

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

Тадевосян Рафаел Араевич

**ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по образовательной программе подготовки бакалавров
по направлению 38.03.02 Менеджмент
«Маркетинг»

г. Владивосток
2018

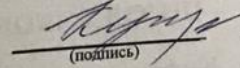
Автор


(подпись)

«01» июня 2018 г.

Руководитель ВКР

доцент
(должность, ученое звание)


(подпись)

Куприянова Л.К.
(Ф.И.О)

«30» мая 2018 г.

Защищена в ГЭК с оценкой _____

Секретарь ГЭК

(подпись) _____ (Ф.И.О)

« _____ » _____ 2018 г.

«Допустить к защите»
Заведующий кафедрой

д.э.н. профессор
(ученое звание)

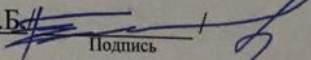

(подпись)

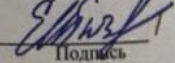
Романова И.М.
(Ф.И.О)

« 26 » 06 2018 г.

**В материалах данной выпускной квалификационной работы не
содержатся сведения, составляющие государственную тайну,
и сведения, подлежащие экспортному контролю.**

ЗАВЕРЯЮ

Гаффорова Е.Б. / 
Ф.И.О Подпись

Тюрина Е.А. / 
Ф.И.О Подпись

Директор Школы экономики и менеджмента

« 26 » 06 2018 г.

Уполномоченный по экспортному контролю

« 26 » 06 2018

Оглавление

Введение.....	Error! Bookmark not defined.
1 Теоретические основы анализа удовлетворенности потребителей	
1.1 Понятие «удовлетворенность потребителей»	6
1.2 Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей	7
1.3 Методы изучения удовлетворенности потребителей.....	8
2 Анализ факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг и разработка рекомендаций операторам рынка	
2.1 Анализ рынка гостиничных услуг г. Владивостока	9
2.2 Разработка программы исследования факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг г. Владивостока	10
2.3 Результаты анализа факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг г. Владивостока	11
2.4 Разработка рекомендаций операторам рынка по совершенствованию деятельности гостиничных услуг	12
Список использованных источников	13
Приложение	19

1 Теоретические основы анализа удовлетворенности потребителей

1.1 Понятие «удовлетворенность потребителей»

Современная концепция маркетинга подразумевает построение крепких и долгосрочных взаимоотношений с потребителями. Это условие является основой для благополучной деятельности любой компании на рынке. Для привлечения максимального количества потребителей необходимо поднимать уровень потребительской удовлетворенности, формируемой благодаря соответствующей выгоде (ценности) и цене услуги. На сегодняшний день оценка удовлетворенности потребителя стала обязательным атрибутом систем управления взаимоотношениями с потребителями.

1.2 Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей

От правильного выбора факторов, влияющих на удовлетворенность клиентов, зависит оценка «воспринятого качества» обслуживания. Удовлетворенность потребителем товаром или услуги зависит от большого числа факторов, к которым относятся соответствие затрат полученному результату, социальные факторы – мнение окружения, ситуационные факторы, личностные характеристики и многие другие.

1.3 Методы изучения удовлетворенности потребителей

Измерение удовлетворенности потребителей позволяет обеспечить организацию информацией и дает дополнительные возможности коммуникации с потребителями. Соответственно, организация получает информацию, которая позволяет оценить, насколько данная организация способна удовлетворять запросы потребителей. Проводя опросы потребителей, организация демонстрирует свой интерес к выявлению их потребностей.

2 Анализ факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг

2.1 Анализ рынка гостиничных услуг г. Владивостока

По определению Росстата гостиница - это обособленное здание (комплекс зданий), предназначенное для временного проживания. Гостиничная индустрия – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей экономической деятельности. Гостиничный бизнес - это отрасль хозяйственной деятельности, предоставляющая услуги населению по организации временного проживания. Местом размещения людей может быть гостиница, мотель, пансионат, кемпинг или другой объект.

2.2 Разработка программы исследования факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг

Рынок гостиничных услуг г. Владивостока для изучения факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей данного рынка, исследуется нами впервые, нет данных о состоянии этого рынка, тенденциях развития. Изначально необходимо выбрать поисковый исследовательский проект. При сборе вторичной информации о рынке гостиничных услуг г. Владивостока используются такие поисковые системы, как «Google», «Yandex», «Rambler», а также научные библиотеки «elibrary», «scopus», «ciberleninka» и пр. В поисковые строки записываются такие ключевые слова, словосочетания и фразы, как «исследование потребителей», «исследование потребителей рынка гостиничных услуг», «удовлетворенность потребителей рынка гостиничных услуг», «факторы удовлетворенности потребителей рынка гостиничных услуг», «удовлетворенность потребителей рынка гостиничных услуг г. Владивостока» и т.д.

