

УДК 338.4

DOI: 10.34670/AR.2021.19.88.007

**Исследование возможности оценки конкурентоспособности  
управляющих компаний в сфере жилищно-коммунального  
хозяйства в поведенческом аспекте**

**Куралов Степан Петрович**

Аспирант,  
Санкт-Петербургский государственный  
архитектурно-строительный университет,  
190005, Российская Федерация,  
Санкт-Петербург, ул. 2-я Красноармейская, 4;  
e-mail: es@spbgasu.ru

**Аннотация**

В статье проводится исследование возможности оценки конкурентоспособности управляющих компаний в сфере жилищно-коммунального хозяйства в поведенческом аспекте, который первый получил развитие в экономической теории. Автором предлагается методика оценки конкурентоспособности управляющей компании жилищно-коммунального хозяйства в поведенческом аспекте, отличительной чертой которой является расчет двух интегральных показателей конкурентоспособности. Логика ранжирования базировалась на предположении, что качество и безопасность оказываемых жилищно-коммунальных услуг имеют наибольший приоритет в оценке, как и превосходство по экономическим параметрам, что очень важно для потребителя. Рассмотрены три этапа возможной методики оценки конкурентоспособности управляющей компании жилищно-коммунального хозяйства в поведенческом аспекте. Автор отмечает, что для того, чтобы удовлетворять требованиям потребителей, управляющая компания должна соответствовать следующим параметрам: маркетинговым, экономическим, кадровым, обеспечения качества и безопасности жилищно-коммунального хозяйства.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Куралов С.П. Исследование возможности оценки конкурентоспособности управляющих компаний в сфере жилищно-коммунального хозяйства в поведенческом аспекте // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 3А. С. 70-78. DOI: 10.34670/AR.2021.19.88.007

**Ключевые слова**

Оценка, конкурентоспособность, управляющая компания, жилищно-коммунальное хозяйство, поведенческий аспект, интегральные показатели.

## Введение

Конкуренцию в экономической теории рассматривают в различных аспектах. Однако первым подходом, который получил развитие в экономической литературе, был поведенческий подход [Асаул, Голев, 2016; Асаул Кошечев, Цветков, 2020; Асаул, Петухова, 2016].

В классической экономической литературе данный подход представлен работами М. Портера [Портер, 1993], Д. Риккардо [Рикардо, 1993], А. Смита [Смит, 1993], А. Маршалла [Маршалл, 1993] и К. Маркса [Маркс, Энгельс, 1961]. В их трудах конкуренция рассматривалась как соперничество, состязание между экономическими субъектами. Оно осуществлялось на определенных рынках или их сегментах, целью были лучшие условия производства или реализации продукции, увеличение прибыли, доли соответствующего рынка.

Под оценкой конкурентоспособности управляющей компании (далее – УК) жилищно-коммунального хозяйства (далее – ЖКХ) в поведенческом аспекте (сравнение с конкурентами по основным показателям) можно понимать выявление таких значений показателей деятельности УК, которые отличают ее от конкурентов по степени удовлетворенности потребителей жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ) и затратам на их удовлетворение. Методика такой оценки включает в том числе и разработку шкалы оценки для корректного сравнения организаций.

На наш взгляд, для того чтобы удовлетворять требованиям потребителей, УК должна соответствовать следующим параметрам: маркетинговым, экономическим, кадровым, обеспечения качества и безопасности ЖКУ.

## Основная часть

Предлагаемая структурно-логическая модель оценки конкурентоспособности УК выглядит следующим образом (рис. 1).

Единичные показатели определяются как отношение значения какого-либо параметра в группе (маркетинговой, экономической и др.) к значению этого же параметра эталонной УК или УК, взятой за образец, принимаемого за 100%:

$$Si = \frac{P}{P_{100}} \cdot 100, \quad (1)$$

где  $Si$  – единичный показатель (*single indicator*) в однородной группе параметров;

$P$  – значение какого-либо параметра в группе;

$P_{100}$  – значение этого же параметра эталонной УК или УК, взятой за образец, принимаемого за 100%.

Групповой показатель объединяет единичные показатели по однородной группе параметров с помощью весовых коэффициентов, определяемых экспертным путем:

$$Gi = \sum_j^m a_j Si_j, \quad (2)$$

где  $Gi$  – групповой показатель по однородной группе параметров;

$a_j$  – весовой коэффициент единичного показателя;

$m$  – количество параметров в группе.



