

Maria Petrovna Ivushkina, Associate Professor of the Chair management and marketing, The Ryazan branch of Witte Moscow University

This article reveals the main periods of land relationships reforming in Ryazan region from the end of XIX till the end of XX century. Special attention is paid to the governmental role in the case of regulation of land turning that has agricultural purpose.

The keywords: agricultural reform, land relationships, lands of agricultural function, the forms of property.

УДК 338.46, 338.24

ОРГАНИЗАЦИОННО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

*Людмила Геннадьевна Руденко, канд. экон. наук, доц., зав. кафедрой экономики
городского хозяйства и сферы обслуживания,*

E-mail: mila.k07@mail.ru,

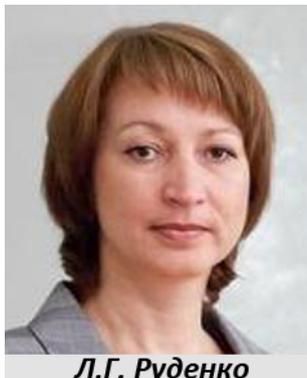
Московский университет имени С.Ю. Витте,

http://www.muiv.ru

В статье раскрывается содержание механизма управления конкурентоспособностью, приводятся отличительные характеристики управления конкурентоспособностью коммерческих и некоммерческих предприятий, выстраивается организационно-функциональная модель механизма управления конкурентоспособностью предприятий жилищно-коммунального хозяйства.

Ключевые слова: конкурентоспособность, механизм управления конкурентоспособностью, организационно-функциональная модель, жилищно-коммунальное хозяйство.

На повестке дня стоит важный вопрос, который затрагивает сферу социально-экономической политики государства – это непрерывный процесс реформирования жилищно-коммунального комплекса. В России должна быть сформирована конкурентоспособная среда для развития жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ). Сфера ЖКХ имеет свои особенности в формировании механизма конкурентоспособности, которые проявляются в самой специфике жилищно-коммунальной деятельности, в особых формах экономических отношений. Использование классических рыночных инструментов в ЖКХ существенно ограничено, а их бесконтрольное развитие может привести к отрицательным результатам как социально-экономическим, так и политическим [4].



Л.Г. Руденко

Актуальность темы исследования объясняется тем, что на протяжении длительного периода времени в жилищно-коммунальной сфере преобладали неэкономические подходы и методы хозяйствования. Также происходило использование административного механизма для регулирования хозяйственной деятельности отрасли. Существующие тарифы на услуги в сфере жилищно-коммунального хозяйства были экономически необоснованными, а наблюдающаяся эксплуатация и развитие всего комплекса ЖКХ обеспечивались в основном за счет бюджетных ассигнований. При этом их размер зависел в общем отнюдь не от качества и надежности услуг, а лишь от всех затрат предприятий ЖКХ на осуществление их производства. Хозяйственный механизм, действовавший в системе ЖКХ, не стимулировал предприятия этой сферы улучшать результаты своей деятельности. В современных конкурентных рыночных условиях, не смотря на социальную значимость данной отрасли, требуется качественно новый подход к

формированию механизма управления функционированием и развитием ЖКХ. Соответственно, возникает необходимость совершенствования действующей системы управления и внедрения новых механизмов, способствующих повышению конкурентоспособности предприятий сферы ЖКХ.

Вопросам разработки методологии управления конкурентными преимуществами фирмы посвящены многочисленные работы как зарубежных ученых-экономистов – Ф. Котлера, А.А. Томпсона, И. Ансоффа, М. Портера, Г. Асселя, так и отечественных исследователей – А.Е. Воронковой, И.Л. Решетниковой, В.И. Герасимчука, Ю.Ф. Ярошенко. Непосредственно характеристике конкуренции посвятили труды такие российские ученые, как Н.Е. Симионова, Р.А. Фатхутдинов, Г.Л. Азоев, А.П. Градов, Н.К. Моисеева, А.Н. Романов, А.А. Бревнов, А.Д. Юданова, Е.П. Пешкова, Е.П. Голубков, Г.Л. Багиев и др.

В рамках данной статьи под механизмом управления конкурентоспособностью предприятия будем понимать организацию его бизнес-процессов, позволяющих обеспечить эффективную деятельность предприятия на рынках товаров, труда, капитала и информации при любых изменениях элементов внешней и внутренней среды [2].

Разнообразие применяемых подходов к управлению конкурентоспособностью обусловлено многообразием видов деятельности; процессами, происходящими в компаниях; построением организационных структур; а также целеполаганием участников деятельности. Конкурентоспособность предприятия необходимо рассматривать как целостную систему, в составе которой можно выделить следующие элементы: структурное построение предприятия; конкретные формы хозяйствования, куда включены все функциональные подсистемы предприятия; правовые нормы; применяемые методы управления; особенности системы управления, основанные на экономических методах хозяйствования.

