

« (« ») »

43.03.03 –

:

_____ . . .
«_____»_____ 2016 .

: , « -
» . - .

289 . . _____ . .
(,)

, . . _____ . .
(,)

, . . _____ . .
(,)

2016

« (« ») »

_____ .
«_____» _____ 2016 .

1. _____ : _____ -
_____ « _____ » . - _____ (_____ 03.06.2016 1215-)

2. _____ 22.06.2016 . _____

3. _____ : _____ « _____ »

_____ - _____

4. _____ (_____):

1. _____

2. _____ « _____ », _____ - _____

5. _____ : 1) _____ -

_____ - ; 2)

« _____ » ; 3)

6. _____ 25.04.2016 . _____

_____ : _____ . . (_____ , _____ -
_____)

_____ () 25.04.2016 .

()

63 , 12 , 9 , 60

3 .

, , -

, , , -

, , -

, , .

-

; « -

» . - .

.

- , -

« » . - .

:

- : ,

, ;

- : , ;

- : - , -

, ;

. -

’ , , -
, , .
« » . - ,
 , ; -
 ;
 .
 - ,
 , « » -
 » , .
 , ;
 « » .
 , -
 ,
 « » - ,
 ,
 ,
 « » .

		8
1		11
1.1		11
1.2	,	18
1.3		25
	,	31
2	« »	32
2.1	« »	32
2.2	-	37
2.3	« »	40
2.4	« »	42
2.5		49
2.6	« »	53
		56
		57
		59
	-	64
		65
		66

:

2.104-68

2.105-95

2.106-96

2.111-68

3.1103-83

50646-94

50681-2010

50690-2000

51185-2008

53997-2010

54147-2010

54606-2011

09.10.2015 N 1085 "

1215 11 2014

SGL (Single) –
DBL (Double) –
TRPL (Triple) –
QDPL (Quadriple) –
ExB (Extra Bed) –
Child –
RO (room only) –
BB (bed&breakfast) –
HB (half board) –
FB (full board) –
AI (all inclusive) –

–

« »

[36].

[29].

-

;

.

-

.

-

, , ,

-

, , ,

. , . , . .

-

-

, , .

,

-

,

-

« » —

,

-

,

« »

-

.

, ,

.

, -

,

.

,

,

-

.

,

-

« ».

.

1.1

—

,

-

,

,

.

—

-

,

,

,

,

,

[25].

—

-

,

,

,

,

:

,

,

[45].

-

,

-

.

,

-

,

,

,

,

.

,

,

,

—

-

.

«Forum Company»,

20% ,

-

.

-

,

-

[35].

[31].

51185 [13],

(,). ,
10 , ()

(), ,

5 [3].

50646

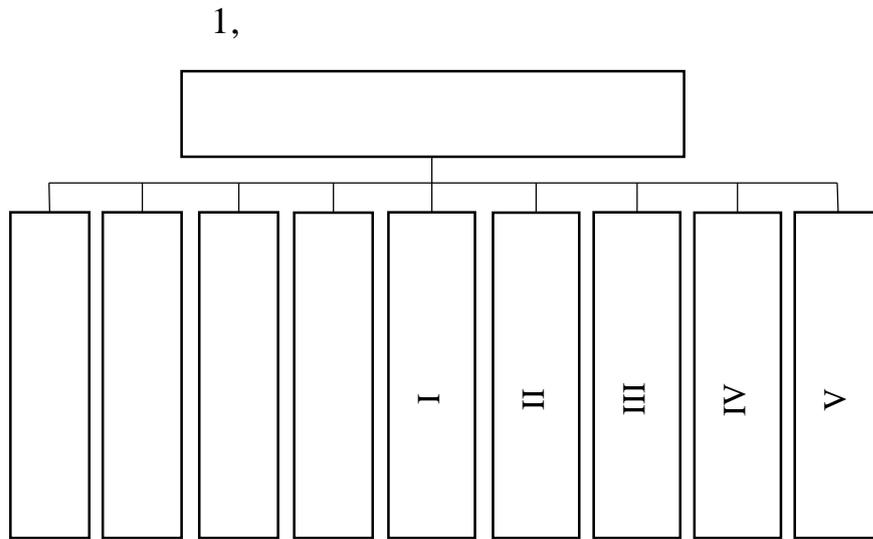
[39].

« » ,

[14].

« » [39],

[46].



: SGL (Single) –
 , DBL (Double) – , TRPL (Triple) –
 , QDPL (Quadriple) – , ExB (Extra Bed)
 – , Child – 12 .

15 1997 1036 «
 » [15].

: RO (room only) –
 , BB (bed&breakfast) – , HB (half board) – , FB (full
 board) – , AI (all inclusive) – [4].

9 2015 . N 1085 ."

[50].

[51].

