность качеством электроснабжения зафиксирована на территории Ичалковского (37,0 %), Инсарского (36,7 %), Ельниковского (32,0 %), Большеберезниковского (31,8 %), Рузаевского (30,2 %) и Кадошкинского (30,0 %) муниципальных районов.

Преимущественно низко оценивают качество теплоснабжения жители Рузаевского (39,0 %), Чамзинского (36,7 %), Ичалковского (33,3 %), Ардамовского (30,0 %), Большеберезниковского (30,0 %) муниципальных районов и ГО Саранск (34,6 %).

Недовольны качеством газоснабжения жители Ичалковского (37,0 %), Большеберезниковского (30,4 %), Старошайговского (28,6 %), Инсарского (27,6 %), Кочкуровского (25,9 %) и Темниковского (25,0 %) муниципальных районов.

Претензии к качеству водоснабжения высказывали жители Старошайговского (61,5 %), Чамзинского (59,5 %), Торбеевского (57,1 %), Лямбирского (55,6 %), Рузаевского (53,5 %), Ичалковского (44,4 %), Большеберезниковского (40,9 %), Дубенского (38,1 %), Атяшевского (37,5 %), Большеигнатовского (37,5 %), Краснослободского (36,4 %), Ромодановского (33,3 %), Инсарского (32,1 %), Темниковского (31,0 %), Теньгушевского (30,8 %), Ельниковского (30,4 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (65,8 %).

Негативно оценивало качество водоотведения преимущественно население Старошайговского (79,2 %), Атяшевского (45,5 %), Ичалковского (44,4 %), Торбеевского (43,8 %), Большеберезниковского (40,0 %), Рузаевского (35,7 %), Атюрьевского (35,0 %), Лямбирского (34,4 %), Чамзинского (34,4 %) и Ельниковского (30,0 %) муниципальных районов.

Отрицательные оценки по отношению к качеству водоочистки преобладают в Старошайговском (72,7 %), Атяшевском (60,0 %), Кадошкинском (52,9 %), Рузаевском (52,6 %), Торбеевском (46,7 %), Темниковском (29,2 %), Чамзинском (50,0 %), Большеберезниковском (50,0 %), Ичалковском (44,4 %), Краснослободском (40,9 %), Инсарском (36,8 %), Ельниковском (35,3 %), Кочкуровском (35,3 %), Большеигнатовском (33,3 %), Ковылкинском (30,4 %) муниципальных районах и ГО Саранск (55,6 %).

Чаще неудовлетворенность качеством услуг по перевозке пассажиров воздушным транспортом высказывали респонденты из Большеберезниковского (50,0 %), Инсарского (47,1 %), Ичалковского (40,0 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (26,7 %).

В большей степени качество услуг по перевозке пассажиров железнодорожным транспортом не устраивает респондентов из Ичалковского (57,1 %), Рузаевского (41,7 %), Большеберезниковского (36,4 %), Ельниковского (33,3 %), Атяшевского (31,6 %), Инсарского (31,6 %), Кочкуровского (29,4 %) муниципальных районов и ГО Саранск (27,1 %).

Социальный статус респондентов практически не влияет на оценку качества услуг естественных монополий.

На основании полученных оценок произведен расчет агрегированного показателя — индексов 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 предоставления услуг
организациями — субъектами естественных монополий**

Услуга	Индексы				Ранг
	2016	2017	2018	2019	
Газоснабжение	73,33	77,28	73,69	73,44	1
Электроснабжение	67,27	71,11	69,15	69,50	2
Теплоснабжение	61,69	69,35	64,19	64,28	3
Перевозка пассажиров железнодорожным транспортом	—	—	—	62,12	4
Водоотведение	60,35	63,2	59,03	58,61	5
Перевозка пассажиров воздушным транспортом	—	—	—	56,16	6
Водоснабжение	54,51	59,42	55,28	50,26	7
Водоочистка	46,13	49,32	45,51	45,54	8

За период с 2016 по 2019 г. наиболее высокий уровень удовлетворенности качеством предоставляемых услуг характерен для рынков газоснабжения, электроснабжения и теплоснабжения. Самыми проблемными (некачественными) среди услуг субъектов естественных монополий остаются услуги по водоочистке и водоснабжению. При этом по сравнению с 2018 г. зафиксировано снижение индекса удовлетворенности потребителей качеством водоснабжения на 5 пунктов. По остальным исследуемым позициям индекс удовлетворенности качеством предоставления услуг организациями естественных монополий остался на уровне прошлого года.

Следует отметить, что индекс удовлетворенности качеством перевозки пассажиров железнодорожным транспортом выше, чем качеством перевозки воздушным транспортом.

2.3. Выводы и рекомендации

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

— услуги с невысокой удовлетворенностью, как уровнем цен, так и качеством предоставления: водоснабжение и водоочистка (данная услуга занимает самые низкие позиции по цене и по качеству на протяжении последних 4 лет);

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

— услуги с оптимальным уровнем цен при низкой оценке качества их предоставления: водоотведение и перевозка пассажиров железнодорожным транспортом;

— услуги со сравнительно высокой стоимостью и низкой оценкой качества их предоставления: перевозка пассажиров воздушным транспортом (табл. 2.3.1).

Таблица 2.3.1

**Рейтинги услуг по значениям индексов удовлетворенности
уровнем цен и качеством услуг в 2019 г.**

Услуга	Ранг по удовлетворенности уровнем цен	Ранг по удовлетворенности качеством	Изменение позиции
Водоотведение	2	5	+3
Перевозка пассажиров воздушным транспортом	3	6	+3
Перевозка пассажиров железнодорожным транспортом	1	4	+3
Водоснабжение	5	7	+2
Водоочистка	7	8	+1
Газоснабжение	4	1	-3
Электроснабжение	6	2	-4
Теплоснабжение	8	3	-5

По результатам исследования выявлены наиболее проблемные по уровню цен и качеству предоставления естественные монополии: среди услуг жилищно-коммунального комплекса — услуги по водоочистке и водоснабжению; среди перевозок пассажиров — услуги воздушного транспорта.

Услуги по водоотведению и перевозке пассажиров железнодорожным транспортом, характеризующиеся относительно доступным уровнем цен, нуждаются в повышении качества их предоставления.

Проведенный сравнительный анализ удовлетворенности потребителей уровнем цен и качеством предоставляемых услуг естественных монополий позволяет сформулировать следующие рекомендации:

- повышение эффективности государственного контроля тарифной политики субъектов естественных монополий, особенно в сфере теплоснабжения, водоочистки, электроснабжения и водоснабжения;

- повышение качества предоставления услуг субъектами естественных монополий в жилищно-коммунальном комплексе: в первую очередь по водоочистке и водоснабжению. Следует обратить внимание на качество водоочистки в Атяшевском, Большеберезниковском, Кадошкинском, Рузаевском, Старошайговском, Темниковском, Торбеевском, Чамзинском муниципальных районах и в ГО Саранск. Необходимо провести работу по повышению качества водоснабжения в Лямбирском, Рузаевском, Старошайговском, Торбеевском, Чамзинском муниципальных районах, а также в ГО Саранск;

- улучшение качества предоставления услуг по перевозке пассажиров воздушным и железнодорожным транспортом;

- усиление общественного контроля над деятельностью субъектов естественных монополий в области ценовой политики и качества предоставления услуг в целях защиты интересов потребителей;

- обеспечение со стороны организаций, предоставляющих услуги естественных монополий, прозрачности и открытости доступа к информации о своей деятельности.

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

Стабильно высоким покупательским спросом пользуются все рассматриваемые продовольственные товары: по большинству уровень востребованности превышает 80% (табл. 3.1.1). Хлеб и хлебобулочная продукция, сыры, колбасные изделия, сахар, мясо птицы, масло сливочное, кондитерская продукция, произведенные в республике традиционно являются лидерами потребительского спроса.

Таблица 3.1.1.

**Доля респондентов, приобретавших произведенные
в Республике Мордовия товары в 2017-2019 гг., %**

	2017	2018	2019
Продовольственные товары			
Хлеб и хлебобулочная продукция	98,4	98,2	98,6
Сыры	97,9	97	96,2
Колбасные изделия	96,1	95,6	96,1
Сахар	97,7	96,5	95,6
Мясо птицы	95,6	94,6	95,5
Масло сливочное	96,8	95,1	94,8
Кондитерская продукция	96,5	94,5	94,6
Свежие овощи	96,3	93,5	94,5
Молоко	96,5	93,6	93,4
Масло растительное	93,4	91,7	91
Макаронные изделия	95	92,4	90,5
Яйца	94,9	92,4	90,1
Мука	91,3	89,2	87,8
Свинина	89,1	85,3	82
Консервированная плодоовощная продукция	89,6	85	81
Алкогольная продукция и пиво	88	82,7	78,8
Говядина	84,6	80,1	76,2
Непродовольственные товары			

Лампы	75,6	75,2	63,2
Сухие строительные смеси	68,9	64,1	51,6
Изделия из дерева*	—	—	51,4
Кирпич*	—	—	49,2
Бетон*	—	—	45,6

*Включены в исследование в 2019 г.

Несмотря на в целом высокие показатели, рассматриваемые товары дифференцируются по уровню и стабильности спроса. Так, в динамике за период с 2017 по 2019 г. покупательские предпочтения относительно хлеба и хлебобулочной продукции, сыров, сахара, колбасных изделий, мяса птицы стабильны, что свидетельствует об их устойчивом положении на рынке соответствующих товаров.

Наряду с этим спрос на многие продовольственные товары в той или иной степени интенсивности сокращается. Незначительное в масштабах общего уровня потребления, однако стабильное в динамике за 2017-2019 гг. уменьшение спроса может свидетельствовать о тенденциях снижения покупательской способности населения республики, либо вытеснения с рынков местных товаров. Это касается таких товаров как молоко, масло растительное, макаронные изделия, яйца, мука, свинина, консервированная плодовоовощная продукция (табл. 3.1.1).

Аналогичная ситуация наблюдается относительно непродовольственных товаров, производимых на территории Республики Мордовия. Устойчивая тенденция к сокращению спроса фиксируется относительно ламп (75,6 до 63,2% за период 2017-2019 гг.) и сухих строительных смесей (68,9 до 51,6%).

Наметившаяся тенденция к снижению спроса пока не влияет на конкурентоспособность социально значимых товаров местного производства. В конкуренции с ввезенными из-за предела региона товарами, выигрывают продукты питания первой необходимости: молоко и молочная продукция, мясо (в том числе птица, свинина, говядина), сыры, масло сливочное, масло и растительное, яйца, хлеб и хлебобулочная продукция, овощи. Эти товары лидируют по количеству упоминаний респондентами в ответах на неформализованный вопрос «Каким товарам и (или) услугам, произведенным в Республике Мордовия, Вы отдаете предпочтение по сравнению с товарами и услугами, произведёнными за ее пределами?».

Таблица 3.1.2.

Продовольственные товары, произведенные в Республике Мордовия и приоритетные по сравнению с товарами, произведенными за пределами региона

Наименование	Количество упоминаний
Молоко и молочная продукция	273
Мясо, в том числе:	225
Птица	125
Свинина	21
Говядина	14
Сыры	218
Масло, в том числе:	190
Масло сливочное	124
Масло растительное	9
Яйца	119
Хлеб и хлебобулочная продукция	98
Овощи	93
Колбасная продукция	76
Сгущённое молоко	71
Консервированная плодоовощная продукция	70
Сахар	68
Алкогольная продукция	61
Макаронные изделия	8
Лимонад, минеральная вода	7
Мука	7
Кондитерская продукция	6
Рыба	5
Фрукты	5
Мороженое	4
Полуфабрикаты	2
Мед	1
Семечки	1
Ягода	1

Товарами выбора являются также произведенные в республике колбасная продукция, сгущённое молоко, консервированная плодоовощная продукция,

сахар, алкогольная продукция. Указанные товары также в числе относительно часто упоминаемых респондентами.

Кроме того, респонденты указали перечень товаров, указывающих на преимущество республиканских производителей, в частности: рыба, фрукты, мороженое, полуфабрикаты, мед, семечки, ягода.

Из непродовольственных товаров чаще упоминаются строительные материалы, в том числе: цемент, изделия из дерева кирпич, сухие строительные смеси (табл. 3.1.2).

Таблица 3.1.3.

Непродовольственные товары, произведенные в Республике Мордовия, приоритетные по сравнению с товарами, произведенными за пределами региона

Наименование	Кол-во упоминаний
Строительные материалы, в том числе:	24
Цемент	7
Изделия из дерева	6
Кирпич	2
Сухие строительные смеси	2
Железобетонные изделия	1
Лампы	4
Цветы	2
Мебель	1
Рассада	1
Электроника	1

Таким образом, спектр продовольственных и непродовольственных товаров, произведенных в республике и обладающих конкурентными преимуществами по сравнению с товарами аналогами довольно широк и отражает производственную специализацию региона.

Наряду с этим на рынке продовольственных товаров республики выделяются сегменты с довольно высокой насыщенностью товаров-аналогов. В первую очередь это сегмент колбасной продукции, где разворачивается межрегиональная конкуренция, охватывающая широкий круг производителей из регионов России. Согласно полученным данным на рынке колбас конкурируют производители из 11 регионов, при этом преимущество принадлежит Владимирской области, Москве и Московской области, Нижегородской области.

В конкуренции за потребителя учувствуют также импортируемые колбасные изделия, в частности из Беларуси, Италии и Испании (табл. 3.1.4.).

Таблица 3.1.4.

Продовольственные товары, произведенные за пределами Республики Мордовия,
приоритетные по сравнению с товарами, произведенными в регионе

Наименование	Регион	Кол-во упо- минаний
Мясо птицы	Пензенская область	9
	Республика Татарстан	3
Говядина	Марий Эл	1
Сыры	Беларусь	9
	Литва	1
Масло сливочное	Вологодская область	1
Масло растительное	Краснодарский край	3
	Пензенская область	3
	Нижегородская область	12
Хлеб и хлебобулочная продукция	Пензенская область	11
	Чувашская область	13
Овощи	Краснодарский край	1
Колбасная продукция	Владимирская область	26
	Москва и Московская область	18
	Нижегородская область	11
	Чувашская область	7
	Пензенская область	6
	Самарская область	3
	Саратовская область	3
	Ивановская область	2
	Ульяновская область	2
	Республика Марий Эл	1
	Беларусь	2
	Италия	1
	Испания	1
	Москва и Московская область	3
	Тверская область	3
	Чувашская область	13

Наименование	Регион	Кол-во упо- минаний
Макаронные изделия	Грузия	1
	Германия	1
	Великобритания	1
	Финляндия	
	Москва и Московская область	5
	Нижегородская область	5
	Челябинская область	7
	Чувашская область	3
	Санкт-Петербург	1
Лимонад, минеральная вода	Ульяновская область	4
Мука	Республика Башкортостан	1
	Волгоградская область	2
	Ульяновская область	1
	Челябинская область	3
	Чувашская область	29
	Москва и Московская область	27
	Пензенская область	8
	Самарская область	3
	Саратовская область	2
	Ульяновская область	6
Кондитерская продукция	Пензенская область	6
	Самарская область	1
	Краснодарский край	1
Рыба		
Фрукты		

Выраженная межрегиональная и межстрановая конкуренция характерна для рынка алкогольной продукции Республика Мордовия. Респондентами упоминаются не только регионы России, среди которых доминирует Чувашская республика, но и страны ближнего и дальнего зарубежья (табл. 3.1.4.).

Конкуренция межрегионального характера развивается на рынках макаронных и кондитерских изделий, а также муки. Однако на этих рынках пре-

имущественно востребованы товары, произведенные за пределами республики.

Таблица 3.1.4.

Непродовольственные товары, произведенные за пределами Республики Мордовия,
приоритетные по сравнению с товарами, произведенными в регионе

Наименование	Регион	Кол-во упоминаний
Трикотаж	Ивановская область	3
	Республика Татарстан	3
	Москва и Московская область	10
	Пензенская область	9
Одежда и обувь	Ульяновская область	3
	Италия	1
	Беларусь	4
	Москва и Московская область	2
Электротовары	Китай	2
	Нижегородская область	9
Строительные материалы	Пензенская область	14
	Чувашская Республика	5
	Пензенская область	7
Мебель	Ульяновская область	1
	Нижегородская область	2
	Ульяновская область	4
Бензин	Чувашская республика	5
	Германия	1
Автомобили	Германия	1

В сегменте непродовольственных товаров конкуренция складывается в первую очередь на рынках одежды и обуви, строительных материалов, мебели, топлива (бензин). При этом на республиканском рынке доминируют товары, ввезённые из Пензенской, Нижегородской областей и Республики Чувашия, а также Ульяновской области. Следует отметить, что первые три региона являются основными источниками продовольственных и непродовольственных товаров, ввозимых в республику.

Анализ покупательского спроса по муниципальным районам показывает дифференциацию уровня потребления товаров. В частности, выделяется группа районов, где уровень потребления большинства из рассматриваемых

товаров ниже, чем в среднем по республике (табл. 3.1.4). К ним относятся Краснослободский, Лямбирский, Дубенский, Кочкуровский, Ичалковский, ГО Саранск. При этом в Краснослободском районе фиксируется относительно более низкий спрос по всему перечню продовольственных товаров.

Потребление ниже среднереспубликанского наряду с высокими позициями в рейтинге продовольственных товаров по потреблению характерно для мяса птицы и сахара, что свидетельствует о выраженной межрайонной дифференциации потребления указанных товаров. Эта также характерно для сахара, свежих овощей, свинины, яиц.

Что касается непродовольственных товаров, то относительно высокий уровень потребления (в диапазоне 70-80%) по всему спектру рассматриваемых товаров фиксируется в Большеберезниковском, Зубово-Полянском, Инсарском районах. Противоположная ситуация складывается в Кадошкинском, Кочкуровском, Краснослободском районах (уровень потребления варьируется от 20 до 57,5%).