**Рисунок 1 – Предлагаемая структурно-логическая модель оценки конкурентоспособности УК**

Интегральный показатель, как правило, определяется сравнением двух групповых показателей, после чего делается вывод о превосходстве одного оцениваемого предмета или объекта над другим:

$$I_i = \frac{G_{i_1}}{G_{i_2}}, \quad (3)$$

где  $I_i$  – интегральный показатель конкурентоспособности;

$G_{i_1}$  – групповой показатель по первой группе однородных параметров;

$G_{i_2}$  – групповой показатель по второй группе параметров.

Также возможен вариант расчета интегрального показателя конкурентоспособности путем свертки в него групповых показателей, для которых тоже определяются веса экспертным путем.

В данной статье предлагается по первому варианту рассчитать интегральный показатель, но не один, а два, в силу того что предложены четыре группы параметров.

На основе этого можно будет продолжить диапазон значений оценки конкурентоспособности УК путем многоступенчатого сравнения интегральных показателей на основе выбора приоритета.

Таким образом, возможная методика оценки конкурентоспособности УК ЖКХ в поведенческом аспекте (сравнения конкурентов по основным показателям) будет включать три этапа.

1. Расчет первого интегрального показателя. Предлагается сравнить групповой показатель по экономической группе параметров с групповым показателем по маркетинговой группе. Это предложение базируется на том, что возможное содержание показателей по обеим группам касается в основном потребителей ЖКУ и жителей многоквартирных домов (МКД) (маркетинговые – время ожидания ответа УК, скорость оформления заказов, наличие претензий, время исправления их требований, количество видов основных предоставляемых услуг разной стоимости, количество дополнительных предоставляемых услуг различной стоимости; количество оказываемых услуг, количество потребителей, количество неплатежей за оказываемые услуги; экономические – время оказания услуги, разница между ценой оказываемой услуги и средней ценой аналогичной услуги другой УК; уровень заработной платы сотрудников УК, стоимость используемых ресурсов для оказания услуг, сравнение этих показателей с другими УК). Уровень заработной платы сотрудников УК, с данной точки зрения, является показателем, косвенным для потребителей, но характеризует мотивацию УК на выполнение их требований.

$$I_{i_1} = \frac{Gi_{EC}}{Ci_{MAR}}, \quad (4)$$

где  $I_{i_1}$  – 1-й интегральный показатель конкурентоспособности;

$Gi_{EC}$  – групповой показатель по экономической группе однородных параметров;

$Gi_{MAR}$  – групповой показатель по маркетинговой группе параметров.

Можно предположить, что если  $I_{i_1} < 1$ , то оцениваемая УК уступает эталонной УК или УК, взятой за образец. Если  $I_{i_1} > 1$ , то оцениваемая УК превосходит эталонную УК или УК, взятую за образец. Если  $I_{i_1} = 1$ , то УК сама может служить эталоном для сравнения по данным группам параметров.

Расчет можно оформить в виде аналитической таблицы (табл. 1).

**Таблица 1 - Расчет единичных и групповых показателей конкурентоспособности УК по маркетинговым и экономическим параметрам**

Показатель	УК – эталон	Оцениваемые УК			$S_i$	$a_j$	$G_i$
		1	...	$n$			
Маркетинговые параметры							
Время ожидания ответа УК, ч.							
Скорость оформления заказов, ч.							
Наличие претензий, ед.							
Время исправления их требований, ч.							
Количество видов основных предоставляемых услуг разной стоимости, ед.							
Количество дополнительных предоставляемых услуг различной стоимости; ед.							
Количество оказываемых услуг, ед.							
Количество потребителей, чел.							
Количество неплатежей за оказываемые услуги, тыс. руб.							
Итого:							

Показатель	УК – эталон	Оцениваемые УК			Si	aj	Gi
		1	...	n			
Экономические параметры							
Время оказания услуги, ч.							
Разница между ценой оказываемой услуги и средней ценой аналогичной услуги другой УК, руб.							
Уровень заработной платы сотрудников УК, тыс. руб.							
Стоимость используемых ресурсов для оказания услуг, руб.							
Итого:							

2. Расчет второго интегрального показателя. Предлагается сравнить групповой показатель по группе параметров обеспечения качества и безопасности ЖКУ с групповым показателем по кадровой группе.