VIP-

[16].

luxury « »

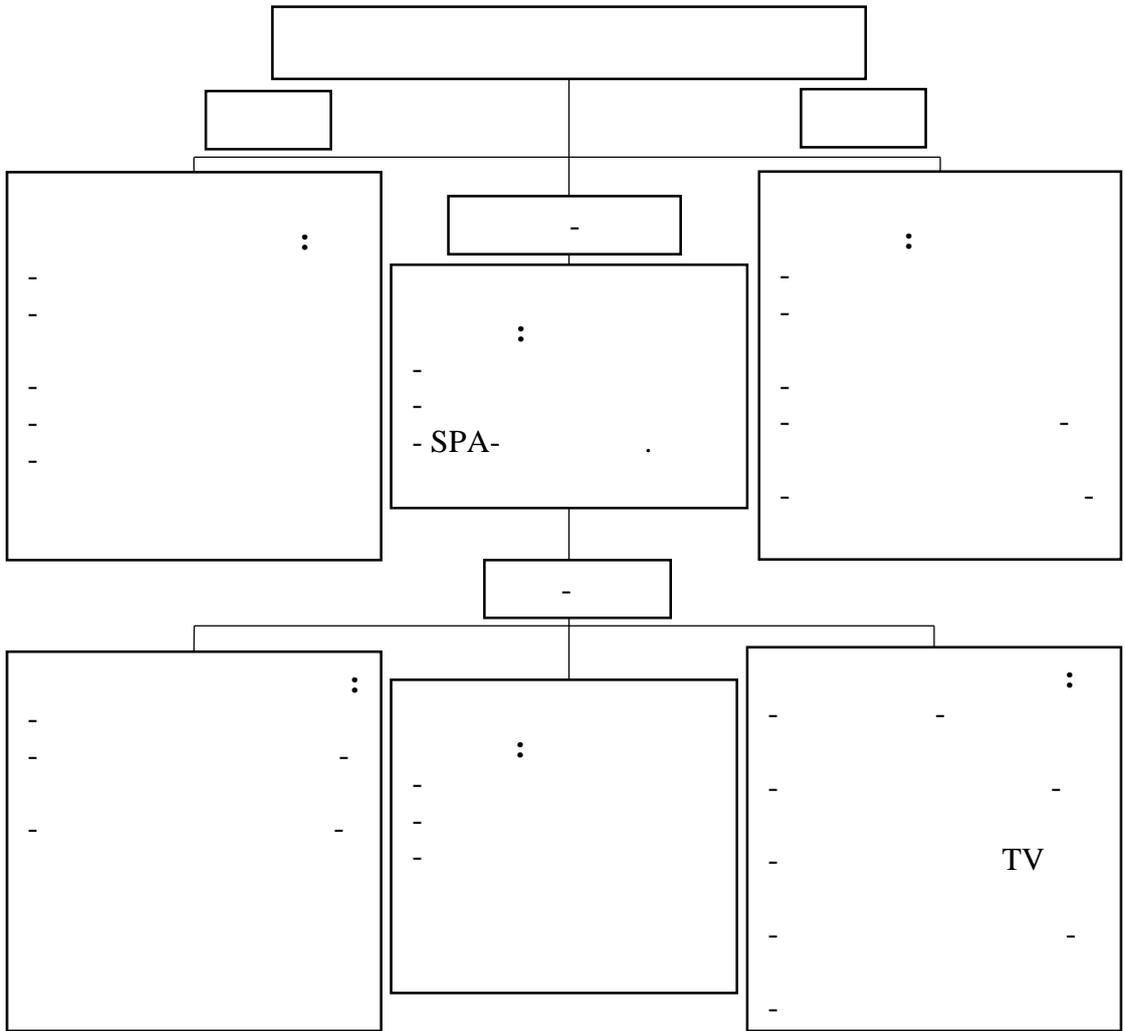
400

[40].

[37].

[5].

2.



2-

«

».

[6].

4 :

1.

(

).

2. (, ,
, , -
).

3. (,
).

4. (,
,).

, . -
.
, -
,

[45].

, -
,

.

[26].

, , -
, ,

, SPA- ,

, , .

, -
, -

, ,
, [10].

, - -
, -

1.2

[55].

[21].

» [34].

,
,
.
,
,
,
- ;
,
.
,
,
,
.
- ;
3.
,
.
4.
;
,
,
,
.
,
[20].
, Sheraton, Marriott
,
[57].
,
,
.
,
[41].

1.

2.

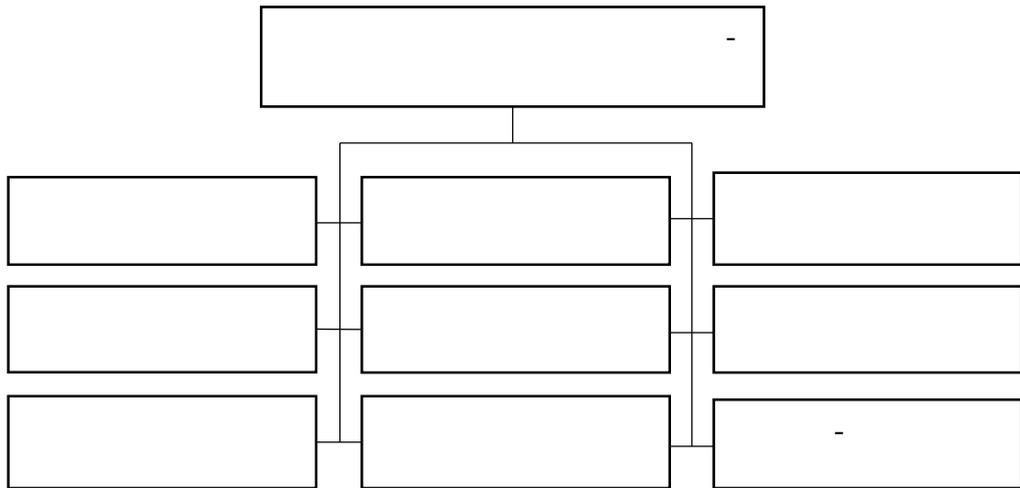
3.

[1].

[47].

,

3.



3 -

· , -
[56]. -
· -
, , , -
, , , -
[54]. -
, 5 -
, , , -
· -
, -
, 91 % -
, 54-70 % , -
, , -
95 % [42]. -
, -
· -
, : ;
- ;
- ;
- ;
, -
, : , -
, -
, -

[27].