Наиболее востребованным непродовольственным товаром, произведенным в республике, являются лампы. Доля респондентов, их приобретавших сравнительно высока в Теньгушевском (86,7%), Ковылкинском (80,0%), Атюрьевском (73,3%), Ардатовском (70,0%) районах.

Таким образом, анализ покупательского спроса показал, что продовольственные и непродовольственные товары, произведенные в Республике Мордовия, традиционно востребованы населением, они успешно конкурируют с ввезенными товарами. Вместе с тем в динамике за 2017-2019 гг. фиксируется тенденция к сокращению потребительского спроса по широкому перечню товаров.

3.2. Удовлетворенность потребителей уровнем цен и качеством товаров

В структуре товаров, произведенных в Республике Мордовия, продукты питания чаще всего упоминаются респондентами как имеющие цену выше, чем на аналогичные товары, произведенные в других регионах (71,5%) (табл. 3.2.1).

Таблица 3.2.1.

**Товары, цены на которые выше по сравнению с аналогами,
произведенными в других регионах**

Продукты питания	71,5
Нефтепродукты	26,5
Одежда и обувь	10,0
Строительные материалы	7,9
Алкогольная продукция и пиво	1,4
Мебель	1,0
Автомобили	0,7
Бытовая техника	0,7

Респонденты называют практически весь спектр продовольственных товаров, относящихся к продуктам первой необходимости (табл. 3.2.2). Абсолютным лидером по количеству упоминаний является мясо (81), в том числе чаще всего указывают мясо говядины. К продуктам с ценой, превышающей цены на ввозимые в республику товары-аналоги относятся также сыры (46 упоминаний), масло (38).

Таблица 3.2.2.

Продовольственные товары, цены на которые выше, чем в других регионах

Наименование	Количество упоминаний
Мясо, в том числе:	81
Говядина	30
Свинина	13
Мясо птицы	7
Сыры	46
Масло	38
Хлеб и хлебобулочная продукция	33

Наименование	Количество упо- минаний
Овощи	32
Колбасные изделия	30
Молоко и молочная продукция	20
Фрукты	19
Рыба	18
Кондитерские изделия	11
Сахар	10
Яйцо	9
Макаронные изделия	4
Мука	2
Крупы	1

Соответственно показатель удовлетворенности потребителей уровнем цен на говядину является наиболее низким и составляет 37,4% (рис. 3.2.1). В группу товаров с относительно невысокой лояльностью к цене относятся также колбасные изделия (41,0%), сыры (45,6%) масло сливочное (49,9%), алкогольная продукция и пиво (46,8%).

Анализ позволяет выделить ряд районов, где удовлетворенность уровнем цен по широкому спектру рассматриваемых товаров ниже, чем в среднем по республике, в частности: Атяшевский, Инсарский, Старошайговский, Торбеевский, Темниковский, Краснослободский районы.

К товарам, с распространенной по муниципальным районам невысокой ценовой лояльностью относятся макаронные изделия, мясо птицы, масло сливочное, яйца, сахар, свинина, молоко, сыры, говядина. При этом уровень удовлетворенности по отдельным товарам существенно дифференцируется. В частности, на сыры и говядину: соответственно от 6,7 и 11,1% в Атяшевском районе до 69,4 и 66,0 % — в Zubovo-Polyanskom.

Наиболее низкая удовлетворенность уровнем цен по всему рассматриваемому спектру непродовольственных товаров отмечается в Атяшевском районе. Сравнительно низкая удовлетворенность выявляется также в Рузаевском, Старошайговском, Большеигнатовском, Торбеевском и Чамзинском районах. Краснослободский район отличается относительной низкой лояльностью ре-

спондентов к ценам на сухие строительные смеси и лампы (Приложение 2, табл. 19).

Особенностью продовольственных товаров, произведенных в Республике Мордовия является их неценовая конкурентоспособность, когда лояльность покупателя формируется в основном за счет качества товара. По всем рассматриваемым товарам удовлетворенность качеством существенно превышает показатель удовлетворенности уровнем цен (рис. 3.2.1). При этом наиболее высокие показатели удовлетворенности качеством принадлежат следующим товарам: сахар (79,9%), яйца (78,4%), макаронные изделия (76,4%), масло растительное (75,6%), мука (76,0%). Уступают по оценкам качества колбасные изделия (50,1%), алкогольная продукция и пиво (58,5%).

Наиболее высокую удовлетворенность качеством всех рассматриваемых (как продовольственных, так и непродовольственных) товаров демонстрируют жители Дубенского и Лямбирского районов, наиболее критичны в оценках представители Атяшевского, Кадошкинского и Старошайговского районов (Приложение 2, табл. 20).

Расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности потребителей уровнем цен — позволяет констатировать, что по большинству товаров, произведенных в Республике Мордовия, преобладают позитивные оценки (табл. 3.2.4, 3.2.5). Вместе с тем выделяются товары со сравнительно более низкими оценками: среди них — говядина, колбасные изделия, сыры.

Таблица 3.2.4

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

Характеристика группы	Товар	2017	2018	2019
Высокий уровень удовлетворенности	Макаронные изделия	61,31	67,04	64,97
	Хлеб и хлебобулочная продукция	61,44	66,94	63,44
	Консервированная плодоовощная продукция	59,77	65,34	62,33
	Мука	59,00	67,40	62,27
	Масло растительное	56,39	64,20	62,17
	Яйца	55,53	63,70	61,43
	Сахар	58,40	65,42	61,02
Средний уровень	Мясо птицы	57,07	62,80	59,13

Характеристика группы	Товар	2017	2018	2019
удовлетворенности	Кондитерская продукция	53,92	60,90	57,38
	Молоко	52,96	59,16	56,28
	Свежие овощи	54,41	53,36	53,57
	Алкогольная продукция	52,69	53,74	52,47
	Масло сливочное	45,10	50,90	50,91
	Свинина	49,75	52,65	50,34
	Сыры	46,57	48,68	47,94
	Колбасные изделия	44,15	49,29	44,65
	Говядина	44,69	43,84	41,91

Таблица 3.2.5

**Индексы удовлетворенности потребителей
ценой непродовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	2017	2018	2019
Средний уровень удовлетворенности	Лампы	53,13	56,84	51,78
	Сухие строительные смеси	52,19	55,57	51,09
	Изделия из дерева	—	—	51,49
	Бетон	—	—	50,51
	Кирпич	—	—	50,05

Расчет агрегированного показателя — индекса удовлетворенности качеством товаров — свидетельствует о высоком уровне удовлетворенности потребителей качеством продовольственных и непродовольственных товаров (табл. 3.2.6, 3.2.7). Исключение составляют колбасные изделия, по которым зафиксирован средний уровень удовлетворенности.

Таблица 3.2.6

**Индексы удовлетворенности потребителей
качеством продовольственных товаров**

Характеристика группы	Товар	2017	2018	2019
Высокий уровень удовлетворенности	Сахар	73,60	76,67	74,45
	Яйца	69,32	73,59	72,79

	Мука	69,83	74,31	71,76
	Масло растительное	69,90	72,60	71,26
	Макаронные изделия	70,79	73,42	71,05
	Консервированная плодоовощная продукция	70,28	74,13	70,98
	Хлеб и хлебобулочная продукция	68,52	71,88	68,47
	Свежие овощи	67,64	68,03	67,94
	Сыры	64,37	68,86	67,44
	Масло сливочное	61,38	68,30	67,12
	Молоко	62,78	67,39	65,77
	Кондитерская продукция	66,28	70,34	65,67
	Говядина	62,57	64,22	63,09
	Алкогольная продукция	61,85	62,93	61,81
	Свинина	60,49	62,31	61,76
	Мясо птицы	61,18	63,63	60,92
Средний уровень удовлетворенности	Колбасные изделия	50,55	52,54	50,79

Таблица 3.2.7

Индексы удовлетворенности потребителей качеством непродовольственных товаров

Характеристика группы	Товар	2017	2018	2019
Высокий уровень удовлетворенности	Сухие строительные смеси	61,4	62,89	63,02
	Изделия из дерева	—	—	62,81
	Бетон	—	—	61,12
	Кирпич	—	—	60,62
Средний уровень удовлетворенности	Лампы	60,17	60,19	58,38

В динамике с 2017 г. по 2019 г. индексы удовлетворенности уровнем цен и качеством продовольственных и непродовольственных товаров характеризуются относительной стабильностью.

Сопоставление позиций, которые занимают товары при ранжировании в зависимости от значений индексов удовлетворенности потребителей уровнем

цен и качества (табл. 3.2.7), позволяет дифференцировать их на группы по типу конкурентоспособности:

- товары с ценовой конкурентоспособностью, которые характеризуются более высокой удовлетворенностью уровнем цен, чем качеством;
- товары с конкурентоспособностью, совмещающей ценовые и неценовые преимущества;
- товары с неценовой конкурентоспособностью, которые характеризуются более высокой удовлетворенностью качеством.

Таблица 3.2.7

**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	8	16	+8
	Хлеб и хлебобулочная продукция	2	7	+5
	Макаронные изделия	1	5	+4
	Кондитерская продукция	9	12	+3
	Консервированная плодоовощная продукция	3	6	+3
Конкурентоспособность, совмещающая ценовые и неценовые преимущества	Алкогольная продукция	12	14	+2
	Колбасные изделия	16	17	+1
	Молоко	10	11	+1
	Свинина	14	15	+1
	Масло растительное	5	4	-1
	Мука	4	3	-1
Неценовая конкурентоспособность	Масло сливочное	13	10	-3
	Свежие овощи	11	8	-3
	Говядина	17	13	-4
	Яйца	6	2	-4
	Сахар	7	1	-6
	Сыры	15	9	-6

--	--	--	--	--

Таблица 3.2.8

**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	Лампы	1	5	+4
Конкурентоспособность, совмещающая ценовые и неценовые преимущества	Бетон	4	3	-1
	Изделия из дерева	3	2	-1
	Кирпич	5	4	-1
	Сухие строительные смеси	2	1	-1

Низкая цена является конкурентным преимуществом следующих товаров: мясо птицы, хлеб и хлебобулочная продукция, макаронные изделия, кондитерская продукция, консервированная плодоовощная продукция; из числа непродовольственных товаров — лампы.

Высокое качество характеризует конкурентное преимущество таких товаров как масло сливочное, свежие овощи, говядина, яйца, сыры, сахар.

Ценовыми и неценовыми конкурентными преимуществами обладают алкогольная продукция, колбасные изделия, молоко, свинина, масло растительное, мука; из непродовольственного сегмента большинство рассматриваемых товаров – бетон, изделия из дерева, кирпич, сухие строительные смеси.

Расчет интегрированного показателя за 2019 г. свидетельствует о преимущественно высоком уровне удовлетворенности потребителей продовольственных и непродовольственных товаров (табл. 3.2.9, 3.2.10). Средний уровень удовлетворенности ценой и качеством наблюдается на рынках говядины, свинины, колбасных изделий, алкогольной продукции; из непродовольственных товаров — на рынках ламп, изделий из дерева, бетона, кирпича.

Таблица 3.2.9

**Обобщенные индексы удовлетворенности потребителей
уровнем цен на продовольственные товары в 2019 г.**

Характеристика группы	Товар	Индексы
-----------------------	-------	---------

Высокий уровень удовлетворенности	Сахар	71,83
	Яйца	71,03
	Мука	70,03
	Макаронные изделия	69,96
	Консервированная плодоовощная продукция	69,46
	Масло растительное	69,35
	Хлеб и хлебобулочная продукция	67,46
	Свежие овощи	64,60
	Масло сливочное	64,58
	Кондитерская продукция	64,39
	Сыры	64,13
	Молоко	63,93
	Мясо птицы	60,66
Средний уровень удовлетворенности	Говядина	59,98
	Алкогольная продукция	59,79
	Свинина	59,66
	Колбасные изделия	49,93

Таблица 3.2.10

**Обобщенные индексы удовлетворенности потребителей
ценой непродовольственных товаров в 2019 г.**

Характеристика группы	Товар	Индексы
Высокий уровень удовлетворенности	Сухие строительные смеси	62,03
Средний уровень удовлетворенности	Лампы	57,57
	Изделия из дерева	52,17
	Бетон	51,31
	Кирпич	50,68

Таким образом, продовольственные и непродовольственные товары, относящиеся к разряду товаров широкого потребления и произведенные в Республике Мордовия пользуются востребованностью у населения. К их конку-

рентным преимуществам относится физическая и ценовая доступность, а также приемлемое для потребителя качество.

Наибольшая удовлетворенность ценовыми и качественными характеристиками товаров отмечается в Дубенском Лямбирском, Zubovo-Полянском, Ардатовском муниципальных районах, наименьшая — в Атяшевском, Кадошкинском и Старошайговском.

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 (67,4%), яиц (66,6%), сахара (66,5%), макаронных изделий (65,7%) (рис. 3.3.1).

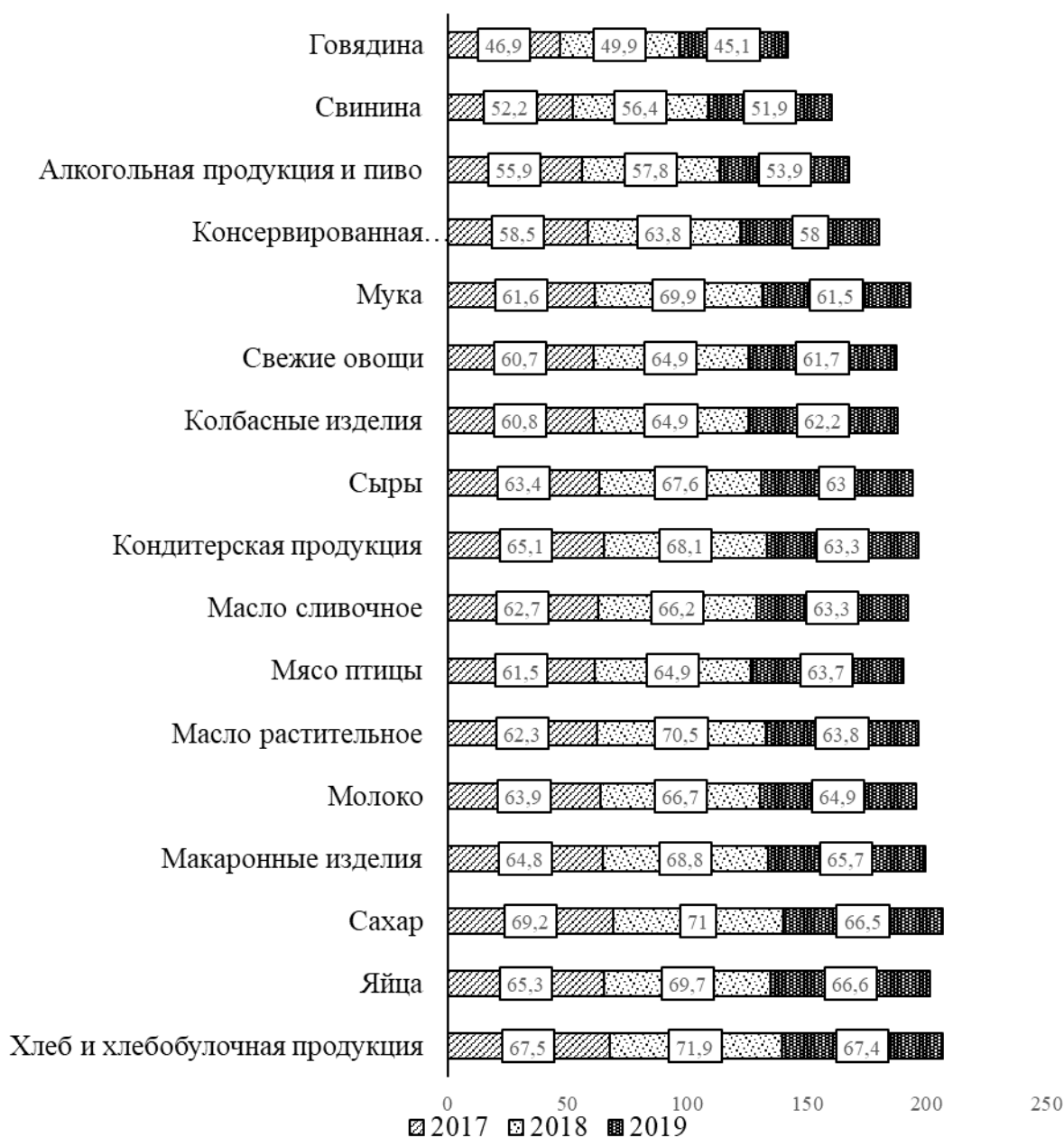


Рис. 3.3.2. Доля респондентов, указавших на сокращение товаров-аналогов, ввозимых в Республику Мордовия в 2017-2019 гг., %

Вместе с тем в 2019 г. по сравнению с предыдущим годом, доля респондентов, указавших на стабильность ассортимента практически по всему перечню товаров незначительно уменьшилась. В частности, относительно муки на 8,4%, консервированной плодоовощной продукции — 5,8%, сахара — 4,5%, кондитерской продукции — 4,8%. Это свидетельствует об активизации изменений ассортимента и структуры товаров на большинстве из анализируемых рынков.

В динамике за период 2017-2019 гг. формируется тенденция к сокращению количества произведенных в республике товаров при одновременном увеличении ассортимента аналогичной ввезенной продукции. Наиболее выраженное ухудшение позиций местных товаров происходит на рынках кондитерских изделий и свежих овощей. В целом сокращение количества продовольственных товаров, произведенных в республике прогрессирует по всему перечню: мясо птицы, масло сливочное, молоко, сахар, растительное масло, мука, макаронные изделия, хлеб и хлебобулочная продукция (табл. 3.3.1).

Наряду с указанными тенденциями происходит стабилизация и расширение ассортимента по многим из товаров. В динамике за 2017-2019 гг. сокращение ассортимента на рынках масла сливочного, молока, сахара, яиц, консервированной плодоовощной продукции, алкогольной продукции и пива респонденты указывают все реже.

