



Фонд «Институт экономики города»

ВЕБИНАР

«Потребительский рейтинг управляющих организаций»

Ирина Валентиновна Генцлер,
директор направления «Городское хозяйство»

18 ноября 2021 г., Москва

ПЛАН ВЕБИНАРА

1

О проекте «Потребительский рейтинг управляющих организаций как инструмент общественного контроля качества жилищно-коммунальных услуг»

2

- Цель формирования потребительского рейтинга
- Критерии и методика оценки

3

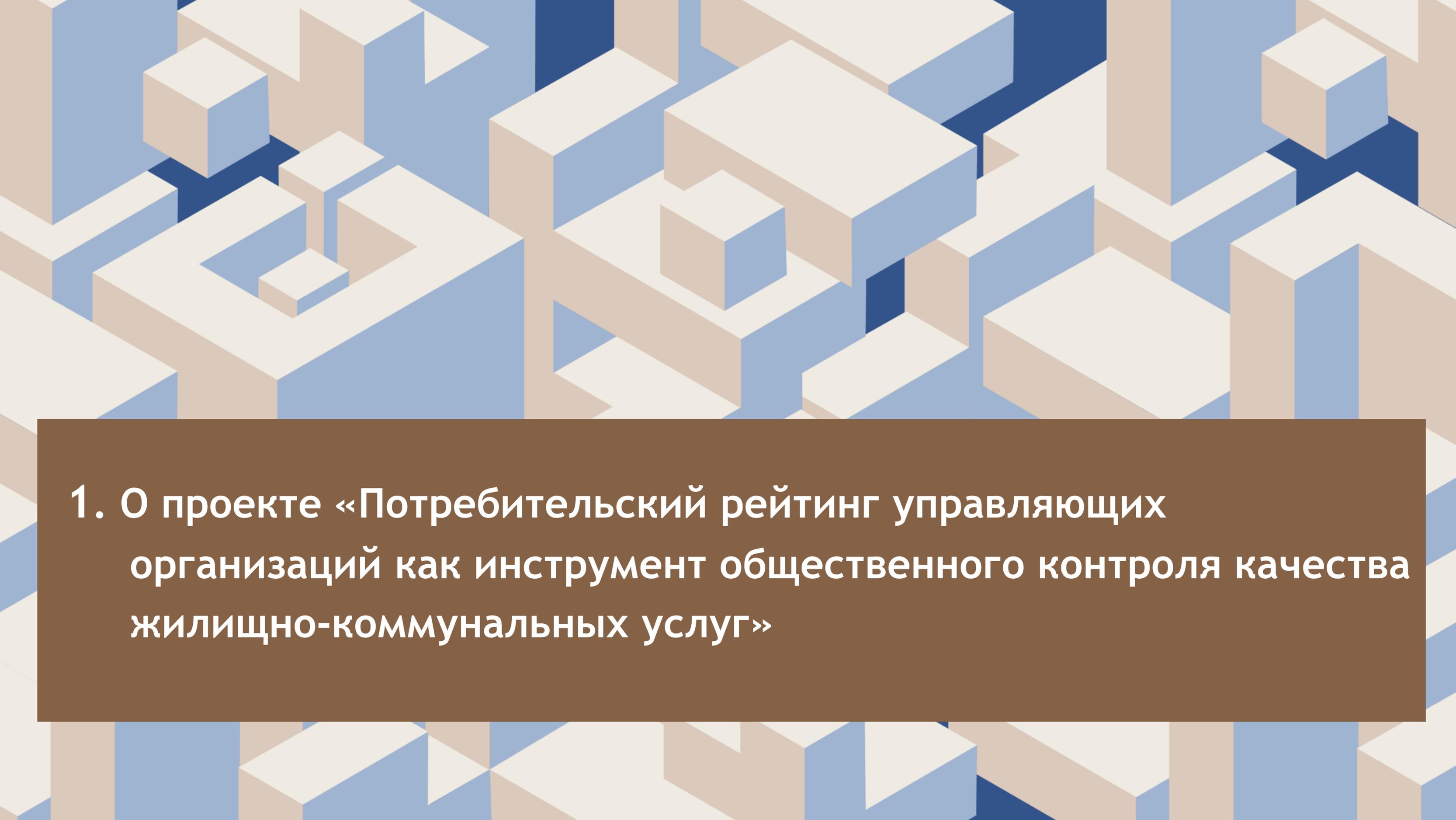
Рекомендации по результатам проекта

4

Новые возможности для формирования потребительских рейтингов - использование информационных систем

5

Дискуссия: востребованность потребительских рейтингов; кто может быть инициатором; как вовлечь в оценку большее число собственников / представителей МКД?