В данную систему по управлению конкурентоспособностью предприятия необходимо включать так же и управление инновационными процессами. Именно указанный элемент способствует выявлению рыночных потребностей и позволяет найти более эффективный способ для их удовлетворения. Под данным процессом будем понимать процесс формирования конкурентных преимуществ, где за счет эффективной политики в области управления качеством и производством у предприятия появляется возможность практической реализации задуманного [9].

Эффективное управление предприятием способствует обеспечению его деятельности в полной мере финансовыми ресурсами и позволяет выявить и приумножить конкурентоспособные преимущества.

Важно понимать, что построение такой системы управления конкурентоспособностью должно происходить на стратегическом уровне, для того, чтобы результаты были положительными [7].

На функционирование механизма управления конкурентоспособностью предприятия оказывает влияние государственное регулирование. В этой связи, предприятие должно учитывать воздействие рыночных и общественно-политических механизмов для разработки конкурентоспособной стратегии. Следовательно, необходим анализ внешних факторов воздействия. Только в этом случае, возможно, вести речь о построении комплексного механизма по управлению конкурентоспособностью предприятия.

Так как условия хозяйствования и потенциалы различны у разных предприятий, а внешняя среда также влияет с разной степенью интенсивности, то, следовательно, нельзя говорить об унифицированности этого механизма.

Для того чтобы механизм управления конкурентоспособностью предприятия был запущен, необходимо определять конкретные цели и разрабатывать план мероприятий по его внедрению. Это важно по следующим причинам:

–сотрудники должны осознавать, к чему необходимо стремиться, и их понимание процессов и результата должно быть единым;

– необходимо установить критерии реализации системы управления, по которым в дальнейшем можно судить, осуществлялось ли то, что планировалось сделать.

Для формирования авторской организационно-функциональной модели механизма управления конкурентоспособностью приведем ранее построенные модели и дадим их характеристику. Первой рассмотрим схему механизма управления конкурентоспособностью данную авторами Погоневым С.В., Шендо М.В. (рисунок 1).

Авторы разделили механизм управления конкурентоспособностью на четыре взаимосвязанных блока. Первый блок – «диагностика конкурентной среды» – включает в себя три главных задачи: сбор информации о рынке конкурентов, анализ полученной информации и выявление стратегических задач предприятия [3]. Второй блок – «оценка конкурентоспособности» – включает: определение параметров подлежащих оценке, расчет непосредственно показателей конкурентоспособности предприятия, и в завершении расчет интегрального показателя конкурентоспособности. Следующий блок – «формирование механизма управления конкурентоспособностью» – состоит из таких задач как получение выводов о дальнейших мерах относительно конкурентоспособности предприятия, разработка мероприятий по управлению конкурентоспособностью. И последний блок – «реализация механизма управления конкурентоспособностью» – включает, непосредственно, реализацию мероприятий по управлению конкурентоспособностью, мониторинг реализации мероприятий и их корректировку.

Говоря о механизме управления, мы в первую очередь понимаем набор методов, инструментов, ресурсов и процессов при взаимодействии субъекта и объекта управления для достижения поставленных целей.

Соответственно, представленная на рисунке 1 схема отражает этапы реализации механизма управления конкурентоспособностью и должна быть дополнена соответствующими методами, инструментами и перечнем ресурсного обеспечения.

Перед реализацией механизма управления необходимо определить его ресурсное обеспечение. В первую очередь это персонал, который будет разрабатывать механизм, осуществлять сбор информации, вырабатывать конкурентные стратегии, осуществлять выбор инструментария и заниматься непосредственной реализацией механизма.

Не малую роль играют и финансовые ресурсы в выборе и реализации намеченных конкурентных стратегий. При разработке мероприятий реализации по управлению конкурентоспособностью, возможно, потребуется значительное вливание инвестиционных средств для приобретения основных и оборотных активов. Если предприятие не имеет технических и информационных средств для реализации механизма управления конкурентоспособностью, то необходимо осуществить их выбор по заданным критериям.

По мнению автора, задача «сбор данных о рынке конкурентов» должна быть снабжена методами сбора информации, например, такими как полевые и кабинетные методы либо их комбинацией. При проведении полевых исследований применяют следующие методы: наблюдение, опрос, анкетирование, а также используются технические средства сбора информации. При проведении кабинетных исследований возможно использование фактографических методов, основанных на фактически имеющейся информации об объекте управления и планирования, его развитии и экспертных, которые базируются на информации, полученной по оценкам специалистов-экспертов. Инструментарием сбора могут послужить анкеты, опросники, технические и информационные системы.