Конечно, с кадровой группой параметров можно сравнивать все группы в силу сложившейся традиции, что «кадры решают все». Но в данном случае предложение обусловлено тем, что содержание предложенных показателей в большей степени касается самих УК, ибо кадры и обязаны обеспечивать качество и безопасность предоставляемых ЖКУ:

$$Ii_2 = \frac{Gi_{QS}}{Ci_{KAD}}, \quad (5)$$

где  $Ii_2$  – 2-й интегральный показатель конкурентоспособности;

$Gi_{QS}$  – групповой показатель по экономической группе однородных параметров;

$Gi_{KAD}$  – групповой показатель по маркетинговой группе параметров.

Можно предположить, что если  $Ii_2 < 1$ , то оцениваемая УК уступает эталонной УК или УК, взятой за образец. Если  $Ii_2 > 1$ , то оцениваемая УК превосходит эталонную УК или УК, взятую за образец. Если  $Ii_2 = 1$ , то УК сама может служить эталоном для сравнения по данным группам параметров.

Расчет можно оформить в виде аналитической таблицы (табл. 2).

**Таблица 2 - Расчет единичных и групповых показателей конкурентоспособности УК по кадровым и параметрам обеспечения качества и безопасности ЖКУ**

Показатель	УК – эталон	Оцениваемые УК			Si	aj	Gi
		1	...	n			
Кадровые параметры							
Наличие ИКТ-средств, обеспечивающих быстрый и безопасный обмен электронными данными и информационными продуктами, ед.							
Доля средств на обучение сотрудников использованию ИКТ-средств (в размере на одного сотрудника), тыс. руб.							
Вложение средств в условия труда, профессиональное и личностное развитие, тыс. руб.							
Доля средств на обучение сотрудников (в размере на одного сотрудника), тыс. руб.							
Доля сотрудников с опытом работы более 5 лет; %							
Наличие отрицательных отзывов потребителей, ед.							

Показатель	УК – эталон	Оцениваемые УК			Si	aj	Gi
		1	...	n			
Доля сотрудников, получивших образование в соответствии с профессиональными стандартами, %							
Наличие текучести кадров – количество уволившихся по своему желанию и за нарушения трудовой дисциплины, чел.							
Удовлетворенность работников сложившейся системой организации труда и социальных отношений – количество постоянно работавших за отчетный период, чел.							
Итого:							
Параметры обеспечения качества и безопасности ЖКУ (без размерности, ввиду большого количества, показатели объединены в группы)							
1	2	3	4	5	6	7	8
Отсутствие перебоев, соблюдение сроков обеспечения, отсутствие аварийных случаев по следующим направлениям: холодное и горячее водоснабжение; водоотведение; отопление; электроснабжение; газоснабжение							
Периодичность оказываемой услуги, регулярность оказания, отсутствие нареканий у потребителей ЖКУ по следующим направлениям: содержание мусоропроводов; содержание подъездов и лестничных клеток; обеспечение работы лифта; обеспечение освещенности подъездов; поддержание коммунальной инфраструктуры МКД; содержание чердачных и подвальных помещений; содержание крыши; содержание окон и дверей в местах общего пользования							
Периодичность оказываемой услуги, регулярность оказания, отсутствие нареканий у потребителей ЖКУ по следующим направлениям: обеспечение своевременного вывоза мусора; обеспечение уборки придомовой территории; организация благоустройства придомовой территории							
Наличие актуальной информации на стендах, досках объявлений и т.д. (о тарифах, нормативах потребления ресурсов, начислении коммунальных платежей, льготных категориях граждан и пр.)							
Качество работы сайта УК (наличие контактной информации, раскрытие информации о работе УК)							
Учет опыта предыдущей работы УК (время работы, количество объектов, размер МКД)							
Учет предыдущего опыта получения ЖКУ у потребителей (время проживания, количество мест проживания, размер МКД)							
Время работы УК							
Время проживания потребителей в данном МКД							
Регулярность проведения собраний жильцов							
Процент посещаемости собраний жильцами							
Степень доверия к работникам и руководству УК и культура общения (количество жалоб и обращений)							
Итого:							

3. После двух этапов расчета можно определить сочетание значений интегральных показателей и определить место оцениваемой УК в предлагаемой шкале оценки конкурентоспособности УК исходя из ее характеристик (табл. 3).