Сокращение ассортимента по всему перечню продовольственных и непродовольственных товаров отмечают респонденты в Ичалковском, Лямбирском, Темниковском районах, по большинству товаров – в Рузаевском и ГО Саранск.

Сокращение количества товаров, произведенных в Республике Мордовия происходит практически во всех районах, однако наиболее отчетливо эта тенденция проявляется в Краснослободском, Теньгушевском районах и ГО Саранск. В Инсарском, Ичалковском и Кадошкинском районах, напротив, ситуация более благополучная.

Следует отметить, что наиболее радикальное на фоне общереспубликанских показателей сокращение продукции региональных производителей происходит на рынках колбасной продукции, кондитерских изделий, свежих овощей в Старошайговском районе.

Сокращение количества товаров-аналогов, ввезенных в РМ чаще отмечается в Торбеевском (особенно на рынке свежих овощей), Теньгушевском (рынки хлеба и хлебобулочных изделий, алкоголя и алкогольной продукции), Чамзинском (рынки мяса птицы и масла сливочного).

Табл. 3.3.1

Динамика ассортимента товаров в 2017-2019 гг., %

Изменения ассортимента на рынках товаров	Сокращение ассортимента			Сокращение количества товаров, произведенных в РМ			Сокращение количества товаров-аналогов, ввезенных в РМ		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Продовольственные товары									
Говядина	7,7	8,1	7,6	6,3	7,9	6,2	6,1	4,8	2,3
Свинина	4,1	4	2,5	5,4	6	5,5	7,4	6,6	3,4
Мясо птицы	1,8	2,1	1,9	3,3	3,2	3,7	9	8,4	4,6
Колбасные изделия	1,6	1,4	2	5,1	6,1	5,8	6,9	5,9	3,5
Масло сливочное	1,9	2,3	1,5	4,7	4,5	5,6	6,6	6,2	2,8
Молоко	1,5	1,8	1,3	4	4,3	5	7,7	6,7	3,6
Сыры	1,7	2	1,8	4,6	4,1	4,6	9	6,6	4,3
Яйца	1,3	1,2	1,5	3,1	3,2	3,4	7,8	6,1	3,1
Сахар	1,3	1,6	1,3	2,5	2,9	5,1	7,2	5,1	1,9
Масло растительное	1,9	1,5	1,2	3,2	3,1	4,6	5,2	3,6	1,8
Мука	1,6	1,5	1,8	3,6	3,7	5,2	3,7	3,4	1,7
Кондитерская продукция	1,5	1,8	1,8	4	4	6,7	4,3	5,4	2,5
Макаронные изделия	1,4	1,5	1,3	3,5	2,9	4,5	4,6	5	2
Хлеб и хлебобулочная продукция	1,3	1,9	1,6	2,9	2,8	4,2	6,6	5,7	3,3
Консервированная плодовоовощная продукция	1,7	1,4	1,1	2,6	3,3	4,2	7,2	5,1	1,9
Свежие овощи	2,5	2,5	1,4	3,7	5,5	8,2	7,2	5,8	3,1
Алкогольная продукция и пиво	2,1	1,8	0,9	2,7	3,4	3,9	6	5,2	2,1
Непродовольственные товары									
Кирпич	—	—	1,5	—	—	1,9	—	—	0,9
Сухие строительные смеси	3,5	2	1,2	2,2	4,2	1,6	3,2	3,4	1,5
Бетон	—	—	1,3	—	—	1,6	—	—	1,3

Изменения ассортимента на рынках товаров	Сокращение ассортимента			Сокращение количества товаров, произведенных в РМ			Сокращение количества товаров-аналогов, ввезенных в РМ		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Лампы	3,3	1,9	1,2	2,5	4	2,9	3	3,7	1,4
Изделия из дерева	—	—	1,2	—	—	1,7	—	—	1

Таким образом, анализ показал, что в течение последнего года потребители не сталкивались с существенным изменением ассортимента и структуры товаров. Вместе с тем по большинству товарных позиций наметились тенденции к увеличению количества товаров, произведенных за пределами Республики Мордовия.

3.4. Выводы и рекомендации

Продовольственные и непродовольственные товары, относящиеся к разряду товаров широкого потребления и произведенные в Республике Мордовия пользуются востребованностью у населения. Анализ выявил сравнительно высокий и стабильный покупательский спрос на соответствующую продукцию.

Спектр продовольственных и непродовольственных товаров, произведенных в республике, обладающих конкурентными преимуществами по сравнению с товарами аналогами довольно широк и отражает производственную специализацию региона. Устойчивое положение на рынке занимают хлеб и хлебобулочная продукция, сыры, сахар, колбасные изделия, мясо птицы; из непродовольственных товаров — строительные материалы, в том числе: цемент, изделия из дерева кирпич, сухие строительные смеси.

Особенностью товаров, произведенных в Республике Мордовия является их неценовая конкурентоспособность, когда лояльность покупателя формируется в основном за счет качества товара. По всем рассматриваемым, критичным для республики товарам удовлетворенность качеством существенно превышает показатель удовлетворенности уровнем цен. Таким образом, к конкурентным преимуществам местных товаров относится физическая и ценовая доступность, а также приемлемое для потребителя качество.

Наряду с этим спрос на многие продовольственные товары в той или иной степени интенсивности сокращается. Незначительное в масштабах общего уровня потребления, однако стабильное в динамике за 2017-2019 гг. уменьшение спроса может свидетельствовать о тенденциях снижения покупательской способности населения республики, либо вытеснения с рынков местных товаров.

Возрастает конкуренция на рынках большинства товаров из сегмента продуктов питания за счет ввезенных из-за пределов республики товаров; интенсифицируется тенденция к экспансии республиканского рынка товарами, произведенными за пределами региона. Регионами, активно конкурирующими в продовольственном и непродовольственном сегментах, являются граничащие с республикой Пензенская, Нижегородская, Ульяновская области и Республики Чувашия. Активная межрегиональная, а в отдельных случаях и

межстрановая конкуренция развивается на рынках колбасной продукции, алкогольной продукции и пива, кондитерских и макаронных изделий.

Наметившиеся тенденции к снижению спроса, а также изменению структуры и ассортимента товаров пока не влияют на конкурентоспособность социально значимых товаров местного производства. В конкуренции с ввезенными товарами стабильно выигрывают продукты питания первой необходимости: молоко и молочная продукция, мясо (в том числе птица, свинина, говядина), сыры, масло сливочное, масло и растительное, яйца, хлеб и хлебобулочная продукция, овощи.

Результаты анализа позволяют предложить следующие рекомендации:

- расширение ассортимента и представленности на потребительском рынке региона говядины, кондитерской продукции, свежих овощей;
- проведение маркетинговых исследований рынка продовольственных и непродовольственных товаров Республики Мордовия с целью предупреждения сокращения спроса на товары республиканских производителей.
- расширение мероприятий по поддержанию позитивного имиджа товаров местного производства в восприятии потребителей.

4. Удовлетворенность населения деятельностью в сфере финансовых услуг и доступность для населения финансовых услуг

4.1. Использование населением услуг финансовых организаций

За последний год услугами финансовых организаций пользовались 73,2 % населения Республики Мордовия, более четверти жителей региона не являлись потребителями рынка финансовых услуг.

Самыми активными пользователями услуг финансовых организаций являются люди, официально занятые в экономике (работающие по найму и предприниматели), а также пенсионеры. В данных группах лишь четверть респондентов указало, что за последний год они не обращались в финансовые организации. Вероятнее всего данный факт обусловлен тем, что получение заработной платы, пенсии и другого официального дохода связано с использованием банковских карт. Вполне логичным является то, что реже всего обращаются за финансовыми услугами учащиеся школ, колледжа и техникума.

Основными видами финансовых организаций, предоставляющих услуги населению, являются: коммерческие банки, микрофинансовые организации, ломбарды, кредитные потребительские кооперативы, страховые организации и негосударственные пенсионные фонды.

На рынке финансовых услуг лидирующее положение занимают коммерческие банки, согласно опросу, их услугами пользовались 69,0 % респондентов. В то же время почти треть людей заявило, что они за последний год не прибегали к использованию банковских услуг (табл. 4.1.1 и рис. 4.1.1).



Рис. 4.1.1. Доля населения, пользовавшихся (не пользовавшихся) услугами финансовых организаций за последний год, %

На втором месте по востребованности на рынке финансовых услуг находятся страховые организации, однако их услуги не являются широко распространенными: лишь примерно каждый четвертый гражданин, проживающий на территории Мордовии, за последний год использовал тот или иной вид страхования (26,8 %). Невысокий процент потребления услуг страховых организаций при обязательном характере некоторых видов страхования (например, ОСАГО) может быть объяснен тем, что данные услуги могут оказывать и другие финансовые организации (например, коммерческие банки).

Остальные типы финансовых организаций не пользуются широкой популярностью у жителей Республики Мордовия. Маловостребован среди населения рынок микрофинансовых организаций и ломбардов, не распространены и услуги кредитных потребительских кооперативов.

Негосударственные пенсионные фонды также мало популярны: лишь 3,5 % опрошенных указали, что за последний год они обращались за услугами данных организаций.

В связи с тем, что исследование является репрезентативным в целом по Республике Мордовия, остановимся лишь на некоторых наиболее существенных отклонениях от среднерегиональных величин показателей по районам.

Менее всего востребованы финансовые организации были в таких муниципальных районах, как Атюрьевский (46,7 % респондентов за последний год никакими услугами финансовых организаций не пользовались), Кадошкинский (40,0 %), Краснослободский (47,4 %), Ромодановский (40,0 %) и Чамзинский (41,0 %). Напротив, в Старошайговском муниципальном районе согласно опросу существует стопроцентный охват населения финансовыми услугами. Высокий процент обращения в финансовые организации (более 90 %) характерен также для Большеигнатовского муниципального района.

Процент пользования услугами коммерческих банков, превышающий среднереспубликанский уровень более чем на 10 процентных пунктов, в Ардатовском (80,0 %), Атяшевском (83,3 %), Большеигнатовском (86,2 %), Дубенском (83,3 %), Лямбирском (80,0 %) и Старошайговском (96,7 %) районах. Реже всего за банковскими услугами обращались жители Атюрьевского, Краснослободского и Теньгушевского муниципальных районах (лишь половина респондентов).

Наиболее востребованными услуги страховых организаций являются в Дубенском и Теньгушевском муниципальных районах — половина населения данных территорий обращались за услугами данных учреждений. Относительно высокий процент пользования характерен также для Старошайговского и Торбеевского муниципальных районов — 40 % опрошенных. Меньше всего услугами страховых компаний пользовались жители Краснослободского муниципального района (10,5 % респондентов обращались в страховые учреждения), а также Атюрьевского (16,7 %), Ковылкинского (15,8 %), Рузаевского (16,7 %) и Темниковского (15,4 %) муниципальных районов.

Как уже было сказано выше, услуги микрофинансовых организаций, ломбардов и кредитных потребительских кооперативов не востребованы на территории региона. Однако в некоторых муниципальных образованиях названные сегменты финансового рынка находят своего потребителя: в Ардатовском и Зубово—Полянском районах в микрофинансовые организации обращались около 8 % жителей; в Ельниковском и Ромодановском районах услугами кредитных потребительских кооперативов пользовались около 7 % людей; негосударственные пенсионные фонды предоставили услуги 10 %

жителей Торбеевского района, а также около 7 % Атяшевского, Ромодановского и Теньгушевского районов.

Стоит отметить, что в ГО Саранск каких-либо выраженных особенностей обращения граждан в финансовые организации за услугами не выявлено.

Одной из задач социологического опроса стояло выявление наиболее востребованных населением услуг на региональном финансовом рынке.

В результате было обнаружено, что самыми используемыми среди простых потребителей являются платежные услуги: ими за прошедший год воспользовались 74,1 % жителей Мордовии. Остальными видами финансовых услуг пользовались менее половины людей, проживающих на территории региона: страхование — 48,6 %; кредитование, займы — 45,1 %; сбережение и размещение денежных средств — 42,5 % (рис. 4.1.2).



Рис. 4.1.2. Доля населения, пользовавшихся (не пользовавшихся) финансовыми услугами за последний год, %

Кредитование, займы. Более всего услуги кредитования востребованы в Атяшевском (70 % респондентов пользовалось услугами кредитования), Большеберезниковском (63,3 %), Дубенском (70,0 %) и Краснослободском (67,5 %) муниципальных районах. Меньше всего за последний год обращались в финансовые организации за кредитами и займами жители Атюрьевского (23,3 % опрошенных пользовались данной услугой), Ельниковского

(40,0 %), Кадошкинского (26,7 %), Лямбирского (40,0 %), Старошайговского (36,7 %), Чамзинского (25,0 %) района и ГО Саранск (36,0 %).

Платежные услуги. Серьезных различий в практике использования платежных услуг по муниципальным территориям не обнаружено. Наибольший охват населения данным видом услуг наблюдается в Старошайговском муниципальном районе (93,3 %), наименьший – в Кадошкинском (56,7 %). Можно также отметить те районы, в которых уровень потребления платежных услуг немного (около 10 процентных пунктов) выше, чем в среднем по региону: Ардатовский (87,5 %), Дубенский (86,7 %), Краснослободский (85,0 %) и Темниковский (86,7 %). Реже совершают платежи в Атюрьевском (63,3 %), Большеберезниковском (63,3 %), Инсарском (60,0 %) и Чамзинском (65,0 %) районах.

Сбережение и размещение денежных средств. В целях сбережения собственных денежных средств в финансовые организации чаще других обращались жители Дубенского (80,0 %) и Краснослободского (77,5 %) муниципальных районов. В Ардатовском и Старошайговском районах также доля тех, кто пользовался данным видом услуг выше доли тех, кто не делал этого (52,5 % и 53,3 % соответственно). Реже всего для размещения собственных денег в финансовые учреждения обращались жители Атюрьевского (26,7 %), Кадошкинского (23,3 %), Ковылкинского (25,0 %), Кочкуровского (30,0 %) и Лямбирского (32,5 %) районов.

Страхование. Страховые финансовые продукты чаще всего покупали в Ардатовском (67,5 %), Дубенском (76,7 %) и Торбеевском (70,0 %) муниципальных районах. Более высокий процент потребления по сравнению со среднереспубликанским зафиксирован в Атяшевском (60,0 %), Большеберезниковском (60,0 %), Ельниковском (66,7 %), Старошайговском (60,0 %) и Теньгушевском (66,7 %) районах. Реже страховали свою имущество и жизнь жители Кадошкинского (30,0 %), Лямбирского (32,5 %) районов и ГО Саранск (37,6 %).

4.2. Удовлетворенность населения деятельностью финансовых организаций, а также качеством, доступностью и стоимостью финансовых услуг

Удовлетворенность деятельностью финансовых организаций. Наиболее востребованные типы финансовых организаций являются и более высоко оцениваемыми потребителями. Уровень удовлетворенности деятельностью коммерческих банков по Мордовии составил 92 %, страховых компаний — 82,2 %. Однако и по другим финансовым учреждениям, услугами которых жители пользуются крайне мало, уровень удовлетворенности превышает 60 % (рис. 4.2.1).

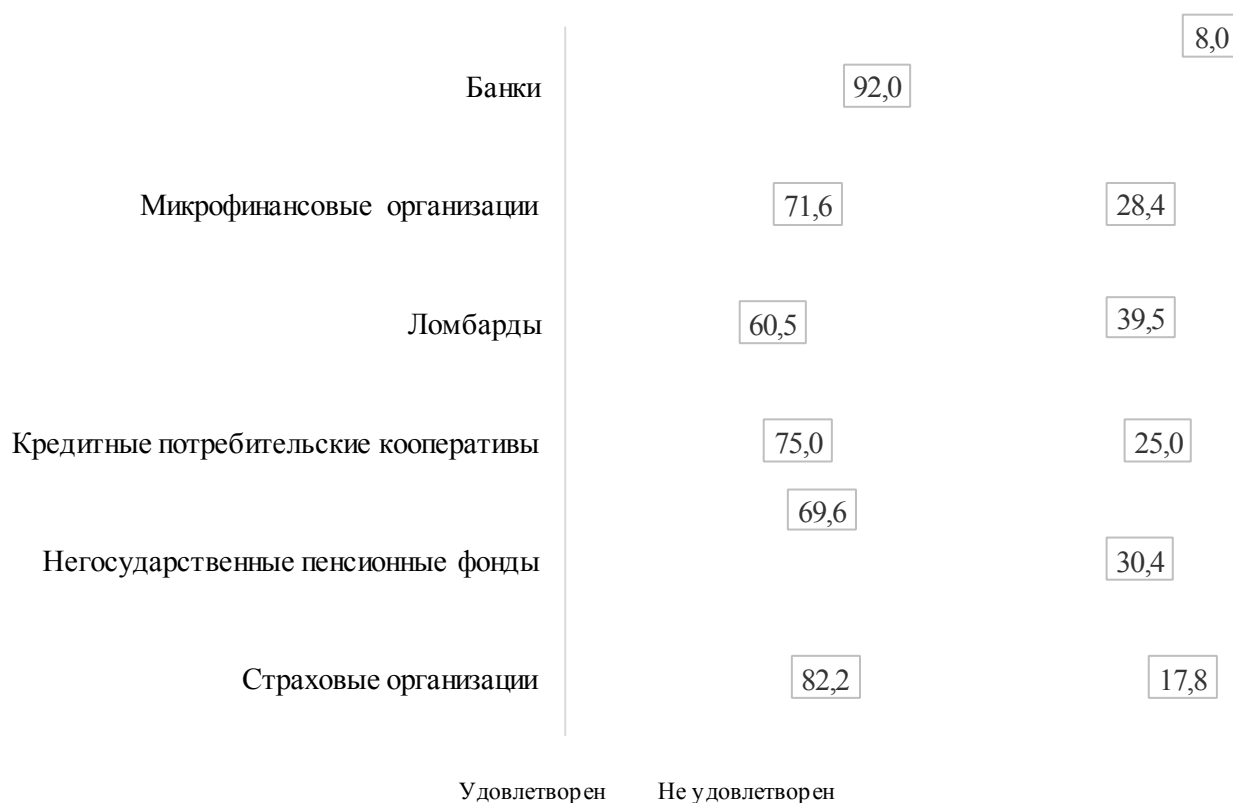


Рис. 4.2.1. Удовлетворенность респондентов деятельностью финансовых организаций, %

В муниципальном разрезе уровень удовлетворенности по наиболее востребованным финансовым рынкам выглядит следующим образом.

