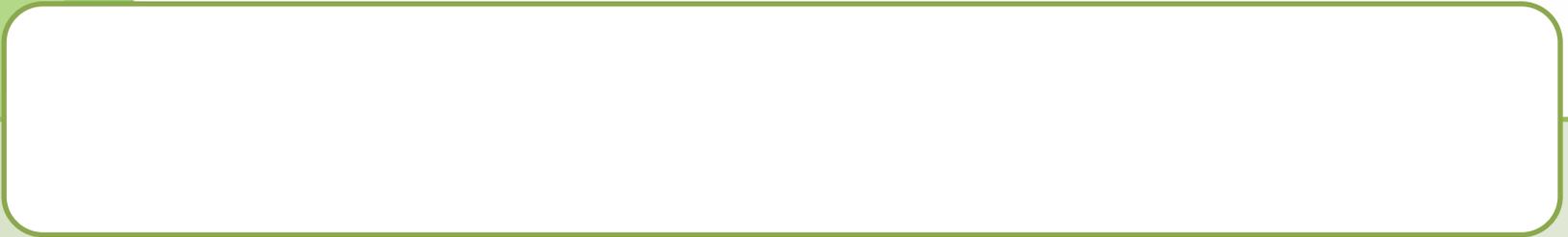
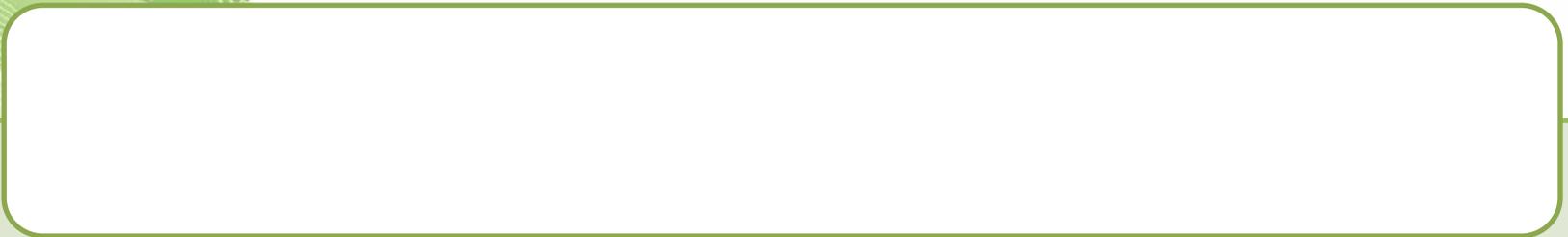


ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

Тема 5. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация

Преподаватель
Разина Ольга Павловна

Основные понятия и элементы рынка гостиничных услуг

An empty rounded rectangular box with a thin green border, intended for text input.An empty rounded rectangular box with a thin green border, intended for text input.An empty rounded rectangular box with a thin green border, intended for text input.

Основные понятия и элементы рынка гостиничных услуг

Конкуренция — это борьба между гостиничными предприятиями за рынки сбыта, за получение прибыли.

Рынок гостиничных услуг часто характеризуется:

- много покупателей,
- много продавцов
- много информации о рынке.

Это характеризует рынок как **КОНКУРЕНТНЫЙ** рынок, но не как рынок совершенной конкуренции.

Совершенная, свободная (чистая) конкуренция — экономическая модель идеализированного состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют ее своим вкладом спроса и предложения.

Основные понятия и элементы рынка гостиничных услуг

- ✓ Спрос
- ✓ Предложение
- ✓ Рыночное
равновесие
- ✓ Продавцы
- ✓ Покупатели
- ✓ Продукт

Спрос на рынке гостиничн ых услуг

Спрос — фундаментальное понятие рыночной экономики, означающее подкрепленное денежной возможностью желание покупателей (потребителей) приобрести данный товар (услугу)

Спрос характеризуется его величиной, отражающей количество товара, которое покупатель желает и способен приобрести по данной цене и в данный период времени.

Объем и структура спроса на конкретный товар зависят от цен на товары (услуги) конкурентов, цены на товары-заменители и сопутствующие товары, а также от других, неценовых факторов, например, моды, доходов потребителей, сезонности и т.д.

Различают индивидуальный спрос одного лица, рыночный спрос на данном рынке и совокупный спрос на всех рынках данного товара (услуги) или на все производимые и продаваемые товары (услуги)

Спрос на гостиничные услуги:

- изменчив, характеризуется крупными и сложными колебаниями, носит сезонный характер.
- достаточно предсказуем, и его можно прогнозировать

Рыночное предложение — это количество товаров и услуг, которые производитель готов произвести для продажи по конкретной цене из ряда возможных цен в определенный период времени.

Предложение гостиничных услуг — это количество гостиничных услуг, которые производитель готов продать по конкретной цене из ряда возможных в определенный период.

Равновесная рыночная цена — цена, складывающаяся на рынке совершенной конкуренции в отличие от цен, используемых в реальных условиях, и отражающих его несовершенство, например, монопольную власть продавцов, ценовую дискриминацию.

Рыночная цена определяется совокупным спросом и предложением в данной отрасли.

Под влиянием конкурентной среды рынка спрос и предложение уравниваются, в результате чего устанавливаются рыночная цена и количество покупаемого

Продавцы. Покупатели.

Продукт.

Рынок покупателя и рынок

продавца.

Рынок покупателя- это ситуация на рынке, в которой предложение товаров превышает спрос на них, покупатели обретают больше власти, а наиболее активными участниками "рынка покупателя" является продавец.

Обеспечение высокого качества товаров на рынке покупателя — в числе главных условий успеха в бизнесе, так как низкокачественному товару всегда найдется лучшая альтернатива в виде предложений от конкурентов

Рынок продавца- ситуация на рынке, в которой спрос превышает предложение и продавцы обретают больше власти, а наиболее активными субъектами д.б. покупатели.

Поставщики на рынке продавца не всегда уделяют внимание качеству товаров, поскольку их, так или иначе, будут покупать

Типы рынков в зависимости от баланса отношений между производителем и потребителем

Рынок продавца	
<i>Продавцы</i>	<i>Покупатели</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▫ Мало ▫ Имеют преимущества ▫ Объективно не заинтересованы в завоевании потребителя 	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Много ▫ Находятся в зависимости ▫ Приобретают любые товары, которые есть в наличии
Рынок покупателя	
<i>Продавцы</i>	<i>Покупатели</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▫ Много ▫ Находятся в зависимости ▫ Объективно заинтересованы в завоевании потребителя 	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Мало ▫ Имеют преимущества ▫ Приобретают только те товары, которые их устраивают