

Міністерство освіти і науки України  
Державний торговельно-економічний університет  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
Академічне товариство імені М. Балудянського  
(м. Кошице, Словаччина)  
Державний Університет імені  
Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)  
Вища школа економіки і права імені  
проф. Едварда Ліпінського (м. Кельце, Польща)  
Тбіліський державний університет імені  
Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)  
Технічний університет (м. Кошице, Словаччина)  
Університет «Petre Andreia» (м. Яси, Румунія)  
Університет суспільних наук (м. Лодзь, Польща)  
Folkuniversitetet (м. Упсала, Швеція)



*СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ  
ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ  
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ*

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ  
X Міжнародної науково-практичної конференції**

**06-07 жовтня 2022 року**

**Частина III**

**Вінниця 2022**

УДК 339.922(477)

**Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. X Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 06-07 жовтня 2022 р. Вінниця, 2022. Ч. 3. 236 с.**

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції розглядаються питання управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства та регулювання соціальних проблем в сучасних умовах; сучасної парадигми менеджменту та публічно-владної діяльності, фінансовий механізм забезпечення соціально-економічного розвитку країни; проблеми обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління підприємства. Досліджуються інноваційні моделі та інформаційні технології в науці, освіті, економіці; теоретичні, практичні аспекти сучасного товарознавства; актуальні проблеми маркетингових технологій в умовах євроінтеграції, перспективи розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості; історичні, філософські, соціально-психологічні та правові аспекти державотворчих процесів в умовах глобалізованого суспільства.

Висвітлюються інтерактивні технології та методи навчання як засіб формування іншомовної професійної компетенції, теоретичні та практичні аспекти розвитку студентського спорту в системі фізичного виховання ЗВО.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

**Редакційна колегія:**

Голова редакційної колегії – **Замкова Н. Л.**, д-р філос. наук, професор  
Відповідальний секретар – **Мартінова Л. Б.**, д-р екон. наук, доцент

**Члени редакційної колегії:**

**Громова О. Є.**, д-р екон. наук, доцент, **Іваницька Н. Б.**, д-р філол. наук, професор, **Нікітішин А. О.**, д-р екон. наук, доцент, **Стопчак М. В.**, д-р іст. наук, професор, **Хачатрян В. В.**, д-р екон. наук, доцент, **Чорна Н. М.**, д-р іст. наук, професор, **Бондар А. А.**, канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент, **Добровольська Н. В.**, канд. пед. наук, доцент, **Кудирко О. М.**, канд. екон. наук, доцент, **Махначова Н. М.**, канд. екон. наук, доцент, **Терещенко Л. Я.**, канд. філол. наук, доцент, **Тернова А. С.**, канд. техн. наук, доцент.

Друкується за ухвалою вченої ради Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

**ISBN 978-966-629-964-5**

---

<b>Л. М. Крижак, канд. техн. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ ФРУКТОВИХ СОКІВ УКРАЇНИ.....</b>	<b>165</b>
<b>А. В. Лук'янець</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ПРОБЛЕМА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДАХ</b> <b>РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....</b>	<b>173</b>
<b>І. О. Мазуркевич, канд. екон. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</b> <b>РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....</b>	<b>178</b>
<b>Н. В. Онищук, канд. екон. наук, доцент</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>СЕРВІСНА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛІВ В УМОВАХ СТАГНАЦІЇ ГАЛУЗІ.....</b>	<b>186</b>
<b>О. В. Пахомська</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ.....</b>	<b>194</b>
<b>В. В. Постова, канд. екон. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ</b> <b>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО</b> <b>ГОСПОДАРСТВА, ЯКІ НАДАЮТЬ КЕЙТЕРИНГОВІ ПОСЛУГИ.....</b>	<b>202</b>
<b>М. О. Рябенська, канд. екон. наук, доцент</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ</b> <b>БІЗНЕСОМ.....</b>	<b>213</b>
<b>Т. В. Семко, канд. техн. наук, доцент</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ПОЛОЖЕННЯ КОДЕКСУ АЛІМЕНТАРИУС.....</b>	<b>219</b>
<b>Л. В. Фіалковська, канд. техн. наук, доцент</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА МАЙОНЕЗУ.....</b>	<b>225</b>
<b>Н. М. Чорна, д-р іст. наук, професор</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>РОЛЬ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ПІДВИЩЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ</b> <b>ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЙ.....</b>	<b>228</b>

---

5. Омельчук С. С. Визначення сутності поняття «економічна безпека підприємства» та його складових. *Вісник Хмельниць. нац. ун-ту. екон. науки.* 2008. Т. 1. № 6. С. 206–210.

