

# PAZARLAMA ve ARZ-TALEP İLİŞKİSİ

# TALEP

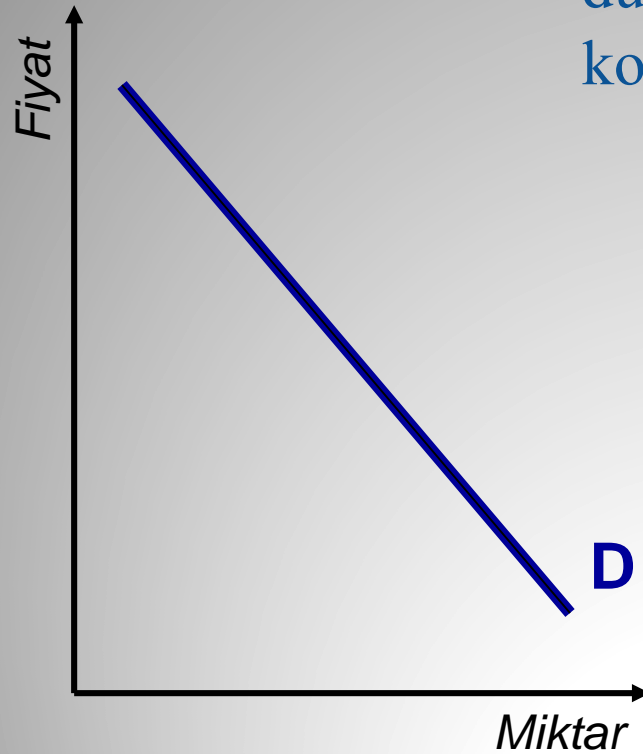
**Talep: ?????????????????????????????????**

# TALEP

**Talep:** Diğer değişkenler sabitken belirli bir zaman diliminde piyasada tüketicilerin değişik fiyat düzeyinde **satın almaya hazır oldukları** mal ve ya hizmet miktarıdır.

# TALEP

## Talep Eğrisi



- Diğer değişkenler sabitken değişik fiyat düzeylerinde talep edilen mal ve hizmet kombinasyonlarını birleştiren eğridir.

“Diğer şeyler”:

- İlgili diğer mal fiyatları
- Tüketici geliri
- Tüketici tercihleri

“Diğer şeyler” deki değişmeler eğrinin yerini (Talep kayması) etkiler.

# TALEP

## Talep Kanunu

- Bir malın .....?

# TALEP

## Talep Kanunu

- Bir malın fiyatının yükselmesi o mala olan talebi azaltır, fiyatının düşmesi o mala olan talebi artırır.

$P \uparrow \Rightarrow D \downarrow$

$P \downarrow \Rightarrow D \uparrow$

# TALEP

## Talep Fonksiyonu

- Bir mal veya hizmetin talebi **sadece fiyatına bağlı değildir**. Aynı zamanda diğer faktörlere de bağlıdır.
- Sabit kabul edilen bu faktörler talebin fonksiyonunu oluşturmaktadır.

# TALEP

## Bireysel Talep Fonksiyonu

$$D_a = f ( P_a, P_s, P_c, Y, N )$$

$D_a$  = Talep edilen a malının miktarı,

$P_a$  = a malının fiyatı,

$P_s$  = İkame mallarının fiyatı,

$P_c$  = Tamamlayıcı malların fiyatı,

$Y$  = Tüketici geliri ve gelir dağılımı,  
(Belirli bir zamandaki geliri)

$N$  = Nüfus

(Belirli bir zamandaki yoğunluğu ve zevkleri)