1. О проекте «Потребительский рейтинг управляющих организаций как инструмент общественного контроля качества жилищно-коммунальных услуг»

Грант Президента
Российской Федерации
на развитие гражданского общества

2013 - 2014 гг.



ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ ФОНДА
«ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА»

ПРОЕКТ: ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЕЙТИНГ УПРАВЛЯЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ЖИЛИЩНО- КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

МАТЕРИАЛЫ ПРОЕКТА НА САЙТЕ ИЭГ:
<https://www.urbanecomonomics.ru/node/4293>



Цели проекта:

- Разработать критерии и методики оценки и формирования потребительского рейтинга управляющих организаций
- Апробировать критерии и методики в пилотных городах
- Сформировать пробные потребительские рейтинги управляющих организаций
- Разработать рекомендации для управляющих организаций по улучшению работы с потребителями

Разработанные материалы могут использоваться:



собственниками, советами МКД,
правлениями ТСЖ/ЖСК



НКО, организациями общественного контроля в
ЖКХ



управляющими организациями



органами местного самоуправления

ПИЛОТНЫЕ ГОРОДА И ПАРТНЕРЫ

Калининградская область

Города:

- Калининград
- Зеленоградск
- Светлый

Партнеры:

Некоммерческое партнерство «Балтийский Жилищный Союз»

Автономная некоммерческая организация «Центр жилищного просвещения»

Некоммерческое партнерство управляющих организаций ЖКХ Калининградской области «Альянс»

Удмуртская Республика

Города:

- Ижевск
- Сарапул

Партнеры:

Общественная организация потребителей услуг ЖКХ «Объединение советов Удмуртской Республики»

Некоммерческая организация «Ассоциация товариществ собственников жилья и советов многоквартирных домов Удмуртской Республики»

Удмуртское республиканское отделение Общероссийской общественной организации «Деловая Россия»

Некоммерческое партнерство «Управдом»

КАЛИНИНГРАДСКАЯ
ОБЛАСТЬ

УДМУРТСКАЯ
РЕСПУБЛИКА



ПОДГОТОВКА К ОЦЕНКЕ УПРАВЛЯЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

2 круглых стола: обсуждение критериев и методики оценки



6 обучающих семинаров для советов МКД: вопросы анкеты, оценки



В обучающих семинарах приняли участие 495 человек



Семинар в Калининграде



УЧАСТИЕ СОВЕТОВ МКД В ОЦЕНКЕ УПРАВЛЯЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

	Калининград	Зеленоградск	Светлый	Ижевск	Сарапул
Количество советов МКД, участвовавших в оценке	38	40	14	242	154
Всего оценено управляющих организаций	15 (из 102)	3 (из 7)	2 (из 2)	19 (из 64)	4 (из 6)
Количество анкет по одной управляющей организации	от 1 до 12	от 1 до 37	от 6 до 8	от 1 до 78	от 4 до 125
Анкеты, подписанные тремя и более членами совета МКД (собственниками), % от общего числа анкет	27 (71%)	34 (85%)	11 (79%)	153 (63%)	123 (80%)



РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

01

Критерии оценки и методика формирования потребительского рейтинга управляющих организаций

- разработаны, обсуждены и опробованы на практике
- подтверждена универсальность критериев и методики и возможность адаптации к местным условиям

02

Сформированы и представлены в 5 пилотных городах пробные рейтинги управляющих организаций:

- рейтинги управляющих организаций по качеству информации для неограниченного круга потребителей
- рейтинги управляющих организаций по удовлетворенности потребителей услуг (потребительские рейтинги)

03

Материалы проекта были запрошены

- органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления
- некоммерческими организациями, региональными подразделениями общественного контроля в ЖКХ
- Комиссией по развитию социальной инфраструктуры и ЖКХ Общественной Палаты Российской Федерации (включены в сборник методических материалов для создания системы общественного жилищного контроля в субъектах Российской Федерации)





2. Цель формирования потребительского рейтинга Критерии и методика оценки

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА



«Предназначение любого бизнеса заключается в удовлетворении запросов клиента»

Питер Друкер,
«Энциклопедия менеджмента»

Оценка на уровне 1 МКД

- носит локальный характер
- контроль исполнения обязательств по договору управления конкретным МКД

Оценка управляющей организации потребителями из всех (многих) МКД

- обобщенная оценка имеет общественную значимость
- создает «потребительскую репутацию» управляющей организации
- позволяет оценить удовлетворенность клиентов

Потребительский рейтинг - свод обобщенных потребительских оценок разных управляющих организаций