2.3 Результаты анализа факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг

Для того чтобы более полно исследовать факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг, будем проводить анкетирование покупателей данных услуг. Для анализа выбран метод исследования – интервью на улице.

2.4 Разработка рекомендаций операторов рынка по совершенствованию деятельности гостиничных услуг

Гостеприимство - это одно из ключевых понятий цивилизации, которое, благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая все лучшее для потребителей услуг (туристов).

Список использованных источников

- 1 ГОСТ Р 51185-98 «Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200024374>
- 2 Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2013. - 232 с.
- 3 Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: Учебное пособие / В.В. Богалдин-Малых. - М.: МПСИ, 2013. - 560 с.
- 4 Кнышова, Е.Н. Маркетинг туризма: Учебное пособие / Е.Н. Кнышова. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
- 5 Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Д.Т. Боуэн, Д. Мейкенз; Пер. с англ. В.Н. Егоров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с.
- 6 Котлер, Ф. Основы маркетинга. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. - Издательство: Вильямс, 2015. – 608 с.
- 7 Напалкова, А.А. Учебно-методический комплекс дисциплины «Поведение потребителей» /А.А. Напалкова. – ДВФУ: Школа экономики и менеджмента, 2012. – 288 с.
- 8 Никифоров, А.Д. Управление качеством / А.Д. Никифоров. -М.: Дрофа, 2012. – 719 с.
- 9 Розанова, Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Практикум / Т.П. Розанова, Т.В. Муртузалиева. - М.: Дашков и К, 2013. - 132 с.
- 10 Сарафанова, Е.В. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / Е.В. Сарафанова, А.В. Яцук. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2014. - 240 с.
- 11 Управление качеством и удовлетворенность потребителя: учебное пособие / Н. Ю. Четыркина. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 78 с.

- 12 Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство / Дж.Р. Уокер. - М.: Юнити-Дана, 2016. - 736 с.
- 13 Шварц, П. Оценка степени удовлетворенности потребителя / П. Шварц. - М.: Баланс Бизнес Букс, 2016. - 352 с.
- 14 Айба, И.А. Анализ удовлетворенности и лояльности потребителей гостинично-туристских услуг / И.А. Айба // Управление и экономика в XXI веке. 2015. – № 1. – С. 41-46.
- 15 Арифиллин, М. В. Как обеспечить качество гостиничных услуг? / М. В. Арифиллин // Стандарты и качество. - 2014. - № 6. - С. 84-86..
- 16 Галенко, Е.В. Оценка степени удовлетворенности гостя качеством гостиничных услуг / Е.В. Галенко, Н.П. Овчаренко // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 4 (21). С. 79-82.
- 17 Казаков, С.П. Использование онлайн социальных медиа и Интернет-ресурсов для определения уровня клиентской удовлетворенности в сфере гостеприимства /С.П. Казаков // Маркетинг в России и за рубежом. 2014. – № 6. – С. 16-27.
- 18 Корелина, А. С. Исследование удовлетворенности потребителей в гостиничной индустрии: взаимосвязь с финансовыми результатами компаний / А. С. Корелина // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2015. - № 2. - С. 142-155.
- 19 Никитина, О. В. Изменение ценности услуг и удовлетворенности потребителей на гостиничном рынке в рамках процесса импортозамещения / О. В. Никитина // Финансы и бизнес, 2016. - № 2. - С. 83-90.
- 20 Огнева, С. В. Что является основой эффективного гостиничного бизнеса? / С. Огнева // Стандарты и качество, 2014. - № 6. - С. 87-89.
- 21 Огнева, С. В. Поможет ли «петля качества» развитию гостиничного бизнеса? / С. Огнева // Стандарты и качество, 2016. - № 7. - С. 102-103.
- 22 Ойнер, О.К. Лояльность в гостиничной индустрии / О.К. Ойнер, А.С. Корелина // Международная экономика. 2015. – № 8. – С. 49-55.