# TALEP

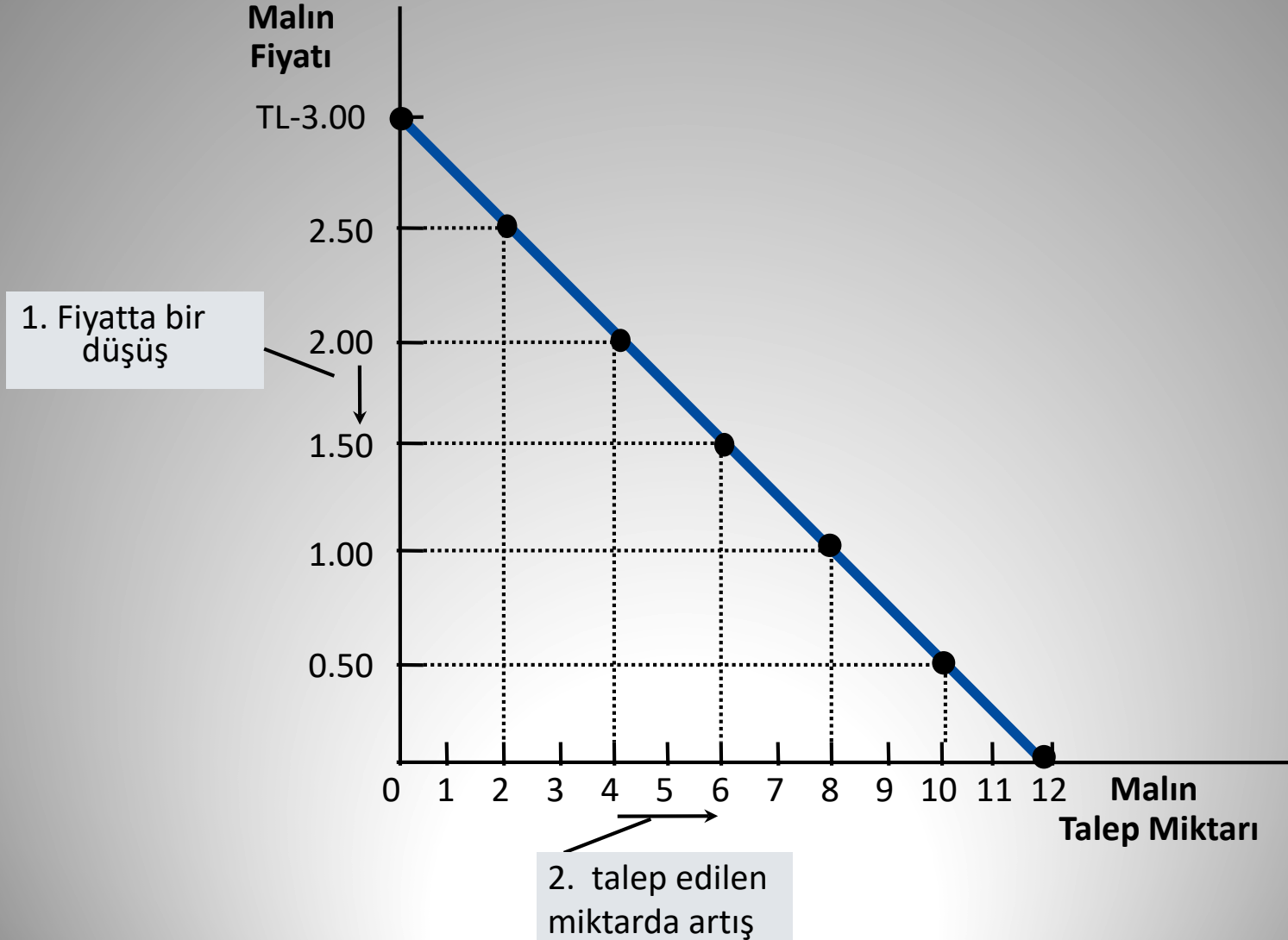
## Bireysel Talep Fonksiyonu

- **$P_a$  (Malın Fiyatı)** dışında diğer faktörlerin değişmediğini kabul edersek talep fonksiyonu;