**Таблица 3 - Характеристики УК в зависимости от сочетания значений рассчитанных интегральных показателей**

$I_{i_1} < 1, I_{i_2} < 1$ Уступает по экономическим параметрам, возможен маркетинговый потенциал. Уступает по параметрам обеспечения безопасности и качества ЖКУ, возможен кадровый потенциал (1)	$I_{i_1} > 1, I_{i_2} < 1$ Превосходит по экономическим параметрам, слабый маркетинговый потенциал. Уступает по обеспечению безопасности и качества ЖКУ, возможен сильный кадровый потенциал (2)
$I_{i_1} = 1, I_{i_2} < 1$ Образец по экономическим и маркетинговым параметрам Уступает по параметрам обеспечения безопасности и качества ЖКУ, возможен кадровый потенциал (3)	$I_{i_1} = 1, I_{i_2} > 1$ Образец по экономическим и маркетинговым параметрам Превосходит по обеспечению безопасности и качества ЖКУ, возможен сильный кадровый потенциал (5)
$I_{i_1} < 1, I_{i_2} > 1$ Уступает по экономическим параметрам, возможен маркетинговый потенциал Превосходит по обеспечению безопасности и качества ЖКУ, слабый кадровый потенциал (4)	$I_{i_1} > 1, I_{i_2} > 1$ Превосходит по экономическим параметрам, слабый маркетинговый потенциал. Превосходит по обеспечению безопасности и качества ЖКУ, возможен сильный кадровый потенциал (6)
$I_{i_1} < 1, I_{i_2} = 1$ Уступает по экономическим параметрам, возможен маркетинговый потенциал. Образец по обеспечению безопасности и качества ЖКУ (7)	$I_{i_1} > 1, I_{i_2} = 1$ Превосходит по экономическим параметрам, слабый маркетинговый потенциал. Образец по обеспечению безопасности и качества ЖКУ (8)
$I_{i_1} = 1, I_{i_2} = 1$ Образец по экономическим и маркетинговым параметрам Образец по обеспечению безопасности и качества ЖКУ (9)	

Исходя из этого, автором предложена шкала оценки конкурентоспособности УК. Логика ранжирования базировалась на предположении, что качество и безопасность оказываемых ЖКУ имеют наибольший приоритет в оценке, как и превосходство по экономическим параметрам, что очень важно для потребителя (табл. 4).

**Таблица 4 - Предлагаемая шкала оценки конкурентоспособности УК на основе значений интегральных показателей**

Значения интегральных показателей конкурентоспособности	Шкала оценки конкурентоспособности УК в баллах
$I_{i_1} < 1, I_{i_2} < 1$	1
$I_{i_1} > 1, I_{i_2} < 1$	2
$I_{i_1} = 1, I_{i_2} < 1$	3
$I_{i_1} < 1, I_{i_2} > 1$	4
$I_{i_1} = 1, I_{i_2} > 1$	5
$I_{i_1} > 1, I_{i_2} > 1$	6
$I_{i_1} < 1, I_{i_2} = 1$	7
$I_{i_1} > 1, I_{i_2} = 1$	8
$I_{i_1} = 1, I_{i_2} = 1$	9

## Заключение

Таким образом, нами исследована возможность оценки конкурентоспособности управляющей компании в сфере жилищно-коммунального хозяйства в поведенческом аспекте и предложена методика оценки конкурентоспособности УК ЖКХ в поведенческом аспекте, отличительной чертой которой является расчет двух интегральных показателей конкурентоспособности. Использование данной методики позволит определять место в конкурентном рейтинге той или иной управляющей компании по предложенным параметрам.

## Библиография

1. Асаул В.В., Голев Д.И., Малинина К.В. Обеспечение конкурентоспособности компаний // Вестник гражданских инженеров. 2016. № 6 (59). С. 273-277.
2. Асаул В.В., Кошечев В.А., Цветков Ю.А. Оценка конкурентоспособности организаций в условиях цифровой экономики // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10. № 1. С. 533-548.
3. Асаул В.В., Петухова Ж.Г. Предпринимательство в строительстве в единстве его основных компонентов: личностных, экономических и организационно-управленческих // Известия Юго-Западного государственного университета. 2016. № 6 (69). С. 110-117.
4. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Финпресс, 1999. 211 с.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Капитал. Том 3. 2-е изд. М.: Государственное издательство политической литературы, 1961. 704 с.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 1993. 310 с.
7. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.
8. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Петрозаводск: Петроком, 1993. 159 с.
9. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народа. Петрозаводск: Петроком, 1993. 320 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Эксмо, 2005. 544 с.