23 Ойнер, О. К. Исследование взаимосвязи удовлетворенности потребителей с их лояльностью в гостиничной индустрии / Ойнер О. К., Корелина А. С. // Менеджмент в России и за рубежом, 2015. - № 4. - С. 75-82.

24 Шерешева, М. Ю. Воспринимаемая ценность гостиничных услуг класса люкс и лояльность клиентов / М. Ю Шерешева, С. М. Березка, К. В. Якуба // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2016. - № 3. - С. 184-197.

25 Шиманов Д. Маркетинг и PR: Точки соприкосновения / Д. Шиманов. Москва: Гелла – Принт. 2012. - №6. – с. 10 –11

26 АО «Наш дом – Приморье» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: primdevelop.ru/documents/go2016.pdf

27 Ахвледиани И.Д. Удовлетворенность потребителей как показатель качества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29049202> (дата обращения 17.04.2018)

28 Величко Н.Ю. Модели измерения удовлетворенности потребителей в современных условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27606263> (дата обращения 17.04.2018)

29 Во Владивостоке хорошие деловые перспективы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbcplus.ru/news/55602c987a8aa90143976f79> (дата обращения 17.04.2018)

30 Гезалова А.М. Развитие рынка гостиничных услуг в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru> (дата обращения 17.04.2018)

31 Кано Н. Удовлетворенность потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sixsigmaonline.ru/blog/2017-01-11-73> (дата обращения 17.04.2018)

32 Ковтун В.С. Диверсификация услуг как инструмент повышения эффективности функционирования предприятий индустрии гостеприимства Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru> (дата обращения 17.04.2018)

33 Кузнецова Е.В., Морозова Л.С., Трусевич И.В. Исследование взаимосвязи показателей качества обслуживания и бизнес-процессов гостиницы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27606263> (дата обращения 17.04.2018)

34 Международный стандарт ISO 9004-2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zodchii.ws/normdocs/info-1805.html> (дата обращения 17.04.2018)

35 Неретина Е. А., Лашина М. В. Оценка удовлетворенности потребителей продукцией и услугами промышленного предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15102984> (дата обращения 17.04.2018)

36 Официальный сайт администрации Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.primorsky.ru/news/124059> (дата обращения 17.04.2018)

37 Официальный сайт Министерства Культуры РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://классификация-туризм.рф> (дата обращения 17.04.2018)

38 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 17.04.2018)

39 Adams B. POS FOCUSES ON GUEST SERVICE // Hotel & Motel Management. 2002. Т. 217. № 9. С. 34.

40 Brown Ja.R., Ragsdale C.T. THE COMPETITIVE MARKET EFFICIENCY OF HOTEL BRANDS: AN APPLICATION OF DATA ENVELOPMENT ANALYSIS // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2002. Т. 26. № 4. С. 332-360.

41 Cardinale V. STUDY FINDS CONSUMERS GET MORE SATISFACTION AT INDEPENDENTS / V. Cardinale // Drug Topics. 2000. –Т. 144. - № 21. – С. 14.

42 Huihui X., Fuxiang L. CUSTOMER SATISFACTION OF FOUR-

STAR HOTELS IN SHENYANG CHINA // Международные научные исследования. 2011. № 1-2. С. 84-87.

43 Kandampully Jay, Suhartanto Dwi CUSTOMER LOYALTY IN THE HOTEL INDUSTRY: THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION AND IMAGE // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2000. Т. 12. № 6. С. 346-351.

44 Kononova, I.V. Vliianie chelovecheskikh i tekhnicheskikh faktorov na kachestvo uslug v organizatsiiakh gostinichnogo tipa [The impact of human and technical factors on the quality of service provided by hospitality enterprises]. Izvestiia Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk [Bulletin of the Samara Scientific Center, Russian Academy of Science]. - 2008. - Vol.10. - № 3 (25). - p.967.

45 Kume, H. Statisticheskie metody povysheniia kachestva [Statistical methods for quality improvement]. Moscow: Finansy i Statistika Publ., 2010. - p.291.

46 Mal'kov, E.D. Ekonomicheskie aspekty mezhdunarodnogo turizma [Economic aspects of international tourism]. Vneshneekonomicheskii biulleten' [Foreign Economic Bulletin]. Moscow, 2009. - № 7. - p.256.

47 Michael C.G. Davidson does organizational climate add to service quality in hotels? // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2003. Т. 15. № 4. С. 206-213.

48 Noone B.M., Lee C.H. hotel overbooking: the effect of overcompensation on customers' reactions to denied service // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2011. Т. 35. № 3. С. 334-357.

