



ющий в свою структуру региональные информационно-аналитические центры, Аналитический центр при Правительстве РФ, информационно-аналитические службы при государственных комитетах или министерствах.

Примечания

¹ См.: Российский институт стратегических исследований : [сайт]. URL: <http://www.riss.ru> (дата обращения: 07.04.2016).

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Там же.

⁷ См.: Общероссийская база вакансий «Работа в России». URL: <https://trudvsem.ru/> (дата обращения: 06.04.2016).

⁸ См.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации : [сайт]. URL: <http://ac.gov.ru/> (дата обращения: 06.04.2016).

Образец для цитирования:

Немерюк Е. Е., Дыльнова З. М. Приоритетные направления функционирования основных региональных информационно-аналитических центров (РИАЦ) Российской Федерации // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 390–395. DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-4-390-395.

УДК 316.4.066

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ САРАТОВСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДОЙ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ОБЪЕМА, КАЧЕСТВА, ЦЕН ТОВАРОВ И УСЛУГ

С. Г. Ивченков, Н. В. Шахматова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: ivchenkovsg@mail.ru, ShakhmatovaNV@info.sgu.ru

В статье по результатам социологических исследований, проведенных в Саратове и Саратовской области, раскрываются основные характеристики развития конкурентной среды в регионе через такие индикаторы, как степень удовлетворенности различных категорий населения ценами, качеством, ассортиментом товаров и услуг производителей. Выстраиваются рейтинги рынков по этим показателям, уточняется их динамика за последние три года. Конкретизируется динамика количества организаций, представляющих товары и услуги, выявляется отношение населения к качеству услуг естественных монополий.

Ключевые слова: конкурентная среда, потребители товаров и услуг, цена, качество, ассортимент товаров и услуг производителей.

Satisfaction of Saratov Consumers Competitive Environment Through the Prism of the Volume, Quality, Prices of Goods and Services

S. G. Ivchenkov, N. V. Shahmatova

Article based on the results of the sociological research, conducted in the Saratov region, Saratov and reveals the main characteristics of the development of competition Wednesday in the region through such indicators as the level of satisfaction with the various categories of the population, prices, quality, range of goods and services producers. Line up the ratings of markets for these indicators, clarifies their dynamics over the past three years. Specify dynamics of organizations, representing the goods and services identified public attitudes about the quality of services of natural monopolies.



Key words: competitive environment, consumers of goods and services, price, quality, range of goods and services producers.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-4-395-402

Переход России к рыночным отношениям обусловил возрождение и рост влияния конкуренции на деятельность экономических субъектов. В связи с этим для каждого отдельно взятого предприятия, отраслей народного хозяйства и в целом для экономики существенно возрастает значение механизма конкуренции, который можно рассматривать как определенную форму развития производительных сил, форму развития факторов производства или экономических ресурсов общества, а также как основной инструмент координации действий всех участников общественного производства¹. Иными словами, конкуренция – это борьба товаропроизводителей и других субъектов рыночной среды за достижение максимальных прибылей и других целей путем удовлетворения разнообразных потребностей потребителей с полным использованием при этом собственных ресурсов и возможностей внешней среды, устранением слабых собственных сторон и угроз извне². Конкурентная среда представляет собой некоторое количество организаций, которые усиливают свое экономическое положение с целью привлечь покупателей, предлагая лучшие товары по сравнению с конкурентами³. Поэтому социологический мониторинг удовлетворенности населения по этим показателям является важной характеристикой конкурентной среды в



регионе, особенно в условиях продолжающегося экономического кризиса.

В связи с этим в Саратовском государственном университете в конце 2015 – начале 2016 г. были проведены два социологических опроса саратовских потребителей. В 2015 г. опрошено по бесповторной квотно-территориальной выборке 487 горожан в возрасте от 15 до 89 лет. Критерии отбора – пол, возраст и район проживания. 46,2% составили мужчины, 53,8% – женщины. В ходе социологического опроса 2016 г. была сформирована многосупенчатая квотно-территориальная выборка, учитывающая расположение районов Саратовской области, размер муниципального образования (крупный, средний, небольшой). Было опрошено 47% мужчин, 53% женщин различных возрастных групп. Результаты опросов обрабатывались на базе компьютерной программы SPSS. В ходе обработки использовались расчеты средних показателей, факторный, корреляционный и другие виды анализа сопряженности признаков.

