

підвищити якість кінцевої продукції тощо. А споживач, своєю чергою, може купити необхідний якісний товар за нижчою ціною;

- перспектива отримання додаткових доходів виробником та задоволення потреб споживачів різних контингентних груп шляхом створення інноваційних продуктів молокопереробними підприємствами [1].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Цар Г.В. Основні тенденції та перспективи розвитку харчової промисловості в Україні / Г.В. Цар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20(13). – С. 262-268.
2. Статистична інформація: за даними Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Статистична інформація: за даними Національної асоціації молочників України «Укрмолпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrmlprom.kiev.ua/ua/analitika/zagalna-informatsiya/eksport-import/391-exp-imp-2014-1>.
4. Урядовий портал: офіційний інформаційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.
5. Еш С. М. Сучасний стан і місце підприємств молочної промисловості на продовольчому ринку України / С.М. Еш // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10. – Ч. 1. – С. 153-159.
6. Антонова І.В. Розвиток молочної промисловості в Україні / І.В. Антонова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=428>.

УДК 658.5(477):644

Шевчук В.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку

Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ

Стаття присвячена можливості впровадження галузевого бенчмаркінгу, який полягає в оцінці позицій компанії у відповідній галузевій або функціональній сфері. Надані основні принципи і етапи застосування інструменту. Виконані висновки щодо ефективності застосування бенчмаркінгу в теплоенергетиці.

Ключові слова: бенчмаркінг, ЖКГ, теплоенергетика, якість комунальних послуг, еталонне порівняння, управлінські інструменти, господарська діяльність комунальних підприємств.

Шевчук В.В. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ КОММУНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИНЦИПАХ БЕНЧМАРКИНГА

Статья посвящена возможности внедрения отраслевого бенчмаркинга, который заключается в оценке позиций компании в соответствующей отраслевой или функциональной области. Предоставлены основные принципы и этапы применения инструмента. Выполнены выводы относительно эффективности применения бенчмаркинга в теплоэнергетике.

Ключевые слова: бенчмаркинг, ЖКХ, теплоэнергетика, качество коммунальных услуг, эталонное сравнение, управленческие инструменты, хозяйственная деятельность коммунальных предприятий.

Shevchuk V.V. INCREASING THE MANAGEMENT EFFECTIVITY BY THE QUALITY SERVICES OF MUNICIPAL ENTERPRISES REGARDING THE PRINCIPLES OF BENCHMARKING

The article issue is devoted to the possibility of industry benchmarking usage, which is focused on the pointing of the company's position in the relevant industry or functional area. The majority principles and application stages are proposed in the article. The followings according the effectivity of using the benchmarking in the heat power area are performed.

Keywords: benchmarking, utilities, heat power, quality of municipal services, reference comparison, managing tools, economical activity of municipal enterprisers.

Постановка проблеми. 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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним концепціям управління якістю послуг та реформуванням сфери комунального господарства, її розвитком в ринкових умовах займаються Л. Беррі, О.В. Димченко, Д.В. Ісаєнко, Е.А. Ісмаїлов, П.Я. Калита, О.В. Малюта, С.Н. Нотенко, Н.Г. Салухіна, О.І. Славута, О.М. Язвінська та ін.

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

Мета статті. Розробка методів управління якістю послуг, наданих комунальними підприємствами, та надання рекомендацій щодо підвищення ефективності та якості комунальних послуг на засадах бенчмаркінгу.

Виклад основного матеріалу. 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 наявної інформації з аналізом позитивного та негативного досвіду в діяльності підприємств комунальної енергетики для побудови нової системи управління якістю наданих послуг.

Не менш важливу роль у реформуванні ЖКГ грає його інформаційне забезпечення. Аналіз стану інформаційного забезпечення системи управління ЖКГ виявив такі проблеми: відсутність єдиного підходу до вирішення завдань управління на основі врахування взаємодії всіх керованих процесів території або галузі з макро- і мікропроцесами, що відбуваються в межах і за межами керованого суб'єкта; відсутність єдиного і доступного інформаційного простору.

