

вую добавочную (предельную) полезность. Вывести потребителя из состояния равновесия смогут теперь только изменения потребительских предпочтений, цены на продукты и размеры доходов.

Существуют две версии теории потребительского поведения: кардиналистическая и ординалистическая. Последователи первой были заняты поиском измерителя абсолютных величин предельной полезности. Ординалисты вместо абсолютных измерений предельной полезности перешли к относительному анализу, т.е. определению предпочтения одних комбинаций товаров покупателями (потребителями) другим комбинациям, или наоборот [3].

С развитием человеческого общества появляется все больше различных отраслей деятельности, и потребностей. Теория потребительского выбора разъясняет, как индивид может удовлетворять свои потребности с максимальной выгодой для себя и своего кошелька.

#### Библиографический список

1. URL:[http://revolution.allbest.ru/economy/00216953\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/economy/00216953_0.html).
2. URL:[http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/austrian\\_school.html](http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/austrian_school.html).
3. Чепурина М.Н. Курс экономической теории. Киров, 2007. С. 126.

УДК 728.5

Студ. О.В. Катаева  
Рук. О.Н. Новикова  
УГЛТУ, Екатеринбург

#### ИЗ ОПЫТА ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

В современном мире гостиница – это не только место, где можно переночевать и позавтракать, здесь, как правило, можно получить целый комплекс услуг: размещение, питание, услуги прачечной, автопарковка, оздоровительные процедуры, услуги салона красоты, Интернет, а также проведение различных конференций, встреч и даже банкетов. Но так получается, что гостиницы посещают в основном люди приезжие из других городов и областей. Не каждый человек пойдёт в местную гостиницу лишь для того, чтобы переночевать или воспользоваться услугами прачечной. Всё чаще люди стараются выбраться из привычного места жительства куда-нибудь подальше, чтобы расслабиться, отвлечься от городской суеты, набраться сил и, наконец, просто отдохнуть и сменить обстановку хотя бы на пару дней.

Именно поэтому стали пользоваться большим спросом небольшие загородные дома или коттеджи вблизи лесных насаждений. Одним из таких является гостиный дом «Монетный». Это небольшой уютный коттедж, расположенный в 15 минутах езды от Екатеринбурга в лесной зоне, но при этом имеющий современное оснащение для ещё более комфортного времяпрепровождения: сауна, бассейн с волной, бильярд, караоке, теннисный корт, две беседки с барбекю и большой банкетный зал на 80 человек. Для любителей старины есть русская банька и катание в настоящих русских санях, конные прогулки. Зимой во дворе – каток и ледяная горка, как в детстве. Есть всё для семейного и коллективного отдыха.

На первый взгляд всё идеально, но если глубже вникнуть в суть проблемы, то будет понятно, что за счёт небольшого количества услуг гостиный дом долго не сможет функционировать на рынке аналогичных предприятий. Загородный отдых, конечно, актуален на сегодняшний день, но предприятий, предоставляющих такие услуги, великое множество. Из-за большого количества конкурентов небольшие предприятия просто закрываются. Чтобы этого не произошло, нужно менять ассортимент услуг или вносить какие-то новшества, чтобы клиентам было интересно посещать несколько раз подряд данное заведение.

Гостиный дом «Монетный» начал функционировать в 2005 г. и тем не менее, в нем всегда достаточно гостей и уже сформировалась большая клиентская база и люди продолжают приезжать отдыхать и проводить время. А всё потому, что гостиный дом совершенствуется. Сначала не было большого банкетного зала на 80 человек, был маленький на 35 человек, затем появились большие белые шатры, которые располагались во дворе гостиного дома и вмещали порядка 50-ти человек. Со стороны эти нововведения выделяли презентабельно и празднично, люди за полгода бронировали эти шатры для проведения свадебных мероприятий. После спада ажиотажа на шатры был построен большой тёплый банкетный зал с огромной картиной на полстены и подвесными люстрами, спрос на этот зал до сих пор сохраняется на высоком уровне, но в этом году гостиный дом преподнёс клиентам ещё одно небольшое новшество на своей территории – русскую баню.

Итак, для того чтобы предприятие «держалось на плаву» и не обанкротилось, нужно совершенствовать перечень предоставляемых услуг, вносить коррективы, придумывать что-то новое, а иногда и даже эпатажное, нужно заинтересовать публику, чтобы не хотелось покидать данное заведение, а возникало желание вернуться.