Анализ результатов опроса 2015 г. показал, что можно выделить несколько рынков, которые, по значимому мнению населения, являются в некоторой степени избыточными, – розничная торговля (так считают 35,3% опрошенных), рынок услуг связи (14,4%), рынок туристических услуг (8,9%), рынок грузовых перевозок (8,5%), рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (8,2%). Однако большинство потреби-

лей считают эти рынки достаточными (от 57,6 до 74,6%). Вторая группа рынков также полагается достаточной большинством опрошенного населения, однако редко кто охарактеризовал их как избыточные, которых «чересчур много»: рынок медицинских услуг (достаточными их считают 70,6% опрошенных), рынок услуг дошкольного образования (65,8%), рынок услуг ЖКХ (53,2%), рынок услуг в сфере культуры (52,3%). Третью группу рынков составляют те, которые считаются недостаточно объемными, по общественному мнению потребителей. Так, рынок услуг дополнительного образования только 48,2% опрошенных считают достаточным, 48,6% – недостаточным и 3,6% полагают, что его нет совсем. Рынок услуг социального обслуживания населения 43,2% опрошенных считают достаточным, 44,1% – недостаточным, 2,4% – что его нет совсем. Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья 35,6% опрошенных считают достаточным, 48,4% – недостаточным, 9,3% считают, что его нет совсем. Рынок услуг детского отдыха и оздоровления только 33,8% опрошенных считают достаточным, 56,9% – недостаточным, 4,4% полагают, что его нет совсем.

В 2016 г. по уровню цен на товары и услуги (табл. 1) потребители, по сути, выделили несколько групп рынков, различающихся по степени удовлетворенности населения этими характеристиками.

Таблица 1

Удовлетворенность населения Саратовской области уровнем цен, % по каждому рынку

Рынки	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Итого
Рынок услуг связи	31,6	37,6	21,3	8,0	1,5	100,0
Розничная торговля	30,1	30,9	20,2	17,5	1,2	100,0
Рынок услуг дошкольного образования	24,6	26,4	27,9	15,8	5,3	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	24,2	35,5	26,0	12,8	1,5	100,0
Рынок грузовых перевозок	14,3	42,7	22,8	13,0	7,2	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	13,1	31,5	31,8	16,8	6,7	100,0
Рынок туристических услуг	12,2	38,5	25,1	19,1	5,1	100,0
Рынок услуг в сфере культуры	11,0	34,9	22,3	28,0	3,8	100,0
Рынок медицинских услуг	9,6	18,4	30,7	40,0	1,2	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	9,6	19,1	33,0	31,5	6,8	100,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	9,2	24,2	42,8	16,2	7,6	100,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	8,2	18,0	34,0	31,1	8,6	100,0
Рынок услуг ЖКХ	6,3	19,3	25,9	46,7	1,8	100,0



По мнению потребителей, качество товаров и услуг в Саратовской области также различается (табл. 2). Рейтинг удовлетворенности качеством возглавляют 6 рыночных сегментов, где доминируют позитивные оценки качества (так их оценивают большинство опрошенных – от 56 до 70%): рынок услуг дошкольного образования, рынок услуг связи, розничная торговля, рынок грузовых перевозок, рынок туристических услуг, рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом. Вслед за лидерами можно выделить группу тех, чье качество

товаров и услуг вызывает примерно сходные пропорции одобрения и неодобрения. К ним относятся рынки услуг дополнительного образования, услуг в сфере культуры и услуг социального обслуживания населения. Замыкают рейтинг удовлетворенности качеством рынки, по отношению к которым доминируют негативные оценки, – рынки услуг детского отдыха и оздоровления, услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, медицинских услуг, услуг ЖКХ.

