

## **Исследования конъюнктуры организации по обеспечению потребителей в жилищно-коммунальном хозяйстве**

**Л.А. Сеферян**

Сознательное, целенаправленное достижение устойчивой конъюнктуры организации по обеспечению потребителей в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ) невозможно без проведения конъюнктурных исследований. В определенном смысле исследования являются альфой и омегой конъюнктурной политики организации. Они предвосхищают выработку и принятие решений, влияющих на обеспечение потребителей в ЖКХ. Исследования конъюнктуры обеспечению потребителей в ЖКХ – это совокупность инструментов, форм, методов и процессов экономического анализа, направленных на оценку реальной конъюнктуры обеспечения, выявление факторов ее определяющих и разработку конъюнктурной политики [1,2]. Необходимо различать конъюнктурные исследования по ряду признаков, среди которых в процессе обеспечения потребителей в ЖКХ выделяют такие как:

1. Объекты исследования. Различаются на уровне организации по обеспечению потребителей в ЖКХ следующие объекты конъюнктурных исследований: услуги и ресурсы ЖКХ, поставщики и потребители, коммерческие посредники и конкуренты, а также организации по обеспечению потребителей в ЖКХ в целом.

2. Методы исследования. Особое внимание обращается на статико-аналитические, экономико – математические, экспертно – эвристические методы исследования функционирования экономических потоков в процессе обеспечения потребителей.

3. Процессы исследования. Здесь под процессами исследования подразумевается совокупность действий, направленных на исследование процесса обеспечения потребителей в ЖКХ. В этом смысле в состав конъюнктурных исследований входят: маркетинговые исследования,

исследование финансово-экономического состояния организации, оценка эффективности и качества его работы.

4. Формы организации исследований. Формы организации исследований по обеспечению потребителей в ЖКХ включают следующие основные элементы: исследовательские подразделения организации, независимые специализированные фирмы, привлекаемые для этих целей; кадровое, информационное, техническое и финансовое обеспечение исследований; технологию проведения исследований; порядок сбора, обработки и использования информации и др. [3,4].

В систематизированном виде все выше изложенное выглядит следующим образом (таблица 1). Привлечение специализированных фирм для проведения конъюнктурных исследований целесообразно для разработки конъюнктурного прогноза конкретным видам услуг и используемых ресурсов. Для малых и средних организаций можно считать оправданным использование подобных фирм практически во всех разновидностях конъюнктурных исследований.

Таблица № 1

Виды исследований конъюнктуры организации обеспечения потребителей в ЖКХ

№ п/п	Классификационный признак	Вид исследований
1	Объекты исследований	Участники процесса обеспечения потребителей в ЖКХ
2	Методы исследований	Статико-аналитические, экономико-математические, экспертно-эвристические
3	Процессы исследований	Эффективность функционирования экономических потоков в процессе обеспечения потребителей в ЖКХ, эффективность и качество работы организации по обеспечению потребителей ЖКХ
4	Формы организации исследований	Собственными силами, с привлечением специализированных фирм.

По содержанию и формам организации процессы исследования конъюнктуры процесса обеспечения в ЖКХ, мало чем отличаются от общеэкономических исследований, которые достаточно подробно описаны в многочисленных публикациях [5,6]. Чтобы не повторяться обратимся к малоизученной и слабо разработанной проблеме - исследованию конъюнктуры организации по обеспечению потребителей в ЖКХ.

Оговоримся сразу, что категория «конъюнктура организации» вне рыночной конъюнктуры экономически неприемлема. Поэтому, в той или иной степени мы неизбежно вынуждены будем обращаться к конъюнктурным исследованиям рынка, что подтверждает мысль, о взаимосвязи и взаимообусловленности всех элементов рыночной конъюнктуры. Конъюнктура организации по обеспечению потребителей в ЖКХ - совокупность признаков, характеризующих текущее состояние обеспечения в определенный период времени. В условиях реализации рыночного механизма определяется балансом государственного регулирования и коммерции.