Удовлетворенность работой банковских учреждений выше среднереспубликанского значения отмечена в 12 муниципальных районах, при этом полная удовлетворенность зафиксирована в Большеигнатовском, Инсарском и Чамзинском районах. Наименьшая удовлетворенность деятельностью банков характерна для Атяшевского муниципального района (уровень недовлетворенности

составил 28 %), а также Ичалковского (14,3 %), Кадошкинского (19 %) и Ковылкинского (14,3 %) муниципальных районов.

Удовлетворенность деятельностью страховых организаций выше средне-республиканского значения отмечена в 13 муниципальных районах, полная удовлетворенность зафиксирована в Большеберезниковском, Большеигнатовском и Инсарском районах. Наименьшая удовлетворенность услугами страховых учреждений в Ромодановском муниципальном районе (уровень не-удовлетворенности составил 50 %), а также Атяшевском (45,5 %), Кадошкинском (44,4 %) и Ковылкинском (30,8 %) муниципальных районах.

Потребители различных финансовых услуг в большей степени удовлетво-рены их доступностью. На втором месте по удовлетворенности стоит качество услуг. Менее всего население довольно стоимостью финансовых продуктов.

Доступность финансовых услуг. Более всего население удовлетворено до-ступностью платежных услуг — 90,1 % опрошенных. Не удовлетворено дан-ным видом услуг лишь 13,9 процентов их пользователей. Услугами по кредито-ванию, сбережению денежных средств и страхованию удовлетворено примерно равное количество потребителей: около 80 % (рис. 4.2.2).

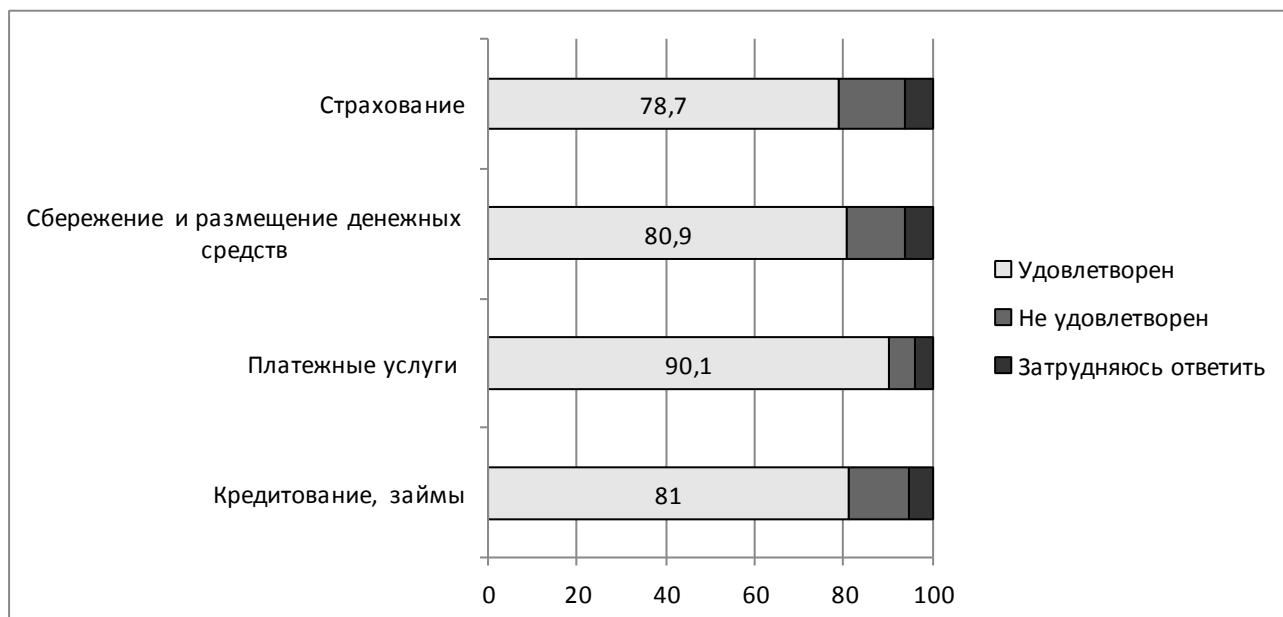


Рис. 4.2.2. Удовлетворенность респондентов доступностью финансовых услуг, %

В разрезе муниципальных районов удовлетворенность доступностью фи-нансовых услуг выглядит следующим образом (по видам услуг).

Доступность кредитования и займов. Максимальный уровень удовлетво-ренности зафиксирован в Большеберезниковском и Чамзинском муниципальных районах. Уровень удовлетворенности, превышающий 90 %, наблюдается в Ду-

бенском, Ельниковском, Инсарском, Ковылкинском и Краснослободском (90 %) районах.

Большинство жителей следующих районов довольны доступностью финансовых услуг (больше 60 %), однако уровень удовлетворенности более чем на 10 % ниже среднереспубликанского показателя: Атяшевский, Ромодановский и Теньгушевский. В Кадошкинском муниципальном районе число тех, кого доступность услуг по кредитованию удовлетворяет, равно числу тех, кто не доволен этой характеристикой (по 50 %). В Старошайговском районе доля тех, кто отрицательно оценил доступность данных услуг, превышает долю тех, кто в целом удовлетворен: 50 % — неудовлетворены, 40 % — удовлетворены.

Доступность платежных услуг. Стопроцентная удовлетворенность зафиксирована в Большеберезниковском и Ельниковском муниципальном районах. Наибольшие претензии к доступности платежных услуг высказали респонденты, опрошенные в Дубенском, Краснослободском и Теньгушевском муниципальных районах. Уровень неудовлетворенности в данных районах составил 11,8 %.

Доступность услуг по сбережению и размещению денежных средств. В большей степени доступностью данных услуг удовлетворены жители Большеберезниковского и Дубенского муниципальных районов (более 90 %). В остальных районах уровень удовлетворенности превышает общую долю респондентов, которые не удовлетворены, и затруднившихся оценить доступность данных услуг (за исключением Ромодановского и Теньгушевского районов). В Ромодановском муниципальном районе лишь половина тех, кто обращался в финансовые организации за сбережением и размещением денежных средств, довольны доступностью этими услугами, почти треть недовольны. В Теньгушевском муниципальном районе уровни удовлетворенности и неудовлетворенности равны и составляют 37,5 %, еще четверть респондентов затруднились дать ответить на вопрос.

Доступность услуг по страхованию. Максимальный уровень удовлетворенности доступностью страхования отмечен в двух муниципальных районах: Ельниковском и Инсарском. Удовлетворенность, превышающая 90 %, характерна для Большеберезниковского, Дубенского и Лямбирского районов. Достаточно высокая, но ниже, чем в других территориях (не более 70 %) удовлетворенность доступностью страховых услуг наблюдается в Атяшевском, Большеигнатовском, Ромодановском и Рузаевском районах. Самая низкая удовлетворенность отмечена в Кадошкинском районе — доля довольных доступностью страхования здесь составила 55,6 %, недовольных — 44,4 %.

Качество финансовых услуг. Для финансовых услуг характерен достаточно высокий уровень удовлетворенности потребителей их качеством. Наибольшую удовлетворенность вызывает качество платежных услуг — 82,4 %. Тем, как оказывают услуги по сбережению и размещению денежных средств, довольно 75,1 %. Уровень удовлетворенности качеством услуг по кредитованию и страхованию примерно одинаков (рис. 4.2.3).

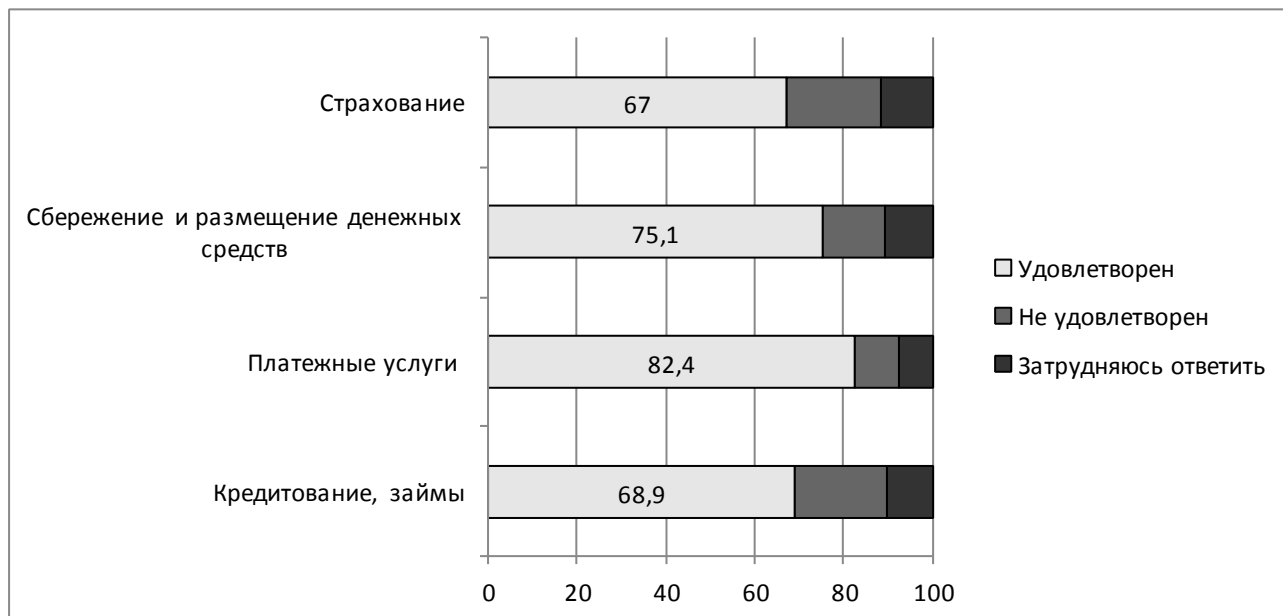


Рис. 4.2.3. Удовлетворенность респондентов качеством финансовых услуг, %

Качество услуг кредитования и займов. Предельный уровень удовлетворенности качеством услуг по кредитованию и предоставлению займов отмечен в Большеберезниковском муниципальном районе. Больше всего качество данных финансовых услуг устраивает жителей Большеигнатовского, Дубенского, Инсарского, Краснослободского, Темниковского и Чамзинского районов (более 80 %).

Только в Старошайговском муниципальном районе доля тех, кого качество услуг кредитования не устраивает, превышает долю тех, кто вполне доволен: 50 % против 30 %. Более всего недовольны качеством услуг кредитования жители Ельниковского и Торбеевского муниципальных районов и ГО Саранск (более трети потребителей).

Качество платежных услуг. Качественно платежных операций в большей степени удовлетворены жители Большеберезниковского, Большеигнатовского, Темниковского и Чамзинского муниципальных районов (более 90 %). Наименьший процент пользователей платежей, кого устраивает качество данных операций, проживает в Кадошкинском муниципальном районе — 60,0 %. Однако бо-

лее всего тех, кого не доволен проживает в Ичалковском и Торбеевском районах — каждый четвертый—пятый житель.

Качество услуг по сбережению и размещению денежных средств. Наибольшая удовлетворенность наблюдается в Большеберезниковском и Большеигнатовском районах — 100 %. Более 90 % довольных качеством респондентов из Дубенского, Краснослободского и Чамзинского муниципальных районов. Почти во всех остальных муниципальных районах республики качество услуг по сбережению и размещению денежных средств также удовлетворяет большинство их жителей. Исключение составляют Кадошкинский (уровень удовлетворенности составляет 50 %, остальные либо недовольны, либо затрудняются дать оценку качеству), Атяшевский (менее 50 %) и Теньгушевский (25 %) районы. При этом в Теньгушевском районе самый высокий уровень недовольности — 37,5 %. Кроме этого, относительно много недовольных в Атяшевском, Ельниковском, Инсарском, Ичалковском, Ромодановском и Торбеевском районах — каждый четвертый или пятый житель.

Качество страховых услуг. Оценки качества страховых услуг имеют существенные отклонения в районном разрезе. Так, можно выделить муниципальные территории, в которых уровень удовлетворенности превышает 90 %: Большеберезниковский (100 %), Большеигнатовский, Дубенский, Инсарский и Лямбирский. В Ковылкинском муниципальном районе самый низкий уровень удовлетворенности (30,0 %), но он равен уровню недовольности (остальные затруднились ответить на вопрос). В Кадошкинском районе уровень удовлетворенности чуть больше — более трети респондентов довольных качеством, однако среди всех потребителей страховых услуг — половина недовольных. В таких районах, как Атюрьевский, Атяшевский, Ромодановский, Рузаевский и Теньгушевский качеством страхования удовлетворены половина или чуть больше людей, получивших подобные услуги. Больше всего недовольных качеством страховых услуг — около трети респондентов — в Атяшевском, Ичалковском и Ромодановском муниципальных районах.

Стоимость финансовых услуг. Стоимость финансовых услуг вызывает больше всего нареканий. В первую очередь люди недовольны той ценой, которую им приходится платить за кредиты и займы. Уровень удовлетворенности составил 35,3 %, недовольности — 59,3 %. По стоимости страховых услуг доли довольных и недовольных примерно равные — 47,1 % и 46,2 % соответственно. Уровень удовлетворенности ценой, которую приходится платить за совершение платежных операций, составляет 69,5 %, недовольна лишь четверть пользователей. По стоимости сбережения и размещения денежных

средств процент удовлетворенных составил 57,6 %, неудовлетворенных — 34,9 %. По данному виду услуг больше всего затруднившихся оценить их цену (рис. 4.2.4).

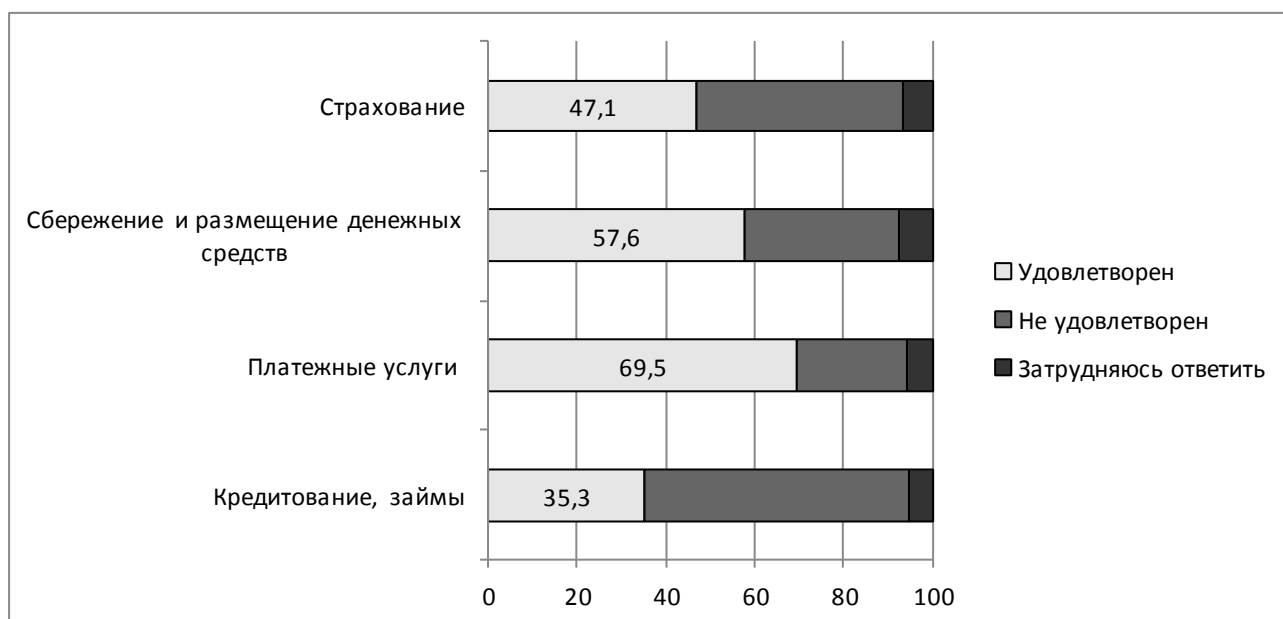


Рис. 4.2.3. Удовлетворенность респондентов стоимостью финансовых услуг, %

Стоимость услуг кредитования и займов. В число районов, в которых уровень удовлетворенности стоимостью услуг по кредитованию превышает уровень неудовлетворенности, при этом доля довольных составляет не меньше 50 % населения, вошли: Большеберезниковский, Большеигнатовский, Зубово—Полянский, Инсарский, Кадошкинский и Темниковский муниципальные районы. В остальных муниципальных образованиях большинство граждан, бравших в финансовых организациях кредиты и займы, осталось недовольным их общей стоимостью. Более всего недовольных (более 70 %) в Атюрьевском, Рузаевском, Старошайговском, Торбеевском районах и ГО Саранск.

Стоимость платежных услуг. Стоимость платежных операций устраивает большинство жителей всех муниципальных районов. В наибольшей степени (уровень удовлетворенности более 80 %) цена данных услуг устраивает жителей таких районов, как Большеберезниковского, Большеигнатовского, Зубово—Полянского, Лямбирского и Чамзинского районов. В двух районах стоимостью платежных услуг недовольна почти треть населения (Дубенский, Ельниковский), в трех — более трети (Ичалковский, Кочкуровский, Торбеевском). Однако и в тех и в других у большинства людей цена платежей не вызывает недовольство.