Анализ полученной информации может осуществляться с применением экономико-статистических методов. При выявлении стратегических задач предприятия используют интуитивные методы, основанные как на индивидуальных, так и на групповых экспертных методах. К индивидуальным методам относят метод «интервью», аналитический, метод построения сценариев. Среди коллективных экспертных методов можно выделить методы «комиссий», «мозгового штурма», «дельфи», «блокнота», матричный метод и др. Для выявления стратегических целей и задач также могут подойти такие

методы как программно-целевой, «дерево решений», метод логически-смыслового моделирования.

Достаточно важным для организации является этап определения параметров подлежащих оценке. Для выбора параметров могут быть применены как индивидуальные, так и групповые экспертные методы. Выбор параметров будет во многом зависеть от миссии и целей организации, от сферы деятельности, географического расположения, размера организации и др.

Факторы конкурентоспособности можно разделить на две большие группы: внешние и внутренние [8].

К внешним факторам отнесем: уровень конкурентоспособности страны; уровень конкурентоспособности отрасли; уровень конкурентоспособности региона; меры государственного воздействия: экономического (амортизационная, налоговая, финансово-кредитная политики, инвестиционная политика, участие в международном разделении труда) и административного характера (разработка, совершенствование и реализация законодательных актов, демонополизация экономики, государственная система стандартизации и сертификации, правовая защита интересов потребителей).

Также к внешним факторам среды можно отнести факторы состояния рынка: привлекательность рынка, положение предприятия на рынке, конкуренция на рынке [5].

Среди внутренних факторов можно выделить следующие: качество менеджмента, уровень квалификации кадров, эффективность маркетинга, конкурентоспособность товара (продукции, услуг), финансовое состояние, имидж организации, уровень организации производства, активность инвестиционно-инновационной деятельности.

Как правило, при оценке конкурентоспособности используют внутренние факторы, которые легче всего получить и оценить.

Сложность оценки конкурентоспособности некоммерческих организаций, в том числе жилищно-коммунальной сферы связано с особенностями их менеджмента и маркетинга:

–некоммерческий менеджмент и маркетинг связан с организациями, территориями и идеями, а также с товарами и услугами, предоставляемыми населению;

–повышение имиджа и большее количество «голосов» за лучшую власть или лучшее обслуживание, за снижение роста расходов;

–более сложные цели менеджмента и маркетинга, поскольку успех или неудача не может измеряться только с финансовых позиций, т. к. расходы могут значительно превышать экономический эффект, зачастую некоммерческий маркетинг не связан с оплатой услуг и товаров потребителями. Потери хозяйственной деятельности могут быть значительными, но при этом должно быть удовлетворено достаточно большое количество клиентов и никто не должен из них сталкиваться с отказом или плохим обращением. Целями могут служить – увеличение числа клиентов, поиск лечения болезней, увеличение объема и качества услуг, изменение отношения общественности. Некоммерческие организации, как правило, реализуют социальные цели и поэтому важен не экономический, а социальный эффект, выраженный в улучшении качества жизни всего общества или отдельных групп населения;

–от некоммерческих организаций ожидают обслуживание экономически невыгодных сегментов рынка, общественно значимых;

–охват значительного круга потребителей услуг, как правило, шире, чем для коммерческих организаций.

Обращаясь к рисунку 1 механизма управления конкурентоспособностью видно, что следующим этапом после определения параметров оценки конкурентоспособности идут операции по расчету показателей конкурентоспособности предприятия и расчет интегрального показателя. Нужно заметить, что данный пункт сужен до одного метода, на практике существует несколько методов оценки конкурентоспособности организа-

ции и интегральный метод имеет также несколько вариантов интерпретации. Приведем самые распространенные методы оценки конкурентоспособности.

