

НЕОБХІДНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ СПОЖИВЧОЇ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ РЕГІОНУ

Є. В. ГАВРИЛИЧЕНКО

*Харківська національна академія міського господарства
вул. Революції, 12, м. Харків, 61002, Україна
evg0802@gmail.com*

Житлово-комунальне господарство є однією з найважливіших галузей економіки, діяльність якої направлена на створення базових умов життя населення. Незважаючи на це житлово-комунальний комплекс України є найбільш проблемним сектором економіки, реформування якого відбувається на протязі більш ніж десяти років, проте досі не досягнуто зростання якості житлово-комунальних послуг та поліпшення умов проживання, результатом чого є зростання незадоволення серед споживачів.

В таких умовах для забезпечення безперервності розвитку житлово-комунального комплексу доцільно здійснювати управління із використанням маркетингових методів, які передбачають, насамперед, зосередження уваги на споживачах, розумінні їх запитів, потреб та намірів, їх поведінки та системи цінностей. Тому постає завдання визначення напрямів вивчення споживачів.

Сьогодні все частіше предметом наукових досліджень є адаптація існуючих маркетингових технологій для рішення актуальних проблем житлово-комунального комплексу. На думку науковців, з одного боку, проблеми незадоволеності споживачів спроможний вирішити маркетинг, який передбачає управління ринком, спрямоване на здійснення обміну і встановлення економічних відносин з метою повного задоволення попиту споживачів; з другого боку, теоретичне обґрунтування і розробка методів і прийомів маркетингової діяльності при наданні комунальних послуг є першочерговим завданням вдосконалення управління підприємствами ЖКГ в умовах ринку.

Слід підкреслити, що житлово-комунальні підприємства виробляють не матеріальні цінності, а послуги і, тому, результатом своєї діяльності мають з певними характеристиками, до яких споживачі цього продукту пред'являють певні вимоги, як і до інших товарів. Отже, житлово-комунальні послуги повинні також оцінюватися з позиції розуміння цих вимог. Одним з найважливіших інструментів, який дозволяє це реалізувати, є механізм вимірювання ступеня задоволеності споживачів продукції (послуги).

На Заході такі процедури є звичайною практикою та існують на різних рівнях виробничої і суспільної сфер діяльності, в т. ч. і на національному рівні. У багатьох країнах світу індекс задоволеності споживача вимірюється протягом тривалого періоду, починаючи з 1989 року. У 1996 р. Європейська комісія за наказом Європейської організації з якості провела дослідження з метою розвитку національного індексу та європейського індексу

задоволеності споживача, ґрунтуючись на досвіді інших країн. У 1998 р. європейський індекс задоволеності споживача був впроваджений в Португалії, Бельгії, Данії, Іспанії, Фінляндії, Франції, Греції, Ісландії, Італії, Великобританії, Швеції та Швейцарії.

Україна з 2007 р. долучилася до участі у проекті «Індекс задоволеності споживачів», що здійснюється у країнах європейської спільноти. Серед галузей економіки, що досліджуються є банківські послуги, мобільні комунікації, міжміський транспорт, супермаркети, страхування. Проте систематичні обстеження задоволеності населення житлово-комунальними послугами в Україні на сьогодні відсутні.

Розглянемо існуючі практики у в цьому аспекті. В Росії дослідження споживчої задоволеності житлово-комунальними послугами проводяться на замовлення Міністерства регіонального розвитку РФ по всіх регіонах країни. В 2006 році дослідження задоволеності споживачів «Consumer Satisfaction Survey» було проведено у всіх 25 країнах, які є членами Європейський Союзу, за 11 видами послуг, в тому числі й послуг електропостачання, газопостачання, розподілу води. В 2008 році аналогічне дослідження було проведено за 12 видами послуг, результати досліджень біли опубліковані в статистичній книзі «Consumers in Europe». Видання представляють собою комплексний набір даних і пов'язаною з ними інформації про споживчі ринки та питання захисту прав споживачів у Європейському Союзі. Зазначимо, що житлово-комунальні послуги розглядаються з позиції задоволеності і важливості їхніми атрибутами. Мета таких публікації полягає в об'єднанні самої актуальної і корисної інформації для оцінки та розвитку споживчої політики, не тільки як інструмент для політиків, але й для тих, хто зацікавлений у вивченні ринків та споживчих вподобань, таких як представницькі організації, органи державної влади, або постачальники товарів і послуг задля того, щоб зробити політику Європейського Союзу в цій області більш чуйною очікування і побоювання споживачів.

Звертаючи увагу на те, що Україна стоїть на шляху приєднання до ЄС, вважаємо необхідним впровадження системи аналізу споживчої задоволеності житлово-комунальних послуг в розрізі регіонів України, базуючись на вивченні й аналізі європейського досвіду, що сприятиме підвищенню ефективності процесу реформування галузі в економічних відносинах в цілому, а також встановленню відповідності вартості й якості, і в кінцевому підсумку, підвищенню рівня споживчої задоволеності послугами ЖКК.