Стоимость страховых услуг. В Большеберезниковском муниципальном районе зафиксирован стопроцентный уровень удовлетворенности ценой услуг по страхованию, в Инсарском он составил 90,9 %. Еще в пяти муниципальных районах более половины населения также удовлетворены стоимостью страхования: Большеигнатовский, Zubovo—полянский, Лямбирский, Рузаевский и Темниковский.

Менее всего ценами на страховые услуги оказались довольны респонденты, проживающие в Атяшевском, Кадошкинском, Кочкуровском, Краснослободском и Торбеевском муниципальных районах (уровень неудовлетворенности составил выше 60 %). К муниципальным территориям, в которых уровень неудовлетворенности по данному показателю составляет примерно 50 % и превышает уровень удовлетворенности, также относятся: Ардатовский, Дубенский, Ковылкинский, Чамзинский районы и ГО Саранск.

4.3. Использование населением различных способов доступа к финансовым услугам, а также барьеры для доступа к финансовым услугам

Важной стратегической задачей повышения экономической эффективности и обеспечения конкурентной среды на рынке финансовых услуг является обеспечение возможности использования различных способов доступа к финансовым услугам (в том числе дистанционных). В ходе опроса жителей Мордовии был задан вопрос: «Какие способы получения финансовых услуг Вы использовали?», при ответе на который можно было выбрать все используемые способы получения по каждой из финансовых услуг.

Анализ полученных данных показал, что на рынке финансовых услуг преобладает классическая форма взаимодействия потребителя (покупателя) и производителя (продавца) — личное посещение потребителем организации, оказывающей финансовые услуги. Финансовое учреждение посещали 91,9 % потребителей услуг страхования; 84,2 % получателей кредитов и займов; 74,9 % людей, обратившихся за сбережением и размещением собственных денежных средств. На альтернативные способы получения переходят платёжные услуги: лишь 43,1 % опрошенных для совершения данного рода операций пришлось лично обратиться в финансовую организацию (рис. 4.3.1).

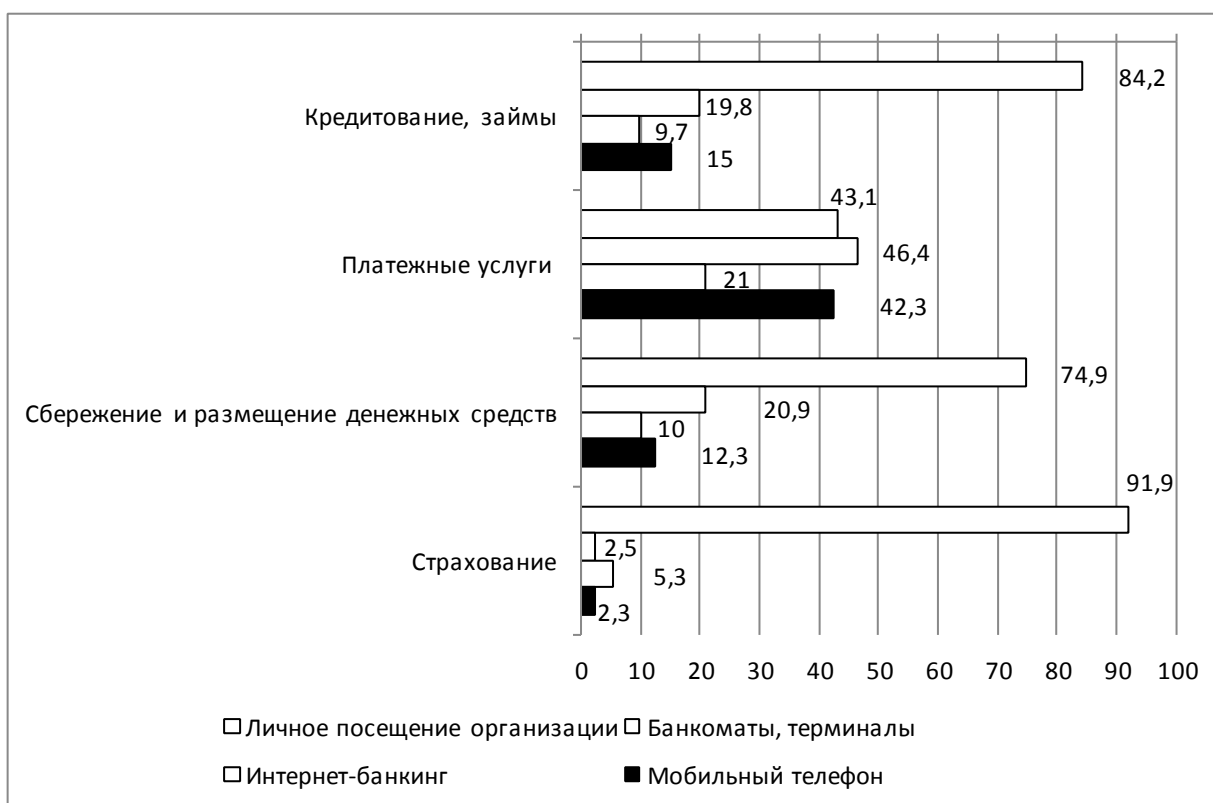


Рис. 4.3.1. Использование потребителями финансовых услуг различных способов доступа, %

Личное взаимодействие людей с представителями финансовых учреждений как способ получения услуги наиболее распространено в следующих муниципальных образованиях (по сравнению с другими территориями, по видам финансовых услуг):

1) кредитование, займы — Большеберезниковский, Ельниковский, Ковылкинский, Старошайговский, Теньгушевский, Торбеевский, Чамзинский районы и ГО Саранск (более 90 % потребителей использовало данный способ за последний год);

2) платежные услуги — Дубенский, Кадошкинский, Ковылкинский, Кочкуровский, Краснослободский, Темниковский районы и ГО Саранск (более 50 %);

3) сбережение и размещение денежных средств — Атяшевский, Краснослободский районы (более 90 %);

4) страхование — Атяшевский, Большеберезниковский, Инсарский, Ичалковский, Кадошкинский, Кочкуровский, Ромодановский, Старошайговский и Теньгушевский районы (100 %).

Банкоматы и терминалы наиболее популярны при совершении платежей. Однако пока еще данный способ для платежей используют менее половины жителей республики — 46,4 %. Пятая часть населения региона используют банкоматы и терминалы для сбережения и размещения денежных средств — так ответило 20,9 % опрошенных (вероятнее всего имеется в виду возможность пополнения банковского счета посредством банкоматов). Также данный способ использовался при получении кредита или займа — 19,8 % (скорее всего речь идет о кредитных картах).

Банкоматы и терминалы более широко представлены на следующих территориях (по финансовым услугам, в которых чаще всего используется данный способ получения):

1) кредитование, займы — Большеигнатовский, Кадошкинский, Кочкуровский, Лямбирский и Теньгушевский муниципальные районы (более 30 %);

2) платежные услуги — Атюрьевский, Лямбирский и Торбеевский муниципальные районы (более 60 %);

3) сбережение и размещение денежных средств — Большеигнатовский, Рузаевский и Чамзинский муниципальные районы (более 30 %).

Мобильный телефон как способ получения финансовых услуг использовали чаще всего при осуществлении платежных переводов. Так ответило

42,3 % опрошенных. 15,0 % респондентов с использованием мобильных устройств обращались за кредитованием и получением займа, 12,3 % — за услугами по сбережению и размещению денежных средств.

На рынке страховых услуг возможность применения банкоматов и терминалов, равно как и использования мобильного телефона, крайне ограничена.

Более активно по сравнению с другими мобильный банк использует население следующих муниципальных районов:

1) кредитование, займы — Большеберезниковский (27,3 %), Инсарский (25,0 %) и Кадошкинский (36,4 %);

2) платежные услуги — Большеберезниковский (52,6 %) и Старошайговский (57,1 %);

3) сбережение и размещение денежных средств — Атюрьевский (22,2 %), Кадошкинский (40,0 %), Ромодановский (25,0 %) и Темниковский (23,1 %).

Интернет—банкинг, под которым подразумевается в первую очередь обращение за финансовыми услугами посредством сети Интернет через личные кабинеты на сайтах финансовых организациях, мало популярен среди населения. Чаще всего данный способ используется при совершении платежей: каждый пятый житель региона пользовался Интернет—банкингом в данном случае (21 % респондентов). Примерно каждый десятый воспользовался Интернетом в ходе совершения финансовых операций в целях сбережения и размещения денежных средств (10 %) и при получении кредита (9,7 %). Немного применяется Интернет при страховании — 5,3 % опрошенных указали данный способ в числе используемых.

Интернет—банкинг чаще всего использовали жители следующих муниципальных районов:

1) кредитование, займы — Большеберезниковский (27,3 %), Ельниковский (25,0 %) и Темниковский (36,4 %);

2) платежные услуги — Ельниковский (30,0 %), Инсарский (33,3 %) и ГО Саранск (32,6 %);

3) сбережение и размещение денежных средств — Кадошкинский (20,0 %) и Торбеевский (25,0 %);

4) страхование — Дубенский (19,0 %) и Ельниковский (17,6 %).

Стоит отметить те муниципальные территории, в которых дистанционные способы получения финансовых услуг в целом менее всего распространены: Атяшевский, Краснослободский, Zubovo—Полянский и Ичалковский районы.

Барьеры для доступа к финансовым услугам. В целях выявления на региональном рынке существующих барьеров для потребителей финансовых услуг жителям Мордовии был задан вопрос: «С какими трудностями Вы сталкивались при получении финансовых услуг?». При ответе на вопрос респонденты могли выбрать все возможные из перечисленных в анкете вариантов. В результате сложилась следующая картина (рис. 4.3.2).

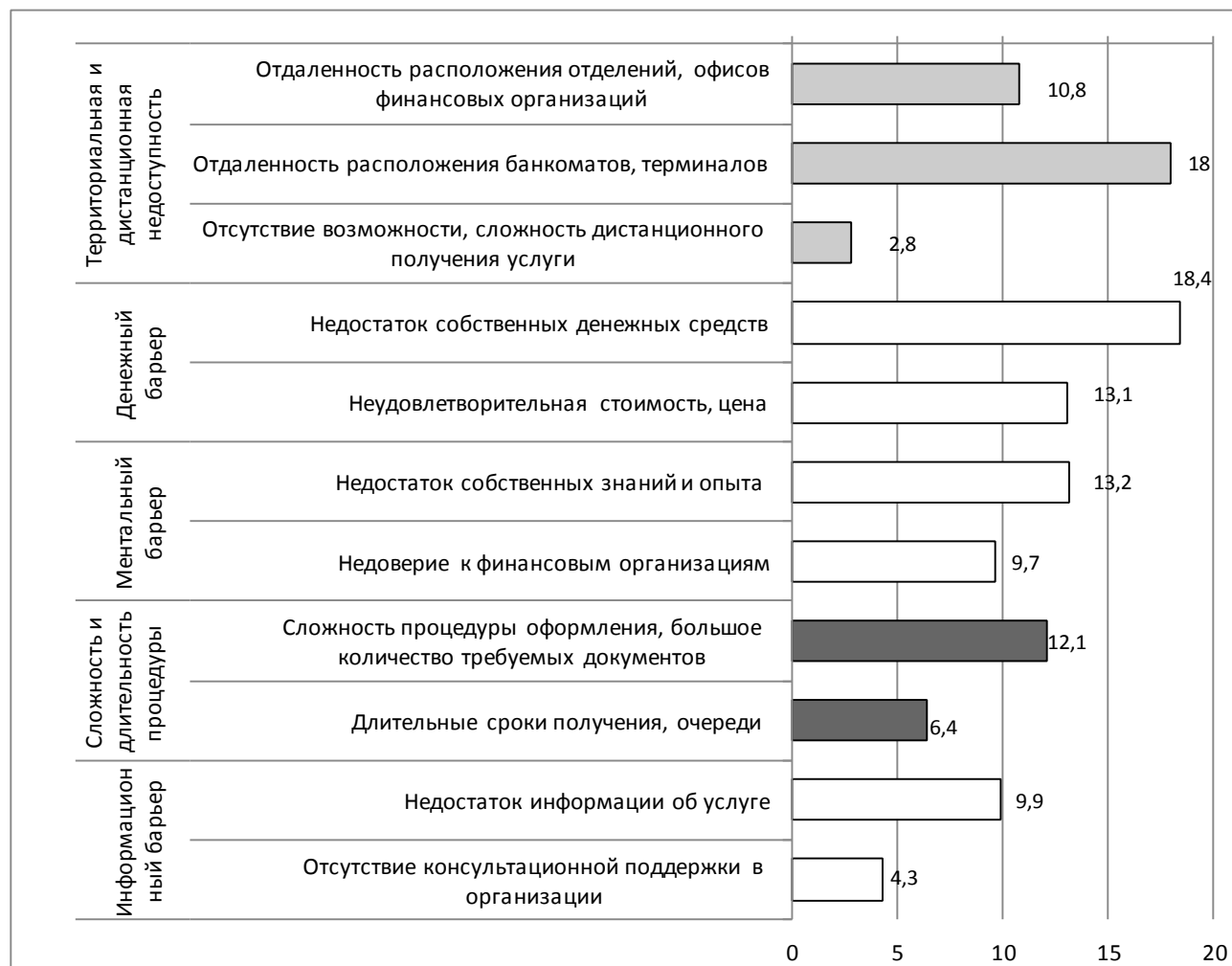


Рис. 4.3.2. Доля респондентов, сталкивающихся с трудностями при получении финансовых услуг, %

На рынке финансовых услуг ярко выраженных барьеров доступа не обнаружено. 38,7 % жителей региона отметили, что они при получении финансовых услуг с трудностями не сталкивались. Те трудности, которые были выбраны при ответе на поставленный вопрос, представляют собой барьер не более чем для 20 % жителей, а по половине из них — не более чем для 10 %.

Самыми весомыми для простых граждан оказались два барьера для доступа к финансовым продуктам: территориальная и дистанционная недоступность и денежный барьер.

Чуть более актуальным оказался барьер собственно самого доступа к услугам (территориального или дистанционного): 18 % потребителей финансовых услуг в числе трудностей указали отдаленность расположения банкоматов и терминалов, а 10,8 % — отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций. Кроме этого, 2,8 % респондентов пожаловались на отсутствие возможности и сложности дистанционного получения услуги.

Наличие денежного барьера нашло отражение в двух фактах: 18,4 % респондентов ответили, что при получении финансовых услуг они столкнулись с проблемой недостатка собственных денежных средств, а 13,1 % опрошенных не устроила стоимость и цена услуги.

На третьем месте находится ментальный барьер. Так, важным препятствием для людей при покупке финансовых продуктов является недостаток собственных знаний и опыта: об этом заявило 13,2 % потребителей услуг. Кроме этого у 9,7 % наших граждан имеется недоверие к финансовым организациям.

Далее в рейтинге следует барьер, связанный со сложностью и длительностью процедуры получения услуги: 12,1 % опрошенных указали на сложность оформления и большое количество требуемых документов, 6,4 % — на длительные сроки получения и очереди.

Существует и информационный барьер для доступа к финансовым услугам. Он выражается в таких трудностях как недостаток информации об услуге (на него указало 9,9 % респондентов) и отсутствие консультационной поддержки в организации (4,3 %).

Названные выше барьеры имеют место в той или иной степени на всей территории республики. Однако можно выделить проблемы, которые в некоторых районах проявляются наиболее ярко.

Сначала стоит указать районы, в которых барьеры доступа к финансовым услугам имеют минимальное воздействие на потребителей: Zubovo—Polyanskiy, Kadozhkinskiy и Krasnoslobodskiy районы. Половина и более опрошенных данных территорий не сталкивались с трудностями при получении финансовых услуг. Лидером выступил Чамзинский муниципальный район — данный показатель составил 65,0 %.

Несоответствие денежных доходов населения стоимости финансовых продуктов выступает в качестве барьера для жителей в первую очередь Торбеевского района: около 70 % опрошенных на данной территории людей высказались в пользу этого аргумента. Подобные трудности испытывают также

и многие жители Старошайговского района (около 60 %). На недостаток именно собственных денежных средств в большей степени жаловались представители Атяшевского (37,9 %) и Ельниковского (34,5 %) муниципальных районов. Неудовлетворительная цена финансовых услуг вызывает беспокойство у четверти жителей Кочкуровского района (26,7 %).

Проблема отдаленности отделений финансовых организаций или банкоматов и терминалов очень актуальна для Большеберезниковского муниципального района (около 70 %), а также Ардатовского, Старошайговского, и Темниковского районов (свыше 50 %). При этом в Ардатовском муниципальном районе оказалась самой выраженной проблема отдаленности расположения именно банкоматов и терминалов. На нее указали 40,0 % жителей этого района.

Сложность процедуры и длительное ожидание получения финансовых услуг в большей степени беспокоит людей, проживающих в Дубенском муниципальном районе (почти половина опрошенных).

Информационный барьер служит некоторым препятствием для людей, проживающих в Ельниковском, Старошайговском и Торбеевском муниципальных районах. В первую очередь здесь было указано на недостаток информации об услугах (20,7 %, 20,0 % и 23,3 % соответственно).

Отсутствие необходимых знаний и опыта в качестве трудностей высказывались чаще всего жителями Атяшевского (20,7 %) и Инсарского (26,7 %) муниципальных районов.

Что касается региональной столицы, то для представителей ГО Саранск в числе барьеров чаще других трудностей выступают нехватка денежных средств (21,1 %), недостаток знаний и опыта (20,7 %) и недоверие к финансовым организациям (19,9 %). При этом проблема недоверия по сравнению с другими муниципальными территориями здесь более выражена.

Проанализировав ответы респондентов в зависимости от рода их деятельности были выявлены некоторые интересные факты. Так, на ментальный барьер, а именно недостаток собственного опыта и знаний, чаще всего жаловались пенсионеры. На сложность процедуры получения финансовой услуги чаще других указывали временно неработающие – вероятнее из-за невозможности предоставить некоторые документы в силу отсутствия официальной работы или официального статуса безработного. Меньше всего с трудностями при обращении в финансовые учреждения испытывают предприниматели и самозанятые (табл. 4.3.1).