49 Oyner O., Korelina A. the influence of customer engagement in value co-creation on customer satisfaction: searching for new forms of co-creation in the russian hotel industry // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. 2016. Т. 8. № 3. С. 327-345.

50 Pokryshevskaya E.B., Antipov E.A. profiling satisfied and dissatisfied hotel visitors using publicly available data from a booking platform // International Journal of Hospitality Management. 2017. T. 67. C. 1-10.

51 Sadeghi M., Zandieh D., Mohammadi M., Yaghoubibijarboneh B., Nasrolahi Vosta S. investigating the impact of service climate on intention to revisit a hotel: the mediating role of perceived service quality and relationship quality // International Journal of Management Science and Engineering Management. 2017. T. 12. № 1. C. 12-20.

52 Wheeler, D.J., and Chambers, D.S. Statisticheskoe upravlenie protsessami: optimizatsiia biznesa s ispol'zovaniem kontrol'nykh kart Shuharta [Understanding Statistical Process Control]. Moscow: Al'pina Biznes Buks Publ., 2009. - p.408.

Приложение А

Анкета

Здравствуйте, потратьте, пожалуйста, несколько минут своего времени на заполнение следующей анкеты.

1. Вы пользуетесь гостиничными услугами?

да

нет (перейти к вопросу 20)

2. Как часто Вы размещаетесь в гостиницах?

Два раза и более в год

Один раз в год

Один раз в 2 года

Один раз в 2-5 лет

Свой ответ

3. Гостиницы какого уровня вы выбираете? (указать уровень звездности)

4. От чего зависит ваш выбор гостиницы?

Реклама в интернете

Отзывы друзей, родственников, знакомых

Отзывы на сайтах бронирования

Прошлый опыт

Цена

Дизайн

Месторасположение

Имидж

Качество предоставляемых услуг

Другое

5. Насколько для Вас важны отзывы при выборе гостиницы?

В высшей степени важны

Очень важны

Отчасти важны

Практически не важны

Совершенно не важны

6. При равных условиях местонахождения, цен и уровня обслуживания, какие другие факторы являются наиболее важными при принятии решения при выборе гостиницы?

безопасность

обстановка комнат

контингент гостей

предшествующий опыт

другое

7. Насколько для Вас важна стоимость размещения при выборе гостиницы?

В высшей степени важна

Очень важна

- Отчасти важна
- Практически не важна
- Совершенно не важна

8. Укажите, что для Вас было главным при выборе гостиницы?

- Реклама компании
- Хорошие отзывы о компании друзей, родственников, знакомых
- Уровень предлагаемых цен и качество услуг
- Известность, бренд компании
- Наличие выгодных предложений, акций и скидок
- Имидж гостиницы
- другое (укажите)

9. В номере какой категории Вы предпочитаете проживать?

- Эконом
- Стандартный
- Полулюкс
- Люкс
- Бизнес
- Апартаменты

10. Проранжируйте важность (1- не важно, 5 - важно) параметров по пятибалльной шкале

Параметр	1	2	3	4	5
Удобство месторасположения					
Внешний вид гостиницы					
Количество предоставляемых услуг					
Предлагаемые дополнительные услуги					
Цена номера					
Уровень квалификации персонала					
Чистота помещений					

11. Оцените степень важности гостиничных услуг лично для вас по 10-балльной шкале (10 баллов – самая высокая степень важности):

Услуги	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
наличие ресторана в гостинице										
завтрак, входящий в стоимость номера										
наличие удобств в номере										
площадь номера (большой номер или маленький)										
наличие телевизора в номере										
наличие компьютера, подключенного к сети Интернет в номере										
наличие телефона в номере										
наличие радио, стереоаппаратуры в номере										
наличие фена, халатов, тапочек в номере										
возможность заказа обеда в номер										
возможность круглосуточного заказа напитков и обедов в номер										
наличие минибара в номере										
наличие сейфа в номере										
возможность стирки и чистки одежды										
наличие спортзала, сауны и бассейна в гостинице										
наличие парикмахерской, косметического салона, солярия в										

гостинице																			
наличие пункта обмена валюты в гостинице																			
ежедневная смена белья и уборка номера																			

12. Какими дополнительными услугами вы пользовались, находясь в гостинице?