## Study of the possibility of assessing the competitiveness of management companies in the field of housing and communal services in the behavioral aspect

**Stepan P. Kuralov**

Postgraduate,  
Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering,  
190005, 4, 2-ya Красноармейская st., Saint Petersburg, Russian Federation;  
e-mail: es@spbgasu.ru

## Abstract

The article examines the possibility of assessing the competitiveness of management companies in the field of housing and communal services in the behavioral aspect, which was first developed in economic theory. The author proposes a methodology for assessing the competitiveness of the management company of housing and communal services in the behavioral aspect, a distinctive feature of which is the calculation of two integral indicators of competitiveness. The ranking logic was based on the assumption that the quality and safety of the provided housing and communal services have the highest priority in the assessment, as well as superiority in economic parameters, which is very important for the consumer. Three stages of a possible methodology for assessing the



competitiveness of the management company of housing and communal services in the behavioral aspect are considered. The author notes that in order to meet the requirements of consumers, the management company must meet the following parameters: marketing, economic, personnel, quality assurance and safety of housing and communal services. The use of this technique will make it possible to determine the place in the competitive rating of a particular management company according to the proposed parameters.

#### For citation

Kuralov S.P. (2021) Issledovanie vozmozhnosti otsenki konkurentosposobnosti upravlyayushchikh kompanii v sfere zhilishchno-kommunal'nogo khozyaistva v povedencheskom aspekte [Study of the possibility of assessing the competitiveness of management companies in the field of housing and communal services in the behavioral aspect]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 11 (3A), pp. 70-78. DOI: 10.34670/AR.2021.19.88.007

#### Keywords

Assessment, competitiveness, management company, housing and communal services, behavioral aspect, integral indicators.

#### References

1. Asaul V.V., Golev D.I., Malinina K.V. (2016) Obespechenie konkurentosposobnosti kompanii [Ensuring the competitiveness of companies]. *Vestnik grazhdanskikh inzhenerov* [Bulletin of civil engineers], 6 (59), pp. 273-277.
2. Asaul V.V., Koshcheev V.A., Tsvetkov Yu.A. (2020) Otsenka konkurentosposobnosti organizatsii v usloviyakh tsifrovoi ekonomiki [Assessment of the competitiveness of organizations in the digital economy]. *Voprosy innovatsionnoi ekonomiki* [Issues of innovative economy], 10 (1), pp. 533-548.
3. Asaul V.V., Petukhova Zh.G. (2016) Predprinimatel'stvo v stroitel'stve v edinstve ego osnovnykh komponentov: lichnostnykh, ekonomicheskikh i organizatsionno-upravlencheskikh [Entrepreneurship in construction in the unity of its main components: personal, economic, organizational and managerial]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta* [News of the South-West State University], 6 (69), pp. 110-117.
4. Fatkhutdinov R.A. (2005) *Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizatsii* [Organizational competitiveness management]. Moscow: Eksmo Publ.
5. Golubkov E.P. (1999) *Osnovy marketinga* [Fundamentals of Marketing]. Moscow: Finpress Publ.
6. Marks K., Engel's F. (1961) *Kapital* [Capital], vol. 3, 2nd ed. Moscow: State Publishing House of Political Literature Publ.
7. Marshall A. (1993) *Printsipy ekonomicheskoi nauki* [Principles of economic science]. Moscow: Progress Publ.
8. Porter M. (1993) *Mezhdunarodnaya konkurentsia: konkurentnye preimushchestva stran* [International competition: competitive advantages of countries]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya Publ.
9. Rikardo D. (1993) *Nachala politicheskoi ekonomii i nalogovogo oblozheniya* [Principles of political economy and taxation]. Petrozavodsk: Petrokom Publ.
10. Smit A. (1993) *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva naroda* [Research on the nature and causes of the wealth of the people]. Petrozavodsk: Petrokom Publ.