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 є 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. Бенчмаркінг, який у деяких наукових школах (наприклад, у французькій) називають бенчмаркетінг, представляється як використання методів управління, які успішно використовуються підприємницькими організаціями після того, як у результаті порівняння з іншими сферами підприємницької або іншої діяльності конкурента були виявлені слабкі сторони своєї організації. При використанні бенчмаркінга виробничі і маркетингові функції стають більш керованими, тому що після досліджень впроваджуються кращі методи і технології інших організацій. Даний спосіб можна використовувати в різних сферах – не тільки у підприємницькій діяльності, але й у комунальному господарстві або енергетичному господарстві.

Бенчмаркінг у сучасності використовується багатьма країнами у різних галузях. Наприклад, у Великобританії існує рада з теплопостачання та індустрії водяного опалення (Heating and Hotwater Industry Council). Також існує ЕРРА – Регіональна асоціація органів регулювання енергетики – це проведення великого бенчмаркінг-дослідження п'яти європейських країн: Угорщини, Польщі, Литви, Естонії, Фінляндії; у США: AWWA – Американська асоціація водопровідних споруд (American Water Works Association); у Латинській Америці, Центральній і Східній Європі, Південно-Східній Азії IBNET – Міжнародний бенчмаркінг мережа водопостачання і каналізації [11].

Існує шість правил ефективного бенчмаркінгу:

- база для порівняння повинна включати широке коло компаній, у тому числі світових лідерів галузі;
- для коректних порівнянь необхідно провести нормалізацію показників з урахуванням особливостей компанії і аналогів;
- порівняння важливо проводити не тільки за показниками економічної ефективності, але і з прив'язкою до показників надійності (або якості обслуговування);
- просто оцінити розриви недостатньо. Важливо зрозуміти, як лідери досягають своїх показників і які можливості застосування їх практики в компанії;
- «дорожня карта» щодо впровадження змін має бути узгоджена зі стратегічними пріоритетами компанії;
- максимальну користь приносить бенчмаркінг, поставлений на регулярну основу.

Дуже поширеним і зручним методом бенчмаркінгу є створення єдиного інформаційного простору, де акумулюються 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:

- збір інформації про дану галузь та підприємства, які діють в ній;
- обробка і систематизація отриманої інформації;
- аналіз інформації на основі порівняння з підприємством-аналогом;
- розробка і впровадження заходів по підвищенню ефективності діяльності та ефективності управління якістю послуг комунальних підприємств.

На сучасному етапі на даних підприємствах існує низка проблем, які потребують негайного рішення. Вже тривалий час в Україні проводяться спроби реформування даної галузі, направлені на покращення результатів діяльності підприємств, підвищення якості послуг. Але все одно галузь залишається однією з найбільш проблемних і потребує пошуку і застосування більш дієвих інструментів реформування. Бенчмаркінг є одним із кращих інструментів аналізу, що дозволяє поглибити позитивний досвід одиничних організацій для учасників ринку. Але необхідно враховувати особливості даного методу для підвищення його ефективності. Слід використовувати такі рекомендації:

- при виборі партнерів по бенчмаркінгу вести пошук не тільки в своїй галузі, а й за її межами;
- стимулювати партнерів до участі в проєкті;
- орієнтуватись на передові методи роботи, а не на показники;
- вивчати не тільки результативність кращих у своєму класі компаній, але і те, як вони досягли такого рівня (визначитися з інструментами реалізації);
- включити в групу бенчмаркінгу як прихильників, так і скептиків.

Якщо враховувати ці рекомендації, бенчмаркінг стає потужним інструментом підвищення ефективності діяльності підприємств ЖКХ і виявлення передових методів роботи.

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.

Конкуренція в комунальній сфері має обмежений вплив, оскільки тут менше стимулів в економії витрат ресурсів, ніж в комерційних організаціях. За допомогою бенчмаркінгу, за умови використання його ефективно, можна створити систему індикаторів, які будуть стимулювати комунальні підприємства до підвищення ефективності і утримання зростання тарифів.

