



УДК 316.4.066

ОЦЕНКА НАСЕЛЕНИЕМ ИНФОРМАЦИИ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

С. Г. Ивченков

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

М. С. Ивченкова

Институт социологии РАН, Москва
E-mail: m.ivchenkova@gmail.com

В статье по результатам социологических исследований, проведенных в Саратове и Саратовской области, раскрывается низкий уровень потребности саратовцев в информационном обеспечении развития конкурентной среды в регионе. Анализируются источники информации, ее качество через индикаторы уровня ее доступности, понятности, удобства получения для различных категорий населения. Уточняется общественное мнение потребителей о деятельности органов власти и организаций по развитию конкуренции в городе Саратове.

Ключевые слова: конкурентная среда, информационное обеспечение, потребители.

**Assessment of Population Status Information about a
Competition Wednesday in the Markets for Goods and
Services of the Saratov Region**

S. G. Ivchenkov, M. S. Ivchenkova

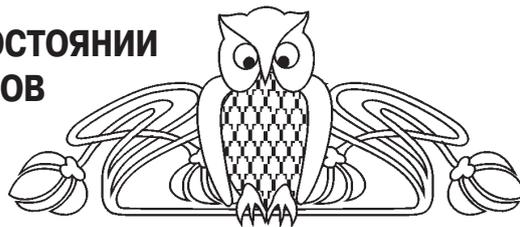
Article based on the results of the sociological research, conducted in Saratov and Saratov region, revealed low levels of population needs in information development competition Wednesday in the region. Analyses the sources of the information, its quality through its level indicators availability, clearness, facilities for various categories of the population. Clarifies consumers opinion about the activities of the authorities and organisations to promote competition in the city of Saratov

Key words: competitive wednesday, dataware, users.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-3-274-279

Развитие региональной конкурентоспособности в России можно рассматривать как один из факторов экономического роста. Любой стране нужны конкурентоспособные регионы. Понимание сущности региональной конкуренции (межрегиональной, а также своеобразного соревнования между городами как местами концентрации экономического и интеллектуального потенциалов регионов) становится все более актуальной задачей в корпоративном взаимодействии регионов любой страны¹.

В связи с этим в Саратовском государственном университете в конце 2015 – начале 2016 г. была проведена серия из двух социологических



опросов саратовских потребителей. В 2015 г. было опрошено по бесповторной квотно-территориальной выборке 487 горожан в возрасте от 15 до 89 лет. В соответствии с генеральной совокупностью сформирована вероятностная гнездовая бесповторная многоступенчатая квотная выборка, которая рассчитывалась исходя из данных Саратовстата². Критерии отбора – пол, возраст и район проживания. 46,2% – составили мужчины, 53,8% – женщины.

В ходе социологического опроса 2016 г. была сформирована многоступенчатая квотно-территориальная выборка. 1-й этап – отбор наиболее типичных представительных регионов области – областной центр (Саратов,), район с крупным городом (Балаковский), 2 района с небольшими городами (Энгельский, Вольский), 2 правобережных района (Саратовский, Красноармейский) и 2 левобережных района (Озинский, Дергачевский). При этом учитывался размер муниципального образования – крупный, средний, небольшой. Общая совокупность районов охватывает 63,8% населения области. 2-й этап – определение объема выборочной совокупности по каждому району в соответствии с долей населения в общей структуре населения области. 3-й этап – в каждом районе должны быть представлены 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.

Немаловажным фактором развития конкуренции в регионе является участие всех категорий населения в этом процессе³.

В ходе опроса важно было обратить внимание на одну из составляющих рыночных отношений – это принцип обратной связи, который должен присутствовать при развитии конкуренции в регионе. Так, в 2015 г. 14,5% опрошенных указали на необходимость ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции. Однако почти половина респондентов оказались не заинтересованы в получении информации о развитии рыночной конкуренции (44,7% опрошенных). Около 30% населения указывают на важность этой информации и 24% горожан чувствуют необходимость такой информации только в различных ситуациях (табл. 1).