Исследование конъюнктуры организации обеспечению потребителей в ЖКХ должно базироваться на определенной системе ее оценок, что предполагает определенную систему показателей, описывающих эту конъюнктуру. Конъюнктура организации по обеспечению может быть описана системой абсолютных и относительных показателей, характеризующих:

1. Место организации на рынке обеспечения потребителей в ЖКХ(доля организации в общем объеме предоставленных услуг данного вида и реализованных ресурсов в ЖКХ в общем объеме в пределах определенных географических границ и др.).

2. Конкурентоспособность организации (общий показатель конкурентоспособности, доля новых видов услуг и ресурсов ЖКХ в общем объеме логистического обеспечения и др.).

3. Эффективность работы организации (платежеспособность, рентабельность, фондоотдача, качество предоставления услуг и реализуемых ресурсов в ЖКХ и др.).

4. Социальная значимость организации (доля организации в экономическом потенциале региона, количество занятых, социальных эффект от функционирования и др.).

Все перечисленные показатели определяются общеизвестными методами и поэтому не требуют специального изложения. Остановимся лишь на обобщающем показателе, который назовем интегральным критерием конъюнктуры организации по обеспечению в потребителей в ЖКХ региона. Он может быть разработан только на основе сравнительных сопоставлений, так как уровень конъюнктуры может быть выше или ниже некой нормативной (оптимальной) величины[7,8].

Целевой характер сбора информации о конъюнктуре рынка должен быть направлен на изучение: функционирующих экономических потоков; участников процесса обеспечения потребителей в ЖКХ; имеющихся и внедряемых услуг ЖКХ; использования ресурсов организаций и предприятий по обеспечению потребителей в ЖКХ; административно-правового регулирования и т.д.

Обеспечения потребителей в ЖКХ региона, проводится посредством анализа нормативных документов, мотивации и поведения участников, а также анализа предоставляемых логистических услуг и используемых ресурсов. При наличии хорошо разработанной методической базы, надежном техническом и программном обеспечении, обработка результатов исследований не представляет большого труда[9,10].

#### **Литература:**

1. Алимова Т. Диверсификация деятельности малых предприятий [Текст] // Вопросы экономики. – 2006. – № 6. – С. 130-137.

2. Шеина С.Г. Мониторинг как основа стратегического управления техническим состоянием муниципального жилищного фонда [Текст] // ЖКХ. – 2006. - № 2. – С. 4-11;
3. Сеферян Л.А. Анализ современного состояния жилищно-коммунального комплекса РФ [Текст] // Известия РГСУ, журнал РГСУ, Ростов– на – Д, 2006, - № 10 – С. 374;
4. Зильберова И.Ю. Петрова Н.Н., Зильберов Р.Д. Общие принципы существующих стратегий реконструкции жилищного фонда, построенного по проектам массовых серий [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона. – 2012, № 4, ч. 2. Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n4p2y2012/1294> (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
5. Сеферов Г.Г. Применение имитационного моделирования при разработке перспективного плана капитального ремонта жилищного фонда муниципального образования [Электронный ресурс] // Инженерный вестник Дона. – 2012. – Т. 22. - № 4-1. Режим доступа: <http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n4p1y2012/1156> (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Сеферян Л.А., Государственная поддержка реформы сферы ЖКХ [Текст] // Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция. Аналитический журнал, рекомендованный ВАК г. Москва, 2010. - №3. – С.254-256.
7. Сеферян Л.А., Организация материально-технического обеспечения при реформировании сферы ЖКХ. [Текст] // Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция. Аналитический журнал, рекомендованный ВАК г. Москва, 2010. - №4. – С.36-38.
8. Шеина С.Г. Методология стратегического управления техническим состоянием жилищного фонда путем моделирования и оптимизации организационно-технологических решений. [Текст] // Автореф. дисс. доктора техн. наук. – Ростов-на-Дону, 2008. – С. 13

9. Knowledge Management Magazine. March, 2000 [Электронный ресурс] // <http://www.kmmagazine.com/> Knowledge Integration. Comprose Inc. February 1, 2003.

10. Barth S. Defining Knowledge Management // Knowledge Management Magazine. – 2002. – June. [Электронный ресурс] // <http://www.kmmagazine.com/>