«

(),

» [59].

1.3

[44]:

1.

2.

3.

$n -$;
 $\sigma -$;
 $N -$.
 : , ,
 .
 - (-
 , (. .)
 (,)
 , [24].

. ,
 - ,
 ,
 .
 , -
 (), -
 , ().
 -
 , -
 , -
 .
 « ».
 -
 , -
 , .

4. ; , -
5. ;

[32].

6.

[60].

().

().

[43].

(),

(),

().

:

, [2].
:

,
.

.
[23].
— :

.
:

1. , ,
, ,
, .
,

2. , ,
, , ,
.

3. ,
,
.
,
.

, ,
, ,
4. .

5.

, ... (), , .
 , , -
 () .
 , , -
 , . a_{km} ,
 $m -$; $k -$,
 , (1).

6.

, -
 , -
 , , -
 [33].

7.

, -
 , -
 [34].
 , -
 , -
 , -
 .

2

« »

2.1

« »

« »

- , -

2001

, 3*.

2- , 4.



4 –

, 10

– « » « »,

.

- , -

: -

– 10 . , – 15 . ,

– 25 , – 15 . .

, -

. - , : -

, (), , -

, . , - , -
 , , , «
 », , , .
 « » 26 , -
 I , 51185-2014 « -
 . »: - , - . -
 , , , -
 , , , -
 - WI-FI, , .

5.



5 –

« » :
 - : 12:00.
 - : 12:00 .
 - .
 - ,
 : , : , -

10:00 18:00. 1

10, « 70 », 8 :

« »

[53].

- , DVD ;
- ;
- / + ;
- ;
- Wi-Fi;
- — ;
- ;
- ;
- ;
- ;
- / - ;
- ;
- ;
- - (, ,);

2.2

-

-

,

,

-

«

»

«

-

»,

2

,

1.

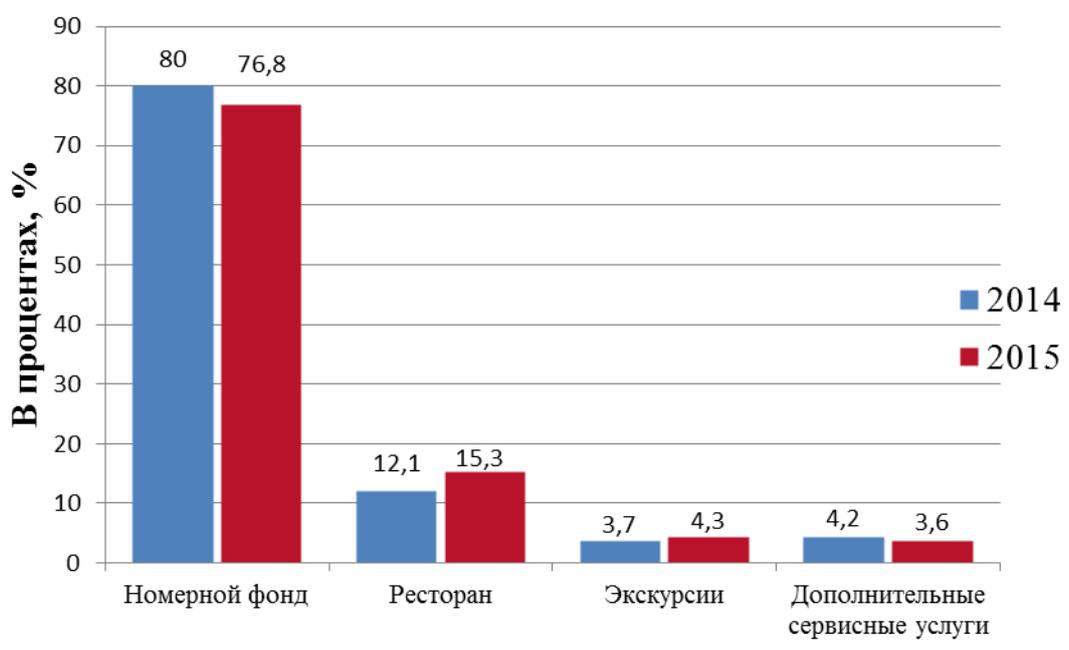
1 –

«

»

	2014	, %	2015	, %
	27 670 400	80	24 992 320	76,8
	4 185 148	12,1	4 779 720	15,3
	1 279 756	3,7	1 343 320	4,3
	1 452 696	4,2	1 124 640	3,6
	34 588 000	100	31 240 000	100

7.



7 –

«

»