Таблица 1
Уровень потребности населения в информации о развитии рыночной конкуренции, % к опрошенным

Необходимость информации	Процент
Да, это очень нужно	8,4
Скорее да, может пригодиться	22,2
В зависимости от ситуации	24,0
Скорее нет	20,7
Нет, мне это не интересно	24,0
Затрудняюсь ответить	0,6
Итого	100,0

Оценивая возможности получения информации о развитии рыночной конкуренции в 2015 г., население г. Саратова отмечало, что получить ее очень трудно (15,6%), 21,1% горожан отметили, что ее можно получить, если приложить усилия, 48,9% затруднились ответить (табл. 2).

Таблица 2
Уровень доступности для населения информации о развитии рыночной конкуренции, % к опрошенным

Уровень доступности информации	Процент
Информации о состоянии конкуренции нет совсем	7,8
Ее получить очень трудно	15,6
Затрудняюсь ответить	48,9
Можно получить, если приложить усилия	21,1
Информация о состоянии конкуренции общедоступна	6,6
Итого	100

В качестве источников информации о состоянии конкуренции в городе и защите прав потребителей и предпринимателей саратовцы чаще всего используют традиционные средства массовой информации (табл. 3): местные ТВ-каналы (48,6%) и центральные ТВ-каналы (39,4%). Также для получения этой информации опрошенные используют местные газеты (34,6%), социальные сети Интернета (26,2%); 32,5% узнают ее от друзей и знакомых.

Таблица 3
Источники информации о состоянии конкуренции в Саратове

Источники информации	Частота ответов	Процент к опрошенным
Администрация города, Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	72	15,5
Общественная приемная Президента РФ	18	3,9
Общественная приемная Губернатора Саратовской области	27	5,8
Учебные заведения города	90	19,4
Общественная организация защиты прав потребителей	73	15,7
Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «Опора России»	33	7,1
Саратовское региональное отделение общероссийской общественной организации «Деловая Россия»	33	7,1
Общественная палата Саратовской области	45	9,7
Центральные газеты	116	24,9
Местные газеты	161	34,6
Центральные ТВ-каналы	183	39,4
Местные ТВ-каналы	226	48,6
Радио	111	23,9
Друзья и знакомые	151	32,5
Официальные сайты организаций, регулирующие развитие конкуренции	47	10,1
Интернет-страницы официальных организаций в социальных сетях	84	18,1
Социальные сети Интернета	122	26,2
«Горячие линии» с организациями, регулирующими развитие конкуренции	11	2,4
Итого	1603	344,7*

*Сумма не сводима к 100%, так как можно выбрать несколько вариантов ответов.



Реже всего горожане отмечали, что получать вышеуказанную информацию им помогают «горячие линии» с организациями, регулирующими развитие конкуренции (2,4%), Общественная приемная Президента РФ (3,9%), Общественная приемная Губернатора Саратовской области (5,8%). Невысоки показатели и таких общественных организаций, как «Опора России» и «Деловая Россия»: их в качестве источника информации о состоянии конкуренции и защите прав потребителей и предпринимателей используют 7,1% опрошенных. Таким образом, можно констатировать, что уровень доступности информации для населения о развитии рыночной конкуренции в Саратове в 2015 г. был достаточ-

но низким. Среди источников получения таких данных чаще выступало местное и центральное телевидение.

Работу большинства органов власти и организаций по развитию конкуренции в городе Саратове (2015 г.) население чаще всего оценивало «средне» (табл. 4). Однако это не касается тех, о работе которых опрошенным чаще всего ничего не известно. Речь идет об организации «Опора России» – о ее работе ничего не известно 54,1% горожан, «Деловая Россия» (47,5%), Министерстве экономического развития и инвестиционной политики области (35,2%) и Федеральной антимонопольной службе по Саратовской области (31,6%).

