

MAL KARMASI KAVRAMI



Türker GÖKSEL



GİRİŞ



- Bir İşletme hedef pazara tek bir mal sunmaz.
- Belirli bir tür malın bir çok çeşidi ya da
- Birkaç tür malın birçok çeşidini sunar.
- Bu durumda
- MAL KARMASI
- MAL DİZİSİ
- MAL BİRİMİ Söz konusu olur.



MAL KARMASI



- Bir İşletmenin pazara sunduğu
- Tüm Mal DİZİLERİNDEN ve
- BİRİMLERİNDEN Oluşur.

- Tüm mallar
- Tüm Hizmetler
- Tüm Düşünceler



MAL DİZİSİ



- Birbiriyle yakın ilişkisi olan bir grup maldır.



MAL BİRİMİ



- Belirli bir mal dizisinde ;
- Büyüklük
- Fiyat
- Biçim
- Başka Nitelikleriyle
- Ayırt edilebilen maldır





- Her işletmenin Mal Karmasının belirli bir Eni ve Boyu vardır.
- EN : İşletmenin Mal Türünün sayısını
- BOY: Toplam Mal Çeşidini gösterir.
- İşletme çok büyük olsa da, Mal Karması çok dar olabilir.
- Ayrıca Mal Karması , Uyumlu Olmalıdır.
- Aynı dağıtım kanalı kullanılıyorsa Uyum var demektir.

MAL KARMASIYLA İLGİLİ KARARLAR

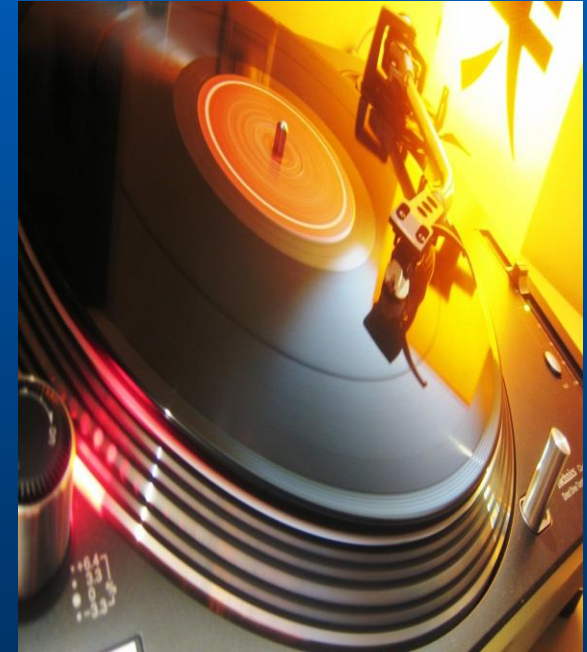


- Örgütler, Etkili Mal karması Geliştirmesi, gerektiğinde değişiklik yapabilmeli.
- Mal karması Uzun süre aynı kalmaz.
- Tüketicilerin ve Örgütlerin ;
- Seçimleri
- İhtiyaçları
- Davranışlar değiştiğinde mal karmasında da değişiklik yapılmalıdır.
- Kimi zamanda REKABET nedeniyle değişiklik yapılır.

MAL KARMASININ İYİLEŐTİRİLMESİ İÇİN ÜÇ YOL VARDIR



- Var olan malda değişiklik yapmak
- Malı, mal karmasından çıkarmak
- Yeni mal geliştirmek



1-MALDA DEĞİŞİKLİK YAPMAK



- Malın niteliklerinden birini ya da birkaçını değiştirmek anlamındadır.
- Rekabet üstünlüğü sağlamak için bu yola başvurulur.
- Malın ;
- Ambalaj büyüklüğü
- Tadı ya da
- Ambalaj dizaynı değiştirilir.
- Bu durumda mal dizisinin **BOYU** Büyütülmüş olur.

MAL DEĐIŐIKLIĐI ŐU KOŐULLARDA İŞLETMENİN MAL KARMASINI İYİLEŐTİREBİLİR



- Mal değişiklik yapmaya uygun olmalıdır.
- Malı satın alanlar, değişikliği algılayabilmelidirler.
- Değişiklik satın alanların isteklerine uygun olmalıdır



BİR MALDA DEĞİŞİKLİK YAPMANIN BAŞLICA YOLLARI



- Kalite Değişikliği :
- (Rekabet üstünlüğü)
- Kullanım Değişikliği :
- (Etkili, Kolay ve güvenli kılmak)
- Öteki Niteliklerde Değişiklik :
- (Duyu Organlarına yönelik değişiklik)



2- MALI MAL KARMASINDAN ÇIKARMAK



- Etkili bir mal Karmasına sahip olabilmek için, bazı malları üretip, pazarlamaktan vazgeçmeli.
- ZAYIF MAL
 - a) Sorunlar yaratır
 - b) Kârlılığı olumsuz etkiler
 - c) Pazarlamacının zamanını alır
 - d) Kaynakların boşuna harcanmasına yol açar
- Çoğu zaman bir malın bırakılması güç olur.
- Kimi yöneticiler, malın mal karmasından çıkarılmasına karşı çıkar.