77 %

12–15 %

77 % 2015

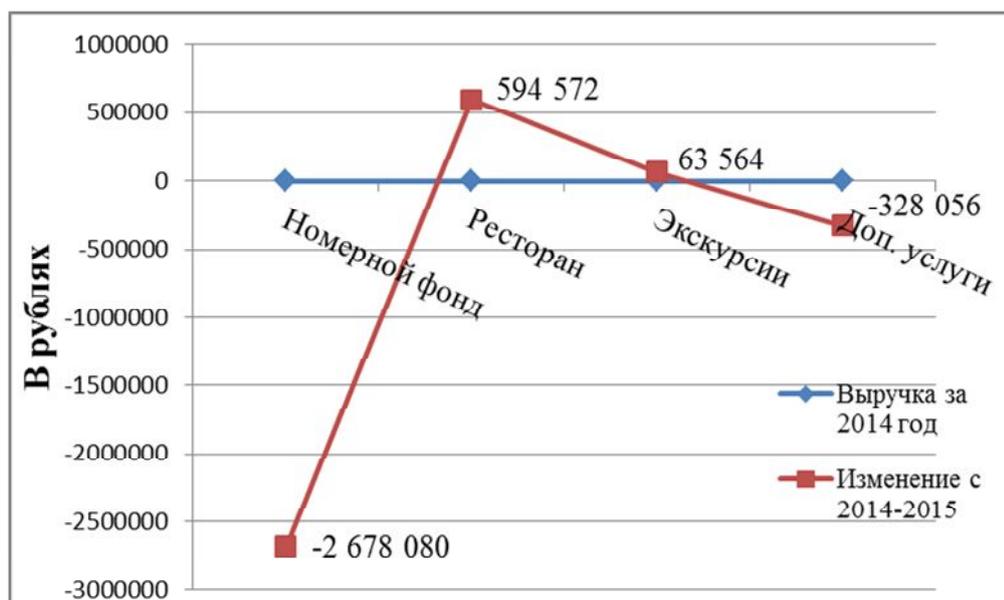
7–8 %

« »

2–

	2014	2015	
	34 588 000	31 240 000	- 3 348 000
	27 670 400	24 992 320	- 2 678 080
	4 185 148	4 779 720	594 572
	1 279 756	1 343 320	63 564
	1 452 696	1 124 640	- 328 056

« » 8.



8 –

2014 2015

2014, 2015 2016

_____: 2014
 =26 ;
 = 405 ;
 = * = 26*30=780 ,
 - - - ;
 - - ;
 =(/)*100= (405/780)*100=51,9 %

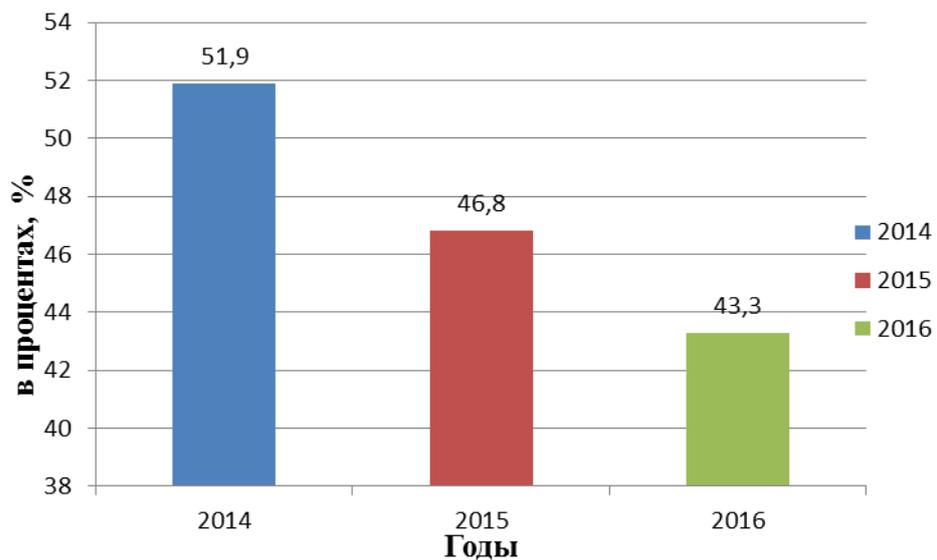
_____: 2014
 =26 ;
 = 365 ;
 = * = 26*30=780 ,
 - - - ;
 - - ;
 =(/)*100= (365/780)*100=46,8 %

: 2015
 =26 ;
 = 338 ;
 = * = 26*30=780 ,
 - - - ;

$$= (\quad / \quad) * 100 = (338/780) * 100 = 43,3 \%$$

2014, 2015 2016

9.



9 –

8,6 %.

40 %

63- 44-

2.3

« »

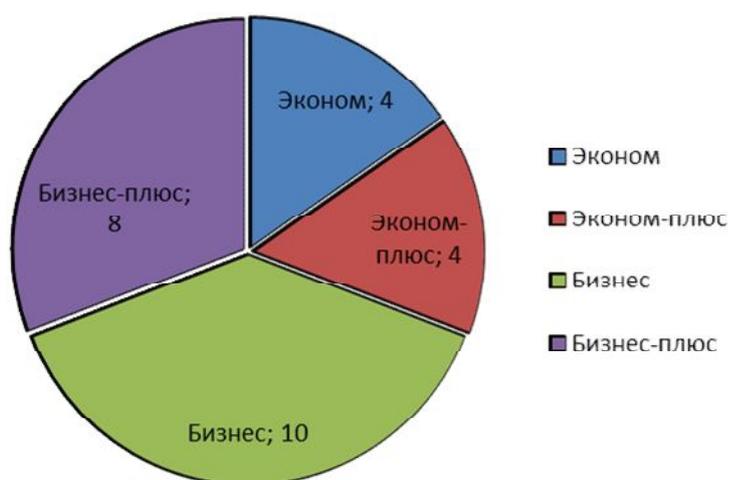
: ,
 , ,
 .
 «Aparti
 HotelDesk» « ».
 I ,
 , 1215 11 2014 .
 :
 - 4 , « »
 - 4 , « »
 - 10 , « »
 - 8 , « »
 - , 12 . .
 - . 15 . .
 -
 , 19 . .
 - ,
 23 . ,
 , . ,
 56. ,
 4.

4 –

2014	51185-		
		1	4
–		2	4
		2	10
–		2	8

« »

10.



