

УДК 338.4

О. В. Боднар,
к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту,
Відокремлений підрозділ національного університету біоресурсів
і природокористування України "Бережанський агротехнічний інститут"
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4484-817X>

DOI: 10.32702/2306-6792.2023.1.31

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ЯКОСТІ В ТУРИЗМІ

O. Bodnar,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing, Separated
Subdivision of National University of Life and Environmental Science of Ukraine "Berezhany Agrotechnical Institute"

THE THEORETICAL ESSENCE OF THE CONCEPT OF QUALITY IN TOURISM

В статті досліджується поняття якості в туризмі. Визначено поняття "якість" як економічна категорія та показники оцінки якості. Зазначено рівні відповідності якості. Розкрито поняття якості послуг. Обґрунтовано необхідність підвищення рівня якості. Визначено фактори, що впливають на створення якісного туристичного продукту. Проаналізовано специфіку галузі туризму і визначено, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту звертається на якість сервісу. Визначено поняття "рівень якості". Досліджено рівні оцінки якості в туризмі. Розкрито критерії та показники оцінки якості послуг, які повинно використовувати туристичне підприємство. Визначено, що процеси управління в системі якості в туризмі в загальному вигляді поділяються на дві групи. Досліджено, що в процесі управління якістю в туризмі розробляються і виконуються економічні, соціально-психологічні та адміністративні заходи.

The article examines the concept of quality in tourism. The concept of "quality" as an economic category and indicators of quality assessment are defined. Levels of quality compliance are indicated. The concept of service quality is revealed. The need to increase the level of quality is substantiated. Factors affecting the creation of a quality tourist product have been determined. The specifics of the tourism industry were analyzed and it was determined that the main focus in it when creating a product quality system is on service quality. The concept of "level of quality" is defined. The levels of quality assessment in tourism were studied. The criteria and indicators for evaluating the quality of services, which should be used by a tourist enterprise, are disclosed. They include: material standard; aesthetic impressions; reliability of concluded agreements; individual approach to the client; knowledge and experience of personnel; politeness, sociability; reputation; security; accessibility; ease of understanding; understanding the client's needs. In the process of activity, it is important for a tourist enterprise not only to correctly assess the quality of individual services, but also the overall level of quality of services provided in tourism. So, the totality of these indicators forms the quality of provided tourist services. It was determined that management processes in the quality system in tourism are generally divided into two groups. It has been studied that in the process of quality management in tourism, economic, social-psychological and administrative measures are developed and implemented. The features of the approach to quality management are determined. It has been proven that one of the most important tasks of enterprises in the field of tourism is the creation of a reputation for high-quality guest service, which can be achieved thanks to the joint efforts of employees of all services of the enterprise, constant and effective control by the administration, organization of work on improving service methods, studying and implementing best practices, new equipment and technology, expanding the assortment and improving the quality of the services provided. Therefore, quality is the basis for satisfying the needs of every person and society, the most important component of competitiveness. Activities to improve and ensure quality in tourism in the conditions of a market economy should become a priority.

Ключові слова: якість, рівень якості, якість послуг, показники оцінки якості, підвищення якості.
Keywords: quality, quality level, quality of services, quality assessment indicators, quality improvement.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасний етап розвитку міжнародної торгівлі туристичних послуг багато в чому за-

лежить від того, наскільки їхні послуги відповідають визначеним правовим нормам якості. Оскільки проблеми підвищення й забезпечення якості є актуальною для всіх суб'єктів малого й середнього бізнесу, від належного її вирішення залежить подальше майбутнє окремо

визначеної держави та світу в цілому. Але, якість повинна сформуватися так, щоб задовольняючи визначені й передбачувані потреби кожної окремої особистості й суспільства загалом, змогла б задовольнити й потреби держави. Туризм вагомо впливає на розвиток різних ключових сфер економіки і є одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. У зв'язку з цим проблема якості в туризмі являється актуальним питанням розвитку цієї галузі народного господарства. Тому вважаємо, що необхідно уточнити, в чому полягає суть і економічна природа категорії "якість" як економічної категорії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження питань щодо якості проведені й висвітлені в роботах зарубіжних і вітчизняних фахівців та вчених: А.І. Буряк, Е.М. Векслер, Д.Г. Гольцев, Н.А. Морозова-Герасимович, А.О. Панна, І.Ю. Тимрієнко, М.І. Шаповал, В. Шухарт, А. Фейгенбаум та ін.