Таблица 2

Удовлетворенность населения Саратовской области качеством товаров и услуг, % по каждому рынку

Рынки	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Итого
Рынок услуг дошкольного образования	23,8	39,2	21,2	10,2	5,5	100,0
Рынок услуг связи	23,8	46,2	19,8	8,1	2,0	100,0
Розничная торговля	19,2	44,3	21,7	12,8	1,9	100,0
Рынок грузовых перевозок	15,3	40,5	22,9	11,8	9,5	100,0
Рынок туристических услуг	13,4	45,9	20,8	12,7	7,1	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	12,8	43,2	28,1	13,9	2,0	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	12,5	30,8	32,6	16,5	7,5	100,0
Рынок услуг в сфере культуры	11,7	47,3	23,2	14,6	3,1	100,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	10,1	34,5	28,5	17,8	9,1	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	9,1	28,7	36,7	17,5	8,0	100,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	8,6	18,9	37,4	24,3	10,7	100,0
Рынок медицинских услуг	7,0	41,9	26,4	23,4	1,2	100,0
Рынок услуг ЖКХ	5,0	21,5	34,5	37,1	1,9	100,0

По спектру ассортимента и возможностям выбора товаров и услуги (табл. 3) также выделено три группы рынков Саратовской области. К первой группе рынков с позитивной оценкой ассортимента большинства опрошенных относятся рынки розничной торговли, услуг дошкольного образования, услуг связи, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, грузовых перевозок, туристических услуг.

Более осторожно потребители оценили возможности выбора второй группы рынков (позитивные и негативные оценки даны примерно в равной степени). Это касается рынков услуг дополнительного образования, услуг в сфере культуры, услуг детского отдыха и оздоровления, медицинских услуг. Самые низкие оценки в данной категории получила третья группа рынков – услуг психолого-педагогического сопрово-

ждения детей с ограниченными возможностями здоровья, услуг социального обслуживания населения, услуг ЖКХ.

По мнению потребителей, в сравнении с другими регионами, в Саратовской области выше цены на такие товары и услуги, как коммунальные услуги (37,5%), продукты питания (22,8%), мясная продукция (9,4%), бензин (6,1%), молочная продукция (5,0%), медицинские услуги (4,7%). Рост цен на все отметили 4,0% опрошенных. Наряду с этим, потребители указали на рост цен (в порядке убывания) на образование (3,4%), туризм (3,4%), морепродукты (2,7%), общественный транспорт (2,7%), детскую, взрослую одежду (2,4%), хлебобулочную продукцию (2,4%), автомобили (2,3%), фрукты, овощи (2,0%), бытовую химию (1,7%), бытовую технику (1,7%), косметику, шампуни, парфю-



Таблица 3

**Удовлетворенность населения Саратовской области возможностями выбора товаров и услуг,
% по каждому рынку**

Рынок	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	Итого
Розничная торговля	29,5	40,5	18,1	8,8	3,1	100,0
Рынок услуг дошкольного образования	27,2	28,7	24,0	13,8	6,3	100,0
Рынок услуг связи	26,0	45,6	21,6	4,1	2,6	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	18,3	45,6	22,2	10,9	3,0	100,0
Рынок грузовых перевозок	18,1	41,3	21,3	8,7	10,6	100,0
Рынок туристических услуг	15,8	44,7	23,4	6,2	9,9	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	14,1	24,9	36,1	16,4	8,6	100,0
Рынок услуг в сфере культуры	11,4	34,6	33,7	16,0	4,2	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	11,2	27,5	34,6	17,1	9,7	100,0
Рынок медицинских услуг	10,8	43,5	26,1	17,1	2,5	100,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	9,9	22,6	34,6	22,6	10,3	100,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	9,7	31,8	31,4	17,0	10,1	100,0
Рынок услуг ЖКХ	7,9	28,8	29,7	27,0	6,7	100,0

мерию (1,4%), медикаменты, лекарства (1,0%), недвижимость, землю, квартиры (1,0%), связь, Интернет (1,0%), мебель (0,7%), строительные материалы (0,7%), крупы (0,7%), удобрения (0,3%), алкоголь, сигареты (0,3%).