Таблица 4.3.1

Распределение ответов респондентов на вопрос «С какими трудностями Вы сталкивались при получении финансовых услуг» в зависимости от социального статуса, %

	В среднем	Работающий по найму	Предприниматель	Самозанятый	Официально безработный	Временно неработающий	Учащийся (школы, колледжа, техникума)	Студент вуза	Пенсионер (в том числе по инвалидности)
1. Отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций	10,8	10,3	14,3	12,9	5,9	17,6	12,0	8,8	10,0
2. Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	18	18,3	14,3	9,7	23,5	15,7	12,0	31,6	15,2
3. Недостаток информации об услуге	9,9	11,8	3,6	6,5	,0	11,8	4,0	8,8	9,5
4. Отсутствие консультационной поддержки в организации	4,3	4,1	3,6	,0	5,9	9,8	8,0	3,5	4,3
5. Недостаток собственных знаний и опыта	13,2	11,6	7,1	3,2	5,9	7,8	4,0	12,3	21,3
6. Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	2,8	3,0	3,6	,0	5,9	2,0	,0	5,3	2,4
7. Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	12,1	12,0	7,1	16,1	5,9	21,6	4,0	10,5	12,3
8. Длительные сроки получения, очереди	6,4	7,1	7,1	3,2	11,8	3,9	12,0	7,0	4,7
9. Недоверие к финансовым организациям	9,7	10,7	7,1	6,5	5,9	7,8	4,0	12,3	9,5
10. Недостаток собственных денежных средств	18,4	19,7	17,9	16,1	17,6	11,8	4,0	19,3	18,0
11. Неудовлетворительная стоимость, цена	13,1	14,8	10,7	9,7	,0	19,6	16,0	12,3	9,5
12. С трудностями не сталкивался	38,7	39,3	46,4	48,4	41,2	33,3	36,0	33,3	39,3

4.4. Оценка населением своего уровня финансовой грамотности

Современные финансовые услуги позволяют потребителям улучшать качество их жизни, однако потребители зачастую оказываются неспособными использовать финансовые инструменты эффективно, поскольку не обладают достаточными знаниями и навыками [Кузина, 2012: 68]. Недостаточный уровень финансовой грамотности населения становится ментальным барьером для доступности финансовых услуг, снижает уровень доверия граждан к финансовым организациям, ограничивает финансовые практики людей либо приводит к нерациональному поведению, сдерживает популяризацию дистанционных способов доступа к финансовым услугам и распространение более сложных финансовых продуктов. В целях создания основ для формирования финансово грамотного поведения населения распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 сентября 2017 года № 2039-р утверждена Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы. Повышение финансовой грамотности населения (потребителей), согласно стандарту развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, обозначено в числе мероприятий, направленных на развитие конкуренции и подлежащих включению в региональные «дорожные карты». При этом в понятие финансовой грамотности включены такие составляющие, как осведомлённость, знания, навыки, установки и поведение.

Специалистами аналитического центра НАФИ финансовая грамотность определена как совокупность знаний, навыков и установок, позволяющих человеку принимать взвешенные решения в отношении личных финансов и финансовых продуктов. [Рейтинг финансовой грамотности регионов России — 2018 <https://nafi.ru/projects/finansy/rejting-finansovoy-gramotnosti-regionov-rossii-2018/>]

Стратегия на 2017-2023 годы по повышению финансовой грамотности и план мероприятий по ее реализации предполагают активное участие регионов в решении данного вопроса. В первую очередь необходимо дать оценку финансовой грамотности населения региона, выделив пять уровней финансовой грамотности: очень высокая, высокая, умеренная, низкая, отсутствие знаний.

Основная часть населения Мордовии (56,9 %) свою финансовую грамотность (знания, навыки и умения по управлению личными финансами) оценили как умеренную. Низкая субъективная оценка финансовой грамотности ха-

рактерна для 17,7 % жителей региона. Еще 2,0 % опрошенных заявило, что знания, навыки и умения в финансовой сфере у них отсутствуют (рис. 4.4.1).

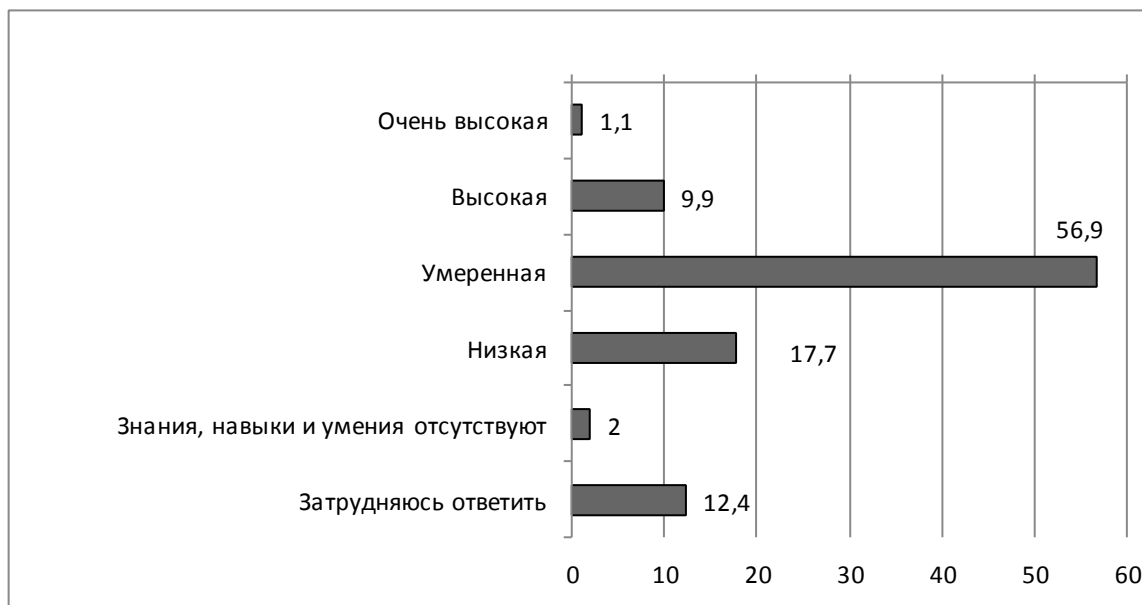


Рис. 4.4.1. Оценка населением своего уровня финансовой грамотности, %

Высокие оценки собственной финансовой грамотности поставили 11 % респондентов (высокая грамотность — 9,9 %, очень высокая — 1,1 %).

Вопрос самооценки оказался сложным для 12,4 % опрошенных: они затруднились ответить на поставленный перед ними вопрос.

Более финансово грамотными оказались предприниматели: четверть представителей данной групп оценивает свой уровень финансовой грамотности как высокий (в том числе очень высокий), при этом низкие оценки практически отсутствуют. Самые низкие оценки собственным знаниям и умениям в финансовой сфере поставили пенсионеры (треть респондентов данной группы поставили низкие оценки), временно неработающие (четверть респондентов) и самозанятые (пятая часть опрошенных).

Наиболее грамотно в финансовом плане оказались жители Дубенского муниципального района — 26,7 % респондентов поставили себе высокую оценку, однако здесь не нашлось никого, кто бы оценил свою грамотность как очень высокую. Напротив, среди опрошенных в Кочкуровском муниципальном районе наибольший процент поставивших себе очень высокую оценку — 6,7 %, еще 16,7 % — просто высокую. Относительно высокие оценки характерны также для Zubovo—Полянского, Ромодановского и Темниковского муниципальных районов.

Низкая финансовая грамотность характерна для людей, проживающих в Краснослободском муниципальном районе — 37,5 % респондентов дали не-

гативные оценки (в том числе 30,0 % — низкая финансовая грамотность, 7,5 % — отсутствие знаний), а также в Инсарском — 33,3 % респондентов оценили финансовую грамотность как низкую. Кроме этого, проблема финансовой неграмотности более выражена в ГО Саранск (28,2 %) и в Темниковском (26,7 %), Ельниковском (26,6 % негативных оценок), Кадошкинском (23,3 %), Атюрьевском (20,0 %), Старошайговском (20,0 %) муниципальных районах.

Больше всего респондентов, оценивших свои финансовые знания как умеренные, зафиксировано в Ардатовском, Большеберезниковском, Ковылкинском, Теньгушевском, Торбеевском и Чамзинском муниципальных районах (70 % и выше).

4.5. Выводы и рекомендации

Проведенный анализ удовлетворенности населения деятельностью в сфере финансовых услуг, осуществляемой на территории Республики Мордовия, а также мониторинг доступности для населения финансовых услуг позволяет сделать следующие выводы.

Финансовый рынок является доступным для жителей региона, однако четверть населения обходится в своей повседневной деятельности без услуг финансовых организаций.

Лидирующее положение на рынке финансовых услуг занимают банковские учреждения, а самыми востребованными являются платежные операции.

Важным на финансовом рынке является и сегмент страхования: почти половина населения республики пользовалась данными страховыми услугами, но лишь четверть населения обращаются за ними в страховые организации.

Услугами кредитования пользовалась почти половина граждан, проживающих в Мордовии, при этом за получением займа люди обращаются в более крупные кредитные банки, рынок микрофинансирования в регионе маловостребован.

На рынке финансовых услуг преобладает классическая форма взаимодействия потребителя (покупателя) и производителя (продавца) — личное посещение потребителем организации, оказывающей финансовые услуги. На альтернативные способы получения переходят платежные услуги: при совершении данных операций наряду с классическим способом в равной степени используются банкоматы (терминалы) и мобильный телефон. В целях совершения платежей чаще, чем при потреблении других финансовых услуг, используют Интернет-банкинг.

На рынке финансовых услуг Мордовии ярко выраженных барьеров доступа не обнаружено. Основными барьерами являются территориальная и дистанционная недоступность финансовых учреждений и денежный барьер. Их отметила в числе трудностей треть населения региона. Не менее чем для пятой части потребителей препятствием для получения финансовых услуг является ментальный барьер: недостаток финансовых знаний и вероятнее всего связанное с этим недоверие к финансовым организациям.

Потребители услуг более высоко оценили деятельность тех финансовых организаций, которые наиболее востребованы: банки и страховые компании. Однако и по другим финансовым учреждениям уровень удовлетворенности превышает 60 %.

Потребители различных финансовых услуг в большей степени удовлетворены их доступностью. На втором месте по удовлетворенности стоит качество услуг. Менее всего население довольно стоимостью финансовых продуктов.

Высокий уровень удовлетворенности доступностью (80 % и выше) характерен для всех видов финансовых услуг, но более высокие оценки доступности получили платежные услуги.

Для финансовых услуг характерен достаточно высокий уровень удовлетворенности потребителей их качеством (около 70 % и выше), в наибольшей степени – качеством платежных услуг.

Стоимость финансовых услуг вызывает больше всего нареканий у потребителей. В первую очередь люди недовольны той ценой, которую им приходится платить за кредиты и займы, лишь четверть населения удовлетворены стоимостью данной финансовой услуги. Уровни удовлетворенности и неудовлетворенности ценой страховых услуг примерно одинаковы. Лишь стоимость платежных операций у большинства пользователей не вызывает недовольства.

Наиболее распространённая оценка населением Республики Мордовия своего уровня финансовой грамотности – умеренная (почти 60 % населения поставили данную оценку). Высокий уровень грамотности характерен лишь для каждого десятого жителя региона. Каждый пятый или имеет низкие знания и умения в финансовой сфере или не имеет их вовсе.

На основании проведенного исследования можно сформулировать следующие рекомендации по развитию рынка финансовых услуг и повышению его доступности для потребителей:

- повышение охвата финансовыми услугами жителей малонаселенных территорий, лиц с низким уровнем дохода, пожилых и маломобильных групп населения и т.п.

- сохранение сети отделений финансовых учреждений, увеличение числа небольших их офисов, банкоматов и терминалов (сокращение не является целесообразным в связи с тем, что для большинства жителей региона личное взаимодействие пока еще остается основным способом получения финансовых услуг);

- развитие сети «универсальных» банкоматов и терминалов, позволяющих получать финансовые услуги без комиссии или с минимальной стоимостью операций вне зависимости от принадлежности какой-либо финансовой организации;

- популяризация дистанционных способов получения финансовых услуг с использованием мобильной связи и сети Интернет (снижение стоимости финансовых услуг и получение различных преференций и бонусов в случае получения их дистанционным способом, повышение скорости, безопасности и качества дистанционного доступа к финансовым услугам);

— снижение ценового барьера для получения финансовых услуг, повышение доступности финансовых услуг для малообеспеченных граждан в том числе за счет сегментирования рынка финансовых услуг в зависимости от социально-экономического статуса и денежного капитала пользователей услуг;

— развитие страхового сегмента финансового рынка, в первую очередь добровольных видов страхования (развитие системы взаимного страхования и повышение его востребованности у граждан и юридических лиц, распространение электронных каналов дистрибуции страховых услуг, повышение заинтересованности граждан в покупке страховых продуктов, снижение финансовых рисков для страховых организаций и др.);

— развитие сегмента длинных денег (системы индивидуальных инвестиционных счетов, в том числе индивидуального пенсионного капитала, и т.п.);

— формирование доверительной среды финансового рынка (противодействие недобросовестным практикам, профилактика и пресечение правонарушений на финансовом рынке, информирование граждан о состоянии финансового рынка);

— повышение финансовой грамотности и развитие финансовой компетентности населения — способности применению знаний на практике (внедрение тематики финансовой грамотности в систему образования, создание информационных материалов, социальной рекламы, видеороликов, инфографических материалов, игр соответствующей тематики, проведение разъяснительной работы среди населения в отношении действующего законодательства в сфере финансовых услуг и т.п.).

Развитию финансового рынка будет способствовать реализация системных мероприятий, разработанных Банком России в рамках документа «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019—2021 годов», и Плана мероприятий («дорожной карты») по реализации основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019—2021 годов.

5. 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 развитию конкуренции, и муниципальными образованиями

5.1. Доступность источников информации

Под информационной открытостью органов власти понимается относительное отсутствие препятствий в получении информации и возможности информирования других, т. е. возможности искать, запрашивать, получать, передавать и распространять информацию. Речь идет о возможности человека получать информацию, не только относящуюся к самому гражданину, но также и по социальным, политическим, экономическим и иным значимым вопросам. [1]

Наиболее полное определение информационной открытости дает С. Е. Нарышкин: «это такая организация деятельности органов власти, при которой гражданам, их объединениям, коммерческим структурам, другим государственным и муниципальным органам обеспечивается возможность получать необходимую и достаточную информацию об их деятельности, принимаемых решениях и другую общественно-значимую информацию при соблюдении установленных федеральным законодательством ограничений». [2]

Для регулирования открытости информации в сфере государственного и муниципального управления был принят Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». В статье 4 настоящего закона определены основные принципы обеспечения доступа к информации о деятельности органов:

- открытость и доступность информации, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом;
- достоверность информации и своевременность ее предоставления;
- свобода поиска, получения, передачи и распространения информации любым законным способом. [3]

В проведенном исследовании качество официальной информации о состоянии конкурентной среды, размещаемой на сайтах органов власти, оцени-

вается по трем взаимосвязанным параметрам: понятность изложения, удобство получения и доступность.

Более половины респондентов (в первом случае — 63,0 %, во втором — 58,1 %) обладают необходимыми сведениями для оценки информации (понятность изложения, удобство получения и доступность) о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия, размещаемой в открытом доступе, что, в среднем, на 6 % выше по сравнению с 2018 г.

Понятность изложения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия, размещаемой в открытом доступе, оценивается в большинстве случаев положительно. Так, доля респондентов, полностью или частично удовлетворенных понятностью изложения информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), составила 72,5 %, а Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ — 65,8 % (рис. 5.1.1). Продолжается незначительное снижение данного показателя за последние три года (в первом случае — на 2,7 %, во втором — на 3,6 % в 2019 г.), за указанный период уровень понятности изложение официальной информации на сайтах органов власти снизился в среднем на 7 %.

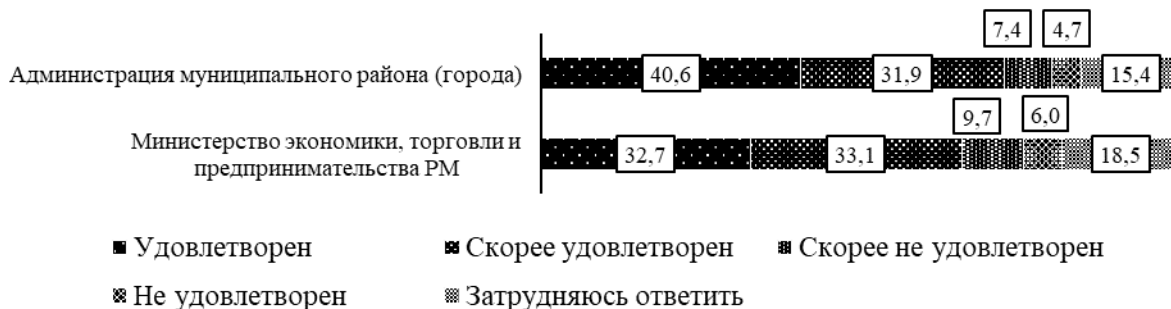


Рис. 5.1.1. Удовлетворенность респондентов понятностью изложения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, %

Значение показателя относительно понятности изложения официальной информации о конкурентной среде в разрезе муниципальных образований характеризуется преимущественно положительным вектором.

Наиболее высокие оценки понятности изложения информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), фиксируются в Дубенском (96,3 %), Инсарском (92,3 %), Большеигнатовском (90,5 %), Zubovo-Полянском (88,4 %) и Темниковском (84,6 %) муниципальных районах. Не

удовлетворены критерием респонденты Ромодановского (27,3 %), Рузаевского (17,1 %), Лямбирского (16,7 %), Ардатовском (13,9 %) и Большеберезниковского (11,8 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (43,6 %).

