

## **МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЯКОСТІ ІНТЕР'ЄРІВ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛІВ**

Одним з основних напрямків формування стратегічних конкурентних переваг у готельному бізнесі є надання послуг більш високої якості порівняно з конкуруючими аналогами. Ключовим тут є надання таких послуг, які задовольняли б і навіть перевершували очікування цільових клієнтів. виявляти потреби й очікування своїх цільових клієнтів. Удосконалення якості готельних послуг є на сьогоднішній день найголовнішим завданням, необхідної для успішного ведення бізнесу. Відповідно до поставленої мети в даній роботі вирішуються наступні завдання:

- визначення поняття якості в індустрії гостинності;
- вибір методів оцінки якості готельних послуг;
- розробка показників якості готельних послуг. Прикладом справжніх досліджень є розробка методики дизайн-ергономічної оцінки якості інтер'єрів готелів, що забезпечує базу наступного управління якістю всіх параметрів готелів.

Для оцінки якості інтер'єрів підприємств найбільш прийнятним виявився експертний метод, коли інструментами аналізу та вимірювання служать інформація, досвід та інтуїція групи експертів

Для оцінки естетичних якостей інтер'єру рекомендуються наступні показники:

- художня, образна і декоративна виразність, оригінальність, відповідність часу і моді; художньо-графічна виразність;
- оригінальність і доцільність пластичного вирішення форми; цілісність і гармонійність композиційно-пластичного рішення форми, її архітектонічності.

Для оцінки ергономічних якостей інтер'єру рекомендуються наступні показники:

- гармонійна відповідність ансамблю «людина – інтер'єр» з його елементами;
- раціональне освітлення і відповідність параметрів мікроклімату оптимальним значенням. Для натурних досліджень були прийняті такі готельні комплекси Донбасу.

Кожний експерт із групи встановлював свої оцінки, представляв своє бачення в кількісному вираженні, виходячи з 5-бальної оцінки. Оцінки експертів усереднювались, одержуючи середню –  $P_i$ . При цьому, за базову – приймалася максимально можлива оцінка – 5 балів ( $P_{\text{баз}}$ ).

Коефіцієнт відносної якості визначали по формулі  $K^{вд} = P_{від} / P_{баз}$ . І, нарешті, підраховували кваліметричний показник відносної якості  $K_i^o$ , множачи коефіцієнт відносної якості на коефіцієнт вагомості  $K_i^o = K^{вд} \cdot m_i$ .

Сума цих показників становила комплексний естетичний показник якості інтер'єра в чисельному вираженні.

Кількісна оцінка комплексного дизайн-ергономічного показника якості інтер'єру розраховується за формулою

$$K_o = \sum_{i=1}^t M_i \times \sum_{j=1}^{n_i} m_{ij} \times K_{ij} \quad (1)$$

де  $t$  – кількість групових показників, що враховуються,  
 $M_j$  – коефіцієнт вагомості  $j$ -ої групи показників якості інтер'єру,  
 $n_j$  – кількість показників якості, що входять до  $j$ -ої групи,  
 $m_{ij}$  – коефіцієнт вагомості  $i$ -го показника  $j$ -ої групи,  
 $K_{ij}$  – оцінка  $i$ -го показника якості, що входить до  $j$ -ої групи.

Наші експерти відвідали різноманітні підприємства готельного господарства. І проте, якісні показники стану інтер'єрів мали значення від максимально можливого –  $K=1,0 \dots 0,98$  до мінімального, що становить  $0,8 \dots 0,83$  бали.

Очевидно, перебуваючи в цьому інтервалі показників якості інтер'єрів, підприємства будуть працювати, мати своїх шанувальників, постійних клієнтів і приносити користь суспільству й самим підприємствам. З іншого боку, зниження якісних показників стану інтер'єрів нижче 0,6 балів буде служити сигналом про необхідність поліпшення якісного стану інтер'єрів, про необхідність реконструкції або прийняття інших мір.

З огляду на викладене, можна зробити висновок про те, що розроблена методика кваліметричної оцінки якості інтер'єрів, може бути рекомендована для використання в практичній діяльності й служити інструментом у порівняльній оцінці якості інтер'єрів різних підприємств готельного господарства.

Ця методика досконаліша порівняно з попередньою і може бути рекомендована також і для кваліметричної оцінки підприємств ресторанного господарства.