- позволяет сравнивать управляющие организации между собой и с «лучшей управляющей организацией», описанной через самые высокие оценки по критериям
- отражает текущую ситуацию на рынке услуг и позволяет задать вектор желательных изменений



01

Создать источник информации для потребителей об управляющих организациях

02

Стимулировать управляющие организации ориентировать свою деятельность на потребителей

03

Вовлечь широкий круг потребителей в оценку деятельности управляющей организации и в решение вопросов управления общим имуществом в МКД

ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕЙТИНГА

ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ ПРЕДМЕТОМ ОЦЕНКИ

Управляющие организации по отношению к потребителям должны вести себя так же, как участники других рынков услуг, работ, товаров



Качество информации об услугах и работах, предоставляемой неограниченному кругу потребителей
(в открытых источниках)



Удовлетворенность потребителей качеством оказываемых услуг и выполняемых работ



Взаимодействие управляющей организации с потребителями при исполнении договора управления МКД



ПОДХОД К ВЫБОРУ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ

Критерии оценки не должны отражать чрезмерных ожиданий потребителей, должны соответствовать требованиям законодательства

#1 Критерии оценки должны соответствовать предмету оценки

#2 Оцениваемые показатели должны отражать важные с точки зрения потребителей стороны деятельности управляющей организации

#3 Оцениваемые показатели должны зависеть от действий только управляющей организации

#4 Оцениваемые показатели должны отражать результат деятельности управляющей организации

#5 Критерии оценки должны позволять проводить оценку без обращения за информацией к управляющей организации или органам власти

1. КРИТЕРИИ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ ОБ УСЛУГАХ (РАБОТАХ), ПРЕДОСТАВЛЯЕМОЙ НЕОГРАНИЧЕННОМУ КРУГУ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОЦЕНКА ПРОВОДИЛАСЬ ЭКСПЕРТАМИ ИЭГ И ПАРТНЕРСКИХ НКО, НЕ СОВЕТАМИ МКД

01

Информация о перечне оказываемых (предлагаемых) услуг и работ по управлению, содержанию и ремонту МКД

02

Сведения о каждой услуге (работе) содержат:

- описание содержания (выполняемые действия)
- периодичность, сроки
- результат

03

Сведения о стоимости каждой услуги (работы)

04

Доступность информации (легкость поиска на сайте управляющей организации)

Критерии соответствовали требованиям Стандарта раскрытия информации (ПП РФ №731)

С введением требования о размещении управляющими организациями информации в ГИС ЖКХ по установленным формам предложенные критерии могут применяться только для оценки добровольных действий управляющей организации в отношении предоставления информации потребителям



2. КРИТЕРИИ, ОТРАЖАЮЩИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И РАБОТ УПРАВЛЯЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ВОПРОСЫ АНКЕТЫ

- ▶ **Вопрос 1. Как вы оцениваете выполнение управляющей организацией услуг и работ по содержанию общего имущества в вашем доме в течение оцениваемого периода?**
 - Оценка проводится отдельно по видам работ (содержание (техническое обслуживание) конструкций дома; техническое обслуживание внутридомовых инженерных систем; санитарное содержание помещений, относящихся к общему имуществу; и др.)
- ▶ **Вопрос 2. Как вы оцениваете качество коммунальных услуг, предоставляемых управляющей организацией потребителям в вашем доме в течение оцениваемого периода?**
 - Оценка проводится отдельно по видам коммунальных услуг
- ▶ **Вопрос 3. Как вы оцениваете изменения в состоянии вашего МКД в результате деятельности управляющей организации?**
 - Оценка проводится в сравнении с исходной ситуацией и условиями договора

Анкету для опроса см. в материалах к вебинару по ссылке:

https://www.urbanecomonomics.ru/sites/default/files/2_anketa_dlya_ocenki_poyasneniya_k_ankete.pdf



3. КРИТЕРИИ, ОТРАЖАЮЩИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УПРАВЛЯЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ (ЗАКАЗЧИКАМИ) УСЛУГ И РАБОТ

ВОПРОСЫ АНКЕТЫ

- ▶ **Вопрос 4.** Предложила ли управляющая организация собственникам помещений в вашем МКД годовой план работ по содержанию и ремонту общего имущества на текущий год?
- ▶ **Вопрос 5.** Представила ли управляющая организация полный отчет об исполнении плана работ по содержанию и ремонту вашего МКД за предыдущий год?
- ▶ **Вопрос 6.** Как вы оцениваете предоставление управляющей организацией информации, необходимой собственникам помещений для принятия решений по управлению МКД (содержанию общего имущества)?
 - Информация о состоянии общего имущества (по результатам осмотра)
 - Перечень необходимых работ и ремонтов для обеспечения надлежащего состояния общего имущества в МКД
 - Предложения по проведению энергосберегающих мероприятий
- ▶ **Вопрос 7.** Как вы оцениваете взаимодействие управляющей организации с советом многоквартирного дома (правлением ТСЖ или кооператива)?
- ▶ **Вопрос 8.** Как вы оцениваете взаимодействие управляющей организации с потребителями (собственниками помещений в доме) для получения «обратной связи»?



МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В МНОГОКВАРТИРНОМ ДОМЕ

#1

Оценка осуществляется путем ответов на вопросы анкеты

#2

Оценка в баллах:
5 баллов - высшая оценка
0 баллов - низшая оценка

#3

По каждому вопросу анкеты есть пояснения: за что именно присваивается высший балл

#4

Все вопросы (критерии оценки) равноценны

Максимальная оценка по критерию - 5 баллов

#5

Если критерий (вопрос) содержит подвопросы

Оценивается каждый подвопрос (при обработке анкет рассчитывается средняя оценка)

#6

Если какой-то подвопрос (показатель) не оценивается -

средняя оценка по критерию рассчитывается из меньшего числа показателей

#7

Оценка проводится уполномоченными представителями **собственников в МКД*** советом МКД (правлением ТСЖ)

#8

Коллегиальность оценки

От одного МКД - одна анкета с согласованными общими оценками не менее 3 человек

#9

Заполненная анкета передается инициатору проведения оценки

для участия в формировании потребительского рейтинга

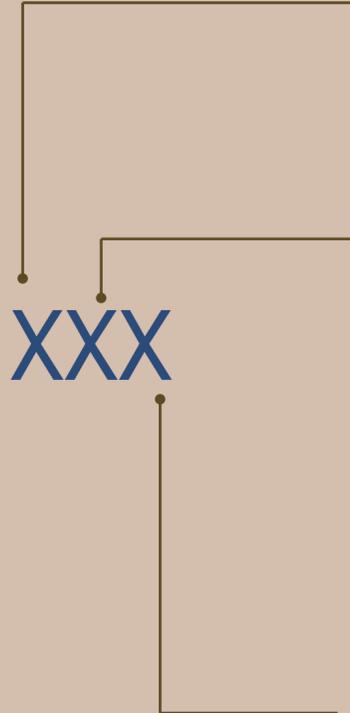
* Методика разрабатывалась и опробовалась в то время, когда информационные системы для получения потребительских оценок деятельности управляющих организаций еще не существовали.



ОБРАБОТКА АНКЕТ И ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕЙТИНГА УПРАВЛЯЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

- **Оценки из каждой анкеты, поступившей из многоквартирных домов, находящихся в управлении одной управляющей организации, заносятся в электронную оценочную таблицу данной организации по адресам МКД**
- **Суммарная оценка управляющей организации для формирования потребительского рейтинга рассчитывается как сумма средних оценок по всем критериям**
- **Суммарная оценка управляющей организации по всем критериям (в баллах) может быть пересчитана в значение итогового индекса, показывающего, какую долю полученная управляющей организацией суммарная оценка составляет от максимально возможной суммарной оценки (в %)**
- **В случае если каждая из управляющих организаций, включаемых в потребительский рейтинг, оценена советами многоквартирных домов не всех многоквартирных домов, находящихся в управлении данной управляющей организации, и не все анкеты содержат коллегиальную оценку управляющей организации (подписаны менее чем тремя членами совета многоквартирного дома), потребительский рейтинг управляющих организаций рекомендуется формировать путем присваивания каждой оцененной управляющей организации трехбуквенного обозначения потребительского рейтинга (XXX)**

ОБОЗНАЧЕНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЕЙТИНГЕ

 <p>XXX</p>	Потребительская оценка составила % от максимально возможной	от 100 до 75	A
		менее 75 до 50	B
		менее 50 до 25	C
		менее 25 до 0	D
	Доля домов, в которых потребители оценили УО (% от всех домов УО)	от 100 до 75	A
		менее 75 до 50	B
		менее 50 до 25	C
		менее 25 до 0	D
	Доля анкет с оценкой УО, подписанных 3 и более потребителями	от 100 до 75	A
		менее 75 до 50	B
		менее 50 до 25	C
		менее 25 до 0	D