Через відсутність у комунальній сфері конкуренції, оскільки більшість комунальних підприємств є монополістами, корисним буде розгляд можливості впровадження галузевого бенчмаркінгу, який полягає в оцінці позицій компанії у відповідній галузевій або функціональній сфері. Наприклад, комунальні підприємства можуть проводити еталонне порівняння за всіма основними напрямками діяльності: використання основних фондів, енергоефективність, кваліфікація персоналу, стан мереж і інших об'єктів інфраструктури, якість роботи зі споживачами ті ін. За результатами порівняння приймаються рішення про модернізацію обладнання, зміну системи мотивації персоналу, впровадження сучасної системи оплати праці, пошук нових методів роботи зі споживачами.

На базі КП «Харківські теплові мережі» пропонується зробити єдину інформаційну площину для

проведення бенчмаркінгового дослідження у сфері комунальної теплоенергетики. Створення єдиної інформаційної площини дозволить акумулювати інформацію по бенчмаркінгу.

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

На сьогодні бенчмаркінгове дослідження звичайно займає біля шести місяців. Керівники, що ініціюють бенчмаркінг, повинні усвідомлювати, що більш короткого шляху немає. Якщо потрібні швидкі зміни, краще вибрати інший спосіб. Успіх проекту бенчмаркінга полягає в строгому дотриманні послідовності процесу еталонного зіставлення. Алгоритм бенчмаркінга включає сім основних етапів [8]: оцінка організації і визначення областей для поліпшень, визначення необхідних ресурсів; визначення предмета еталонного зіставлення, розробка плану проведення бенчмаркінгу; пошук еталонної компанії; збір інформації, верифікація, співставлення отриманих даних, візуалізація, визначення розривів; аналіз інформації, визначення обмежень по реалізації проекту; звіт, опис найкращого досвіду; впровадження отриманого досвіду в діяльність організації, повторна самооцінка й аналіз поліпшень.

Етап 1. Оцінка організації і визначення областей для поліпшень. Ефективним підходом до визначення слабких сторін організації й областей першочергових поліпшень, що мають сформовану методологічну базу, є SWOT-аналіз моделі організаційної самооцінки.

Етап 2. Визначення предмета еталонного зіставлення. Для підприємства, що вирішило переймати досвід інших, необхідною умовою є чітке розуміння своєї діяльності, свого бізнес-процесу. Проблема полягає в тому, щоб «порівнювати яблука з яблуками». Існують різні підходи до опису бізнес-процесу.

Етап 3. Пошук еталонної компанії. Невеликі компанії знаходять контрагента для бенчмаркінга переважно через споживачів, з газетних і журнальних статей, на конференціях і комерційних виставках.

Етап 4. Збір інформації. Для збору інформації про систему управління підприємством використовувався «контрольний перелік», де дані процесів еталонної компанії систематизувалися по критеріях якості.

Етап 5. Аналіз інформації, визначення обмежень по реалізації проекту.

Етап 6. Впровадження отриманого досвіду в діяльність організації. Здійснення змін на підставі результатів бенчмаркінга варто робити, керуючись принципом, проголошеним ще Едвардом Демінгом: „Застосовуй, але не приймай”. Повторна самооцінка й аналіз поліпшень. Моніторинг ходу виконання робіт і оцінка кінцевих результатів формують пакет інформації для повторної самооцінки й аналізу поліпшень.

Важливим етапом при проведенні бенчмаркінгу є розробка системи вхідних і вихідних показників, які дозволять всебічно оцінити діяльність підприємств теплоенергетичного комплексу за найважливішими показниками ефективності. Така система повинна являти собою набір взаємозалежних параметрів, які

відображають як технічні, так і організаційні показники діяльності. При розробці системи вхідних і вихідних показників необхідно дотримуватися таких основних принципів [11]:

- об'єктивність. Значення показників відображають реальний стан справ, незалежно від суб'єктивних факторів;

- обмеженість. Кількість критеріїв повинно бути кінцевим і чітко визначеним;

- інформативність. Кожен критерій несе певне інформаційне навантаження;

- системність. Показники оцінки повинні відображати інформацію за всіма основними напрямками діяльності досліджуваного підприємства;

- порівнянність. Можливість оцінити показники, отримані незалежно від часу і місця їх фіксації;

- єдність вимірювань. Повинні застосовуватися єдині методи збору та обробки даних.