Данные табл. 4 показывают, как род деятельности (статус) влияет на оценку цен на товары и услуги в Саратовской области. Наиболее остро

на цены продуктов питания реагируют студенты (учащиеся) и домохозяйки(ева). Домохозяйка также особенно волнуют высокие цены на образование. Пенсионеры острее всех реагируют на рост цен на все товары и услуги. Однако острее всего высокие цены практически на весь спектр товаров и услуг воспринимаются безработными лицами.

Таблица 4

**Влияние рода деятельности на мнение о высоких ценах на товары и услуги в Саратовской области,
% по каждому товару (услуге)**

Товары и услуги	Род деятельности					Итого
	Работаю	Без работы	Учусь /студент	Домохозяйка(ин)	Пенсионер	
Продукты питания	22,6	22,2	28,0	28,6	19,0	23,3
Бензин	7,2	11,1	2,0	–	5,3	6,1
Медицинские услуги	3,8	33,3	3,9	–	9,5	5,1
Молочная продукция	2,4	11,1	13,5	–	5,0	4,7
Все	1,5	22,2	5,9	–	14,3	3,7
Образование	3,4	11,1	–	14,3	–	3,4
Туризм	4,3	11,1	–	–	–	3,4
Морепродукты	1,0	11,1	8,0	–	5,0	2,7
Общественный транспорт	1,9	11,1	3,9	–	5,3	2,7
Детская одежда, взрослая одежда	1,9	22,2	2,0	–	–	2,4
Хлебобулочная продукция	2,4	11,1	–	–	5,0	2,4
Автомобили	1,5	11,1	5,7	–	–	2,4
Бытовая химия	1,9	11,1	–	–	–	1,7
Бытовая техника	1,5	11,1	2,0	–	–	1,7



Окончание табл. 4

Товары и услуги	Род деятельности					Итого
	Работаю	Без работы	Учусь /студент	Домохозяйка(ин)	Пенсионер	
Косметика (шампуни, парфюмерия)	1,5	11,1	–	–	–	1,4
Медикаменты, лекарства	–	11,1	–	–	10,0	1,0
Недвижимость (земля, квартиры)	–	11,1	2,0	–	5,0	1,0
Связь, Интернет	–	11,1	1,9	–	5,3	1,0
Мебель	0,5	11,1	–	–	–	0,7
Строительные материалы	–	11,1	–	–	5,0	0,7
Крупы	–	11,1	–	–	5,0	0,7
Удобрения	–	11,1	–	–	–	0,3
Алкоголь, сигареты	–	11,1	–	–	–	0,3

Динамика количества организаций, представляющих товары и услуги на Саратовских рынках за последние три года (2013–2015), по результатам опроса 2016 г., представлена в табл. 5. Они демонстрируют три группы рынков. Первая группа, по мнению большинства потребителей, выказала за три года значительный количественный рост данных организаций. Это относится к розничной торговле, рынкам услуг связи, дошкольного образования, медицинских услуг, перевозок пассажиров, грузовых перевозок. Вторая группа рынков, по мнению населения, получила более осторожные оценки в плане увеличения и неизменности числа своих предприятий. Это касается рынков услуг ЖКХ, туристических услуг, услуг дополнительного образования. При характеристике третьей

группы рынков потребители больше настаивали на неизменности количества предприятий в данной сфере. Это относится к рынкам услуг в сфере культуры, социального обслуживания населения, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, детского отдыха и оздоровления.

Как демонстрируют результаты опроса (табл. 6), большинство потребителей полностью удовлетворены только электроснабжением (50,6%) и газоснабжением (50%). Полностью или частично они удовлетворены телефонной связью и (чуть меньше) теплоснабжением. Больше всего полностью или частично не удовлетворено население водоснабжением, водоотведением (43,7%) и водоочисткой (41,6%).

