

يرتبط هيكل السوق بعدد المشتريين والبائعين في ذلك السوق وبالنسبية قوة هؤلاء المشتريين والبائعين في تحديد هيكل السوق هو قد تحتوي بعض الأسواق خصائص اثنين من monopolistic competition. ووصف لسلوك المشتريين والبائعين في هذا السوق هذه الأنواع من السوق. يمكن أن تكون الحدود بين الأنواع "غير واضحة". وتتميز بوجود عدد كبير من المنافسين الصغار نسبياً، المنافسة المثالية هي هيكل السوق المثالي الذي يوفر معياراً للكفاءة. هي المنافسة الاحتكارية، لبعضهم البعض، ولكل منهم درجة في منتصف هيكل السوق المستمر، فإن الإقامة بالقرب من : oligopoly متواضعة من السيطرة على السوق. ٤ احتكار القلة الاحتكار هي احتكار القلة، تتميز بوجود عدد صغير من المنافسين الكبار نسبياً، يتمتع كل منهم بسيطرة كبيرة على السوق. ويتميز باحتكار واحد بائع على السوق بأكمله. يتراوح نطاق المنافسة من الأسواق التنافسية الكاملة حيث يوجد العديد من البائعين الذين يتلقون الأسعار إلى احتكار خالص حيث يهيمن مورد واحد على الصناعة ويحدد سعر. المنافسة غير الكاملة – هو مصطلح يستخدم عندما يتم مثل بالإضافة إلى الميزات مثل المواقع الطبيعية (مثل الشواطئ والجبال والغابات) والمواقع التاريخية والمعالم الثقافية. أساسية. شركات الطيران، وتأجير السيارات، المعلومات السياحية (والمعالم السياحية والترفيه) على سبيل المثال، المواقع التراثية والمتنزهات الترفيهية والحدائق الوطنية ومتنزهات الحياة البرية. ٥ مستويات الربح. ٦ تميز المنتجات؛ و ٧ التفاعل بين الفنادق. الاستثمار الحقيقي واستثمار المحفظة أي إضافة إلى مخزون الآلات أو المباني أو المواد أو غيرها من استثمار المحفظة يعني في الأساس شراء أسهم : Portfolio investment أنواع السلع الرأسمالية. ب) استثمار المحفظة الشركات. ذلك، فإن شراء الأسهم الجديدة الصادرة عن الشركات المرافقة هو فقط ما يمكن وصفه على أنه استثمار (لأن الشركة ستستخدم الأموال لتوسيع قدرتها الإنتاجية، مساهم آخر لا يعد استثماراً لأنه في هذه الحالة لا يزيد رأس المال الحقيقي للشركة. إجمالي الاستثمار وصافي الاستثمار في أي اقتصاد، يُطلق على إجمالي الاستثمار الذي يتم خلال أي سنة اسم إجمالي إجمالي إشار إلى الاستثمار في fixed investment ب) الاستثمار الثابت inventory investment يشمل: أ) استثمار المخزون المواد الخام والسلع شبه المصنعة والسلع ومن ناحية أخرى، فإن الاستثمار في الأصول الثابتة مثل الآلات وحظائر نحصل على استثمار جديد. صافي الاستثمار = إجمالي الاستثمار – تكلفة الإهلاك. فيما يلي بعض المصطلحات المتعلقة بعلم الاقتصاد إنتاج يشير أيضاً إلى إنشاء السلع) أو أداء الخدمات (بغرض بيعها في السوق. • كان هناك وقت كان فيه الإنتاج يعني • Production تصنيع السلع المادية فقط. • يعتبر نشاط الخياط إنتاجاً، ولا يعتبر نشاط التاجر الذي يبيع الملابس للمشتريين إنتاجاً. • في الوقت الحاضر، تعتبر السلع والخدمات المادية بمثابة إنتاج. • يجب أن