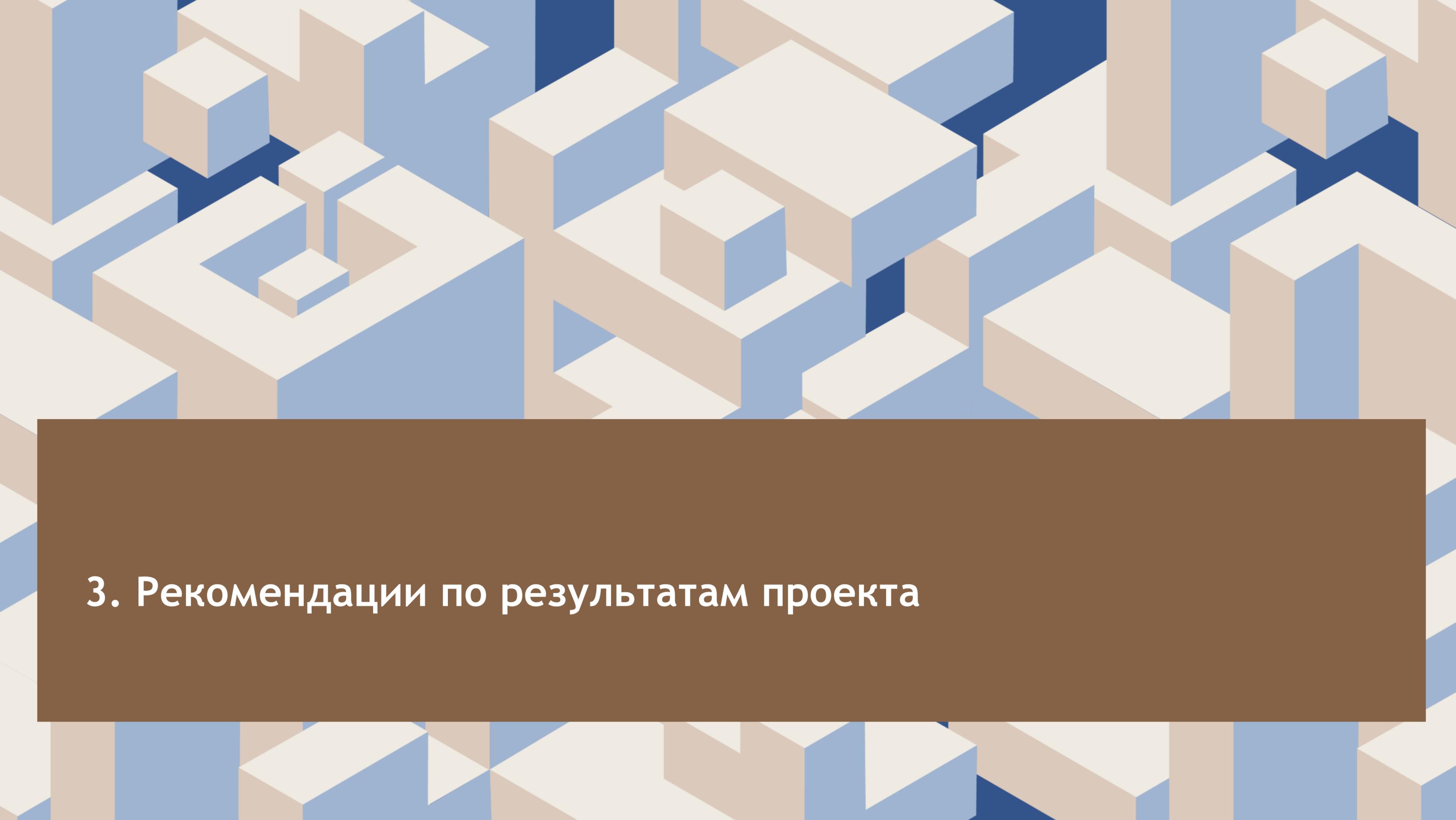
Пример: Рейтинг **ABC** означает, что управляющая организация получила **высокую потребительскую оценку**, в оценке **участвовали потребители из более чем 50% домов**, управляемых данной организацией, но **коллегиальность оценки присутствует менее чем в половине анкет**