Таблица 5

Мнение потребителей о количественной динамике организаций, представляющих товары и услуги на Саратовских рынках за последние три года, % по каждому рынку

Рынки	Количественная динамика организаций, представляющих товары и услуги на Саратовских рынках				Итого
	Снизилось	Увеличилось	Не изменилось	Затрудняюсь ответить	
Розничная торговля	6,1	75,1	15,9	2,9	100,0
Рынок услуг связи	2,4	61,1	33,0	3,5	100,0
Рынок услуг дошкольного образования	7,7	58,4	23,6	18,0	100,0
Рынок медицинских услуг	6,4	55,9	34,2	3,4	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	4,8	55,6	34,7	4,8	100,0
Рынок грузовых перевозок	5,1	50,2	30,6	14,1	100,0
Рынок услуг ЖКХ	6,8	46,3	42,4	4,5	100,0
Рынок туристических услуг	9,9	46,3	32,8	11,0	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	8,3	44,8	33,9	13,0	100,0
Рынок услуг в сфере культуры	9,3	38,3	45,5	6,9	100,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	8,3	35,5	45,8	10,3	100,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	6,3	33,6	38,2	21,9	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	10,3	33,3	45,1	11,2	100,0



Таблица 6

Оценки потребителями качества услуг естественных монополий в Саратовской области, % по каждой услуге

Услуга	Оценки качества					Итого
	Удовлетворительно	Скорее удовлетворительно	Скорее не удовлетворительно	Не удовлетворительно	Затрудняюсь ответить	
Электроснабжение	50,6	30,0	10,1	8,1	1,2	100,0
Газоснабжение	50,0	33,3	10,0	5,5	1,2	100,0
Телефонная связь	47,6	31,6	12,0	7,3	1,5	100,0
Теплоснабжение	33,6	34,1	18,2	12,9	1,2	100,0
Водоснабжение, водоотведение	16,4	31,6	18,9	24,8	8,3	100,0
Водоочистка	15,1	41,8	24,6	17,0	1,5	100,0

Данные табл. 7 наглядно показывают, что за последние три года потребители ощутили рост цен во всех сегментах рынка, особенно в розничной торговле (86%), на рынках услуг свя-

зи (73,2%), дошкольного образования (75,2%), ЖКХ (78,6%), перевозок пассажиров наземным транспортом (75,5%), медицинских (79,9%), туристических услуг (73%).

Таблица 7

Мнение населения Саратовской области о динамике уровня цен, % по каждому рынку

Рынки	Динамика цен				Итого
	Снизились	Увеличились	Не изменились	Затрудняюсь ответить	
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	5,3	59,1	17,5	18,1	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	4,6	64,1	19,0	12,4	100,0
Рынок туристических услуг	4,2	73,0	13,4	9,5	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	4,0	68,9	16,1	11,0	100,0
Рынок услуг в сфере культуры	3,8	62,8	25,7	7,7	100,0
Рынок услуг связи	3,6	73,2	19,7	3,4	100,0
Рынок услуг дошкольного образования	3,3	75,2	12,7	8,8	100,0
Рынок услуг ЖКХ	3,1	78,6	14,9	3,4	100,0
Рынок медицинских услуг	2,9	79,9	14,2	2,9	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	2,5	75,5	17,6	4,5	100,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	2,3	62,1	23,5	12,1	100,0
Рынок грузовых перевозок	2,3	63,3	21,0	13,4	100,0
Розничная торговля	2,2	86,0	9,6	2,2	100,0

Некоторое снижение цен наблюдалось ими лишь в незначительных пропорциях на рынках услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, дополнительного образования, туристических услуг, детского отдыха и оздоровления.

По мнению большинства потребителей (табл. 8), качество услуг на трех рынках осталось неизменным. Это касается рынков услуг связи (51,7%), услуг перевозок пассажиров наземным транспортом (55%) и ЖКХ (50,4%). Улучшение качества товаров и услуг чаще отмечалось в розничной торговле (33,9%), на рынках услуг дошкольного образования (33,7%), дополнительного образования (33,4%), перевозок пассажиров (8,5%), медицинских услуг (27,9%), услуг

детского отдыха и оздоровления (27,4%). Ухудшение качества товаров и услуг чаще отмечалось на рынках услуг ЖКХ (25,3%).

Что касается динамики возможностей выбора (табл. 9), то, по мнению большинства опрошенных, она не изменилась. Вместе с тем несколько рынков позволили населению увидеть позитивную динамику расширения ассортиментов товаров и услуг и возможностей выбора. Это касается рынков розничной торговли (48,7% опрошенных), услуг связи (40,6%), медицинских услуг (40,1%) и услуг дошкольного образования (38,5%).