Однак існує багато проблемних питань стосовно поняття якості в туризмі, які залишаються не вивченими і потребують подальших досліджень. Насамперед, це стосується проблеми, що пов'язана з оцінкою якості та ефективності туристичних послуг і формуванням на цій основі ефективних систем управління туристичною фірмою. Також потребують розвитку та вирішення питання, що стосуються факторів зовнішнього середовища підприємства, які прямо та опосередковано відносяться до якості послуг, що надаються споживачу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Систематизувати та дослідити окремі аспекти поняття якості в туризмі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Питання про природу якості завжди відносилися до числа важливих та складних понять. Переважна більшість представників економічної думки й представників філософів різного часу намагалися знайти закони й принципи відображення якості в різних сферах буття. Це дозволяє зрозуміти, що якість займає центральне місце у розвитку економічної думки та філософії.

Визначення якості дуже неясне і неоднозначне. Це викликано декількома причинами:

1. Якість — це не окремо взята ідея або поняття, а багатовимірне і різнопланове концепція.

2. Якість — для будь-якого рівня поняття і визначення існує декілька рівнів абстракції, наприклад, коли люди говорять про якість, одна частина розуміє під цим дуже широке і розмите значення, тоді як інша може посилається на конкретне визначення і значення.

3. Якість є невід'ємною частиною нашого повсякденного спілкування, проте загальноприйняте і професійне використання може досить відрізнитися.

Загальноприйнята думка про якість така, що це щось нематеріальне і "невідчутне" — про нього можуть вестися суперечки і дискусії, його можна критикувати і вихвалити, але зважити і зміряти якість неможливо. Мається на увазі, що якість не може бути контрольованою і керованою, і тим більше вона не може бути кількісно виражена. Такий приклад яскраво контрастує з професійним підходом до управління якістю: якість — це певна величина, яку можна зміряти і проконтролювати, вона піддається управлінню і поліпшенню.

Проте, аналіз сучасних теоретичних підходів до визначення якості показав, що існуючі підходи, які доповнюють один одного, забезпечують розгляд поняття "якості" з різних точок зору.

Так, історія розвитку принципів управління на основі якості пройшла певний етап свого еволюційного розвитку.

З філософської точки зору "якість" вперше була проаналізована Аристотелем ще в III столітті до н.е. За його логікою якість — це побічна обставина, за допомогою якої річ є якогось типу чи виду; побічна обставина, що вказує, якою є річ (її змістовні якості та форми) і як річ діє (її здатності та навички); побічна обставина, котра є зовнішньою оцінюючою формою.

Існує й інше філософське визначення якості, зроблене Гегелем у XIX ст.: "Якість є, в першу чергу, тотожна з буттям визначеність, так що дещо перестає бути тим, що воно є, коли воно втрачає свою якість".

Досить цікавою є китайська версія трактування поняття якості: ієрогліф, який визначає якість, складається з двох елементів — "рівновага" і "гроші" (якість = рівновага + гроші). Отже, якість тотожна поняттю "висококласний, дорогий". Існують аналогічні сучасні філософські визначення, представниками яких є видатні економісти такі, як Е. Демінг, Джуран та Шухарт.

Е. Демінг — всесвітньо відомий вчений у сфері менеджменту, батько японського "дива" у сфері якості, він розглядав якість, як економічну категорію, що визначає рівень виготовленої продукції та наданих послуг, пропонував запровадити нові методи покращення якості продукції.

Згідно точки зору Джурана, якість — це ступінь задоволення потреб споживача (для реалізації якості виробник повинен з'ясувати вимоги споживача і зробити свою продукцію такою, щоб вона задовольняла ці вимоги).

Шухарт розглядав якість у вузькому її розумінні, тобто як властивість, що реально задовольняє споживачів. Якість розвивалася у міру того, як розвивалися, урізноманітнювалися і збільшувалися суспільні потреби, зростали можливості виробництва у їх задоволенні. Особливо динамічно процес розвитку і зміни суті якості, її параметрів відбувся в останні десятиріччя, коли швидко змінювались поняття якості, вимоги і підходи до неї. На сучасному етапі якість продукції та послуг — це категорія, яка характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу чи послуги, рівень його стандартизації та уніфікації, надійності і довговічності. Як економічна категорія якість відбиває сукупність властивостей продукції та послуг, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини [1].