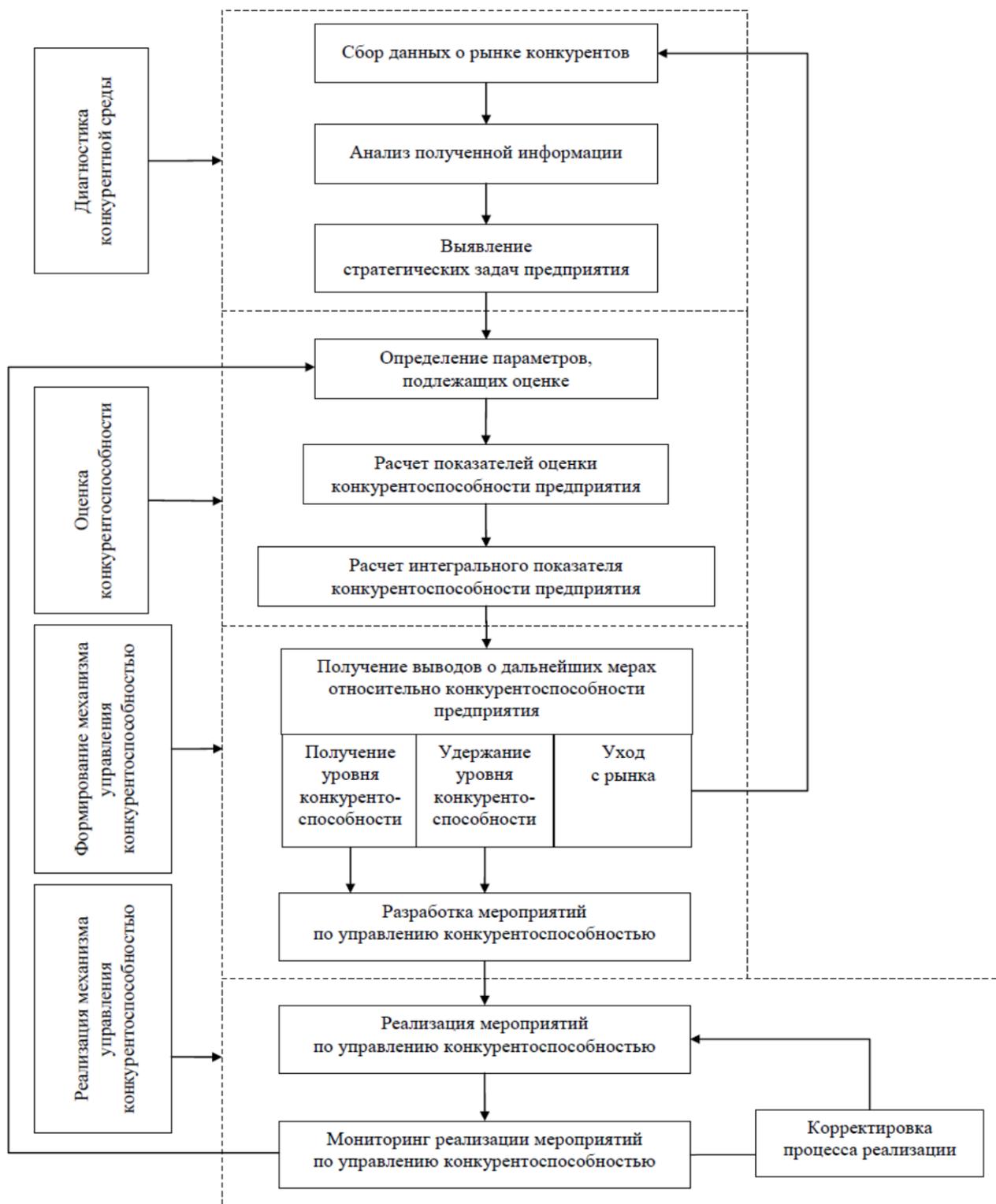


Рисунок 1 – Схема механизма управления конкурентоспособностью [6]

Первый метод – матричный, известный так же как метод БКГ (Бостонской консалтинговой группы). Фирма позиционируется на двухмерной системе координат, где по вертикали откладывается темп роста рынка, по горизонтали – относительная доля рынка предприятия. Наиболее конкурентоспособными считаются предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке. Данный метод при наличии достоверной информации об объемах реализации позволяет обеспечить высокую репрезентативность оценки, но использует только два параметра оценки и исключает

проведение анализа проблем деятельности организации, чем осложняет выработку управленческих решений.

При втором методе используется в качестве основного подхода оценка товара (услуги) организации. Этот метод базируется на рассуждении о том, что конкурентоспособность производителя тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. В качестве показателя, оценивающего конкурентоспособность товара (услуги) используется коэффициент равный соотношению двух характеристик: качества и цены. Наиболее конкурентоспособен товар, имеющий оптимальное соотношение этих показателей. Чем выше разница между потребительской ценностью товара для покупателя и ценой, которую он за него платит, тем выше запас конкурентоспособности товара для потребителя. Данный метод также имеет ограничения, т. к. не позволяет получить информацию о преимуществах и недостатках в работе предприятия.

Третий метод основан на теории эффективной конкуренции, согласно которой наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. Этот метод также называют интегральным. Автором данного метода является И. Максимов. При использовании метода рассчитывается коэффициент конкурентоспособности, который может включать в себя различные показатели эффективности использования ресурсов: эффективность производственной деятельности, критерий финансового положения предприятия, критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке, критерий конкурентоспособности товара.

Метод для оценки конкурентоспособности организации позволяет быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке, охватывает все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности предприятия, исключает дублирование отдельных показателей. Но в то же время данный метод не учитывает факторы внешней среды.