6. Постова В. В. Формування пріоритетних напрямків безпеки сучасних підприємств ресторанного бізнесу. *Індустрія сфери послуг: виклики та можливості* : Зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25 травня 2021 р.). Київ: ВСП КТЕФК КНТЕУ, 2021. С. 135-138.

7. Хомин О. Й. Еколого-демографічна безпека держави. Управління еколого-економічною безпекою країни : монографія / за заг. ред. Р. І. Тринька. Львів : Ліга-Прес, 2012. 260 с.

8. Хомин О. Й. Якість та безпечність продуктів харчування як чинник демографічної безпеки. Сучасні проблеми та тенденції з розвитку оздоровчого харчування, безпеки та якості продуктів : монографія / за ред. М. Я. Бомби. Львів: Ліга-прес, 2013. 264 с.

**УДК 008:640.41**

**Н. В. Онищук, канд. екон. наук, доцент**

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1635-0801>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **СЕРВІСНА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛІВ**

### **В УМОВАХ СТАГНАЦІЇ ГАЛУЗІ**

*У статті розглянуто сфери застосування сервісної діяльності готелів що визначає тип і спрямованість стратегій готельних підприємств в умовах стагнації галузі. У свою чергу, сервісна діяльність готелів дозволяє конструювати відповідні економічні та управлінські механізми, оскільки вони визначаються саме типом впроваджуваного сервісу та обраної стратегії. При цьому будь-який готель в процесі реалізації системного підходу до визначення своєї стратегії розвитку, розглядає свою сервісну діяльність з урахуванням принципів і аспектів класифікації, отримує можливість точніше позиціонуватися на ринку, визначити форми просування і реалізації своїх послуг*

*і пропозицій на ринок, які для різних типів сервісу різні. Сервісна діяльність готелів охоплює якість та безпечність послуг, впровадження нових послуг, впровадження інноваційних технологій, удосконалення маркетингової діяльності закладів розміщення.*

**Ключові слова:** *готельний бізнес, сервісна діяльність, конкурентоспроможність, сервісний процес, інновації.*

**Постановка проблеми.** Динаміка розвитку готельного бізнесу в Україні протягом останніх років мала тенденцію щодо збільшення. В 2019 р. обсяг реалізованих послуг щодо тимчасового розміщення склав 2419969,7 тис. грн, у тому числі населенню – 1354131,0 тис. грн. Обсяг реалізованих послуг з тимчасового розміщення становив у 2019 р. 2419969,7 тис. грн. Найбільшим споживачем послуг з тимчасового розміщення стало населення, його частка в загальному обсязі становила 55,9%, в той час частка підприємств – 39,8%. Така тенденція також спостерігалась і в діяльності готелів і аналогічних засобів тимчасового розміщення, обсяг реалізованих послуг яких склав 2312624,4 тис. грн. в 2019 році, з яких населенню – 56,7%, підприємствам – 39,0%. Ринок готельних послуг робить важливий внесок у формування ВВП країни. В цілому частка внеску ринку готельного бізнесу в економіку України за різними оцінками становить близько 7-10%.

Таким чином, показники вітчизняного ринку готельних послуг вказують на достатньо розвинений рівень гостинності, який, якщо не брати до уваги період карантину в країні, динамічно збільшувався з врахуванням особливостей регіональної спеціалізації туристичної України.

Проте умови карантинного існування підприємств готельного бізнесу вимагають впровадження заходів щодо забезпечення виживання та існування в цей час, а також action-планів з стратегіями виходу із кризи, які розглядають удосконалення, або сервісної діяльності: якість та безпечність послуг, впровадження нових послуг, інноваційних технологій, удосконалення маркетингової діяльності, або стратегічного менеджменту: виходу на нові ринки, зміну організаційної форми управління, задля того, щоб лишитись конкурентоздатним гравцем.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у адаптацію готельних підприємств під час пандемії зробили фахівці з Асоціації індустрії гостинності України [1], Всеукраїнської громадської організації «Асоціація малих готелів та апартаментів України» [2], Асоціації готелів і ресторанів України [3]. Питанням розвитку готельного бізнесу присвячені праці С. Г. Нездоймінова [4], С. С. Галасюк, О. В. Шикіну [5], О. Ю. Давидову [6], Л. Д. Завідну [7], Л. Ю. Матвійчук [8], О. І. Мілашовську, А. В. Гриняло, М. М. Удут [9].