Комунальним підприємством розробляється система вхідних і вихідних показників, яка складається з шести основних блоків, в їх числі: відносини зі споживачем; стан об'єктів і мереж; виробництво і споживання; якість роботи персоналу; охоплення послугами; енергоефективність.

У свою чергу, кожен з цих блоків містить групи, що характеризують якість роботи зі споживачем, стан об'єктів, аварійність системи, втрати енергії, обсяг виробництва і споживання, контроль обліку відпускається енергії, екологічну безпеку, ефективність роботи персоналу, кадрову політику фірми, доступність послуг для споживача, охоплення послугами теплопостачання і ресурсну ефективність. Далі ці групи розглядаються більш докладно [9].

В якості вхідних параметрів для оцінки якості роботи зі споживачем застосовуються такі показники, як: кількість скарг на якість послуг теплопостачання у розрахунку на 1000 абонентів; частка відповідей на скарги на якість послуг теплопостачання протягом 10 днів; спосіб прийому звернень.

На виході отримуємо комплексну оцінку задоволеності споживача якістю надання послуг теплопостачання.

Для оцінки платіжної дисципліни споживачів, а отже, і фінансової стабільності використовуються два показники: сума виставлених рахунків до оплати на кінець року (або іншого періоду) і сума сплачених рахунків за аналогічний період. Їх зіставлення дозволить визначити рівень збору платежів і заборгованість споживачів за надані послуги [14].

Стан об'єктів і мереж та їх надійність характеризують такі показники: загальна протяжність мереж на початок і кінець року; протяжність мереж, що потребують заміни, за станом на початок року; протяжність мереж, що потребують заміни, станом на кінець року; протяжність мереж, які були замінені протягом року; частка мереж зі 100%-вим зносом (на початок року); частка мереж зі 100%-вим зносом за станом на кінець року, але без урахування нових.

При зіставленні даних за цими показниками між собою в якості вихідних показників отримуємо інтенсивність заміни мереж, що потребують заміни, і коефіцієнт будівництва нових мереж. Це дозволить визначити реальний стан мереж, надійність їх функціонування і потреба в інвестиціях.

В якості показників надійності і стійкості мереж використовуються [5]:

- кількість пошкоджень в системі теплопостачання на рік у розрахунку на 100 км мереж;

- кількість пошкоджень в системі теплопостачання на рік у розрахунку на 1000 абонентів. Обидва

ці показники враховуються без урахування пошкоджень, що виникли при планово-попереджувальному ремонті. Відображення обох, по суті, ідентичних показників обумовлюється різною щільністю підключення абонентів до системи теплопостачання в різних регіонах;

– середня тривалість усунення пошкоджень. Детальний аналіз цього показника дозволить дізнатися методи діагностики пошкоджень і способи організації робіт щодо якнайшвидшого усунення пошкоджень;

– тривалість перебоїв у роботі системи, що призвели до повного або часткового припинення надання послуг теплопостачання;

– втрати в мережах теплопостачання.

Умови функціонування, масштаб виробництва і розподілу теплової енергії характеризують такі показники, як використовуване паливо, кількість виробленої та реалізованої теплової енергії, завантаженість котелень та їх коефіцієнту корисної дії, тривалість опалювального періоду, середня температура зовнішнього повітря за цей період, а також частка днів в опалювальному періоді з відхиленням від температурного графіка [6].

Для оцінки ефективності роботи персоналу використовуються наступні показники: загальна чисельність персоналу, зайнятого в теплопостачанні; питома чисельність персоналу на 100 км мереж; продуктивність праці.