10 –

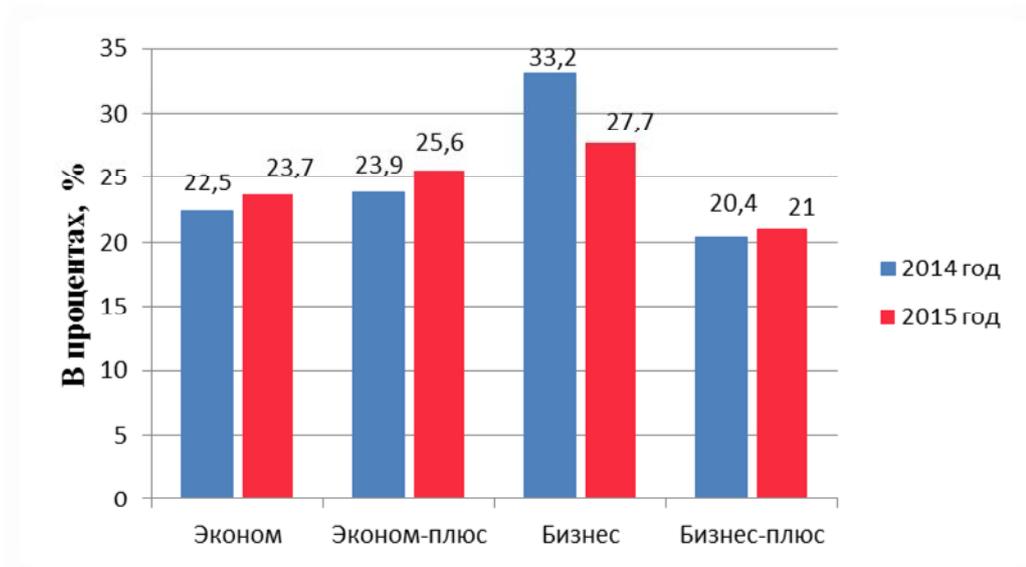
, 1/3

18 26

5.

5 –

	2014	, %	2015	, %
	1365	22,5	1295	23,7
-	1448	23,9	1403	25,6
	1990	33,2	1510	27,7
-	1249	20,4	1150	21
	6052	100	5458	100



11 –

« ».

« » « - »

2014

2015

2014

2.4

« »

« »

2015 ,

« ».

б.

6 –

2015

« »

				%	
1.					
		7062	63	<ul style="list-style-type: none"> ■ Женщины ■ Мужчины 	
		4147	37		
		11209	100		
2.					
25		3363	30	<ul style="list-style-type: none"> ■ До 25 лет ■ От 26 до 35 лет ■ От 36 до 45 лет ■ Свыше 45 лет 	
26	35	3812	34		
36	45	2802	25		
	45	1232	11		
		11209	100		
3.					
		5044	45	<ul style="list-style-type: none"> ■ Специалист ■ Руководитель среднего звена ■ Руководитель высшего звена ■ Собственник бизнеса 	
		3923	35		
		1457	13		
		785	7		
:		11209	100		

6 , 63% — , 37
 % , « »

35 . , ,

, . , ,

20% . , -

, -

, « » « » .

.

- .

:

$$n = \frac{1}{\frac{\delta}{t^2 \sigma (1-\gamma)^{t+1}} + N} , \tag{1}$$

n — ;

δ — ;

$t = 2$;
 $y = 0,954$;
 $N = 12000$.

« » , 12000 .
 1000 .
 $t = 2$;
 $y = 0,954$;
 $N = 12000$.
 (1)

$t = 2$;
 $y = 0,954$;

$$n = \frac{1}{\delta^2 + \frac{1}{N}} \quad (2)$$

$$n = \frac{1}{0,05^2 + \frac{1}{1000}} = \frac{1}{0,0025 + 0,001} = \frac{1}{0,0035} = 285,7$$

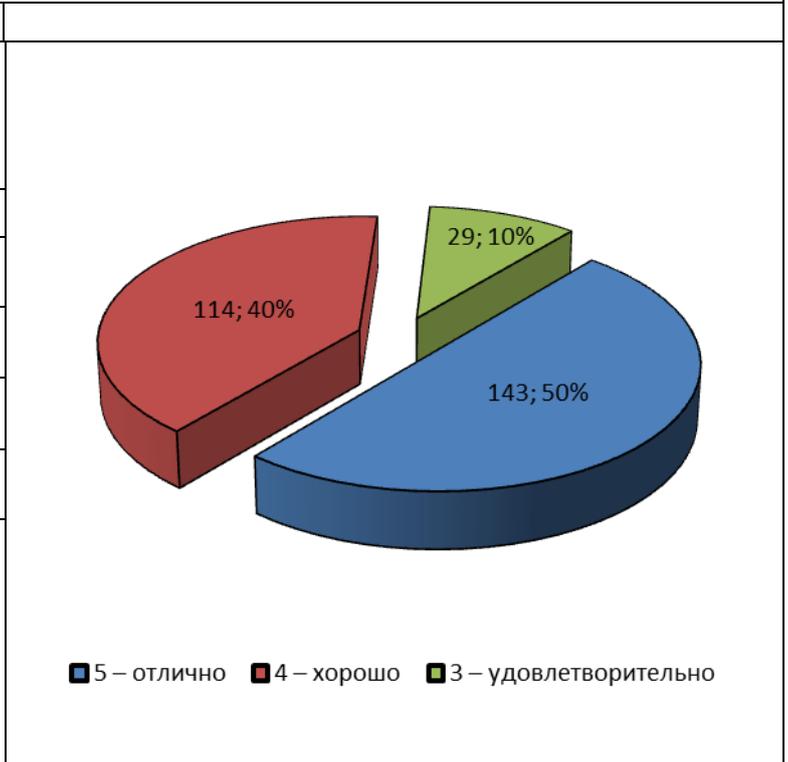
286

1.			
5-	, ()		
5	85	<p>■ 5 - отлично ■ 4 - хорошо ■ 3 - удовлетворительно</p>	
4	143		
3	58		
2	–		
1	–		
	286		
:	, 1 2 , 3		
	, 13 %		
2.			
5-	5-		
5	72	<p>■ 5 – отлично ■ 4 – хорошо ■ 3 – удовлетворительно ■ 2 – плохо</p>	
4	109		
3	96		
2	9		
1	–		
	286		