- Предоставление дополнительного спального места
- Внеочередная смена белья
- Заказ такси, авиа- и ж/д билетов
- Чай, кофе, алкогольные напитки на ресепшен
- Подбор экскурсионной программы
- Услуги прачечной и химчистки
- Ресторан, ночной бар, бильярд на территории гостиницы
- Прокат спортивного инвентаря
- Автостоянка
- Услуги гида- переводчика
- Аренда конференц- зала
- Использование сети Интернет
- Другие (укажите)

13. Какие еще дополнительные услуги Вы бы предложили ввести гостинице, в которой вы предпочитаете останавливаться?

14. Насколько Вы были удовлетворены обслуживанием персонала в данной гостинице?

	Совсем не удовлетворен	Не удовлетворен	Отчасти удовлетворен, отчасти – нет	Удовлетворен	Полностью удовлетворен
Грамотность (речь, жесты)					
Обаяние, вежливость					
Гостеприимство					
Быстрота обслуживания					
Приветствие/прощание с гостем					
Регистрация, размещение					
Оперативность при решении каких-либо вопросов					

14. Насколько быстро персонал гостиницы реагировал на возникающие проблемы?

- Очень быстро
- Быстро
- В некоторой степени быстро
- Недостаточно быстро
- Медленно

15. Оцените по 5-балльной шкале насколько Вам понравился уровень и качество предоставленных услуг в гостинице?

	1	2	3	4	5
Ответ (отметьте знаком)					

16. Что вас не устраивает в гостинице, в которой вы останавливаетесь?

17. Напишите, пожалуйста, Ваши пожелания по улучшению качества предоставляемых гостиничных услуг.

18. Из какого источника Вы узнали о гостинице?

Благодаря веб-сайту компании

Благодаря результатам поиска в Интернете

По рекомендации знакомых, друзей, родственников

От одного из сотрудников

Из СМИ

Другое

19. Каким источником бронирования Вы пользуетесь?

Через социальные сети

Онлайн системы бронирования

По почте

По телефону

Укажите информацию о себе

20. Гражданином какой страны вы являетесь?

21. Цели вашего приезда во Владивосток?

бизнес

туризм и отдых

другое

21. Ваш пол:

- Муж

- Жен

22. Ваш возраст:

- до 25 лет

- 26-35 лет

- 36-45 лет

- 46-55 лет

- старше 55

23. Ваше образование:

- высшее

- средне-специальное

- среднее

24. Ваше семейное положение:

- замужем/женат

- не замужем/не женат

Благодарим за

ответы!

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студента Тадевосяна Рафаела Араевича
(фамилия, имя, отчество)

по образовательной программе подготовки по направлению 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинг группа Б1408мр

Руководитель ВКР доцент Лена Касимовна Куприянова
(ученая степень, ученое звание, и.о.фамилия)

на тему Влияние факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей гостиничных услуг

Дата защиты ВКР «_03_»июля 2018 г.

Оригинальность текста ВКР составляет 73%

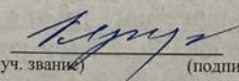
Гостиничное хозяйство является важной составной частью сферы услуг, которая представляет собой совокупность видов деятельности, направленных на обслуживание населения. Особенностью данных видов деятельности является то, что предлагаемый потребителям продукт подается в виде услуги. Развитие туризма вызывает необходимость развития гостиничного комплекса. Туризм - наилучший способ знакомства с другой культурой. Город Владивосток становится все более популярным для путешественников, деловых людей и туристов. С каждым годом увеличивается число гостей города. Размещение их становится все большей проблемой. Выявление факторов, которые влияют на удовлетворенность потребителей, определило актуальность выбранной темы ВКР.

В процессе написания ВКР студент проявил самостоятельность и инициативность, показал умение логически мыслить и работать с литературными источниками не только российских авторов, но и

зарубежных. График выполнения работы всегда соблюдался в срок.

Тадевосян Р.А.. провел подробный анализ рынка гостиничных услуг города по разработанной им программе, провел анкетирование гостей с целью определения их предпочтений и причины неудовлетворенности. Это позволило студенту дать обоснованные рекомендации операторам рынка гостиничных услуг.

Выпускная квалификационная работа Тадевосяна Р.А.. отвечает всем требованиям, предъявляемым к подобному роду работам, заслуживает оценки «отлично», а ее автор присвоении квалификации бакалавр

Руководитель ВКР доцент  Л.К. Куприянова _____
(уч. степень, уч. звание) (подпись) (и.о. фамилия)

«16» июня 2018 г.