Таблица 4

Оценка деятельности органов власти и общественных организаций по развитию конкуренции в регионе, %

Варианты ответов	Ничего не знаю	Неудовлетворительно	Средне	Удовлетворительно	Итого
Общественная приемная Президента РФ	27,8	18,2	29,7	24,3	100,0
Губернатор Саратовской области	20,2	22,7	35,7	21,4	100,0
Общественная приемная губернатора	23,3	21,4	33,6	21,6	100,0
Федеральная антимонопольная служба по Саратовской области	31,6	20,6	28,0	19,8	100,0
Глава администрации города	22,8	24,0	30,9	22,3	100,0
Глава администрации района	25,1	20,0	34,8	20,0	100,0
Министерство экономического развития и инвестиционной политики области	35,2	15,2	27,0	22,5	100,0
«Опора России»	54,1	12,2	18,0	15,7	100,0
«Деловая Россия»	47,5	14,4	23,0	15,1	100,0
Общественная палата Саратовской области	28,5	21,4	33,2	16,9	100,0
Общественная организация по защите прав потребителей	20,1	16,7	37,2	26,1	100,0
Учебные заведения города	18,2	14,6	36,9	30,3	100,0

Что касается оценки «неудовлетворительно», то она не превалирует, но в наибольшем количестве присутствует у главы администрации города (24%) и губернатора (22,7%). 30,3% опрошенных удовлетворены работой в обозначенной сфере учебных заведений города, 26,1% – Общественной организации по защите прав потребителей.

Если говорить о качестве официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг Саратовской области, раз-

мещаемой в открытом доступе, то в 2016 г. она измерялась через индикаторы доступности, понятности и удобства получения (табл. 5). Большинство опрошенных оценили ее как полностью или почти полностью удовлетворительной по всем индикаторам. Иными словами, выявился значительный позитивный сдвиг в данном направлении.

Детальный анализ влияния статусных (род деятельности) характеристик на оценку каче-

Таблица 5

Мнение потребителей Саратовской области о качественных характеристиках информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг, %

Индикаторы качества	Качество информации					Итого
	удовлетворительно	скорее удовлетворительно	скорее неудовлетворительно	неудовлетворительно	затрудняюсь ответить	
Уровень доступности	31,3	47,4	12,5	5,5	3,4	100,0
Удобство получения	28,2	45,7	15,1	6,5	4,4	100,0
Уровень понятности	26,6	46,8	18,1	5,2	3,4	100,0



ства информации (табл. 6) показал, что чаще других полностью удовлетворены его доступностью пенсионеры (42,1% при 31,9% в среднем по выборке). Среди работающих – чуть меньше абсолютно удовлетворенных уровнем доступности информации (36,4%, при средней полной удовлетворенности 31,9%). Среди относительно удовлетворенных доступностью этой информации больше всего студентов и учащихся (71,6% при 56,4% в среднем по выборке), а также домохозяек (57,1%) и безработных (53,8%). Полностью или частично не удовлетворены доступностью чаще других пенсионеры (21,1% против

18,1% в среднем по выборке) и безработные (20,0%).

Что касается понятности информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг Саратовской области (табл. 7), то в наибольшей степени полностью удовлетворены этим домохозяйки (42,9% против 27,2% в среднем по выборке) и безработные (30,8%). В основном удовлетворены большинство студентов, учащихся (67,6% против 46,1% в среднем по выборке). В основном не удовлетворены этой характеристикой пенсионеры (29,2% против 18,1% по выборке) и безработные (23,1%).