Четвертый метод или подход к оценке конкурентоспособности связан с использованием многоугольных профилей. При данном методе изучаются сегменты рынка, оценивается возможность изменения рентабельности производства и сбыта с учетом требований рынка, проводится анализ сбытовой сети. Метод многоугольного профиля может быть продемонстрирован радаром или пирамидой конкурентоспособности. В научной литературе, как правило, приводятся многоугольники сравнительных характеристик конкурентоспособности предприятий по восьми векторам компетентности: концепция, качество, цена, финансы, торговля, послепродажный сервис, внешняя политика, предпродажная подготовка. Метод базируется на выявлении критериев удовлетворения потребностей потребителей применительно к конкретному продукту, установлении иерархии потребностей, их сравнительной важности в пределах того спектра, который может оценить потребитель. В то же время многие экономисты считают, что основной его недостаток состоит в том, что он не учитывает эффективности производственной деятельности организации.

Существует пятый метод оценки конкурентоспособности – рейтинговый. Для оценки, как правило, выбирают факторы: товар, ассортимент, цена, имидж, сервис, упаковка, объемы продаж, сегмент рынка, поставка и сбытовая политика, реклама и стимулирование спроса. Могут быть выбраны и другие важные факторы деятельности организации: рациональность использования сырья и материалов; продукция предприятия; эффективность производства. При составлении рейтинга используется идеология параметрического анализа, однако, нормативные выводы делаются на основе выбранных показателей, взвешенных по их относительной важности. Итоговая рейтинговая оценка хоть и с определенной субъективностью, но все же дает наглядное представление о том, какими факторами эффективности и финансового состояния обусловлено место предприятия в рейтинге, что дает комплексную картину состояния бизнеса ана-

лизируемых организаций. Данный метод имеет недостатки: отсутствие показателей адаптивности и конкурентных преимуществ предприятия.

Среди неназванных методов можно отметить такие методы как оценивание конкурентоспособности организации на основе произведения индекса по товарной массе и индекса эффективности объекта; метод, основанный на теории желательности; методы, на основе теории международного разделения труда; подходы, основанные на теории эффективной конкуренции; методы, в основе которых лежит теория равновесия фирмы и отрасли А. Маршала и теория факторов производства; материальные методы оценки уровня конкурентоспособности; стоимостной подход к оценке конкурентоспособности и эффективности фирм (бизнеса) и др.

В практике могут встречаться и интерпретации методов, связанные в первую очередь с выбором различных факторов для оценки конкурентоспособности и представлением результатов.

На взгляд автора, в «механизме управления конкурентоспособностью» для ее оценки должен присутствовать пункт – выбор метода оценки конкурентоспособности.

Следующий блок – формирование механизма управления конкурентоспособностью – включает получение выводов о дальнейших мерах относительно конкурентоспособности предприятия и разработку мероприятий по ее повышению. Можно предположить, что данный блок включает в себя выбор конкурентной стратегии, тогда необходимо добавить ресурсное обеспечение и инструментальные средства осуществления стратегии. Это может быть выбор технологии производства, выбор способов инвестирования, выбор рынков и т. д. Для выбора стратегии также могут использоваться индивидуальные и групповые экспертные методы.

Последний блок завершающий – реализация и мониторинг механизма управления необходимо дополнить функцией контроля, которая позволит соотнести намеченные цели и достигнутый результат.

Приведенная модель, представленная на рисунке 1, отражает сущность процесса управления конкурентоспособностью, но для практического применения она малоприменяема, т. к. не предоставляет возможности для построения самого механизма, а также не содержит методов исследования и анализа конкретных показателей для осуществления контроля эффективности функционирования всей системы.

С этих позиций более применимым является подход, который предложил В.В. Белоусов (рисунок 2). Преимуществом указанного механизма является то, что его основу составляет миссия предприятия, проецируемая на его стратегию.

Рассмотренный подход интересен с точки зрения того, что он определяет процесс управления конкурентоспособностью как цепочку, где все начинается с такого элемента, как формирование конкурентного потенциала и заканчивается системой мониторинга и обратной связью. В основе данной модели лежит метод оценки конкурентоспособности, основанный на конкурентных преимуществах. Представителями этого метода являются Портер М., Азоев Г.Л., Юданов Ю.А. Необходимо отметить, что данный подход возник с появлением стратегического планирования и развитием теории конкуренции.

Данная модель включает в себя пять этапов. Первый – формирование конкурентного потенциала промышленного предприятия, содержит анализ и оценку факторов конкурентоспособности, определение возможности управления этими факторами и анализ влияния изменений управляемых факторов на конкурентоспособность предприятия.

Второй этап – формирование системы конкурентных преимуществ промышленных предприятий – включает возможность определения цели и направлений развития, разработку мероприятий по преобразованию потенциальных конкурентных преимуществ в реальные и формирование системы показателей конкурентных преимуществ.