Дані за цими показниками застосовуються для узагальненої оцінки ефективності використання праці працівників.

Кадрова політика компанії характеризується плінністю кадрів, наявністю програм підвищення кваліфікації і атестації персоналу.

Охоплення послугами теплопостачання – це їх фізична доступність для споживача. А вартість підключення до системи та тариф за спожиту теплову енергію показують економічну доступність послуг.

Ресурсна ефективність підприємств визначається питомою витратою електроенергії, умовного палива і води і порівнянням цих значень з нормативними.

Розгляд та аналіз зазначених показників дозволить всебічно оцінити і контролювати надійність, стійкість і якість послуг теплопостачання, визначити вектор розвитку.

Очевидно, що реалізація бенчмаркінгового дослідження багато в чому залежить від готовності теплоенергетичних компаній подолати «комплекс засекреченості» і надати реальні дані про діяльність підприємства. При цьому основу закритої інформації, як правило, складають фінансово-економічні показники діяльності. Незважаючи на те що звітність таких підприємств публікується у відкритих джерелах, в достовірності цих даних варто засумніватися, так як ситуація української системи бухгалтерського обліку не дозволяє побачити реального стану справ. Ось чому запропонована система показників включає надання фінансової інформації, що дозволить компаніям, що бажають взяти участь у дослідженні, з легкістю надати запитовані дані. Поліпшення технічних показників, безсумнівно, призведе, у свою чергу, і до поліпшення фінансових показників [3].

Таким чином, отримана в ході дослідження інформація дозволить скласти рейтинг підприємств теплопостачання України та визначити основний вектор подальшого їх розвитку. Від створення такої системи порівняльного аналізу виграють і самі підприємства, і держава, і суспільство (рис. 1).



Рис. 1. Ефект від бенчмаркінгу у сфері теплопостачання

Так, в умовах браку фінансування підприємства при порівняно невеликих витратах отримують доступ до найкращих доступним технологіям, що дозволяє удосконалювати свою роботу.

Слід відмітити, що в Японії і США програми бенчмаркетингу розвиваються за державною підтримкою. Вважається, що за таким обміном досвідом виграє економіка держави в цілому. Держава отримує повну картину стану справ у теплоенергетиці і, отже, можливість коректувати інвестиційну діяльність, а також зробити прозорою тарифну політику, що дозволить стримувати зростання цін. Підприємства, у яких видаткові статті (питомі витрати) мають мінімальні значення, беруться за основу при встановленні тарифів для інших підприємств, що працюють у схожих умовах [7].

Так, наприклад, скорочення витрат на оплату праці за рахунок оптимізації чисельності персоналу та застосування автоматичних систем управління, а також зменшення витрат на власне енергоспоживання за рахунок використання енергозберігаючих технологій дозволять знизити собівартість послуги. Це призведе до перегляду тарифної політики у бік пониження цін. У той же час суспільство отримує якісні послуги за прийнятними тарифами.

Висновки. Досліджена система показників після додаткового збору експертної думки підприємств, що брали участь в дослідженні, може використовуватися для оцінки надійності, стійкості та ефективності енергопостачальних організацій України та розробки конкретних пропозицій для поліпшення їх фінансово-господарської діяльності та якості послуг. Особливо ефективним буде використання інструменту бенчмаркінгу у сферах управління багатоквартирними будинками (порівняння результатів роботи управлінських компаній в місті), надання послуг водопостачання і водовідведення (порівняння роботи підприємств в різних містах та населених пунктах), генерації теплової і електричної енергії (порівняння ефективності роботи котелень, ТЕЦ з аналогічними об'єктами в інших регіонах).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аудиторський звіт Державної контрольно-ревізійної служби України. – К., 2011 – 83 с.
2. Беррі Л. Якість послуг / Л. Беррі, В. Цайтман. – К.: Основи, 1998. – С. 64.
3. Возможности бенчмаркинга для управления предприятиями коммунального комплекса [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/330/image/330-126.pdf>.
4. Ісаєнко Д.В. Стратегія формування державної соціальної політики регулювання розвитку житлового будівництва в Україні / Д. В. Ісаєнко // Публічне управління: теорія та практика : зб. наук. пр. Асоціації докторів наук з державного управління – Х.: Вид-во «ДокНаукДержУпр». – 2011. – № 4(8). – С. 96–102.