Таблица 6

Влияние рода деятельности на мнение потребителей Саратовской области о степени доступности информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг, %

Уровень доступности	Социальный статус					По выборке
	работаю	без работы	учусь /студент	домохозяйка (домохозяин)	пенсионер	
Удовлетворительное	36,4	23,1	13,5	28,6	42,1	31,9
Скорее удовлетворительное	40,4	53,8	71,6	57,1	34,2	46,5
Скорее неудовлетворительное	13,6	23,1	6,8	14,3	13,2	12,8
Неудовлетворительное	6,4	–	2,7	–	7,9	5,5
Затрудняюсь ответить	3,2	–	5,5	–	2,6	3,1
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 7

Влияние рода деятельности на мнение потребителей Саратовской области о степени понятности информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг, %

Уровень понятности	Социальный статус					По выборке
	работаю	без работы	учусь /студент	домохозяйка (домохозяин)	пенсионер	
Удовлетворительное	32,4	30,8	14,9	42,9	14,6	27,2
Скорее удовлетворительное	40,4	46,2	67,6	42,9	43,9	46,1
Скорее неудовлетворительное	18,0	23,1	10,8	14,3	29,3	18,1
Неудовлетворительное	6,0	–	1,4	–	9,8	5,2
Затрудняюсь ответить/мне ничего не известно о такой информации	3,2	–	5,5	–	2,4	3,1
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Среди пенсионеров чаще других встречались полностью не удовлетворенные степенью понятности информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг Саратовской области (9,8% при 5,2% в среднем по выборке). Можно предположить, что это вызвано тем, что основная доля информации распространяется через электронные сети, мало доступные этой категории потребителей. В наиболее доступных им источниках информации (радио, телевидение) информация распространяется в форме рекламы, что традиционно вызывает у пенсионеров недоверие.

По поводу удобства получения информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг Саратовской области (табл. 8) 73,0% опрошенных высказались одобрительно. Особенно полностью удовлетворены этим домохозяйки (42,9% против 28,8% в среднем по выборке) и работающие потребители (31,2%). В основном удовлетворены большинство студентов, учащихся (67,6%) и безработных (50% против 44,8% по выборке). Однако среди домохозяек почти в 2 раза чаще других встречаются не удовлетворенные удобством получения данной информации (42,9% против 15,4% по выборке).



Таблица 8

Влияние рода деятельности на мнение потребителей Саратовской области о степени удобства получения информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг, %

Удобство получения информации	Социальный статус					По выборке
	работаю	без работы	учусь /студент	домохозяйка (домохозяин)	пенсионер	
Удовлетворительное	31,2	25,0	16,2	42,9	36,6	28,8
Скорее удовлетворительное	40,9	50,0	67,6	14,3	31,7	44,8
Скорее неудовлетворительное	15,4	25,0	9,5	42,9	17,1	15,4
Неудовлетворительное	8,1	–	1,4	–	9,8	6,5
Затрудняюсь ответить	4,5	–	5,5	–	4,9	4,2
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Качество официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг Саратовской области, размещаемой в открытом доступе, измеряемое через индикаторы доступности, понятности и удобства получения, большинством опрошенных оценено как полностью или почти полностью удовлетворительным по всем индикаторам.

Если говорить об общих оценках состояния конкурентной среды потребителями, то они за-

мерялись по 5-балльной шкале, где 1 – конкуренции практически нет и 5 – очень высокий уровень конкуренции (табл. 9). Результаты показали, что в среднем по всем показателям оценки низкие, ниже 3 баллов. Выше других характеристик потребители оценивают возможность получения кредитов, аренды помещений (по 2,9 балла), наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги (2,6 балла) и доступность государственных и муниципальных услуг (2,5 балла).

Таблица 9

Оценка состояния конкурентной среды потребителями (по среднему значению)

Оценка состояния конкурентной среды	Средний бал
Наличие информации о состоянии рынков города/района	2,3
Наличие спроса и возможности у населения оплачивать эти товары или услуги	2,6
Взаимоотношение с другими фирмами-конкурентами	2,1
Возможность получения кредитов	2,9
Получение разрешения на открытие бизнеса	2,5
Возможности аренды помещений	2,9
Взаимодействие бизнеса с органами власти	2,2
Объем требований и отчетности для налоговых служб	2,2
Доступность государственных и муниципальных услуг	2,5
Возможность участвовать в тендерах и конкурсах, организуемых местными властями	2,2
Снижение барьеров для занятия бизнесом	2,0
Преодоление семейственности и клановости в органах власти	2,0

Самым популярным направлением развития конкурентной среды, по мнению респондентов, в 2015 г. стало ужесточение контроля над ростом цен (52,8%). 48,7% опрошенных указали на ужесточение контроля над качеством продукции (табл. 10). Также горожане считают, что одним из перспективных направлений развития конкуренции в регионе может стать создание новых рабочих мест и контроль над созданием монополий на региональном рынке (37,1 и 24,8% респондентов).

