

$$vp = \frac{V}{t} \quad (5)$$

де:  $vp$  – питомі витрати.

Підставляючи рівняння (1-4) до формули (5), та вирішуючи їх, отримаємо:

$$vp = (Vk + Va * (x0 * t + k * t^2 / 2)) / t \quad (6)$$

Так як питомі витрати доцільно мінімізувати з часом, тобто  $vp \rightarrow 0$ , знайдемо з рівняння оптимальну періодичність проведення капітальних ремонтів в нашій аналітичній моделі:

$$t = \sqrt{2 / \left( \frac{Va}{Vk} * k \right)} \quad (7)$$

Користуючись фактичними емпіричними даними по аварійним витратам підприємства і плановими витратами на капітальний ремонт даного виду обладнання мережі, можливо визначити оптимальну періодичність проведення капітальних ремонтів на підприємстві ВКГ.

## **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ КОМУНАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕЛЕМЕНТІВ БЕНЧМАРКІНГУ**

В. В. ШЕВЧУК, к. е. н., доц., В. О. ЄСІНА, к. е. н., доц.

*Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова*

Економіка міста та будь-якого іншого територіального утворення характеризується розвитком діяльності підприємств сфери матеріального виробництва та галузі комунального господарства. Саме виникнення цих підприємств та їх діяльність зумовили зростання міст і утворення агломерацій. Оптимізація діяльності цих підприємств та якості послуг, які вони надають безпосередньо впливають на якість життя населення. В деяких випадках навіть на здоров'я населення.

Не дивлячись на велику кількість досліджень у даній сфері, методам оцінки якості наданих послуг комунальними підприємствами та методам управління якістю приділено недостатньо уваги.

Для успішного реформування галузі житлово-комунального

господарства необхідно створення єдиної нормативно-правової бази, заснованої на продуманих і взаємопов'язаних законодавчих і нормативних актах. А також система обміну наявною інформацією з аналізом позитивного та негативного досвіду в діяльності підприємств комунальної енергетики для побудови нової системи управління якістю наданих послуг.

Ці проблеми необхідно вирішувати негайно, але для цього треба підібрати ефективний спосіб. Останні роки дуже поширеним способом вирішення проблем у різних галузях економіки та життя суспільства являється бенчмаркінг. Відповідно до класичного визначення бенчмаркінг (benchmarking) – це спосіб оцінки стратегій і цілей роботи організації в порівнянні з першокласними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку та покращення її функціонування.

Дуже поширеним і зручним методом бенчмаркінгу є створення єдиного інформаційного простору, де акумулюється інформація про функціонування конкретних підприємств і обмін досвідом. Це хороший спосіб вирішення проблем підвищення якості послуг на підприємствах ЖКГ. Для реалізації цієї ідеї необхідно пройти такі етапи:

1. Збір інформації про дану галузь та підприємства, які діють в ній;
2. Обробка і систематизація отриманої інформації;
3. Аналіз інформації на основі порівняння з підприємством-аналогом;
4. Розробка і впровадження заходів по підвищенню ефективності діяльності та ефективності управління якістю послуг комунальних підприємств.

У сферу комунальної енергетики бенчмаркінг прийшов відносно недавно, але вже встиг зарекомендувати себе як надійний, а головне ефективний управлінський інструмент, який при правильному його застосуванні дає відчутний результат.

На базі КП «Харківські теплові мережі» пропонується зробити єдиний інформаційний простір для проведення бенчмаркінгового дослідження у сфері комунальної теплоенергетики, дозволить акумулювати інформацію про діяльність підприємств України.

В результаті дослідження підприємства при абсолютно незначних витратах матеріальних та інших ресурсів отримають доступ до найкращих технологій експлуатації теплових об'єктів і мереж. Також на основі експертної думки будуть розроблятися рекомендації по досягненню кращих параметрів господарської діяльності. Крім того, бенчмаркінг дозволить визначити розкид в технічних показниках і виявити тих учасників

дослідження, яким необхідно удосконалювати свою діяльність.

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МІСЬКОГО ЕЛЕКТРИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ**

В. В. КНЯЖЕЧЕНКО, ст. викл., В. О. ЄСІНА, доц., к. е. н.

*Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова*

В умовах ринкового механізму господарювання та міського електричного транспорту все більше відчують вплив конкуренції на результати своєї господарської діяльності. На ринку транспортних послуг з перевезення пасажирів у містах посилилась насамперед конкуренція між автоперевізниками та підприємствами міського електричного транспорту. Тому для забезпечення збереження власної долі ринку трамвайні і тролейбусні підприємства повинні виходити з того, що вони втратили свої домінуючі позиції на цьому ринку і повинні відноситись к управлінню своєю діяльністю як бізнес-процесу, що здійснюється у швидко мінливих економічних умовах. Це обумовлює необхідність враховувати у своїй практичній діяльності фактори впливу на попит, одним з яких є якість надаваних послуг.

Фахівці роблять акцент або на тому, що якість характеризує задоволення потреб і очікувань споживачів, або на обов'язковості кількісної оцінки якості послуг. Існує достатня кількість визначень терміну «якість послуг». Міжнародний стандарт ІСО визначає якість послуги як сукупність характеристик послуги, що дозволяють їй задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживача. СОУ «Послуги міського електричного транспорту. Показники якості», що діє в Україні, визначає якість як сукупність характеристик транспортних послуг, що визначають їх придатність задовольняти потреби споживачів у відповідних перевезеннях.

На даний час не вирішеним остаточно питання комплексної кількісної оцінки якості послуг, без чого на підприємстві неможливо контролювати і управляти якістю послуг, робити висновки аналізуючи «рівень якості» у динаміці.

Для вирішення цієї проблеми, на нашу думку, доцільно визначитись з підходом до розробки комплексної кількісної оцінки рівня якості