يكون الإنتاج بغرض بيع السلع) أو الخدمات (المنتجة في السوق. ونعني Consumption يتحدث الاقتصاديون عن أربعة عوامل رئيسية وتسمى أيضاً بمدخلات الإنتاج. ومن ناحية استهلاك بالاستهلاك إشباع الرغبات. من فلا يمكن إشباعها إلا من خلال استهلاك السلع والخدمات. وبالتالي، يتم تعريف الاستهلاك على أنه ما يبقى في يد الفرد بعد تلبية نفقات الاستهلاك هو • Saving إشباع رغبات الإنسان من خلال استخدام السلع والخدمات. الادخار مدخرات الفرد. • يتم إنشاء الادخار من الدخل الحالي للفرد. • يتم إنشاء المدخرات من الدخل السابق للفرد. دخل الشخص يعني صافي تدفق الأموال) أو القوة الشرائية (لهذا الشخص خلال فترة معينة. على سبيل المثال، الدخل السنوي للعامل الصناعي هو وتتراكم هذه المدخرات في شكل ثروة. الثروة هي المخزون. come Wealth and in دخل راتبه على مدار العام. الثروة والدخل Withdrawals from the هو مخزون من البضائع المملوكة في وقت ما. الدخل عمليات السحب من التدفق الدائري للدخل أنها توفر بعض، ويجب على الأسر أن تدفع جزءاً من دخلها للحكومة كضرائب. الضرائب لا يمكن أن circular flow of income الإنفاق على الواردات هو إنفاق، ولكن على السلع التي تصنعها شركات في بلدان – Imports (M). تنفقها الأسر. الواردات (م أخرى. مقابل الإنتاج الذي يتم إنشاؤه في بلدان أخرى بلدان. انتبه إلى أن الادخار يختلف عن الاستثمار؛ الادخار يعني ببساطة سحب الأموال من الدوران. فكر في الأمر كنقد محفوظ في صندوق النقود بدلاً من وضعها في البنك لكسب الفائدة السلوك الشرائي للمستهلك تركز دراسة سلوك المستهلك على كيفية اتخاذ الأفراد قرارات إنفاق مواردهم المتاحة (الوقت والمال والجهد) على العناصر المتعلقة بالاستهلاك. يغطي مجال سلوك المستهلك مساحة كبيرة يمكن تعريف سلوك المستهلك بأنه "العملية والأنشطة التي يقوم بها الأشخاص عند البحث عن المنتجات والخدمات واختيارها وشراؤها واستخدامها وتقييمها والتخلص منها من أجل تلبية احتياجاتهم ورغباتهم". نحن بحاجة إلى دراسة سلوك المستهلك للسائح ليكون على علم بما يلي: • الاحتياجات ودوافع الشراء وعملية اتخاذ القرار المرتبطة باستهلاك السياحة • تأثير التأثيرات المختلفة للتكتيكات الترويجية • التصور المحتمل للمخاطر بالنسبة للمشتريات السياحية، بما في ذلك تأثير الحوادث الإرهابية يحدث السلوك إما للفرد أو في سياق

مجموعة أو منظمة. ٨ سلوك الشراء القائم على الضرورة – كل شخص لديه احتياجات أساسية معينة وعليه شراء المنتجات أو الخدمات ذات الصلة لتلبية هذه الاحتياجات. المنتج/الخدمة، والتعبئة، والخطط الترويجية وما إلى ذلك تقع عليهم بالشراء. يحتاج المسوقون إلى تحليل العوامل المختلفة التي تؤثر على المستهلكين في الشراء المندفع أو الشراء الضروري. وتشمل هذه العوامل: ٩ الثقافة – يتم التعبير عنها من خلال عناصر ملموسة، الناس حيوانات اجتماعية ويتأثرون بشدة بمجتمعهم. كما أن كل مجتمع يختلف عن الآخرين وبحكمه مجموعات من