Понятностью изложения официальной информации о конкурентной среде, размещаемой Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ, удовлетворены потребители из Ичалковского (95,5 %), Инсарского (90,0 %), Большеигнатовского (87,5%) и Дубенского (84,0 %) муниципальных районов. Отрицательные оценки параметру поставили жители Лямбирского (24,0 %), Атюрьевского (23,1 %), Ромодановского (21,7 %) и Старошайговского (19,0 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (36,6 %).

Большинство респондентов высоко оценивает удобство получения информации, размещенной на сайтах органов власти. Информацией, размещаемой администрацией муниципального района (города), в той или иной степени удовлетворены 71,2 % опрошенных. Аналогичную информацию, предоставляемую Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ, положительно оценивают 65,4 % респондентов (рис. 5.1.2). По сравнению с предыдущими годами не зафиксировано значимого снижения уровня удовлетворенности населения удобством получения официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города) и Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ.



Рис. 5.1.2. Удовлетворенность населения удобством получения официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, %

Наиболее высокий уровень удовлетворенности удобством получения информации о конкурентной среде, размещаемой администрацией муниципального района (города), наблюдается в Дубенском (96,3 %), Ичалковском (94,4 %), Инсарском (92,3 %) и Большеигнатовском (90,5 %) муниципальных районах. Негативные оценки по изучаемому показателю зафиксированы в Ромодановском (23,8 %), Ардатовском (19,4 %), Рузаевском (17,1 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (43,4 %).

Подавляющее большинство опрошенных в Инсарском (90,0 %), Ичалковском (88,2 %), Большеберезниковском (86,7 %), и Большеигнатовском (85,7 %) муниципальных районах довольны имеющимися возможностями поиска и получения информации о конкурентной среде, размещаемой Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ. Испытывают трудности при поиске интересующей информации жители Лямбирского (20,0 %), Ардатовского (20,0 %), Старошайговского (19,0 %), Торбеевского (18,8 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (42,3 %).

Доступность информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, респонденты оценивают в большинстве случаев положительно. Так, доступной официальную информацию, размещаемую администрацией муниципального района (города), считают 71,2 % опрошенных, а Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ — 64,7 % (рис. 5.1.3). За исследуемый период удовлетворенность населения доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе снизилась незначительно как для администраций муниципального района (города), так и для Министерства экономики, торговли и предпринимательства РМ.

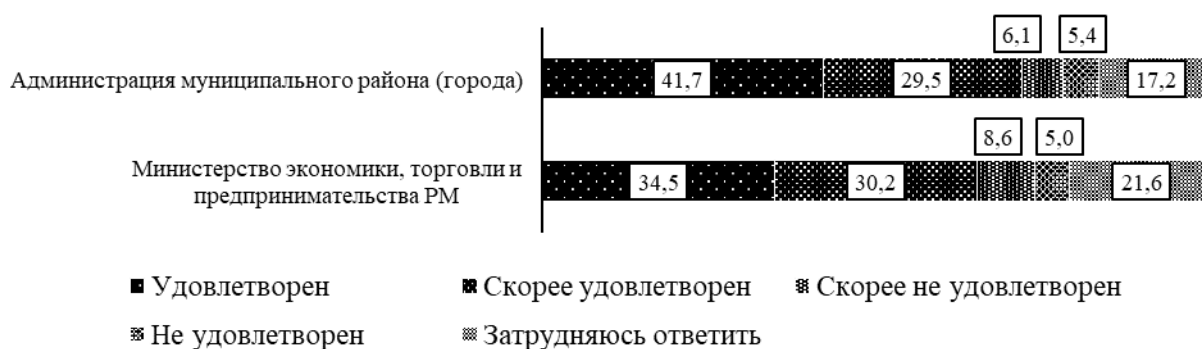


Рис. 5.1.3. Удовлетворенность населения доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, размещаемой в открытом доступе, %

Наибольшее количество респондентов, полностью удовлетворенных доступностью материалов, размещаемых администрацией муниципального района (города), зафиксировано в Дубенском (96,3 %), Инсарском (92,3), Большеигнатовском (90,5 %) и Зубово-Полянском (90,5 %) муниципальных районах. Доля в той или иной степени недовольных высока в Ромодановском (23,8 %), Рузаевском (17,6 %) и Лямбирском (16,7 %) муниципальных районах, а также в ГО Саранск (40,3 %).

Высокие показатели удовлетворенности доступностью информации, размещаемой Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ, в разрезе муниципальных образований демонстрируют Инсарский (90,0 %), Большеигнатовский (86,7 %), Большеберезниковский (85,7 %) и Дубенский (84,0 %) муниципальные районы. Негативные оценки высказывали представители Ардатовского (20,0 %), Старошайговского (19,0 %) и Ромодановского (18,2 %) муниципальных районов, а также ГО Саранск (39,4 %).

В соответствии с методикой 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 изложения официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), составил 74,07 пункта, Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ — 69,23 пункта (табл. 5.1.1).

Таблица 5.1.1

**Индексы удовлетворенности понятностью изложения
официальной информации**

Характеристика группы	Орган власти	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Максимально высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	76,90	81,81	81,45	74,07
Высокий уровень удовлетворенности	Министерство экономики, торговли и предпринимательства РМ	73,32	78,20	78,24	69,23

Агрегированный показатель удовлетворенности удобством получения официальной информации также характеризуется высокими значениями. Так, индекс удовлетворенности информацией по рассматриваемому критерию относительно администрации муниципального района (города) равен 73,23 пункта, чуть меньше значение индекса относительно Министерства экономики, торговли и предпринимательства РМ — 69,46 пункта (табл. 5.1.2).

Таблица 5.1.2

**Индексы удовлетворенности удобством получения
официальной информации**

Характеристика группы	Орган власти	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Максимально высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	75,46	80,73	80,38	73,23
Высокий уровень удовлетворенности	Министерство экономики, торговли и предпринимательства РМ	72,09	76,92	76,33	69,46

Индекс удовлетворенности доступностью официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), составил 74,01 пункта, Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ — 70,17 пункта (табл. 5.1.3).

Таблица 5.1.3

Индексы удовлетворенности доступностью получения официальной информации

Характеристика группы	Орган власти	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Максимально высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	76,41	81,88	82,40	74,01
Высокий уровень удовлетворенности	Министерство экономики, торговли и предпринимательства РМ	72,01	78,13	78,13	70,17

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 сводного показателя удовлетворенности относительно администрации муниципального района (города) составило 73,19 пункта, Министерства экономики, торговли и предпринимательства РМ — 69,50 пункта (табл. 5.1.4).

Таблица 5.1.4

Обобщенные индексы удовлетворенности качеством

официальной информацией

Характеристика группы	Орган власти	Индекс
Высокий уровень удовлетворенности	Администрация муниципального района (города)	73,19
	Министерство экономики, торговли и предпринимательства РМ	69,50

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 четырем группам:

- группа районов с низкой погрешностью измерения ($\pm 7\%$);
- группа районов со средней погрешностью измерения ($\pm 15\%$);
- группа районов с погрешностью измерения выше среднего ($\pm 17\%$);
- 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 жителей отдельно взятого муниципального образования. В рамках настоящего исследования наибольшее число респондентов опрошено в ГО Саранск (280 чел.); меньше — в Zubovo-Polyanskiy и Ruzaevskiy муниципальных районах (по 50 чел.); еще меньше — в Ardatovskiy, Kovylkinskiy, Krasnoslobodskiy, Lyambirskiy и Chamzinskiy районах (по 40 чел.); наименьшее число — в Atyurevskiy, Atyashevskiy, Bolshhebereznykovskiy, Bolshheignatovskiy, Dubenskiy, Elnikovskiy, Insarskiy, Ichalkovskiy, Kadoshkinskiy, Kochurovskiy, Romodanovskiy, Staroshaygovskiy, Temnikovskiy, Tenygushevskiy, Torbееvskiy муниципальных районах (по 30 чел.). С увеличением размера выборки индекс становится 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, к которой относится только ГО Саранск, индекс удовлетворенности составил 52,11 пункта.

Среди муниципальных образований, отнесенных к группе со средней погрешностью измерения, лидирующие позиции занимает Zubovo-Polyanskiy

муниципальный район (87,79 пункта), следом располагается Рузаевский муниципальный район (67,86 пункта).

В группе с погрешностью измерения выше среднего на первом месте находится Чамзинский (77,21 пункта) муниципальный район (, далее следуют Краснослободский (76,79 пункта) и Лямбирском 75,00 пункта) муниципальные районы.

Самой обширной является группа с высокой погрешностью измерения. Наибольшие значения индекса удовлетворенности зафиксированы в Дубенском (92,59 пункта) и Zubovo-Polyansky (87,79 пункта) муниципальных районах, а наименьшие — в Атяшевском (66,67 пункта) и Ромодановском (65,91 пункта) муниципальных районах (табл. 5.1.5).

Таблица 5.1.5

Индексы удовлетворенности понятностью изложения официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Низкая погрешность измерения	Саранск	62,02	59,53	55,09	52,11
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	78,74	88,59	75,00	87,79
	Рузаевский	76,91	58,59	68,75	67,86
Погрешность измерения выше среднего	Ардатовский	77,76	91,38	90,32	72,92
	Ковылкинский	53,83	87,78	76,09	74,04
	Краснослободский	96,18	80,00	86,25	76,79
	Лямбирский	55,77	65,63	67,65	75,00
	Чамзинский	54,77	85,71	81,25	77,21
Высокая погрешность измерения	Атюрьевский	79,47	77,08	75,00	77,78
	Атяшевский	95,96	90,00	76,14	66,67
	Большеберезниковский	76,85	84,62	73,53	75,00
	Большеигнатовский	59,43	81,67	90,00	86,90
	Дубенский	95,02	89,58	93,00	92,59
	Ельниковский	86,25	66,67	68,75	77,78
	Инсарский	92,60	88,00	87,50	83,65
	Ичалковский	67,89	83,70	82,89	83,70
	Кадошкинский	87,12	70,59	72,73	71,25

	Кочкуровский	74,26	88,00	77,27	77,17
	Ромодановский	88,75	97,92	76,32	65,91
	Старошайговский	72,89	86,00	87,50	75,93
	Темниковский	79,42	75,00	83,65	81,73
	Теньгушевский	97,03	95,00	82,61	78,57
	Торбеевский	93,68	84,78	70,59	72,06

Индекс удовлетворенности удобством получения официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города), в ГО Саранск составил 49,30 пункта (группа районов с низкой погрешностью измерения). В группе районов со средней погрешностью измерения исследуемый показатель принял максимальные значения в Zubovo-Polyansky муниципальном районе (89,29 пункта), минимальные — в Рузаевском муниципальном районе (65,00 пункта).

В группе районов с погрешностью измерения выше среднего наибольшие значения зафиксированы в Краснослободском (76,79 пункта) и Лямбирском (76,04 пункта) муниципальных районах, наименьшее — в Ардатовском муниципальном районе (70,14 пункта). В группе районов с высокой погрешностью измерения лидерами выступили Дубенский (92,59 пункта), Большеигнатовский (86,90 пункта) и Ичалковский (84,72 пункта) муниципальные районы, аутсайдерами — Кадошкинский (66,25 пункта) и Торбеевский (65,28 пункта) муниципальные районы (табл. 5.1.6).

Таблица 5.1.6

Индексы удовлетворенности удобством получения официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Низкая погрешность измерения	Саранск	61,08	56,08	52,78	49,30
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	78,49	86,96	70,37	89,29
	Рузаевский	74,73	62,9	70,14	65,00
Погрешность измерения выше среднего	Ардатовский	71,04	90,52	90,83	70,14
	Ковылкинский	54,73	90,76	77,38	75,96
	Краснослободский	95,99	79,35	86,90	76,29
	Лямбирский	60,71	67,19	73,53	76,04
	Чамзинский	54,77	83,33	79,00	74,26

Высокая погрешность измерения	Атюрьевский	76,92	69,79	72,62	81,94
	Атяшевский	94,50	90,79	71,59	66,67
	Большеберезниковский	68,58	83,7	66,67	75,00
	Большеигнатовский	70,98	80,00	88,33	86,90
	Дубенский	94,28	85,42	93,00	92,59
	Ельниковский	85,84	61,11	61,90	77,78
	Инсарский	92,60	88,00	86,36	84,62
	Ичалковский	66,52	77,38	82,89	84,72
	Кадошкинский	82,07	62,50	73,75	66,25
	Кочкуровский	66,26	88,00	76,09	77,08
	Ромодановский	89,02	95,83	75,00	66,67
	Старошайговский	72,83	87,00	87,50	75,00
	Темниковский	82,82	77,94	83,00	80,00
	Теньгушевский	97,82	92,71	83,70	77,78
	Торбеевский	91,57	84,09	73,53	65,28

Индекс удовлетворенности респондентов доступностью официальной информации о состоянии конкурентной среды в ГО Саранск составил 49,30 пункта (группа районов с низкой погрешностью измерения). В группе районов со средней погрешностью измерения анализируемый показатель имеет максимальные значения в Zubovo-Polyansky municipal district (89,29 пункта), минимальные — в Ruzaevsky (65,44 пункта).

В группе с погрешностью измерения выше среднего наибольшие значения зафиксированы в Краснослободском (78,57 пункта) и Ковылкинском (75,00 пункта) муниципальных районах, наименьшее — в Ардатском муниципальном районе (71,53 пункта). В районах с высокой погрешностью измерения лидирующие позиции заняли Дубенский (94,00 пункта) и Старошайговский (90,64 пункта) муниципальные районы, наименьшие значения индекс удовлетворенности принял в Большеберезниковском (73,61 пункта) и Ельниковском (69,05 пункта) муниципальных районах (табл. 5.1.7).

Таблица 5.1.7

Индексы удовлетворенности доступностью официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Низкая погрешность измерения	Саранск	61,64	57,02	54,09	49,30
Средняя погрешность измерения	Зубово-Полянский	81,14	88,59	68,52	89,29
	Рузаевский	75,61	57,50	70,14	65,44
Погрешность измерения выше среднего	Ардатовский	75,00	92,24	90,83	71,53
	Ковылкинский	57,72	91,48	77,38	75,00
	Краснослободский	95,34	77,17	85,53	78,57
	Лямбирский	60,71	67,19	75,00	75,00
	Чамзинский	52,66	82,89	79,00	75,00
Высокая погрешность измерения	Атюрьевский	84,01	72,92	77,38	77,78
	Атяшевский	94,50	91,25	76,09	66,67
	Большеберезниковский	69,73	83,70	73,61	75,00
	Большеигнатовский	62,26	80,83	90,00	86,90
	Дубенский	92,00	88,54	94,00	93,52
	Ельниковский	87,74	65,63	69,05	81,94
	Инсарский	92,60	89,00	86,36	86,54
	Ичалковский	64,25	78,57	81,58	81,94
	Кадошкинский	82,4	62,5	73,68	72,50
	Кочкуровский	64,22	84,00	75,00	77,27
	Ромодановский	60,71	67,19	75,00	67,86
	Старошайговский	88,06	97,37	76,39	75,00
	Темниковский	74,86	85,58	90,63	82,69
	Теньгушевский	80,90	79,41	86,00	77,78
	Торбеевский	95,60	92,39	89,77	70,59

По критериям понятности информации, удобства получения и доступности в ГО Саранск обобщенный индекс удовлетворенности качеством официальной информации о конкурентной среде на рынках товаров и услуг, размещаемой администрацией муниципального района (города), составил 49,35 пункта.

Значения обобщенного индекса удовлетворенности качеством официальной информации принимают максимальные значения в Дубенском (92,47 пункта), Зубово-Полянском 89,11 пункта) и Большеигнатовском (86,77 пунк-

та) муниципальных районах. К числу районов с минимальными значениями обобщенного индекса удовлетворенности относятся Кадошкинском (66,54 пункта), Торбеевском (65,57 пункта) и Рузаевский (65,02 пункта) муниципальные районы (табл. 5.1.8).

Таблица 5.1.8

Обобщенные индексы удовлетворенности качеством официальной информации, размещаемой администрацией муниципального района (города)

Характеристика группы	Муниципальный район (город)	2019 г.
Максимально высокий уровень удовлетворенности	Дубенский	92,47
	Зубово-Полянский	89,11
	Большеигнатовский	86,77
	Инсарский	84,55
	Ичалковский	84,46
	Атюрьевский	81,58
	Темниковский	80,03
Высокий уровень удовлетворенности	Ельниковский	77,84
	Теньгушевский	77,69
	Кочкуровский	76,99
	Краснослободский	76,76
	Лямбирский	75,88
	Ковылкинский	75,79
	Старошайговский	74,93
	Большеберезниковский	74,91
	Чамзинский	74,26
	Ардатовский	70,18
	Ромодановский	66,64
	Атяшевский	66,61
	Кадошкинский	66,54
	Торбеевский	65,57
	Рузаевский	65,02
Средний уровень удовлетворенности	Саранск	49,35

5.2. Удовлетворенность потребителей деятельностью организаций по рассмотрению обращений граждан

Подавляющее большинство опрошенных (96,1 %) не обращались с жалобами в надзорные органы за защитой своих прав как потребители по характеристикам товаров и услуг. Доля респондентов, обращавшихся в надзорные органы, составила всего (3,2 %).

Изучаемые надзорные органы существенно разделяются по уровню обращаемости граждан. Наибольшее количество обращений от потребителей за последний год поступило в администрацию муниципального района (города) — 50,0 %. Несколько реже опрошенные жаловались в Министерство социальной защиты, труда и занятости населения РМ — 22,7 %. К помощи Фонда социального страхования РФ по РМ жители региона прибегали несколько реже (18,2) (рис. 5.2.1).

Анализ неформализованных ответов респондентов свидетельствует о том, что потребители также обращались за защитой своих прав в «отделение Справедливой России», «участковый пункт полиции, ДПС», «управляющую компанию», «Минздрав» и «суд».