$$\underline{D(a)=f(P_a)}$$

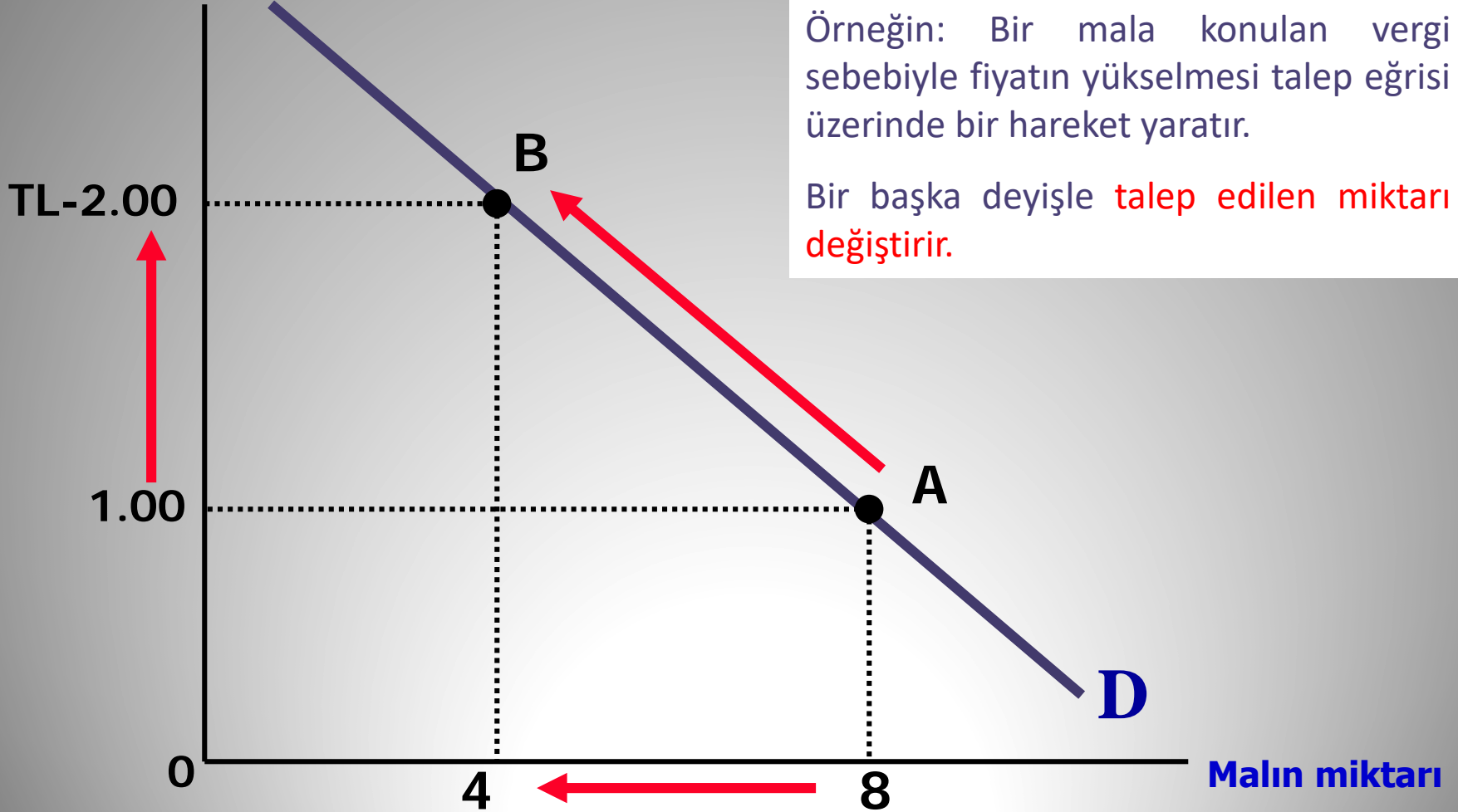
# TALEP

## Bireysel talep eğrisi (individual demand curve)

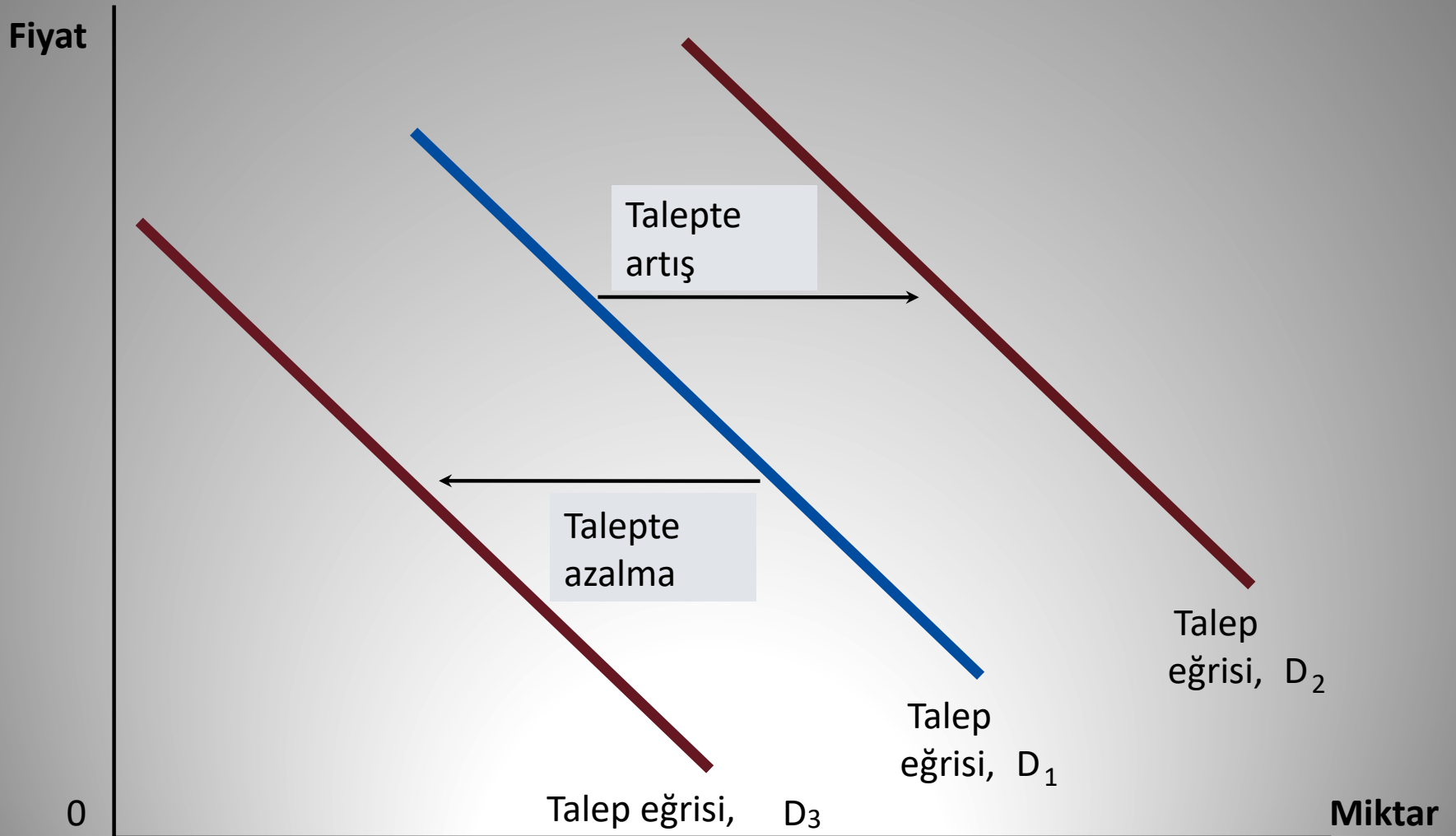


# Talep edilen miktarın değişmesi

**Malın fiyatı**



# Talebin değişmesi (Talep kayması)



# TALEP

## Talebin değişmesi (Talep kayması)

- Tüketicilerin gelirindeki değişme,
- İlişkili malların (tamamlayıcı ve ikame) fiyatlarındaki değişmeler,
- Tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki değişmeler,
- Tüketicilerin beklentilerindeki değişmeler,
- Potansiyel alıcıların sayısındaki değişme (nüfus artışı).

# Talep ile Tüketicinin Geliri Arasındaki İlişki

Bir malın talebi, bütün mal fiyatları ve tüketicinin zevkleri sabitken, **tüketicinin gelirine bağlı olarak değişme gösterebilir**. Burada üç ihtimal vardır.

- 1- Gelir artışı talebi artırır,
- 2- Gelir artışı talebi önce artırır, sonra etkilemez,
- 3- Gelir artışı talebi önce artırır; belirli bir noktadan sonra azaltır.