Таким образом, исследование 2015 г. показало, что по уровню удовлетворенности функционирования товарных рынков недовольство населения сосредоточено вокруг бензина и ди-



Таблица 8

Мнение потребителей Саратовской области о динамике качества товаров и услуг, % по каждому рынку

Рынки	Динамика качества товаров и услуг				Итого
	Снизилось	Улучшилось	Не изменилось	Затрудняюсь ответить	
Рынок услуг связи	10,8	34,7	51,7	2,7	100,0
Розничная торговля	19,1	33,9	44,8	2,2	100,0
Рынок услуг дошкольного образования	15,2	33,7	41,2	9,9	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	11,9	33,4	45,5	9,1	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	12,2	28,5	55,0	4,3	100,0
Рынок медицинских услуг	21,6	27,9	47,5	3,0	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	14,1	27,4	45,9	12,6	100,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	13,2	24,3	39,1	23,4	100,0
Рынок услуг ЖКХ	25,3	20,4	50,4	3,9	100,0

Таблица 9

Мнение потребителей Саратовской области о динамике ассортимента товаров и услуг, % по каждому рынку

Рынки	Динамика выбора товаров и услуг				Итого
	Снизился	Увеличился	Не изменился	Затрудняюсь ответить	
Розничная торговля	6,5	48,7	40,7	4,0	100,0
Рынок медицинских услуг	8,4	40,1	47,7	3,8	100,0
Рынок услуг дошкольного образования	7,9	38,5	42,2	11,3	100,0
Рынок услуг связи	–	–	51,5	4,6	100,0
Рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом	3,3	32,5	57,3	6,9	100,0
Рынок туристических услуг	7,3	28,7	51,2	12,8	100,0
Рынок услуг ЖКХ	9,7	28,6	55,8	5,9	100,0
Рынок услуг в сфере культуры	4,8	26,5	59,3	9,4	100,0
Рынок грузовых перевозок	3,3	25,5	54,1	17,0	100,0
Рынок услуг дополнительного образования	6,5	23,8	54,2	15,5	100,0
Рынок услуг детского отдыха и оздоровления	7,5	22,5	56,0	14,1	100,0
Рынок услуг социального обслуживания населения	5,4	20,3	58,5	15,9	100,0
Рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	6,0	19,3	52,8	21,9	100,0

зеля: саратовцев не устраивает уровень цен, качество, ассортимент. Тем не менее, чаще всего отмечается некачественное предоставление услуг по управлению многоквартирными домами. Ощущаются проблемы в медицинской сфере: жителей Саратова не устраивают цены на лекарственные препараты и стоматологию, а также качество медицинских услуг. Наибольшее число претензий у населения к стабильности услуг по уходу за детьми и гражданами с ограниченной деятельностью. Также у саратовцев вызывают вопросы их качество и ассортимент. Нестабильно представлены на рынке услуги учреждений дошкольного образования и общественного транспорта. В отношении последнего опрошенные также отмечали недостаточное качество и

ассортимент. Лидером по количеству негативных отзывов в отношении ассортимента стал рынок мебели. Не хватает саратовцам ассортимента сельхозинвентаря, мелкой сельхозтехники, удобрений, имеются вопросы и к стабильности присутствия данных товаров на рынке.

В 2016 г. отчасти избыточными рынками, в общественном мнении потребителей, являются розничная торговля, рынки услуг связи, туристических услуг, грузовых перевозок, перевозок пассажиров наземным транспортом. Однако большинство потребителей считают эти рынки достаточными, как и рынки медицинских услуг, дошкольного образования, ЖКХ, сферы культуры. Недостаточно объемными представляются потребителям рынки услуг дополнительного об-



разования, социального обслуживания населения, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, детского отдыха и оздоровления.