ПРИМЕР ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕЙТИНГА

Наименование управляющей организации*	Рейтинг	Средние оценки по критериям, баллы								Суммарная оценка по всем критериям	ИТОГОВЫЙ ИНДЕКС (% от максимальной возможной суммарной оценки)	Количество советов многоквартирных домов, принявших участие в оценке	Количество многоквартирных домов, находящихся в управлении (обслуживании)
		1.Выполнение услуг и работ по содержанию и ремонту общего имущества	3. Изменения состояния многоквартирного дома в результате деятельности управляющей организации	4. Предложение собственникам годового плана работ по содержанию и ремонту дома на год	5.Предствление собственникам отчета об исполнении годового плана работ за прошедший год	6. Предоставление собственникам информации, связанной с управлением многоквартирным домом	7. Взаимодействие управляющей организации с советом многоквартирного дома	8. Взаимодействие управляющей организации с потребителями услуг (собственникам и помещений)					
	DDA	2,47	2,33	0,17	1,17	0,28	2,00	0,83	9,25	26,43	6	88	
	DDA	1,69	1,25	0,75	0,50	0,75	3,25	0,25	8,44	24,11	4	57	
	BDB	4,11	4,00	3,47	3,26	3,49	4,16	3,61	26,10	74,57	19	201	
	CDB	2,66	2,57	2,00	2,10	1,66	2,71	1,71	15,41	44,03	21	119	
	CDA	2,04	2,20	0,20	1,40	0,27	1,80	1,60	9,51	27,17	5	289	
	ADA	4,13	5,00	1,00	5,00	3,00	5,00	4,00	27,13	77,51	1	8	
	CDA	2,42	1,50	1,00	3,00	0,00	2,50	1,50	11,92	34,06	2	15	
	BDA	4,14	3,00	4,00	1,00	1,00	5,00	0,00	18,14	51,83	1	52	
	CDB	3,93	3,33	2,33	3,33	3,58	3,17	3,00	22,67	64,77	6	64	
	DDD	0,63	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	4,63	13,23	1	78	
	CDA	2,09	4,00	0,33	1,00	0,11	2,00	0,33	9,86	28,17	3	44	
	ADA	3,91	4,00	3,33	3,67	4,58	4,33	3,50	27,32	78,06	6	51	
	ABD	4,22	4,11	3,94	4,17	3,85	4,30	3,96	28,55	81,57	47	86	
	ACA	4,41	4,50	4,32	4,54	4,27	4,51	3,97	30,52	87,20	78	309	
	ADC	4,22	4,29	3,50	3,67	3,67	4,57	4,33	28,25	80,71	7	42	
	BDA	4,06	4,06	3,52	3,69	3,24	3,81	3,63	26,01	74,31	32	207	
	DDA	1,43	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	5,43	15,51	1	19	
	ADA	5,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	28,00	80,00	1	55	
	CDD	5,00	4,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	11,00	31,43	1	20	





3. Рекомендации по результатам проекта

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕЙТИНГОВ УПРАВЛЯЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

- Проводить оценку управляющих организаций потребителями с формированием потребительского рейтинга один раз в год
Проводить анкетирование (опрос) в апреле-мае (не растягивая на долгий срок)
- Объединить усилия заинтересованных организаций (объединений потребителей ЖКУ, организаций общественного контроля, жилищного просвещения, СРО управляющих организаций, др.) для проведения оценки управляющих организаций как совместной общественной акции
- Для повышения объективности и достоверности потребительской оценки управляющих организаций:
 - вовлекать в оценку представителей собственников помещений из как можно большего числа многоквартирных домов
 - вовлекать большее число собственников помещений в доме в оценку деятельности управляющей организации (повышать коллегиальность оценки), например, проводить опросы собственников, рассматривать вопросы анкеты на общем собрании
 - повышать уровень подготовленности представителей собственников помещений по вопросам управления МКД
- При поддержке органов государственной власти и местного самоуправления организовать активную информационную кампанию
- Публиковать потребительские рейтинги управляющих организаций
- Обеспечить доступ управляющим организациям к обобщенной информации об оценках потребителей по каждому критерию оценки
- Использовать критерии оценки управляющих организаций в информационной и просветительской работе с собственниками помещений, советами МКД (для правильного понимания роли/ответственности собственников и управляющей организации)



Не использовать потребительский рейтинг в целях административного давления на управляющие организации!

РЕКОМЕНДАЦИИ УПРАВЛЯЮЩИМ ОРГАНИЗАЦИЯМ: качество информации об услугах и работах



1. Для удобства потребителей информацию об услугах и работах управляющей организации рекомендуется представлять в формате каталога как общую информацию для потребителей, как это делают коммерческие организации в других сферах:

- Систематизированный перечень услуг и работ («оглавление каталога»):
 - I. Услуги по управлению МКД
 - II. Услуги и работы по содержанию и ремонту общего имущества,
 - III. Другие услуги и работы
- Детализация перечня до «единичных» услуг и работ
- Связь между перечнем («оглавлением каталога») и детальной информацией о каждой услуге и работе



2. В сведениях о каждой «единичной услуге» (работе):

- содержание услуги (работы) как описание действий (что делается, как документируется выполнение)
- периодичность - нормируемая или рекомендуемая, связать периодичность с показателем технического состояния элемента общего имущества
- результат услуги (работы) - имеющий потребительскую ценность и «измеримость» («отсутствие грязи и мусора»; «безаварийная работа», ...)



