

Pazar Araştırması - 2

Gürcan Banger

Pazar

- **Pazar:** Alıcı ve satıcı buluşması,
- **Global pazar:** Tüm dünya,
- **Toplam pazar:** Ülke pazarı,
- **Potansiyel pazar:** Alması beklenenler,
- **Hazır (gerçek) pazar:** Alıcı olacaklar,
- **Hedef pazar:** İşletmenin hitap edebileceği,
- **Girilmiş pazar:** Erişilmiş müşteriler.

İşletmenin Pazar Payı

Girilmiş pazardaki tüketicilerin sayısının hazır pazardaki tüketicilerin sayısına bölünmesi ile bulunan orana İŞLETMENİN PAZAR PAYI denir.

Pazar Araştırması

- Pazar araştırması, belli bir ürün veya hizmete yönelik olan talebi tahmin etmek için yapılır.
- Pazar araştırması ile pazarın potansiyeli ölçülür ve değerlendirilir.
- Pazardaki potansiyel müşteriler ve bu müşterilerin satın alma güçleri araştırılır.
- Pazar potansiyelinin ölçülmesi ile hedef pazarın, işletmenin ürününü satın alabilecek güce sahip olup olmadığı belirlenmeye çalışılır.

Pazar Araştırması

- Pazarın değerlendirilmesi, hedef pazardaki müşterilerin ürünü veya hizmeti almayı isteyip istemediğinin tespit edilmesidir.
- Pazar araştırması yapılırken, pazara girmeden önce ve girdikten sonra belirli aralıklarla pazarın durumu, dağıtımın etkinliği, satış geliştirme çalışmalarının sonuçları incelenmelidir.
- Pazar araştırması, sadece toplam talebi ve artışını değil; talebin yerelleşmesini, artışın sektörel dağılımını, tüketicilerin değişebilen tercihlerini, gelir değişimlerini ve dağıtım uygulamalarını belirleyebilmelidir.

Pazar Araştırması

- Pazar araştırması, ürün veya hizmeti, önerilen yatırımın boyutlarını, pazarın yapısını ve büyüklüğünü, yapılacak araştırmanın maliyet ve boyut etkileri ile kapsam ve güvenilirliğini içermelidir.
- Pazar araştırması, 1) kaynaklardan yararlanma, 2) anket yapma, 3) ikili yapıda gerçekleştirilebilir.

Pazar Araştırmaları Türleri

- Endüstri araştırmaları,
- Tüketici araştırmaları,
- Ticaret araştırmaları,
- Dış pazar araştırmaları,
- Fiyat araştırmaları.

Araştırmanın Ana Hatları

- Pazar hacmi,
- Üretilcek mal veya hizmetin miktar ve özellikleri,
- Arz kaynaklarının durumu,
- Tüketici davranışları ve reklâm (pazarlama iletişimi),
- Rekabet koşulları,
- Dağıtım kanalları,
- İstatiksel veriler,
- Mevsimsel değişmeler,
- Hükümet politikaları,
- Ürün veya hizmet satış fiyatı,
- Uluslar arası pazarlama ve ihracat,
- Hatalı veriler veya yorumlar, “duygusal” ön kabuller.

ESİNKAP Etkinliği

- **ESİNKAP 5. Ar-Ge Proje Pazarı**
- **Tema: Bilişim – Yazılım**
- **İçerik: Bilişim ve yazılım alanında ar-ge proje sunuları yapılacaktır.**
- **Tarih: 31 Mayıs 2012 Perşembe saat: 9.30**
- **Yer: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Kongre ve Kültür Merkezi**
- **4 salon, 12 oturum, 36 proje sunuşu**
- **Katılım: Herkese açık ve ücretsiz.**