الرغبات والتصورات والسلوك والقيم المختلفة، الفرعية وطبقته الاجتماعية. تشمل الثقافات الفرعية الجنسية والأديان والمجموعات العرقية والمناطق الجغرافية (الأمريكيون من أصل إسباني والأمريكيون الأفارقة والأمريكيون الآسيويون). ١٠ العوامل الاجتماعية – يتأثر الأشخاص بشدة بتفضيلات الآخرين مثل العائلة والأصدقاء والجيران وأيضاً بالأدوار والمكانة. ١١ العوامل الشخصية – مثل العمر ونمط الحياة والمهنة ستؤثر أيضاً على سلوك المشتري. ١٢ الاقتصاد – تعد القدرة الشرائية للمستهلك عاملاً مهماً. وهذا سيكون له تأثير على أسعار المنتجات. أي تفسير لسلوك المستهلك في السياحة يجب أيضاً أن يكون على دراية بالدوافع والرغبات والاحتياجات والتوقعات والعوامل الشخصية والاجتماعية التي تؤثر على سلوك السفر. مثل التسويق والترويج، وتجارب السفر السابقة وقيود ذلك إنها ظاهرة تشير إلى عدم توازن تعريف التضخم: الانكماش تعريف التضخم بالزيادة في المستوى العام لأسعار خلال فترة زمنية معينة بعض المفاهيم المختلفة: التضخم، الانكماش الاقتصادي، ركود تضخمى و إنخفاض معدل التضخم • الانكماش الاقتصادي هو عبارة عن انخفاض متواصل في أسعار السلع والخدمات في كافة جوانب اقتصاد الدولة، وهو عكس التضخم المالي. وضارة، • يعتبر إنخفاض معدل التضخم نقطة وسط حيث ترتفع الاسعار بشكل عام ولكن بمعدل متناقص. الاسعار التي كانت ترتفع بنسبة 2٪ ترتفع الآن بنسبة 1. ٪ يميز الاقتصاديون بين نوعين من التضخم يتسبب في ارتفاع في مستوى السعر الإجمالي – 1 تضخم ناشئ عن الطلب – 2 تضخم ناشئ عن التكاليف مما يؤدي إلى عجز العرض بسبب الاستعمال الكامل للعناصر الإنتاجية، أو لعدم مرونة الوسائل المستخدمة في هناك 4 أسباب تسبب التضخم ناشئ عن الطلب أولاً نمو الاقتصاد، حيث يصبح الناس أكثر ثقة وينفقون أكثر ويستثمرون أكثر، ويخلقون زيادات تدريجية وثابتة والثاني هو توقع التضخم، والذي يخلق بعد ذلك التضخم. المعروض من النقود، يحدث ذلك عندما تطبع الحكومة الكثير من النقود. الرابع هو السياسة المالية، ١ على سبيل ثانيا: تضخم ناشئ عن التكاليف: هو زيادة التكاليف الخاصة بالعوامل الإنتاجية مما يؤدي إلى ارتفاع مستوى الاسعار العام، ومن أهم العوامل الإنتاجية أجور العمالة التي يترتب رفع معدلها وهذا ما يدفع المنتجين إلى رفع ويحدث تضخم التكاليف تحت خمسة، الاحتكار، من حيث تقليل العرض لتحقيق هدف زيادة الربح. ثانياً، العرض. السبب الرابع هو التغيير في أسعار الصرف. في أسعار الواردات. فإذا كان الطلب غير مرن، فستزيد الاسعار. دور الحكومة للسيطرة على التضخم (١) السياسة النقدية النكماشية سوف يعمل على تقليل الإنفاق عن طريق حفظ المال بدال من انفاقها وبالتالي تنخفض الاسعار. (٢) متطلبات الاحتياطي النقدي العامل الثاني هي زيادة نسبة الاحتياطي النقدي الذي يعني كمية الاموال التي يجب أن تحتفظ بها البنوك لدى البنك المركزي وهذا الأخير هو الذي يقرر نسبة الاموال التي يجب أن تؤديها البنك لديه تبعاً للظروف الاقتصادية، يرفع البنك المركزي نسبة الاحتياطي النقدي فتتخفض قدرة البنوك على منح الائتمان ومن ثم انخفاض الطلب فتتخفض الاسعار ومن ثم التضخم. 