	3 %	9	–	50 %	
--	-----	---	---	------	--

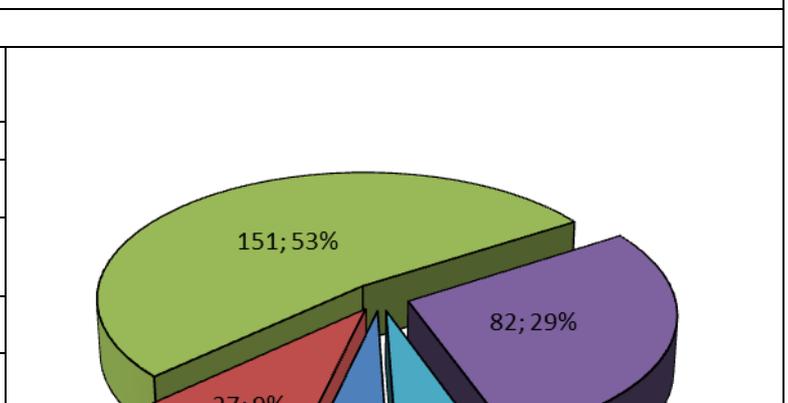
7

3.	
5-	-
. ()	
5	143
4	114
3	29
2	–
1	–
	286



	4	10 %			
--	---	------	--	--	--

4.	
5-	5-
5	12
4	27
3	151
2	82
1	14

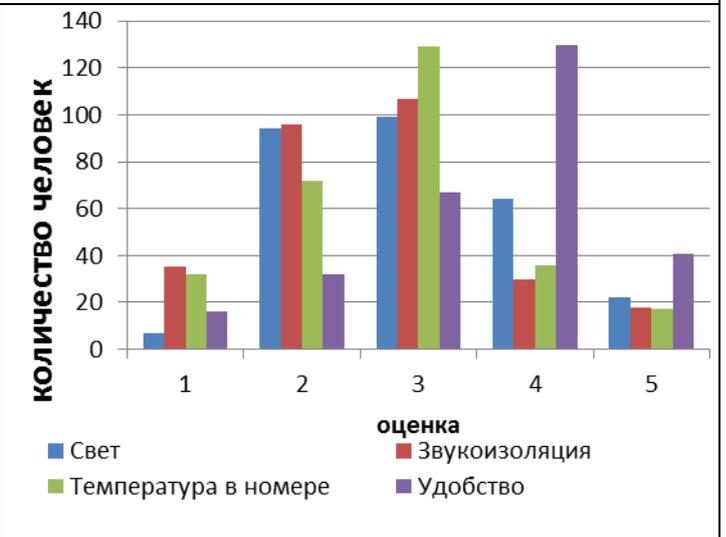


	286	
--	-----	--

3, -

7

5.	5-				
:					
	1	2	3	4	5
	7	94	99	64	22
-	35	96	107	30	18
	32	72	129	36	17
	16	32	67	130	41

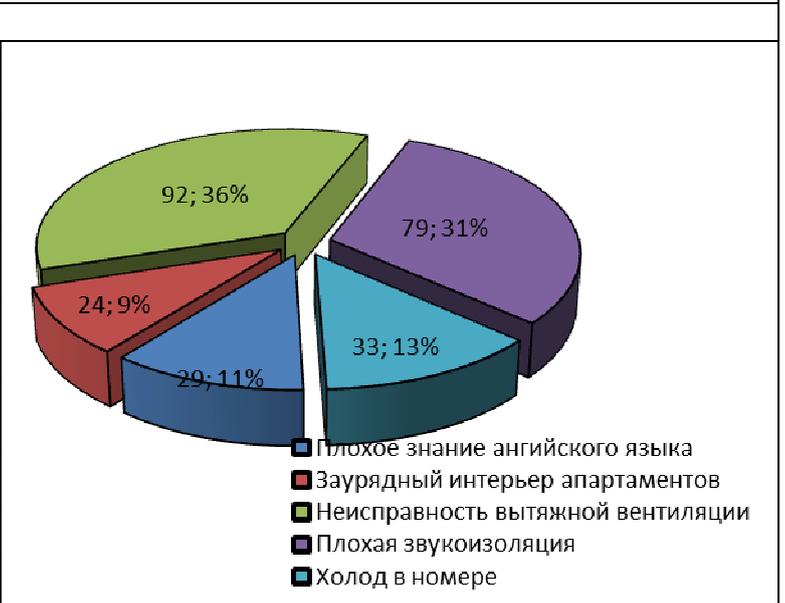


«5»

4, ... 60 % ; 45 %

2, 3

6.	
	-
	-
	29
	24
	92
	79
	33
	257



2.5

() .

5

1

2

8.