Незважаючи на значну кількість наукових праць і значні досягнення в цій галузі, питання наслідків спричинених світовою кризою в умовах пандемії на готельний бізнес, зокрема, пошук рішень для поступового виходу з стагнації галузі, визначення проблем і перспектив розвитку готельного бізнесу в країні залишаються невирішеними, дискусійними, потребують уточнення і подальшого розвитку, що й обумовлює необхідність даного наукового дослідження.

**Мета статті** – виокремити та описати сервісну діяльність в готельному бізнесі як інструмент підвищення його конкурентоспроможності.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах стагнації галузі готелі конкурують, враховуючи цінову політику конкурентів, орієнтуючись на внутрішні туристичні потоки та зовнішні туристичні спрямування на підставі визначених особливостей туристичного ринку регіону. Серед конкурентних переваг готельних послуг необхідно визначити класичні, а саме ціна, підвищення якості послуг, сервіс, використання маркетингу, формування іміджу готелю та інші.

У цих умовах кожне підприємство готельних послуг шукає та реалізує заходи щодо забезпечення конкурентоспроможності готелю, а саме:

- посилює заходи безпеки щодо пандемії;
- пропонує сервіс з доставки страв від готельного ресторану;
- пропонує знижки на споживання готельних послуг до 50%;
- продає сертифікати зі знижкою, які діятимуть до кінця 2021 року;

- задіює частину персоналу та їх ротацію, що надає можливість надати персоналу соціальне забезпечення;
- звільнює працівників або надають відпустки за власний рахунок;
- припиняє обслуговування гостей в ресторанах, лобі барах та спа-салонах;
- виводє з експлуатації номерний фонд;
- зменшує маркетингові бюджети тощо [10]

В умовах запеклої конкурентної боротьби на ринку послуг сервісна діяльність підприємств готельного бізнесу спрямована, перш за все, на підвищення конкурентоспроможності як послуг, так і організацій в цілому.

Тільки ті організації залишаються в ринковому середовищі, які в змозі задовольняти традиційні або нові потреби цільових споживачів способом, який раніше не застосовувався, широко впроваджувати в процес обслуговування споживачів сучасний сервіс.

Для підприємств готельного бізнесу сервісний підхід проявляється, перш за все, в удосконаленні інформаційного забезпечення діяльності засобів розміщення. Для забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності очевидна необхідність використання новітніх інформаційних технологій при впровадженні нових видів основних і додаткових послуг, а також розширення застосування нових каналів комунікацій для просування готелю.

Джерелами сучасного сервісу в готельних підприємствах служать мінливі запити і вимоги клієнтів, зміна потреб виробничого процесу (застаріле обладнання, технології), зміни в структурі галузі або ринку, демографічні зміни. Сервісна діяльність готелів найчастіше зосереджена в двох сферах послуг:

- забезпечення матеріально-технічних умов для надання послуг клієнтам;
- розширення асортименту супутніх і, що ще більш важливо, додаткових послуг [10].

Нині стратегія розвитку готелю повинна бути базою для сервісних процесів. Сервісний процес можна розбити на наступні етапи:

- 1) визначення потенціалу готелю;
- 2) обов'язкова постановка цілей і завдань впровадження сервісу;

- 3) генерування, аналіз і відбір ідей;
- 4) створення на базі кращих ідей сервісних концепцій;
- 5) запуск процесу впровадження нового сервісу;
- 6) інтеграція сервісу в корпоративну культуру готелю.

У сучасній практиці готельного бізнесу виділяють кілька напрямів, в яких можливий або необхідний сервіс обслуговування :

- концептуальний сервіс;
- інформаційний сервіс;
- безпека;
- PR-діяльність;
- діловий туризм;
- об'єднання готелів.