Японські вчені вважають споживачів рушійною силою системи забезпечення якості, яка передбачає чотири рівні відповідності якості:

- відповідність властивостей товару вимогам певних стандартів, яка досягається за допомогою статистичних методів контролювання якості та ефективної організаційної структури виробництва;

- відповідність вимогам технічної експлуатації, за яких продукція чи послуга має задовольняти потреби споживачів і користуватися попитом;

- відповідність продукції чи послуги вимогам ринку, яка визначає необхідність досягнення низької вартості продукції і високої якості шляхом організації бездефектного виробництва;

- відповідність латентним потребам, за яких перевагу мають товари, що відповідають потребам, про які споживач не має достатнього уявлення.

Щодо сучасного розуміння, відомий фахівець з якості А. Фейгенбаум [2] (США) остаточно сформулював теорію комплексного управління якістю, звернувши увагу на те, що вже наприкінці минулого десятиріччя для 80 % покупців промислових і споживчих товарів якість стала більш важливим чинником продукції та послуг, ніж ціна. Тому найбільш ефективним способом швидкого продажу товарів та послуг полягає у поліпшенні (підвищенні) якості.

Підвищення якості — одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій

на ринку. Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню суми прибутку не лише за рахунок обсягу продажів, а й за рахунок вищих цін. В Україні проводиться активна політика із забезпечення якості продукції та послуг, в якій передбачено забезпечення безпеки для здоров'я людини від користування продукцією чи послугою; встановлено державний контроль і нагляд за виробництвом.

Якість послуг — це сукупність характеристик, що визначають її здатність задовольняти вже існуючі або передбачувані потреби людини. Якість послуг залежить від ряду факторів. Фактори якості — якісні або кількісні характеристики однієї або декількох властивостей послуги. Класифікація чинників якості послуг досить широка: показники функціонального призначення; показники соціального призначення; ергономічні показники; естетичні показники; показники безпеки; екологічні показники; патентно-правові показники; показники стандартизованості [3, с. 111-112].

Зростаюче значення проблеми якості є наслідком розвитку науки і техніки, умов виробництва продукції та надання послуг. Основні причини цього процесу — це ускладнення виробничих процесів, впровадження нових технологічних методів, природне підвищення вимог населення до якості товарів та послуг, що купуються, зумовлене постійним зростанням матеріальних і естетичних потреб. Все це примушує власників підприємств та організацій підвищувати якість продукції та послуг і не відставати від вимог споживачів. Завдання ускладнюється тим, що вирішувати згадані проблеми необхідно у єдиному комплексі. Чим досконаліше організована координація і взаємозв'язок між окремими ланками проблем, тим вища технічна, економічна і соціальна ефективність її вирішення.

Звідси можна зробити висновок, що вся робота із підвищення якості повинна спиратися на ґрунтовну наукову базу, на достатньо стійкий теоретичний фундамент і, передусім, на науку про якість продукції та послуг.

В сучасній економічній та фаховій літературі можна зустріти багато різних визначень якості, проте і вони не вносять повної ясності у питання про його зміст. Так, наприклад, Жерейж Жорс Ісса вважає, що якість — це сукупність властивостей і характеристик продукції і послуг, що додають їм здатність задовольнити зумовлені або передбачувані потреби. Морозова-Герасимович Н.А. розглядає якість продукції як вимірник суспільного визнання праці, матеріалізованої в продукцію, тобто економічний зміст якості продукції пов'яза-

ний з відносинами між виробниками і споживачами, через які формується споживна вартість продукції і задовольняються суспільні потреби [4]. Згідно міжнародних стандартів ISO 8402-86 якість — це сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, що додають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби. Орієнтуючись на визначення, надане у стандарті ДСТУ ISO 9001:2015 "Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT)" видання 2015 року, якість — це спроможність задовольняти потреби споживача [5].