3. Сведения о стоимости каждой услуги (работы)

- как часть информации об услуге (работе) (связь между объемом, качеством и стоимостью)
- определять стоимость исходя из реальных затрат в расчете на единицу количественной характеристики элемента общего имущества, в отношении которого услуга (работа) выполняется
- стоимость при разовом выполнении и для указанной периодичности (если периодичность не может изменяться)

Такие сведения об услугах и работах позволят потребителям формировать проекты перечня услуг и работ для своего дома и рассчитывать стоимость такого перечня («расцененный перечень»).

Можно предложить «калькулятор» для предварительного расчета стоимости услуг и работ по управлению и содержанию общего имущества в МКД



МАТЕРИАЛЫ ВЕБИНАРА (актуализированные материалы проекта):

Методика оценки и построения потребительского рейтинга управляющих организаций

https://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/1_metodika_ocenki_i_postroeniya_potrebitelskogo_reitinga_0.doc

Анкета для оценки управляющей организации

https://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/2_anketa_dlya_ocenki_poyasneniya_k_ankete.pdf

Оценочная таблица управляющей организации

https://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/3_ocenochnaya_tablica_uo_rezultaty_anketirovaniya.xlsx

Инструкция по обработке анкет по оценке управляющей организации

https://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/4_instrukciya_po_obrabotke_anket_zapolneniyu_ocenochnoi_tablicy.docx

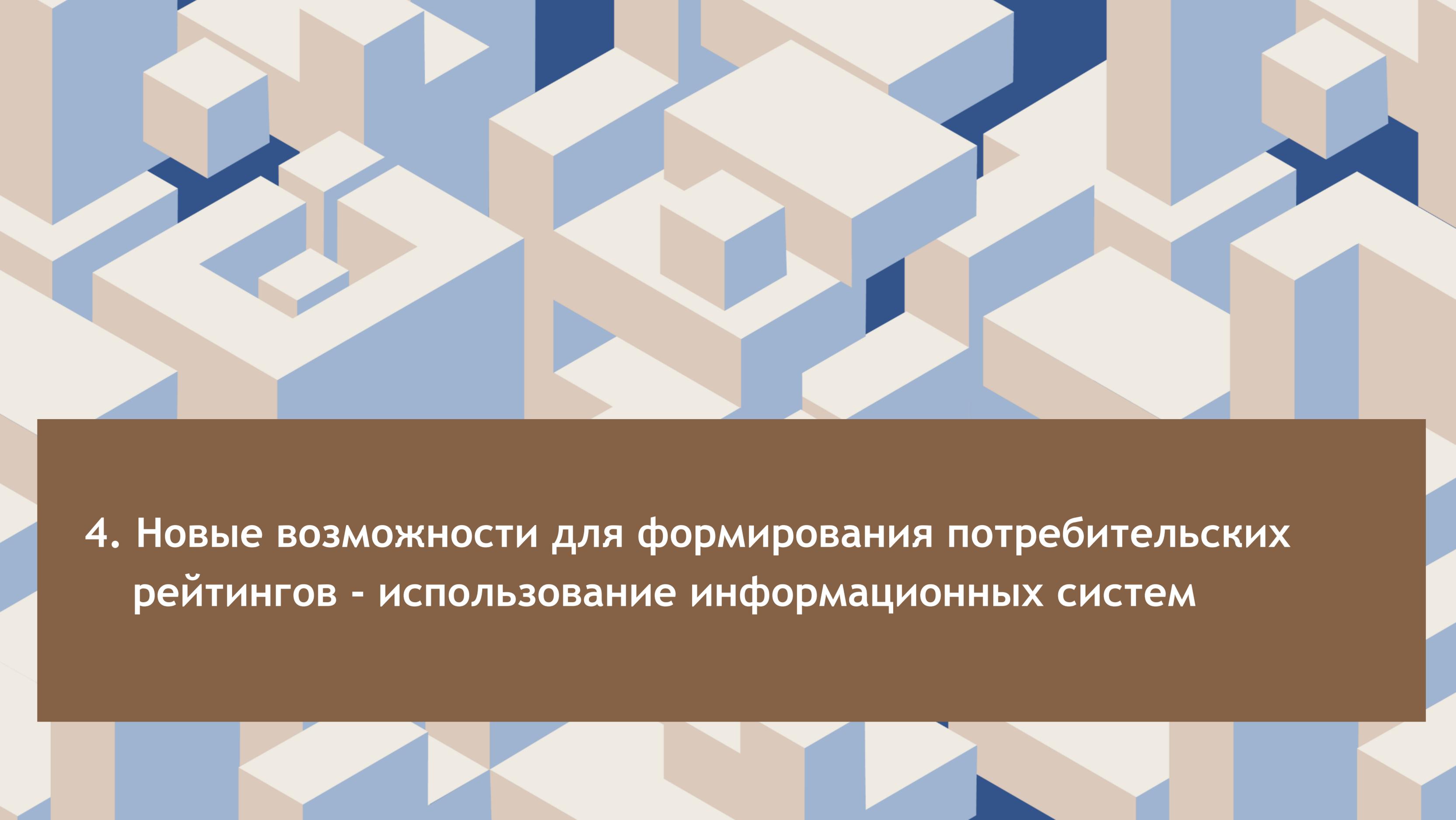
Потребительский рейтинг управляющих организаций (пример)