Сервіс, що надають в готельному бізнесі, можливо класифікувати за цілою низкою критеріїв, виокремивши чотири групи (таблиця 1)

Таблиця 1 – Сфери застосування сервісної діяльності в готельному бізнесі [5]

№	Класифікаційна ознака	Змістовність сервісу
1	Сервісні інновації в області стратегічного капіталу	Стратегічні ресурси, нові технології, людські ресурси, методи управління. Це можуть бути інновації в формі нової методики навчання співробітників, більш швидка інтеграція нових співробітників в команду, що підвищує ефективність роботи готелю
2	Сервісне управління в операційній діяльності готелю	Заходи щодо підвищення продуктивності праці, поліпшення якості обслуговування гостей.
3	Сервісна діяльність в області взаємовідносин з клієнтами і ринком	Підвищення лояльності гостей, впровадження програм заохочення, розвиток бренду готелю на ринку, нові маркетингові стратегії, ціноутворення
4	Сервісна діяльність в області фінансової ефективності	Заходи щодо зниження витрат і збільшення доходів готелю. Управління ліквідністю, активами, витратами готелю.

Новостворені готельні сервіси зазвичай тягнуть за собою цілий ланцюжок заходів щодо зміни існуючих технологій функціонування готельної корпорації або окремого готелю і є досить капіталомісткими. Зазвичай вони впроваджуються в разі глобальних змін всього зовнішнього оточення і



обумовлені агресивною позицією готелю на ринку в прагненні зайняти певний сектор або нішу за допомогою пропозиції принципово нових продуктів і процедур обслуговування клієнтів.

Готельні сервіси що стосуються обслуговування споживачів побудовані на основі вже створених продуктів, мають найбільше поширення у зв'язку з меншою складністю впровадження і зниження ризиків невдачі. Однією з найбільш яскравих тенденцій останніх років є конвергенція процесів розвитку зв'язку і інформатики, комп'ютеризації та інформатизації, телекомунікацій та програмного забезпечення. Як підтверджують результати сучасного науково-технічного прогресу, це не просто «зближення» всіх цих процесів, але також їх взаємодоповнення і взаємопроникнення. В цілому сервіс в готельному бізнесі можна класифікувати за такими ознаками: за об'єктами; за рівнем технологічності; за методом управління.

За об'єктами сервісу, що використовуються в готельному бізнесі виділяємо такі напрямки, як технологічний, екологічний, управлінський, безпековий (таблиця 2).

Таблиця 2 – Види сервісної діяльності у сфері готельного бізнесу за об'єктами сервісу [7]

№	Види сервісу	Сутність сервісу
1	Застосування широкого спектра сучасних інформаційних технологій	Від систем автоматизованого управління службами готелю до програм бронювання номерів в мережі Інтернет. Наявність подібної системи дозволяє готелю підтримувати швидку взаємодію з туроператорами і турагентами, виходити на ринок бронювання послуг для індивідуальних туристів, а також вбудовуватися в системи глобального бронювання через спеціалізовані портали.
2	Забезпечення безпеки клієнтів	Наявність системи відеоспостереження не тільки на території готелю, але і на прилеглий території, Електронні замки на дверях номера і програмовані сейфи, як засоби захисту клієнтів.
3	Екологічне середовище	Впровадження в готельний бізнес екологічних інновацій

За рівнем технологічності сервісна діяльність готельного бізнесу представлені в таблиці 3.

Таблиця 3 – Види сервісної діяльності у сфері готельного бізнесу за рівнем технологічності [7]

№	Види сервісу	Сутність сервісу
1	Використання онлайн і мобільних технологій «підключений мандрівник»	«Підключений мандрівник» задовольняє потребу повсюдної «гаджетізації» населення і потребу людей постійно бути онлайн.
2	Впровадження мобільних пристроїв у вигляді «безконтактного супроводу» в діяльність готельного бізнесу	Опції дистанційної процедури реєстрації, виписки, цифровий ключ, що дозволяє відкрити двері номера за допомогою мобільного телефону, повідомлення про ступінь готовності номера до заселення, онлайн відстеження витрат, підсумковий рахунок за проживання, регулювання температури в номері, резервування столика в ресторані, перегляд персонального контенту на ТБ в номері, спілкування в режимі «live chat» з персоналом та іншими гостями готелю, опції, що дозволяють створювати фотографії в стилі туристичних ретро-постерів і ділитися ними в соціальних мережах та інше.
3	Впровадження штучного інтелекту	Використання в наданні готельних послуг роботів-консьєржів, чат-ботів, відбитків пальців, тривимірних проєкцій і відеомеппінг, концепція «інтелектуального» номера готельної компанії, технологія цифрової реєстрації

За методом управління в готельному бізнесі виокремлено такі напрями інноваційного менеджменту, як бенчмаркінг і програмний комплекс в управлінні готельним комплексом (таблиця 4).