Отже, можна зробити висновок про те, що якість можна розглядати з точки зору її сутності як сукупність властивостей продукції та послуг, так і вимірник суспільного визнання праці, матеріалізованої в продукції, тобто сутність категорії "якість" пов'язана з відносинами між її виробниками і споживачами, через які формується споживна вартість продукції та послуг і задовольняються суспільні потреби.

Враховавши підходи вчених до розуміння сутності якості та трактування поняття в міжнародних стандартах, пропонуємо визначати якість як сукупність взаємопов'язаних заходів для забезпечення й підтримки відносин між її виробниками та споживачами, які необхідні для підвищення конкурентоспроможності та конкурентоздатності підприємства, а також для задоволення встановлених чи передбачуваних потреб.

Якість послуги визначається вимогами Закону України "Про захист прав споживачів", згідно з яким "Продавець (виготівник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві товар (роботу, послугу), який за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товар (роботу, послугу), що надається продавцем (виготівником, виконавцем)" [6].

Також, основні принципи та елементи систем якості, які охоплюють усі процеси, необхідні для забезпечення ефективності послуги, від маркетингу до її надання, включаючи аналіз послуги, встановлює ДСТУ ISO 9004:2018 "Управління якістю. Якість організації. Настанови щодо досягнення сталого успіху" (ISO 9004:2018, IDT) затверджений наказом від 12.12.2018 № 479 [7].

В галузі туризму досить різноманітна низка факторів, що значною мірою впливають на створення якісного туристичного продукту, а саме:

1) Дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання. Фахівці туристичного бізнесу часто говорять: "Гостинність — мистецтво дрібниць". У

забезпеченні якості турпродукту всі служби повинні працювати однаково чітко та якісно.

2) Можливість повторного виробництва турпослуг на однаково високому рівні, або тривалість якості. Рішення даної проблеми для багатьох виробників турпродукту виявляється непосильним завданням, що, в свою чергу, часто стає причиною різкого зниження конкурентоспроможності підприємства загалом.

3) Сфера туризму відноситься до такого виду діяльності, де вироблений продукт, будучи невідчутним, споживається одночасно з виробництвом. У персоналу підприємства немає шансу на виправлення браку, а також на повернення гостя. Це дуже важливий момент, оскільки якість роботи персоналу суттєво впливає на якісні характеристики самого турпродукту [8, с. 156—157].

Якість послуг має специфічні можливості і складається з наступних складових: якість виконання послуг і якість обслуговування населення.

Специфіка галузі туризму характеризується тим, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту звертається на якість сервісу. Якість сервісу — ключ до комерційного успіху. Готелі і ресторани, екскурсійні бюро і туристичні агентства часто при абсолютно однаковій матеріальній базі та ідентичному напрямку діяльності відрізняються один від одного тільки рівнем сервісу, що в деяких випадках переважає в конкурентній боротьбі.

В основі будь-якого туристичного продукту лежить необхідність задоволення певних потреб. Тому головну суть цього продукту представляє так званий задум, тобто його направленість на розв'язання певної проблеми, задоволення конкретної потреби. Що ж придбав турист, купивши певний туристичний продукт? Насправді він придбав не продукт як такий, що має певний набір властивостей, а його здатність задовольняти деякі свої потреби. Отже, для підприємства в туристичній індустрії велике значення має надання і поширення не властивостей свого продукту, а реальної користі і вигідності від нього для свого клієнта.

Якщо задум туристичного продукту виступає як його змістовна сторона, то за формою туристичний продукт у реальному виконанні представляє собою саме визначений набір властивостей, які дозволяють реалізувати цей задум, тобто задовольнити певні потреби клієнта. Тому на другому рівні туристичного продукту розглядаються його властивості і характеристики: рівень якості, комфорт, престиж, екологічність, безпечність, враження і т. ін.

Крім сутності поняття "якість", дуже важливим є питання забезпечення належного рівня якості.

Рівень якості — це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції чи послуги для задоволення конкретного попиту на них у порівнянні з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання. Оцінка якості передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного й оптимального її рівня.

Абсолютний рівень визначають за допомогою обчислення показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів. Відносний рівень визначають, порівнюючи показники якості з кращими аналогами вітчизняних та зарубіжних зразків.

За новими видами продукції чи послуг доцільно визначати оптимальний рівень якості, тобто такий, за якого загальна величина суспільних витрат, витрат на виробництво і використання (експлуатацію) повинна бути достатньою і мінімальною в певних умовах попиту [8].