Третий этап – разработка стратегии управления конкурентоспособностью промышленного предприятия – включает непосредственно выбор стратегической цели и

задач, разработку мероприятий по их достижению и формирование системы показателей конкурентоспособности.

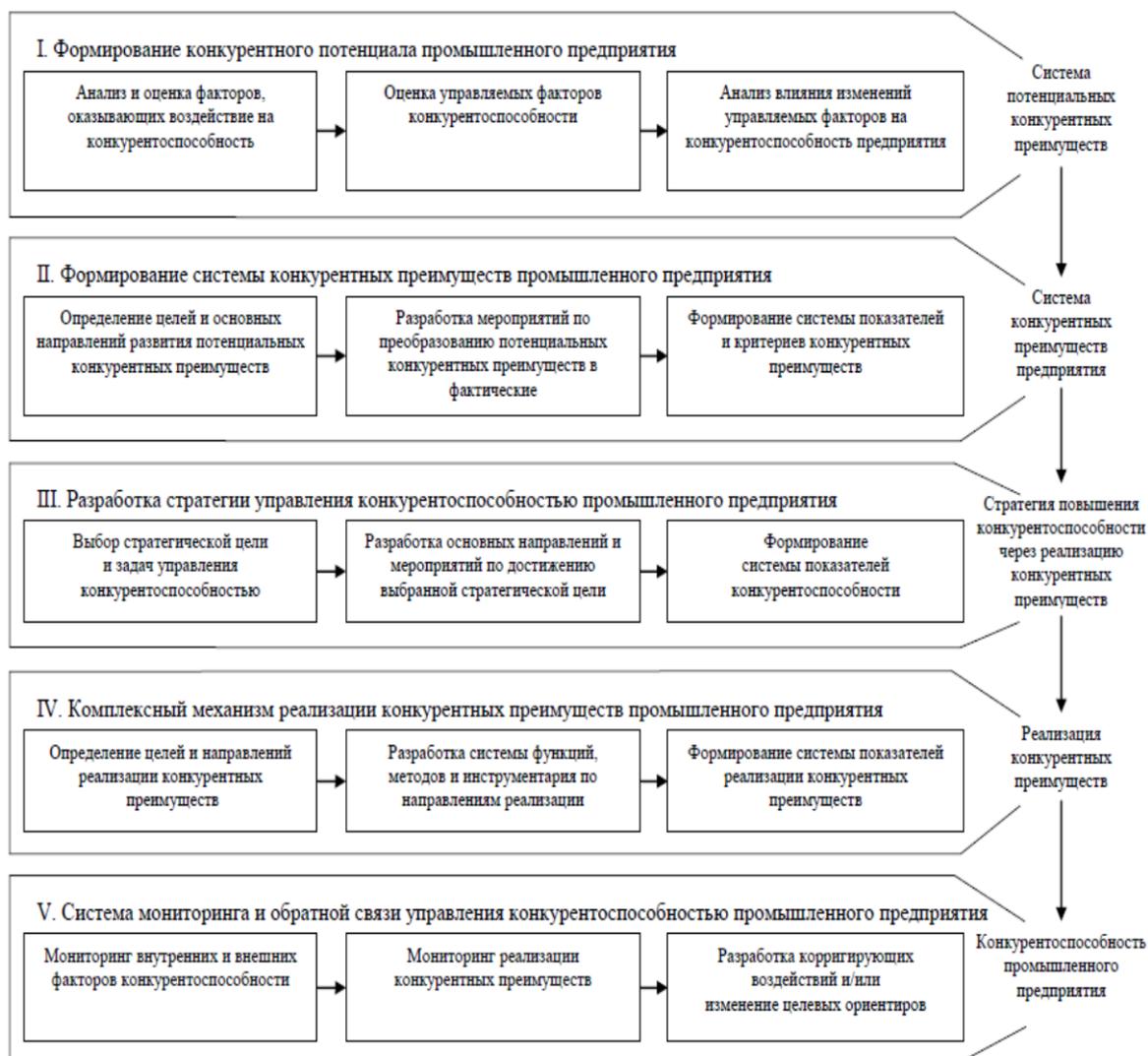


Рисунок 2 – Организационно-экономическая модель управления конкурентоспособностью [1]

Следующий, четвертый этап, называется «комплексный механизм реализации конкурентных преимуществ предприятия». Он направлен на определение целей и задач реализации конкурентных преимуществ, разработку методов и инструментов по каждому направлению, формирование системы показателей реализации конкурентных преимуществ.

Пятый этап соответствует управленческому замыслу, завершается мониторингом и обратной связью при оценке достигнутых стратегических задач.