По уровню цен на товары и услуги к первой группе рынков можно отнести те, где доминантой является полная и почти полная удовлетворенность ценами: рынок услуг связи, розничная торговля, рынок услуг дошкольного образования, рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом. Ко второй группе относятся рынки, где оценка удовлетворенностью цен в основном позитивная, но более осторожная: грузовых перевозок, услуг дополнительного образования, туристических услуг, услуг в сфере культуры. К третьей группе относятся рынки с преимущественно неудовлетворительным (по мнению потребителей) уровнем цен: медицинских услуг, услуг детского отдыха и оздоровления, услуг социального обслуживания населения, услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, услуг ЖКХ. Последний лидирует, по негативным оценкам населения.

За последние три года потребители ощутили рост цен во всех сегментах рынка, особенно в розничной торговле, на рынках услуг связи, дошкольного образования, ЖКХ, перевозок пассажиров, медицинских, туристических услуг (73,0%). Анализ показал, что наиболее остро на цены продуктов питания реагируют студенты (учащиеся) и домохозяйки(ева). Домохозяйка также особенно волнуют высокие цены на образование. Пенсионеры и безработные острее всех реагируют на рост цен всего спектра товаров и услуг в регионе.

Рейтинг удовлетворенности качеством возглавляют рынки услуг дошкольного образования, связи, грузовых перевозок, туристических услуг, перевозок пассажиров, розничная торговля. Амбивалентные рынки, вызывающие сходные пропорции одобрения и неодобрения, – рынки услуг дополнительного образования, в сфере культуры и социального обслуживания населения. Негативные оценки доминируют при характеристиках качества рынков услуг детского отдыха и оздоровления, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, медицинских услуг, услуг ЖКХ.

По вариативности возможностей выбора товаров и услуг лидерство оказалось у розничной торговли, рынков услуг дошкольного образования, услуг связи, услуг перевозок пассажиров наземным транспортом, грузовых перевозок, туристических услуг. Более осторожно потребители оценили возможности выбора второй группы рынков (позитивные и негативные оценки

даны примерно в равной степени). Это касается рынков услуг дополнительного образования, услуг в сфере культуры, услуг детского отдыха и оздоровления, медицинских услуг. Самые низкие оценки в данной категории получила третья группа рынков – услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, услуг социального обслуживания населения, услуг ЖКХ.

Значительный количественный рост организаций за три года, по мнению большинства потребителей, наблюдался в розничной торговле, на рынках услуг связи, дошкольного образования, медицинских услуг, перевозок пассажиров, грузовых перевозок. Менее динамичными выглядели рынки услуг ЖКХ, туристических услуг, услуг дополнительного образования. Статичностью отличались, по мнению потребителей, рынки услуг в сфере культуры, социального обслуживания населения, психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, детского отдыха и оздоровления.

По критерию расширения за три года ассортимента товаров и услуг и возможностей выбора наиболее динамично выглядели розничная торговля, рынки услуг связи, медицинских услуг и дошкольного образования. Статичность выявлена потребителями относительно рынков услуг связи, услуг перевозок пассажиров и ЖКХ. Улучшение качества товаров и услуг чаще отмечалось в розничной торговле, на рынках услуг дошкольного образования, дополнительного образования, перевозок пассажиров, медицинских услуг, детского отдыха и оздоровления. Ухудшение качества товаров и услуг чаще отмечалось на рынках услуг ЖКХ (25,3%). Выявленные противоречия в этом развитии свидетельствуют о значительном потенциале роста уровня конкуренции в регионе. Все это дает возможность осторожно-позитивно оценивать развитие конкурентной среды в регионе.

Примечания

- 1 См.: Паныко Ю. В. Особенности формирования конкурентной среды на мезоэкономическом уровне : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 2007.
- 2 См.: Романович Н. А., Агафонова М. С. Теоретические основы конкурентной среды предприятия // Международный студенческий научный вестн. 2014. № 1. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11827> (дата обращения: 12.06.2015).
- 3 См.: Армстронг М. Основы стратегического менеджмента. Как стать лучшим руководителем. Ростов н/Д, 2005.

Образец для цитирования:

Ивченков С. Г., Шахматова Н. В. Удовлетворенность саратовских потребителей конкурентной средой через призму объема, качества, цен товаров и услуг // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 395–402. DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-4-395-402.