8 -

1.	1	
2.	2	
3.	3	
4.	4	
5.	5	
6.	6	

2.9.

$$\sum_{i=1}^n a_i = \frac{n*(n+1)}{2} \quad , \quad (3)$$

$n -$

:

$$\sum a_i = \frac{6*(6+1)}{2} = 21$$

9 -

	1	2	3	4	5	6	
1	6	5	1	4	3	2	21
2	3	5	6	4	2	1	21
3	4	5	3	6	1	2	21
4	6	4	3	5	1	2	21
5	4	3	2	6	5	1	21
S_j	23	22	15	25	12	8	105
S_j-S	5,5	4,5	-2,5	7,5	-5,5	-9,5	0
(S_j-S)²	30,25	20,25	6,25	56,25	30,25	90,25	233,5
100/S_j	4,35	4,55	6,67	4	8,33	12,5	40,4
γ	0,11	0,11	0,17	0,1	0,2	0,31	1
100/S_{j0}			6,67		8,33	12,5	27,65
γ₀			0,24		0,31	0,45	1

$$S_j = \sum_{i=1}^n a_i \quad X_i$$

m

$n,$

$m \quad n.$

$\gamma \quad \gamma_0.$

$S,$

$n -$

:

$$\gamma_i = \frac{100 / \sum_{j=1}^m a_{ij}}{\sum_{i=1}^n \left(100 / \sum_{j=1}^m a_{ij} \right)} \quad 52 \quad (4)$$

$$\sum_{i=1}^n \gamma_i = 1.$$

$$\gamma_i > \frac{1}{n},$$

$$n_0, \quad \gamma_0 \quad (4),$$

$$W = \frac{\sum_{i=1}^n (S_i - S)^2}{\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n) - m} \quad (5)$$

$$W = \frac{233,5}{\frac{1}{12} * 5^2 * (6^3 - 6) - 5} = 0,54$$

$$W > 1, \quad W < 0,5,$$

χ^2 :

$$\chi^2 = Wm(n-1) \quad (6)$$

$$5\% - \quad \chi^2, \quad f=n-1.$$

χ^2

$$\chi^2 = 0,54 \cdot 5 \cdot (6-1) = 13,5$$

$$\chi^2 = 13,5 > \chi^2 [q=0,05; f=6-1=5] = 2,015,$$

()

[13].

$\gamma_i > 0,15$

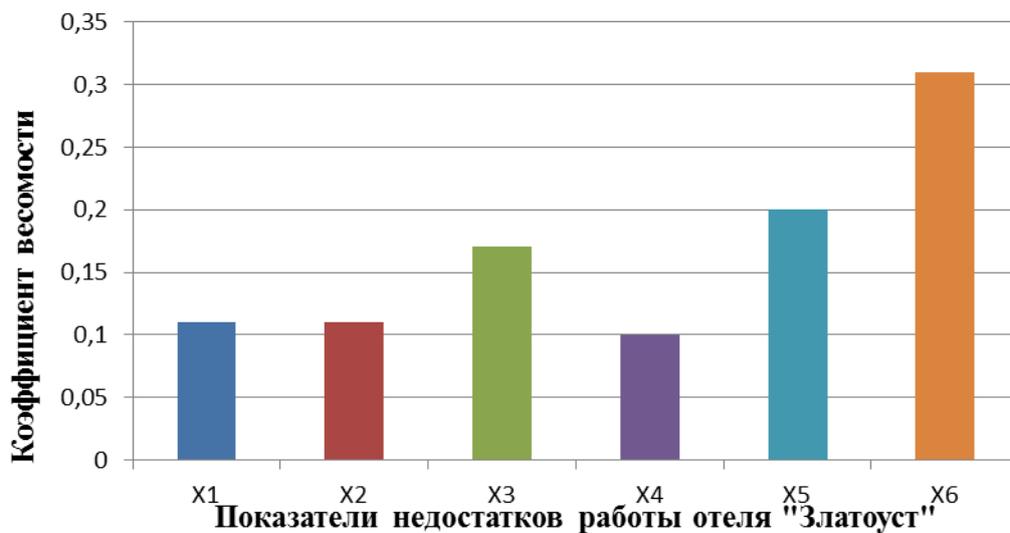
X_3, X_5, X_6 .

γ_0

9.

12.

График весомости показателей



12 –

2.6

« » -

« »

X3 -

5 -

6 -

TWIG

« », . - , -
 , -
 , , 5 % -
 . ,
 , « » « - »
 , -
 , -
 , -
 , -
 , .
 , « »
 , :
 - ;
 - ;
 - ;
 - ;
 - ;
 - ;
 ,
 , -
 .
 X3 - ;
 5 - .
 6 - ;
 , ,

«

»

5 %

« » « - »

:

X3 -

5 -

6 -

TWIG

« »,

- 1 , . . . / . . . [.]. – ∴ -
 , 2013. – 149 .
- 2 , . . . / –
 ∴ , 2010. – 470 .
- 3 . . . -
 / 11, 2015. –
 1183-1185 .
- 4 , . . . , -
 /- - - : - , 2012. – 574 .
- 5 , , , -
 /- : , 2012. – 458 .
- 6 , . . . : /
- ∴ - , 2015. – 51 .
- 7 , . . . :
 ; /-
 ∴ , 2013. – 368 .
- 8 , . . . -
 : ./- ∴ - , 2010. – 78 .
- 9 , . . . / . . .
 - ∴ , 2009. – 610 .
- 10 , . . . / . . . /
 4, 2015. – 23-34 .
- 11 . . . : / . . . -
 .- ∴ , 2012. – 176 .
- 12 50681-2010 .
- 13 51185-2014 « . »