На наш взгляд, данная модель имеет свои достоинства, но в то же время нуждается в корректировке: система показателей оценки конкурентоспособности должна быть сформирована один раз, в нее могут вноситься поправки в результате изменения внешней и внутренней среды организации. Данный подход позволяет провести анализ достигаемых конкурентных преимуществ организации, но не дает точного количественного выражения результатов оценки и способности организации, анализа выполнения плана повышения конкурентоспособности, динамики конкурентоспособности организации.

Таким образом, мы выяснили, что существуют различные подходы к формированию механизма управления конкурентоспособностью предприятия, однако в общем понимании это система взаимодействия экономических явлений и процессов, которая обеспечивает возможность достижения заданных и прогнозируемых результатов.

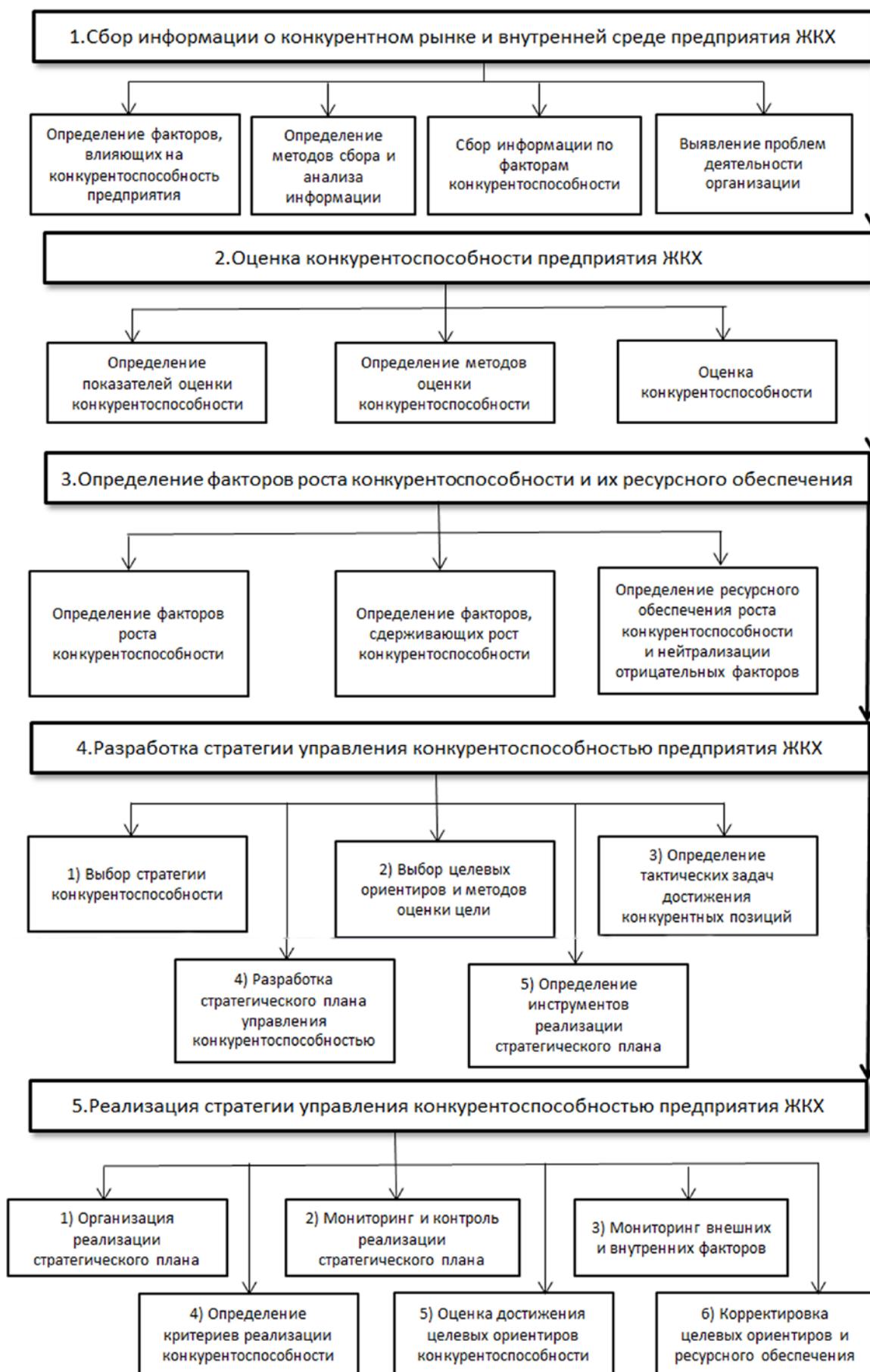


Рисунок 3 – Организационно-функциональная модель механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы ЖКХ

Обобщая опыт построения моделей механизма управления конкурентоспособностью, автор предлагает свое видение данного вопроса в форме построения организационно-функциональной модели механизма управления конкурентоспособностью, под которой понимает схематический паттерн бизнес-процессов, позволяющих обеспечить эффективную деятельность организации на конкурентных рынках в условиях неопределенности внешней среды и изменения внутренних факторов предприятия (рисунок 3).