Кроме этого, 20,1% горожан указывают на создание возможностей для того, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту воз-

можность, и 20,3% опрошенных указывают на оказание помощи начинающим предпринимателям.

Таким образом, можно констатировать, что, по оценкам населения основных параметров конкурентной среды на рынках товаров и услуг Саратовской области, большинство из них находится в зоне неопределенности и неодобрения. Наиболее выраженный признак неблагоприятия конкурентной среды населения сформирован в отношении барьеров для занятия бизнесом. Основным барьером для открытия своего бизнеса саратовцами выступает отсутствие стартового капитала и боязнь обращения за ним в финансовые учреждения. Значительная доля населения



Таблица 10

Основные направления работы по развитию конкуренции

Основные направления работы	Частота ответов	Процент к опрошенным
Создание условий, чтобы компаний, продающих товары или услуги, становилось больше	51	10,6
Создание системы информирования населения о работе различных компаний, защите прав потребителей и состоянии конкуренции в районе	70	14,5
Контроль над тем, чтобы одна компания не начинала полностью диктовать условия на рынке	120	24,8
Контроль над ростом цен	255	52,8
Контроль над качеством продукции	235	48,7
Контроль над тем, чтобы фирмы соревновались честно	80	16,6
Создание условий, чтобы все желающие заняться бизнесом могли получить эту возможность	97	20,1
Помощь начинающим предпринимателям	98	20,3
Привлечение инвесторов	51	10,6
Создание новых рабочих мест	179	37,1
Поддержка новых направлений развития экономики города и района	72	14,9
Контроль над работой естественных монополий, таких как водоснабжение, электро- и теплоснабжение, ж\д и авиатранспорт	67	13,9
Сокращение муниципальных предприятий, оказывающих услуги населению, за счет появления новых коммерческих предприятий	34	7,0
Повышение открытости процедур муниципальных конкурсов и закупок	22	4,6
Ведение учета обращений граждан, связанных с проблемами в области развития конкуренции	20	4,1
Юридическая защита предпринимателей	71	14,7
Итого	1522	315,1*

*Респонденты давали по несколько ответов, поэтому сумма не сводима к 100%.

до сих пор не доверяет банкам, предпочитая неформальные займы у родственников и друзей. Кроме того, у населения завышенные оценки конкуренции в бизнес-среде и роли учебных заведений в ее формировании.

Что касается информации о состоянии конкурентной среды на рынке товаров и услуг Саратовской области, то в 2016 г. большинство опрошенных оценили ее как полностью или почти полностью удовлетворительной по всем индикаторам. Иными словами, выявился значительный позитивный сдвиг в данном направлении. В наибольшей степени полностью удовлетворены этим домохозяйки и безработные; в основном удовлетворены – большинство студентов, учащихся, в основном не удовлетворены этой характеристикой пенсионеры.

Примечания

- 1 См.: Кондратов М. В. Формирование и развитие теории конкуренции // Молодой ученый. 2010. № 6. С. 146–149.
- 2 См.: Официальная статистика Саратовской области. 2013 год : стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. Саратов, 2014 ; Основные показатели социально-экономического положения районов и городов Саратовской области. Саратов, 2014.
- 3 См.: Романович Н. А., Агафонова М. С. Теоретические основы конкурентной среды предприятия // Международный студенческий научный вестник. 2014. № 1. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11827> (дата обращения: 12.06.2015).