https://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/5_potrebitelskii_reiting_uo_primer.xlsx

Рекомендации для управляющих организаций по улучшению работы с потребителями

https://www.urbanecomomics.ru/sites/default/files/6_rekomendacii_dlya_uo_po_uluchsheniyu_raboty_s_potrebitelyami.docx

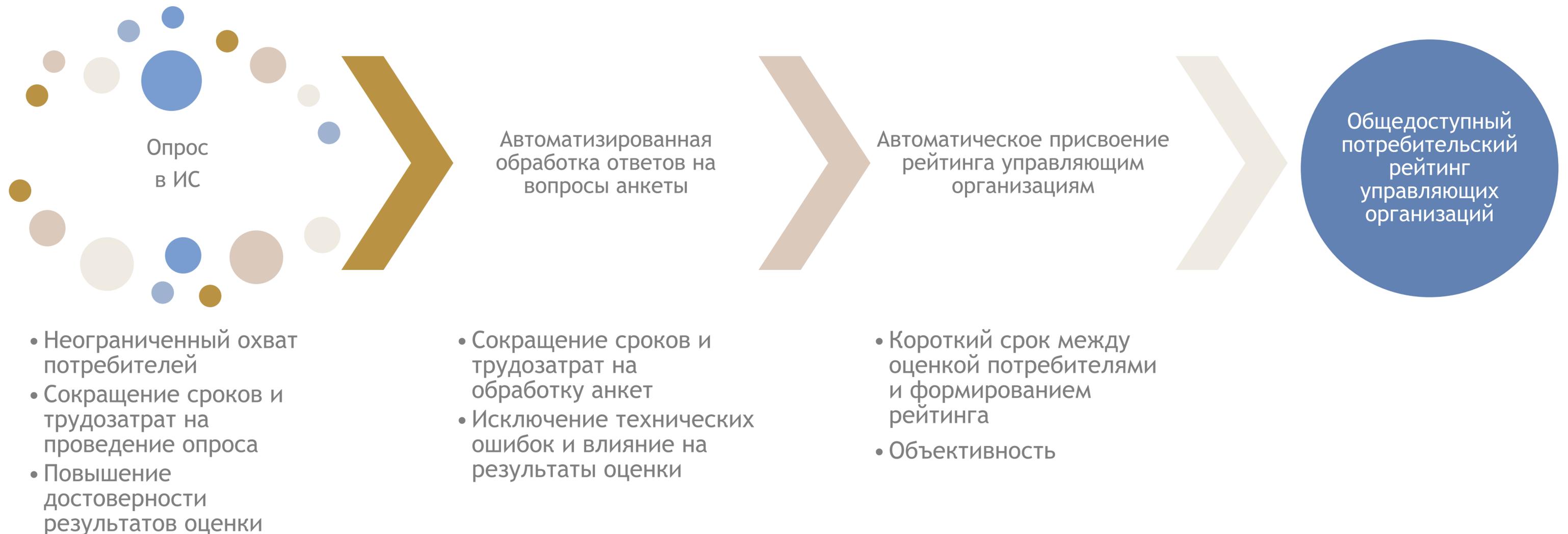




4. Новые возможности для формирования потребительских рейтингов - использование информационных систем

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ - НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕЙТИНГОВ

Отказ от «бумажного» опроса представителей собственников в пользу оценок управляющих организаций неограниченным числом потребителей с использованием информационной системы (ИС)



Но задача вовлечения как можно большего числа собственников помещений в оценку управляющих организаций по-прежнему актуальна!



5. Дискуссия:

Востребованность потребительских рейтингов?

Кто может быть инициатором?

Как вовлечь в оценку большее число собственников / представителей МКД?



ФОНД «ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА»

125009 Москва,
Леонтьевский переулок, дом 21/1, стр.1
тел.: 8 (495) 363-50-47, 8 (495) 787-45-20,
E-mail: mailbox@urbaneconomics.ru
Web-site: www.urbaneconomics.ru