3 (تقليل المعروض من النقود عرض النقود. زيادة أسعار الفائدة على السندات مما يساعد على تشجيع المستثمرين على شرائها. وبالتالي فان هذه السياسة سوف توجه ملكية النقود من البنوك والشركات والمستثمرين الى ملكية الحكومة حيث يمكنها التحكم في الاموال المتداولة. قياس التضخم يمكن قياس التضخم بعكس مؤشر انكماش الناتج • ، (CPI أو بمؤشر أسعار المستهلك (GDP Deflator) بمؤشر انكماش الناتج المحلي الإجمالي المحلي الإجمالي أسعار جميع السلع والخدمات المنتجة محلياً. • بينما يعكس مؤشر أسعار المستهلكين أسعار جميع السلع والخدمات التي يقوم بشرائها المستهلكون. يقوم مكتب إحصائيات العمل بارسال تقرير شهري بمؤشر أسعار المستهلك، حيث كمقياس فترة زمنية معينة. لذا يمكن القول أنه عندما يرتفع مؤشر أسعار المستهلكين، المال للحفاظ على CPI يمكن تعريف ال نفس مستوى المعيشة. تجري المنظمات الحكومية مسوحات للأسر لتحديد سلة من العناصر المشتراة بشكل شائع، ثم تتبع وتسجل تكلفة شراء هذه السلة مع مرور الوقت. من ضمن العناصر التي تم يمكن ان تضمنها السلة: نفقات السكن بما في ذلك الإيجار والنقل والغذاء والرعاية الطبية. لذلك، خطوات قياس مؤشر أسعار المستهلك (١) تحديد السلة ومتوسط الاسعار التي يشتريها المستهلك (٢) إيجاد أسعار كل من السلع والخدمات في السلة لكل نقطة زمنية • تعيين سنة واحدة كعام الاساس، • مؤشر أسعار المستهلك سعر سلة السلع x حساب المؤشر عن طريق قسمة سعر السلة في سنة محددة بسنة الأساس ١00

استراتيجيات التسعير يقوم الفندق بحساب هذه الطريقة بالرغم من بساطتها فهو لا يأخذ في الاعتبار الطلب ولا x والخدمات ١00 توجد طريقة لتحديد ما إذا كان العملاء المحتملون سيشترون المنتج بالسعر المحسوب. وهو غير قانوني في العديد من البلدان. مصمم ليكون له : Psychological pricing سيتم رفع السعر لاحقاً بمجرد اكتساب هذه الحصة السوقية. 5 - التسعير النفسي ملاحظة لسلوك الأعمال الاحتكارية حيث تقود شركة واحدة، عادة : Price leadership تأثير نفسي إيجابي. 6 - قيادة الأسعار المنافس المهيمن بين عدة شركات، الطريق في تحديد الأسعار، وسرعان ما تتبعها الشركات الأخرى. السياق هو حالة من 7 - حيث يتم حساب سعر بيع المنتج لإنتاج معدل عائد معين على الاستثمار Target pricing method طريقة التسعير المستهدف لحجم معين من الإنتاج. يتم استخدام طريقة التسعير المستهدف في أغلب الأحيان من قبل المرافق العامة، مثل شركات الكهرباء : High-low pricing والغاز، والشركات التي يكون استثمار رأس مالها مرتفعاً، السيارات. 8 - التسعير المرتفع والمنخفض طريقة تسعير لمنظمة ما حيث يتم تسعير السلع أو الخدمات التي تقدمها المنظمة بشكل منتظم أعلى من المنافسين، تم تصميم الأسعار الترويجية المنخفضة لجلب العملاء إلى المؤسسة