Поряд з критеріями оцінки якості послуг, якими керуються клієнти, існують також критерії і показники, які повинно використовувати туристичне підприємство. До них належать: матеріальний стандарт (база розміщення, устаткування, комунікаційна інфраструктура); естетичні враження (архітектура об'єкта, просторова композиція, функціональне призначення приміщень, зовнішній вигляд персоналу); надійність укладених угод (солідність, довіра, дотримання термінів); індивідуальний підхід до клієнта (допомога у вирішенні проблем); знання й досвід персоналу; ввічливість, товариськість; репутація (слава, суспільне визнання); безпека (фізична, фінансова, психологічна); доступність (комунікаційна, ринкова, інформаційна, консалтингова); легкість порозуміння (уміння слухати людей, правдоподібність); розуміння потреб клієнта.

В процесі діяльності туристичному підприємству важливо не тільки вірно оцінити якість окремих послуг, але й загальний рівень якості наданих послуг в туризмі. Отже, сукупність цих показників формує якість наданих туристичних послуг. Результат надання послуги має бути надійним, естетичним, добре виконувати свої функції, тобто задовольняти ті потреби, для яких він призначений, а у випадку наявності серйозних порушень послуга може бути віднесена до неякісної, що є найбільш небажаним результатом діяльності підприємства.

Оскільки якість товарів та послуг залежить від багатьох факторів, то виникає необхідність комплексного підходу до проблем її підвищення. Наявність системи якості, яка базується на прийомі міжнародних стандартів, — запорука

забезпечення якості на всіх етапах життєвого циклу товару чи послуги.

Процеси управління в системі якості в туризмі в загальному вигляді поділяють на дві групи:

— ті, що переводять систему надання туристичних послуг на високий рівень, забезпечують діяльність туристичного підприємства більш високої якості;

— ті, що підтримують систему надання послуг у стійкому стані, забезпечують туристичні послуги запланованого рівня якості.

В процесі управління якістю в туризмі розробляються і виконуються економічні, соціально-психологічні та адміністративні заходи.

До економічних заходів відносяться:

— економічні методи стимулювання надання послуг високої якості: ціноутворення, економічне обґрунтування вибору варіантів послуг, преміювання за створення і запровадження нових механізмів дії туристичних послуг.

До соціально-психологічних заходів належать:

— планування соціального розвитку колективу;

— встановлення сприятливого психологічного клімату;

— використання різноманітних форм колективного і індивідуального морального заохочення за надання послуг високої якості.

До адміністративних заходів відносяться:

— забезпечення впровадження державних, галузевих стандартів стандартів, що стосуються надання послуг у туризмі;

— розробка і впровадження стандартів підприємства на організацію і управління якістю туристичних послуг;

— організація впровадження передового досвіду, винаходів і раціоналізаторських пропозицій, контроль за виконанням.

Таким чином, особливостями підходу до управління якістю є:

— орієнтація на постійне вдосконалення процесів і результатів праці в усіх підрозділах фірми, контроль якості процесів надання послуг;

— ліквідування можливості припущення дефектів та не якісного виконання робіт, надання послуг;

— дослідження і аналіз проблем, які виникають на основі принципу "поток", що підіймається, тобто від попередньої операції до наступної;

— принцип "твій споживач — виконавець наступної операції";

— відповідальність за якість результатів праці.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, одним з найважливіших завдань підприємств у сфері туризму є створення репутації високої якості обслуговування гостей, яке можна досягти завдяки спільним зусиллям працівників всіх служб підприємства, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, організацією роботи з удосконалення методик обслуговування, вивченню й впровадженню передового досвіду, нової техніки й технології, розширенню асортименту і вдосконаленню якості послуг, що надаються. В зв'язку з цим, адміністрація туристичних підприємств повинна своєчасно реагувати на зниження задоволеності клієнтів наданими послугами і підприємство не повинно нехтувати оцінкою такого важливого показника, як якість наданих послуг.

Таким чином, якість як економічна категорія сприймається як аналог комерційного успіху, формує престиж будь-якого суб'єкта господарювання. Якість є основою для задоволення потреб кожної людини і суспільства, найважливішою складовою конкурентоспроможності. Вважаємо, що діяльність з підвищення та забезпечення якості в туризмі в умовах ринкової економіки має стати пріоритетною.