5. Исмаилов Э.А. Повышение эффективности системы управления функционированием жилищно-коммунального хозяйства посредством создания эффективно работающей системы управления качеством / Э.А. Исмаилов // Реконструкція житла: інформаційні технології. – 2005. – № 6. – С. 408–412.
6. Калита П.Я. Україна та якість / П.Я. Калита // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2005. – № 3. – С. 51–53.
7. Качественные жилищно-коммунальные услуги – общее дело власти и громады : материалы III Всеукр. науч.-практ. конф. по вопросам самоорганизации населения (Одесса, 17–18 сент. 2007 г.). – Одесса, 2007. – 120 с.
8. Коваленко-Кужольна З.М. Вигідно: і державі, і працівнику, і споживачу / З.М. Коваленко-Кужольна // Міське господарство. – 2010. – № 4. – С. 35–36.
9. Малюта О.В. Удосконалення організації надання житлово-комунальних послуг / О.В. Малюта // Менеджер: ДонДУУ. – 2008. – № 4(46). – С. 184–189.
10. Мельник С.М. Теоретичні аспекти розвитку монополізованих ринків житлово-комунальних послуг / С.М. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 9(51). – С. 21–29.
11. Методология бенчмаркинга для повышения уровня энергоэффективности промышленных предприятий Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journal.esco.co.ua/esco/2014_6_7/art29.pdf.
12. Нотенко С.Н. Управление качеством жилищно-коммунальных услуг / С.Н. Нотенко, С.В. Донсков, Ю.Л. Чекановский // Жилье и реформы. – 2003. – №2(4). – С. 185–189.
13. Основні причини збитковості (низької рентабельності) підприємств та організацій житлово-комунального господарства у 2004–2010 роках : Стан міського житлово-комунального господарства в Україні та перспективи його реформування очима громадян (червень 2011 р.): соціологічне опитування [Електронний ресурс] // Центр соціальних технологій «Соціополіс», 2011 – Режим доступу: <http://www.sociopolis.com.ua/Research/Message/?id=361&>.
14. О разработке и внедрении системы менеджмента качества жилищно-коммунальных услуг [Электронный ресурс] // Омск-тест – сертификация, экспертиза, услуги бизнесу. – 2005. – Режим доступа: <http://www.omsktest.ru/>.
15. Овсянко А. Управление качеством и стандарты ISO 9000: мыльный пузырь или новая парадигма бизнеса [Электронный ресурс] / А. Овсянко // Ответственность высшего менеджмента. – 2003. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/>.
16. Полуянов В.П. Питання підвищення якості житлово-комунальних послуг як резерву урегулювання обсягів дебіторської заборгованості галузі / В.П. Полуянов, О.М. Попович // Проблеми розвитку соціально-економічних систем: підприємництво, глобалізація, економічне зростання. – Київ-Дубно, 2010. – Вип. I. – С. 11.
17. Про результати експертно-соціологічного опитування стосовно якості ЖКП [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rusanivka.org.ua/?page_id=810.
18. Салухіна Н.Г. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг : підручник / Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська. – К.: Центр учб. л-ри, 2010. – 336 с.
19. Словник термінів і понять, що вживаються у чинних нормативно-правових актах України / упоряд.: О.В. Богачова, К.С. Винокуров та ін. – К.: Оріяни, 1999. – 502 с.
20. Стасюк Г.А. Розвиток підприємництва в інфраструктурному секторі економіки як шлях створення в ньому конкурентного середовища та підвищення якості послуг / Г.А. Стасюк // Актуальні проблеми сучасних наук: теорія та практика: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Т. 1: Економічні науки. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 34–37.