Организационно-функциональная модель представлена по пяти функциям реализации механизма управления конкурентоспособностью.

Первая функция – сбор информации о конкурентном рынке и внутренней среде организации. При реализации данной функции осуществляют определение факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия. После определения факторов выбирают методы сбора и анализа необходимой информации, после чего непосредственно осуществляется ее сбор и анализ. Последней задачей является выявление проблем деятельности организации на потребительском рынке.

Вторая функция – непосредственно оценка конкурентоспособности. Как уже было сказано, что существует несколько методов оценки конкурентоспособности, которые будут определять и выбор показателей оценки конкурентоспособности.

Третья функция – определение факторов роста конкурентоспособности и их ресурсное обеспечение. Данная функция предполагает выявление как факторов роста конкурентоспособности, основанных на конкурентных преимуществах, так и факторов, сдерживающих рост конкурентоспособности. Для выявления таких факторов может быть эффективен такой метод как SWOT-анализ. При выполнении данной функции становится важным определить ресурсное обеспечение для усиления факторов роста и для нейтрализации сдерживающих факторов конкурентоспособности. На взгляд автора, именно наличие ресурсов или возможность получения ресурсов становится залогом конкурентоспособности организации.

Четвертая функция – разработка стратегии управления конкурентоспособностью предприятия жилищно-коммунального хозяйства. Именно перспективное видение развития предприятия способно обеспечить устойчивость конкурентных позиций на рынке. При реализации данной функции выбирается одна или несколько конкурентных стратегий, определяются целевые ориентиры и методы оценки целей, в рамках стратегии определяется круг тактических задач и способы их решения, разрабатывается непосредственный стратегический план, в рамках которого осуществляется выбор инструментов реализации плана.

Последняя, пятая функция, реализация стратегии управления конкурентоспособностью предприятий ЖКХ, которая включает в себя непосредственно организацию реализации стратегического плана; мониторинг и контроль реализации плана; мониторинг внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность фирмы; определение критериев реализации конкурентоспособности; оценку достигнутых целевых ориентиров и далее осуществление обратной связи, включающей в себя корректировку целевых ориентиров и ресурсного обеспечения достижения конкурентоспособных позиций.

Данная организационно-функциональная модель механизма управления конкурентоспособностью предприятия была успешно апробирована на предприятиях ЖКХ в Ямальском районе Ямало-Ненецкого автономного округа и доказала свою методологическую и практическую значимость.

Литература:

1. Белоусов В.В. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Ижевск, 2008.
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента. М.: ИМП, 2006.

3. Костина Л.Г. Информация как фактор инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Костина Людмила Геннадьевна. Киров: 2002.
4. Кузнецова А.И. Новые подходы к перестройке систем управления инфраструктурой и жилищно-коммунальным хозяйством города // Транспортное дело России. 2014. № 2. С. 76–77.
5. Лущик И.В. Роль конкуренции в развитии потребностей в рыночной экономике: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Лущик Ирина Викторовна. М., 2003.
6. Погонев С.В., Шендо М.В. Формирование и реализация механизма управления конкурентоспособностью предприятия // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2010. № 2.
7. Пономарева А. Слоган в системе маркетинговых коммуникаций: словарь, исследования, технологии. М.: Мини-Тайп, 2006.
8. Руденко Л.Г. Планирование и проектирование организаций: учеб. для бакалавров / Л.Г. Руденко. М.: Дашков и К°, 2015.
9. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2007.

Organizational and functional model of competitiveness management enterprises of housing and communal services

Lyudmila Genad'evna Rudenko, Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Economics of municipal services and service, Witte Moscow University

The article deals with the content of the management mechanism of competitiveness are the distinctive characteristics of competitiveness management of commercial and non-commercial enterprises, are organizational and functional model of management mechanism of the competitiveness of the enterprises of housing and communal services.

Key words: competitiveness, competitiveness, management of organizational and functional model, housing and communal services.

УДК 550.1

СВИДЕТЕЛЬСТВО ОЧЕВИДЦА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ОСТРОВА САХАЛИН

Валентина Михайловна Ковальчук, доц. кафедры финансов и кредита,

Email: vkovalchuk@muiiv.ru,

Московский университет им. С. Ю. Витте,

http://www.muiiv.ru

Статья автора, прожившего на Сахалине более пяти лет и воочию убедившегося в огромном потенциале этой территории: природных ископаемых, морепродуктах, чудесных образованных людях. Все это позволяет о. Сахалин быть одним из экономически развитых регионов России.

Ключевые слова: минерально-сырьевая база, административный центр, муссонный климат, касатка, остров.