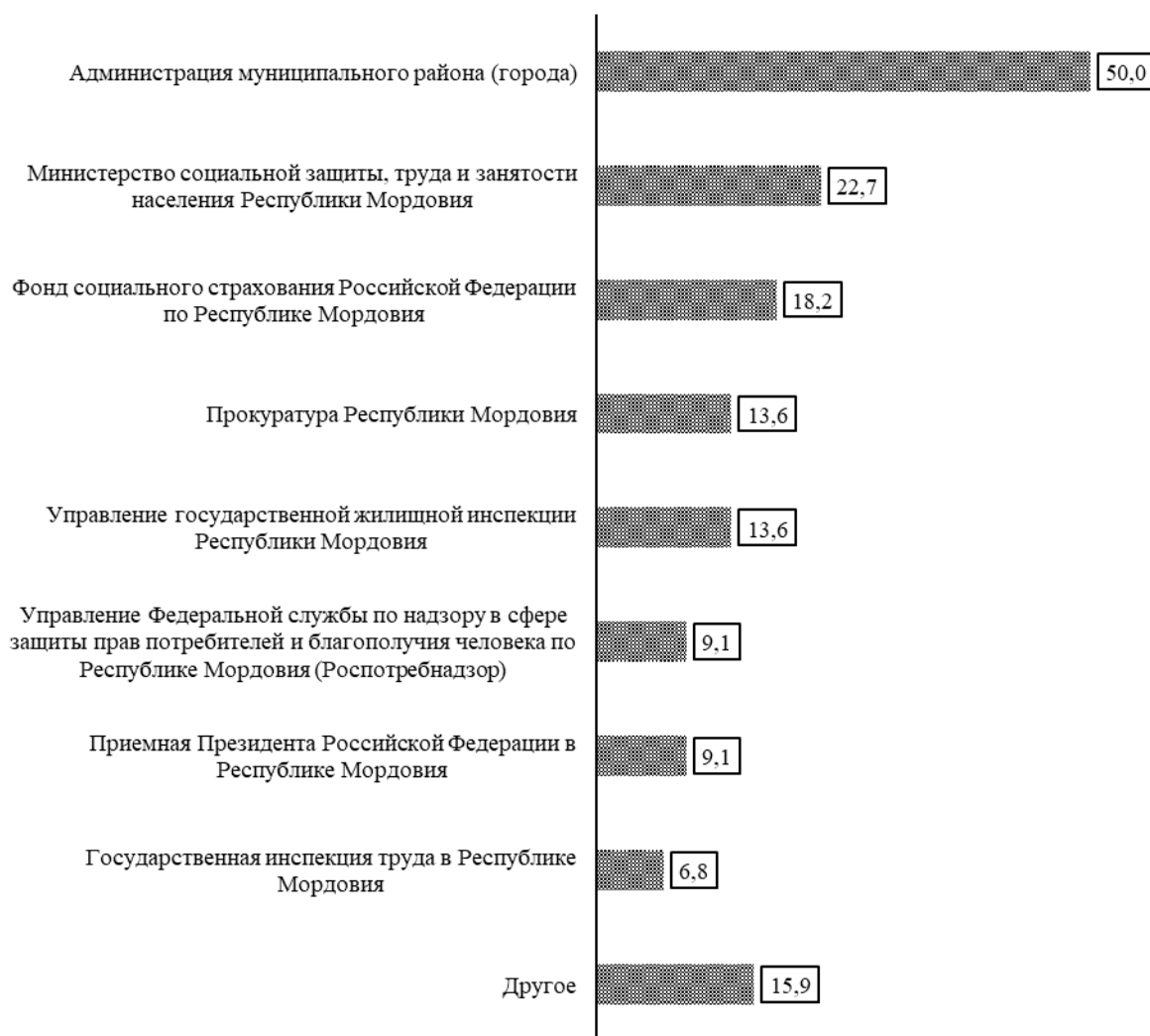


Рис. 5.2.1. Надзорные органы, в которые обращались потребители за защитой своих прав по характеристикам товаров и услуг за последний год, %

Примерно равное количество респондентов (19,5 %) высказали мнение, что количество жалоб за анализируемый период не изменилось, в то же время, по мнению 19,1 % потребителей, их количество увеличилось. Более половины опрошенных (56,4 %) затруднились оценить динамику количества жалоб в надзорные органы со стороны потребителей из числа знакомых и родственников. Только 4,9 % опрошенных отметили нисходящую динамику количества обращений граждан.

5.3. Выводы и рекомендации

Проведенный анализ 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, позволяет сделать следующие выводы.

Большей части респондентов известно об информации, размещаемой в открытом доступе о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия.

Качество официальной информации по основным критериям (понятность изложения, удобство получения и доступность), размещаемой в открытом доступе Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ и администрациями муниципальных районов (города), большинство респондентов оценили положительно, но присутствует небольшая отрицательная динамика по всем рассматриваемым критериям оценки.

Доля лиц, обращавшихся в надзорные органы за защитой своих прав, продолжает оставаться предельно низкой (3,2 %); наибольшее количество обращений от потребителей за последний год поступило в администрации муниципальных районов (города), Министерство социальной защиты, труда и занятости населения РМ и Фонд социального страхования РФ по РМ. Респонденты чаще указывали на отсутствие изменений или рост числа обращений граждан с жалобами в надзорные органы.

Результаты анализа позволяют предложить следующее:

— Министерству экономики, торговли и предпринимательства РМ, администрациям муниципальных районов (города), а также надзорным органам повысить качество информации, размещаемой на официальных сайтах органов, что поможет преодолеть ниспадающую динамику.

Заключение

Полученные результаты исследования свидетельствуют о том, региональный рынок товаров и услуг характеризуется преимущественно высоким или средним уровнем концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм). Наиболее наполненными являются рынки продуктов питания, лекарственных препаратов и медицинских изделий, нефтепродуктов, свежей и охлажденной рыбы, а также услуг по перевозке пассажиров легковым такси, финансовых услуг, ритуальных услуг и услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет. Проблемным является рынок туристских услуг, где на протяжении нескольких лет мониторинга фиксируется недостаток действующих акторов.

Достаточно высокий уровень концентрации компаний (предприятий, организаций, фирм) позитивно влияет на насыщенность рынков товаров и услуг. Как правило, большинство потребителей удовлетворены представленным ассортиментом, превалирование негативных оценок фиксируется только в отношении рынков медицинских услуг и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД. Высокий уровень насыщенности характерен для рынков продуктов питания и лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также ритуальных услуг, услуг по перевозке пассажиров легковым такси, услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, финансовых услуг и услуг по проведению кадастровых и землеустроительных работ.

Непосредственно к качеству предоставляемых товаров и услуг потребители не предъявляют существенных претензий, демонстрируя высокий или средний уровень удовлетворенности. Отрицательная разница позитивным и негативных суждений фиксируется только относительно рынков нефтепродуктов, медицинских услуг и услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД. Необходимо отметить, что часто уровень потребительских притязаний существенно выше среди населения столицы республики, в то время как жители муниципальных районов склонны заметно выше оценивать качество предоставляемых товаров и услуг.

Несмотря на преимущественно позитивные оценки уровня концентрации действующих компаний (предприятий, организаций, фирм), насыщенности и качества товаров и услуг, ценовая политика устраивает далеко не всех потребителей. Высокие показатели удовлетворенности фиксируются по рынкам услуг связи, в том числе услуг доступа к сети Интернет, ритуальных услуг, услуг дополнительного образования, услуг дошкольного образования и услуг по перевозке пассажиров легковым такси. Превалирование негативных оце-

нок наблюдается по рынкам продуктов питания, свежей и охлажденной рыбы, нефтепродуктов, лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также медицинских услуг, услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД и услуг по вывозу мусора.

Анализ рынков товаров и услуг по показателям развития конкурентной среды (концентрации компаний на рынках, востребованности товаров и услуг, насыщенности рынков по ассортиментному составу, 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 развития конкуренции.

Наиболее востребованными услугами естественных монополий в регионе являются электроснабжение, теплоснабжение, газоснабжение, водоснабжение, водоотведение, водоочистка.

По результатам исследования выявлены наиболее проблемные по уровню цен и качеству предоставления естественные монополии: среди услуг жилищно-коммунального комплекса — услуги по водоочистке и водоснабжению (данные услуги занимают самые низкие позиции по цене и по качеству на протяжении последних 4 лет); среди перевозок пассажиров — услуги воздушного транспорта. К услугам с приемлемым уровнем качества, но сравнительно высоким для потребителя уровнем цен относится газоснабжение, электроснабжение, теплоснабжение. Услугами с оптимальным уровнем цен при низкой оценке качества их предоставления являются водоотведение и перевозка пассажиров железнодорожным транспортом.

Региональная продукция не вызывает существенных нареканий: потребители достаточно регулярно приобретают товары местного производства, отмечая близкое к оптимальному соотношение качественных и стоимостных характеристик. Продовольственные и непродовольственные товары, относящиеся к разряду товаров широкого потребления и произведенные в Республике Мордовия пользуются востребованностью у населения. Анализ выявил сравнительно высокий и стабильный покупательский спрос на соответствующую продукцию.

Спектр продовольственных и непродовольственных товаров, произведенных в республике, обладающих конкурентными преимуществами по сравнению с товарами аналогами довольно широк и отражает производственную специализацию региона. Устойчивое положение на рынке занимают хлеб и хлебобулочная продукция, сыры, сахар, колбасные изделия,

мясо птицы; из непродовольственных товаров — строительные материалы, в том числе: цемент, изделия из дерева кирпич, сухие строительные смеси.

Особенностью товаров, произведенных в Республике Мордовия является их неценовая конкурентоспособность, когда лояльность покупателя формируется в основном за счет качества товара. По всем рассматриваемым, критичным для республики товарам удовлетворенность качеством существенно превышает показатель удовлетворенности уровнем цен. Таким образом, к конкурентным преимуществам местных товаров относится физическая и ценовая доступность, а также приемлемое для потребителя качество.

Наряду с этим спрос на многие продовольственные товары в той или иной степени интенсивности сокращается. Незначительное в масштабах общего уровня потребления, однако стабильное в динамике за 2017-2019 гг. уменьшение спроса может свидетельствовать о тенденциях снижения покупательской способности населения республики, либо вытеснения с рынков местных товаров.

Возрастает конкуренция на рынках большинства товаров из сегмента продуктов питания за счет ввезенных из-за пределов республики товаров; интенсифицируется тенденция к экспансии республиканского рынка товарами, произведенными за пределами региона. Регионами, активно конкурирующими в продовольственном и непродовольственном сегментах, являются граничащие с республикой Пензенская, Нижегородская, Ульяновская области и Республики Чувашия. Активная межрегиональная, а в отдельных случаях и межстрановая конкуренция развивается на рынках колбасной продукции, алкогольной продукции и пива, кондитерских и макаронных изделий.

Наметившиеся тенденции к снижению спроса, а также изменению структуры и ассортимента товаров пока не влияют на конкурентоспособность социально значимых товаров местного производства. В конкуренции с ввезенными товарами стабильно выигрывают продукты питания первой необходимости: молоко и молочная продукция, мясо (в том числе птица, свинина, говядина), сыры, масло сливочное, масло и растительное, яйца, хлеб и хлебобулочная продукция, овощи.

Финансовый рынок является доступным для большинства жителей региона, однако четверть населения обходится в своей повседневной деятельности без услуг финансовых организаций. Лидирующее положение на рынке финансовых услуг занимают банковские учреждения, а самыми востребованными являются платежные операции.

На рынке финансовых услуг преобладает классическая форма взаимодействия потребителя (покупателя) и производителя (продавца) — личное посещение потребителем организации, оказывающей финансовые услуги. На альтернативные способы получения переходят платежные услуги: при совершении данных операций наряду с классическим способом в равной степени используются банкоматы (терминалы) и мобильный телефон.

На рынке финансовых услуг Мордовии ярко выраженных барьеров доступа не обнаружено. Основными барьерами являются территориальная и дистанционная недоступность финансовых учреждений и денежный барьер.

Потребители услуг более высоко оценили деятельность тех финансовых организаций, которые наиболее востребованы: банки и страховые компании. Однако и по другим финансовым учреждениям уровень удовлетворенности превышает 60 %.

Потребители различных финансовых услуг в большей степени удовлетворены их доступностью. На втором месте по удовлетворенности стоит качество услуг. Менее всего население довольно стоимостью финансовых продуктов.

Наиболее распространенная оценка населением Республики Мордовия своего уровня финансовой грамотности – умеренная (почти 60 % населения поставили данную оценку). Высокий уровень грамотности характерен лишь для каждого десятого жителя региона. Каждый пятый или имеет низкие знания и умения в финансовой сфере или не имеет их вовсе.

Большой части респондентов известно об информации, размещаемой в открытом доступе о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия.

Потребители в целом информированы о размещаемых в открытом доступе сведениях о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Республики Мордовия. Качество официальной информации по основным критериям (понятность изложения, удобство получения и доступность), размещаемой в открытом доступе Министерством экономики, торговли и предпринимательства РМ и администрациями муниципальных районов (города), большинство респондентов оценили положительно, но присутствует небольшая отрицательная динамика по всем рассматриваемым критериям оценки.

Доля лиц, обращавшихся в надзорные органы за защитой своих прав, продолжает оставаться предельно низкой; наибольшее количество обращений от потребителей за последний год поступило в администрации муниципальных районов (города), Министерство социальной защиты, труда и занятости населения РМ и Фонд социального страхования РФ по РМ. Респонденты чаще указывали на отсутствие изменений или рост числа обращений граждан с жалобами в надзорные органы.

Наиболее действенными рекомендациями по развитию конкурентоспособности товаров и услуг в регионе могут выступить:

- содействие развитию рынков товаров и услуг в муниципальных районах Республики Мордовия, особенно по привлечению компаний (предприятий, организаций, фирм) и расширению ассортимента;

- внедрение различных форм контроля качества товаров и услуг (системы независимого контроля, методики «тайный покупатель» и др.) на территории ГО Саранск и муниципальных районов республики;

- сегментирование рынков товаров и услуг в зависимости от наличия у потребителей культурного или экономического капиталов, которые опосредуют потребительское поведение, для того, чтобы выстроить грамотную стратегию продаж (ориентация на качество, цену или рекламу);

- сокращение издержек и минимизация затрат при производстве и транспортировке товаров и услуг за счет налаживания собственных производств и/или производств по франшизе, а также сотрудничества с предприятиями и поставщиками из близлежащих регионов;

- повышение уровня жизни и покупательной 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;

- сдерживание роста цен на наиболее проблемных рынках: продуктов питания, свежей и охлажденной рыбы, нефтепродуктов, лекарственных препаратов и медицинских изделий, а также медицинских услуг, услуг по содержанию и текущему ремонту общего имущества собственников помещений в МКД и услуг по вывозу мусора;

- расширение ассортимента и представленности на потребительском рынке региона говядины, кондитерской продукции, свежих овощей;

- проведение маркетинговых исследований рынка продовольственных и непродовольственных товаров Республики Мордовия с целью предупреждения сокращения спроса на товары республиканских производителей.

- расширение мероприятий по поддержанию позитивного имиджа товаров местного производства в восприятии потребителей;

- повышение эффективности государственного контроля тарифной политики субъектов естественных монополий, особенно в сфере тепло-снабжения, водоочистки, электроснабжения и водоснабжения;

- повышение качества предоставления услуг субъектами естественных монополий в жилищно-коммунальном комплексе: в первую очередь по водоочистке и водоснабжению;
- усиление общественного контроля над деятельностью субъектов естественных монополий в области ценовой политики и качества предоставления услуг в целях защиты интересов потребителей;
- обеспечение со стороны организаций, предоставляющих услуги естественных монополий, прозрачности и открытости доступа к информации о своей деятельности;
- повышение охвата финансовыми услугами жителей малонаселенных территорий, лиц с низким уровнем дохода, пожилых и маломобильных групп населения и т.п.
- сохранение сети отделений финансовых учреждений, увеличение числа небольших их офисов, банкоматов и терминалов, развитие сети «универсальных» банкоматов и терминалов, позволяющих получать финансовые услуги без комиссии или с минимальной стоимостью операций вне зависимости от принадлежности какой-либо финансовой организации;
- популяризация дистанционных способов получения финансовых услуг с использованием мобильной связи и сети Интернет (снижение стоимости финансовых услуг и получение различных преференций и бонусов в случае получения их дистанционным способом, повышение скорости, безопасности и качества дистанционного доступа к финансовым услугам);
- снижение ценового барьера для получения финансовых услуг, повышение доступности финансовых услуг для малообеспеченных граждан в том числе за счет сегментирования рынка финансовых услуг в зависимости от социально-экономического статуса и денежного капитала пользователей услуг;
- развитие страхового сегмента финансового рынка, в первую очередь добровольных видов страхования (развитие системы взаимного страхования и повышение его востребованности у граждан и юридических лиц, распространение электронных каналов дистрибуции страховых услуг, повышение заинтересованности граждан в покупке страховых продуктов, снижение финансовых рисков для страховых организаций и др.);
- развитие сегмента длинных денег (системы индивидуальных инвестиционных счетов, в том числе индивидуального пенсионного капитала, и т.п.);
- формирование доверительной среды финансового рынка (противодействие недобросовестным практикам, профилактика и пресечение правонару-

шений на финансовом рынке, информирование граждан о состоянии финансового рынка);

— повышение финансовой грамотности и развитие финансовой компетентности населения — способности применению знаний на практике (внедрение тематики финансовой грамотности в систему образования, создание информационных материалов, социальной рекламы, видеороликов, инфографических материалов, игр соответствующей тематики, проведение разъяснительной работы среди населения в отношении действующего законодательства в сфере финансовых услуг и т.п.);

— Министерству экономики, торговли и предпринимательства РМ, администрациям муниципальных районов (города), а также надзорным органам повысить качество информации, размещаемой на официальных сайтах органов, что поможет преодолеть ниспадающую динамику удовлетворенности потребителей качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг республики и деятельности по содействию развитию конкуренции в регионе.