- 14 [], 2015. –
: <http://turgostinica.ru>
- 15 50646–2012.
- 16 [] - :
<http://guest-marketing.com/gostinicy/1129-Marketinggostinichnyihuslug.html>
- 17 53997-2010 -
- 18 54147-2010 .
- 19 54606-2013 .
- 20 , . . .
/ . . . - .: , 2013. – 547 .
- 21 , . . . : -
/ . . . - .: « », 2009. – 277 .
- 22 . . / : - .: - ,
2012. – 83 .
- 23 , . . .
/ . . . , - .: , 2011. – 160 .
- 24 . . . / . . . -
. , . . . - .: - , 2010. – 312 .
- 25 . , . . . , . . .
. []: . . . / . . . ,
- 26 , . . . : -
/ . . . - .: « », 2009. – 208 .
- 27 . . . : - .: - -
, 2013 . – 105 .
- 28 . . . : . - .: .
, 2008. – 86 .
- 29 , . . . :
/ . . . - .: . « », 2009. – 272 .

- 30 / :
 . - . : , 2007. - 51 .
- 31 - . : - , 2005 . - 224 .
- 32 -
 : , - . - . : :
 , 2004. - 64 .
- 33 , . . . / .
 . / 7, 2009. - 45 .
- 34 , . . . -
 / - . : - , 2011. - 721 .
- 35 . . : . . :
 , 2011. - 69 .
- 36 : / . . . [.] - . : « » , 2009. - 248 .
- 37 / ,
 - . : , . :
 , 2014 - 175 .
- 38 / -
 . - . : , 2010. - 641 .
- 39 09.10.2015 N 1085 " -
- 40
 [. . .] . - : <http://projects.innovbusiness.ru> . -
 15.04.2015.
- 41 , . . . / - 2- . ,
 . - . : , 2010. - 416 .
- 42 [. . .] , 2015. -
www.psyera.ru.
- 43 [. . .] , 2015. - -
www.elitarium.ru

- 44 /
 . . . - ∴ .- ∴ , 2013 – 121 .
- 45 : -
 : -
 , 2009. – 76 .
- 46 , -
 ,
 :
- 1215 11.07.2014 // . -
 . – 2014.
- 47 / . .
 - ∴ , 2013. – 115 .
- 48 : -
 . - , 2009. – 296 .
- 49 , . . : -
 / . . , . .
 . - ∴ , 2009. – 298 .
- 50 , . / . . - ∴ ,
 2010. – 129 .
- 51 , . . / . . /
 - ∴ « - - » , 2010. – 123 .
- 52 , . . -
 : . . / . . , . . - ∴ -
 , 2010. - 176 .
- 53 // . -
 2009. 7. – 33-39 .
- 54 / . . ∴ . .
 , 2012 . – 32 .
- 55 , : , 2012. – 156 .

56 . . . : : -
 . - : , 2010. - 268 .
 57 , . . , . . :
 - . 2 - , . . - :
 " - ". 2006. - 332 .
 58 / - :
 , 2008. - 271 .
 59 . . : . . . - :
 , 2009. - 137 .
 60 , . . : . . . 4-
 ,, . . / . . . - : , 2007 - 480 .

		№, ()	()		
(19, .36)	„	80	65	900	990
 <p style="text-align: center;">Конференц-зал «Большой» Виртуальный тур</p>					
(, .35, »)	„, 19 - « -	36	25	750	750
 <p style="text-align: center;">Конференц-зал «Малый» Виртуальный тур</p>					
(19, .37)	„	16	8	400	400



Аудитория в языковой школе «Златоуст»
Виртуальный тур

АНКЕТА ГОСТЯ!

Уважаемый Гость!

В целях улучшения качества обслуживания в нашем отеле, мы просим Вас заполнить эту анкету, чтобы Ваше пребывание у нас было более комфортным.

Фамилия Имя Отчество _____

Номер комнаты _____

Где, 5 – отлично, 4 – хорошо, 3 – удовлетворительно, 2 – плохо, 1 – ужасно

- 1) Оцените качество обслуживания по 5-бальной шкале, (скорость и качество предоставленных услуг). _____
- 2) Оцените по 5-бальной шкале внимание персонала и его готовность помочь _____
- 3) Оцените оснащённость номера по 5-бальной шкале. (Наличие определённой техники, мебели) _____
- 4) Оцените по 5-бальной шкале интерьер номера _____
- 5) Оцените по 5-бальной шкале предложенные нами характеристики номера:
Свет _____
Звукоизоляция _____
Температура в номере _____
Удобство номера _____
- 6) Укажите основные недостатки в работе отеля.

7) Вы планируете посетить наш отель вновь?

ДА НЕТ

VISITOR PROFILE!

Dear Guest!

In order to improve the quality of service in our hotel, we ask You to fill out this form to make Your stay with us more comfortable.

Full Name

Room number _____

Where, 5 – excellent, 4 – good, 3 – satisfactory, 2 – poor, 1 – awful

- 1) Rate the quality of service on the five-point scale _____
- 2) Rate on a five-point scale, the quality of the attention of staff and his willingness to help _____
- 3) Evaluate equipment rooms on five-point scale. (availability of equipment and furniture) _____
- 4) Rate on a five-point scale, the interior rooms _____
- 5) Rate on a five-point scale proposed by our specifications number:
Light _____
Soundproofing _____
The temperature in the room _____
Room comfort _____
- 6) Specify the major shortcomings in the hotel

- 7) You are planning to visit our hotel again?
YES NO