Література:

1. Жерейж Ж.І. Підвищення ефективності якості авіатранспортних послуг: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.07.04, Київ, 2002. 16 с.
2. Фейгенбаум А. Контроль якості продукції. Київ: Діло, 2005. 318 с.
3. Мазур І.І. Управління якістю. 2 -ге видав. "Омега — Л", 2006. 400 с.
4. Морозова-Герасимович Н.А. Управлінський облік і аналіз затрат на забезпечення якості продукції (на прикладі плодоовочеконсервних підприємств України): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04, Ін-т аграр. економіки УААН. К., 2003. 22 с.
5. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT). [Чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ: ДП "Укр НДНЦ", 2016. 30 с.
6. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1024-XII. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/155558_600017 (дата звернення: 11.12.2022).
7. ДСТУ ISO 9004:2018. Управління якістю. Якість організації. Настанови щодо досягнення сталого успіху (ISO 9004:2018, IDT). [На заміну ДСТУ ISO 9004:2012, ДСТУ ISO 9004-2-96, ДСТУ ISO 9004-3-98, ДСТУ ISO 9004-4-98; чин-

ний від 2020-01-01]. Вид. офіц. Київ: ДП "Укр НДНЦ", 2020. 44 с.

8. Захожай В.Б., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Чорний А.Ю. Управління якістю: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2011. 936 с.

9. Косянчук Т.Ф., Майорова Н.І. Забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції на засадах сучасних принципів управління якістю. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 3, Т. 3. С. 51—54.

References:

1. Zhorejzh, Zh.I. (2002), "Increasing the efficiency of the quality of air transport services", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Kyiv, Ukraine.
 2. Fejhenbaum, A. (2005), Kontrol' yakosti produktsii [Product quality control], Dilo, Kyiv, Ukraine.
 3. Mazur, I.I. (2006), Upravlinnia yakistiu [Quality management], Omeha-L, Kyiv, Ukraine.
 4. Morozova-Herasymovych, N.A. (2003), "Management accounting and analysis of costs to ensure product quality (on the example of fruit and vegetable canning enterprises of Ukraine)", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, In-t ahrar. ekonomiky UAAN, Kyiv, Ukraine.
 5. Ukr NDNTs (2016), DSTU ISO 9001:2015. Systemy upravlinnia yakistiu. Vymohy (ISO 9001:2015, IDT) [DSTU ISO 9001:2015. Quality management systems. Requirements (ISO 9001:2015, IDT)], Vyd. ofits.: DP "Ukr NDNTs", Kyiv, Ukraine.
 6. Verkhovna Rada of Ukraine (1991), The Law of Ukraine "On Consumer Rights Protection", available at: https://zakononline.com.ua/documents/show/155558_600017 (Accessed 11.12.2022).
 7. Ukr NDNTs (2020), DSTU ISO 9004:2018. Upravlinnia yakistiu. Yakist' orhanizatsii. Nastanovy schodo dosiahnennia staloho uspikhu (ISO 9004:2018, IDT). Na zaminu DSTU ISO 9004:2012, DSTU ISO 9004-2-96, DSTU ISO 9004-3-98, DSTU ISO 9004-4-98 [DSTU ISO 9004:2018. Quality management. The quality of the organization. Guidelines for achieving sustainable success (ISO 9004:2018, IDT). To replace DSTU ISO 9004:2012, DSTU ISO 9004-2-96, DSTU ISO 9004-3-98, DSTU ISO 9004-4-98], Vyd. ofits.: DP "Ukr NDNTs", Kyiv, Ukraine.
 8. Zakhzhaj, V.B. Salukhina, N.H. Yazvin'ska, O.M. and Chornyj A.Yu. (2011), Upravlinnia yakistiu [Quality management], DP "Vyd. dim "Personal", Kyiv, Ukraine.
 9. Kosianchuk, T.F. and Majorova, N.I. (2010), "Ensuring the quality and competitiveness of products based on modern principles of quality management", Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu, vol. 3, no. 3, pp. 51—54.
- Стаття надійшла до редакції 14.12.2022 р.*