Таблиця 4 – Сервісна діяльність у менеджменті готельного бізнесу [7]

№	Види сервісу	Сутність сервісу
1	Бенчмаркінг	Безперервний процес оцінки рівня продукції, послуг і методів роботи на основі порівняння з найсильнішими конкурентами або тими компаніями, які визнані лідерами
2	Програмний комплекс в управлінні готельним комплексом і менеджменті	Спрямований на виконання робіт з обліку, контролю і статистичної обробки інформації

Інформаційна доступність сучасних засобів розміщення, призводить до двоякого результату: з одного боку, готель стає максимально відкритим і доступним для потенційного клієнта, з іншого, подібна відкритість призводить до швидкого копіювання новацій в управлінні конкурентами. У подібній ситуації конкурентну боротьбу можуть виграти тільки готелі, які постійно застосовують інноваційний підхід до управління.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Таким чином, умови, що визначають вектор ефективного розвитку сучасної індустрії гостинності, лежать в площині сервісу. Зрозуміло, що нині потреба в сервісі для подальшого економічного зростання сфери послуг важлива як ніколи. Доведено, що послуги, які мають більший ступінь сервісу, сприяють зростанню задоволеності споживачів і, як наслідок, збільшення фінансових показників підприємств. Сьогодні клієнти звертають особливу увагу на сервіс готельних підприємств на етапі вибору готелю. Відповідно, наявність сервісу приводить до збільшення затребуваності, а значить і ефективності готелів. Сервісна діяльність не тільки збільшує оборот компаній, але і чинить позитивний вплив на їх ліквідність. Отже, на сучасному етапі реалізація сервісних пропозицій підприємств індустрії гостинності стає одним з вагомих конкурентних переваг, що потребує вивчення і впровадження в готельний менеджмент.

#### **Список використаних джерел:**

1. Асоціація індустрії гостинності України. Офіційний сайт. URL : <http://aigu.org.ua/> (дата звернення: 10.06.2022).

2. Всеукраїнська громадська організація «Асоціація малих готелів та апартаментів України». ВГО «АМГАУ». URL : <https://vkursi.pro/card/vho-amhau-35142910> (дата звернення: 10.06.2022).

3. Ассоциация гостиниц и ресторанов Украины. URL: <https://www.facebook.com/search/top/> (дата звернення: 10.06.2022).

4. Галасюк С. С., Шикіна О. В. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів : монографія. Одеса, 2015. 281 с.

5. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. *Бізнес Інформ*. 2017. № 11. С. 459–464.

6. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ, 2017. 600 с.

7. Матвійчук Л. Ю. Регіональні особливості розвитку готельного господарства в Україні. *Економічні науки*. 2016. Вип. 13. С. 265–273.

8. Мілашовська О. І., Гриняло А. В., Удуг М. М. Інноваційний потенціал підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 431–435.

9. The page. Офіційний сайт. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus> (дата звернення: 10.06.2022).

**УДК 339.13:664.143(477)**

**О. В. Пахомська**

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0915-8811>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ**

*У статті досліджено організацію контролю якості продукції на виробництві. Виявлено, що основними принципами оцінки якості харчової продукції є цілеспрямованість, регламентованість, вірогідність, збіжність і відтворюваність. Ці ж принципи зберігаються в системному розгляді взаємозв'язку контролю і його об'єктів. Загальний алгоритм здійснення контролю за якістю харчової продукції – визначення номенклатури показників якості продукції, вибір методів контролю, відбирання проб, підготовка до випробувань, випробування продукції, обробка результатів.*

**Ключові слова:** продукція, контроль якості, якість продукції.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах переходу до ринкової економіки серед безлічі проблем, пов'язаних із забезпеченням, виживанням і наступним нормальним розвитком підприємства та організації, головною і вирішальною є проблема якості продукції, робіт і послуг. Найближчими роками в найкращому становищі опиняться ті підприємства, що зможуть забезпечити не тільки найвищу продуктивність праці, а й високу якість, новизну та конкурентоспроможність продукції.

Нині поняття “якість продукції” є об'єктом численних дискусій. Ще в кінці 60-х років ХХ ст. у одній із праць, присвячених аналізу цієї категорії, було