- **Çeşitli incelemeler yapılır.**
- **a) Gelecekteki satışlar**
- **b) Maliyetini**
- **c) Kârlılığını Kapsamalıdır.**
- **Son çare Malın karmadan çıkarılmasıdır.**



MALIN MAL KARMASINDAN ÇIKARILMASINDA ŞU YÖNTEMLER KULLANILIR

- Malın, mal karmasından düşmesi beklenir.
- Malı güçlendirmek için girişimde bulunulmaz
- Reklam Harcamaları Kısılr.
- Sonuçta, mal birden Kârlı duruma gelebilir.
- Teknolojik olarak eskiyen mallarda başvurulur.
- Kârsız olan mal hemen mal karmasından çıkarılır.

3- YENİ MAL GELİŞTİRMEK



- Her İşletme;
- Değişen zevkler,
- Teknolojiler,
- Rekabet karşısında Yeni Mamuller geliştirmek zorundadırlar.
- Uzun süre aynı malı satmak RİSKLİDİR.

MAL KARMASININ DEĐIŐTİRİLMESİNİN NEDENLERİ



- Mamul karmasını Rekabet aracı olarak kullanmak isteyen İŞletme;
- Büyüme ve Daraltma etkenlerini iyi kavramalıdır.
- BAŞLICA ETKENLER :

1-TALEPTEKİ DEĞİŞMELER



- **Nüfus Yapısındaki Değişme** :
- **Satın Alma Gücünün Artması** :
- **(Lüks malların üretimi arttırılır)**
- **Tüketicilerin Davranışları** :
- **(Alışkanlıklar... Mal karmasını Genişletir)**

2- REKABET



- Daha etkin rekabet için
- Mal Dizisi Çoğalmalı



3- PAZARLAMA GEREKLERİ

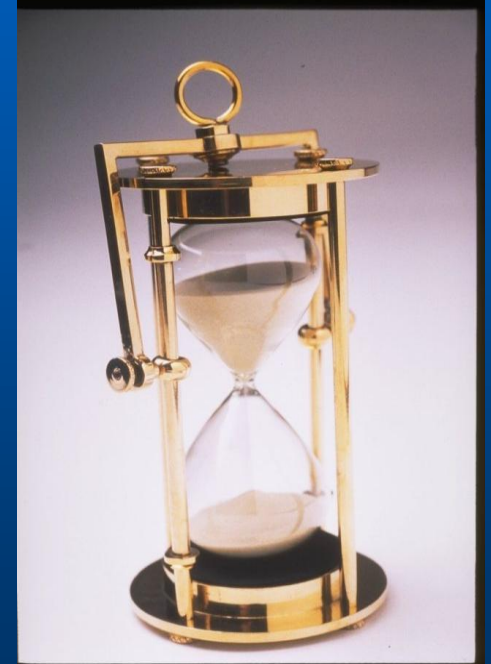


- Pazarlama açısından 2 nedenle Mal Dizileri eklenebilir.
- İşletmenin pazarlama olanlarının ve yeteneklerini daha verimli kullanmak.
- Yeni pazarlara girmek ya da var olan pazarı genişletmek isteğiyle mal karması değiştirilir.

4- ÜRETİM GEREKLERİ



- Üretici;
- Üretim olanakları daha verimli kullanmak
- Üretim maliyetlerini düşürmek için mal karmasında değişiklik yapabilir.



5- FİNANSAL ETKENLER



- Finansal kaygılar, mal karmasının Daraltılmasını zorunlu kılabilir.
- Kimi malların üretimi için büyük ölçüde sermaye yatırımı gerekebilir.
- Kimi malların satışı yavaştır.
- (Maliyet açısından önemli artışlar sağlanır.)



6-İŞLETME İMAJINI DEĞİŞTİRME İSTEĞİ



- Ucuz standart mal satan bir işletme
- Daha pahalı ve kaliteli mal satan bir işletmeye dönüşmek
- İmajını değiştirmek isteyebilir
- Yöneticilerin Psikolojik bir davranışı olarak ortaya çıkar.