# Talep ile Tüketicinin Geliri Arasındaki İlişki

- Tüketicinin geliri artınca bazı malların talebi artar ama gelir artışı devam edince talep azalır.
- Bunlara **inferior mallar** veya **fakir mallar** denir.  
(Giffen Paradoksu)

# Pazarlama-Talep İlişkisi

Pazarlama, talep ile arz arasındaki dengesizliği ortadan kaldırır.

Bir mal veya hizmete şu talepler gösterilebilir.

- Negatif Talep
- Sıfır Talep
- Gizli Talep
- Düşen (azalan) Talep
- Düzensiz Talep
- Tam Talep
- Aşırı Talep
- Zararlı Talep



# Pazarlama-Talep İlişkisi

## NEGATİF TALEP:

- Potansiyel müşteriler mal veya hizmeti beğenmezler (hoşlanmaz) veya korkarlar (aşı olmak veya dışçıye gitmek gibi).
- Kötü deneyimler sonucu ürün veya marka imajının olumsuz etkilenmesi.
- Bu durumda ürün yeniden tasarımlanır, fiyatı düşürölür, olumlu tutundurma kampanyaları ile olumsuz imaj silinmeye çalışılır.

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## SIFIR TALEP:

- Mal veya hizmete kayıtsız ve ilgisiz olma durumu.
- Değeri olmayan mallar veya uygun olmayan mallar için söz konusudur.
- Tüketici tutumunun değişmesi, atıl kapasitenin önlenmesi ve sabit giderlerin karşılanabilmesi için önlemler alınmalıdır.
- **Örneğın** kış aylarında dondurma tüketiminin arttırılması veya tatlılı dondurma gibi seçeneklerle ya da boza veya salep satışına yönelme.

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## GİZLİ TALEP:

- Pazarda olsa satın alınacak olan ancak pazarda bulunmayan mallar için oluşan talep.
- Yeni ürünler geliştirilerek gizli talep karşılanmaya çalışılır.
- Bu gruba giren ürünlerin pazar potansiyeli iyi saptanmalıdır.
- **Örneğin;** Yaşlanmaya karşı etkili ilaçlar, güzellik tabletleri vs.

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## DÜŞEN TALEP:

- Mal veya hizmetlere talep zaman içinde azalır (ürün yaşam eğrisi).
- Teknolojik gelişme ve değişim sonucu Ürünler eskir (Pazar ömrü azalır) ve tüketiciler eskiyen ürünlere rağbet etmezler, yerine yeni ürünler geliştirilir.
- **Örneğin;** Bakır ve alüminyum tencere yerine çelik tencere kullanılması.

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## DÜZENSİZ TALEP:

- Zamana bağılı olarak talep-arz arasında dengesizlikler ortaya çıkar.
- Talep çok karşılanamaz (fırsat kayıpları). yeni rakipler ortaya çıkabilir. Talep az kapasiteden yararlanamaz.
- **Örneğin;** Meşrubat ve dondurma satışları yazın çok kışın azdır, Turistik tesisler farklı zamanlarda farklı müşteri yoğunluğuna sahiptir. Sinema salonları sabit müşteri yoğunluğuna sahip değildir.
- Önlem olarak fiyat farklılaştırmasına gitmek gerekir, (Sinema salonlarında farklı saatlerde farklı bilet fiyatları uygulaması gibi).

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## TAM TALEP:

- Pazarda olması istenen ideal durumdur.
- Amaç talebi mevcut düzeyinde korumaktır.
- Ancak kolay ulaşılmaz zira işletmeler tam kapasitede maksimum kapasitede uzun süre çalışamazlar.
- Pazarda çok aranan ve satın alınan ürünlerin bile talebi günlük değişimler gösterir.

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## AŞIRI TALEP:

- İşletmeler güçlerinin üzerinde taleple karşılaştıklarında şu önlemleri alır: fiyat arttırma, mamulle birlikte sunulan hizmetleri azaltma, tutundurma çabalarını ve satış noktalarını azaltma (tersine pazarlama-Demarketing)
- Amaç talebi tamamen yok etmeden işletmenin kapasitesi ile uyumlu hale getirmektir (Mevcut kaynakları talebi karşılayamıyorsa).

# Pazarlama-Talep İlişkisi

## ZARARLI TALEP:

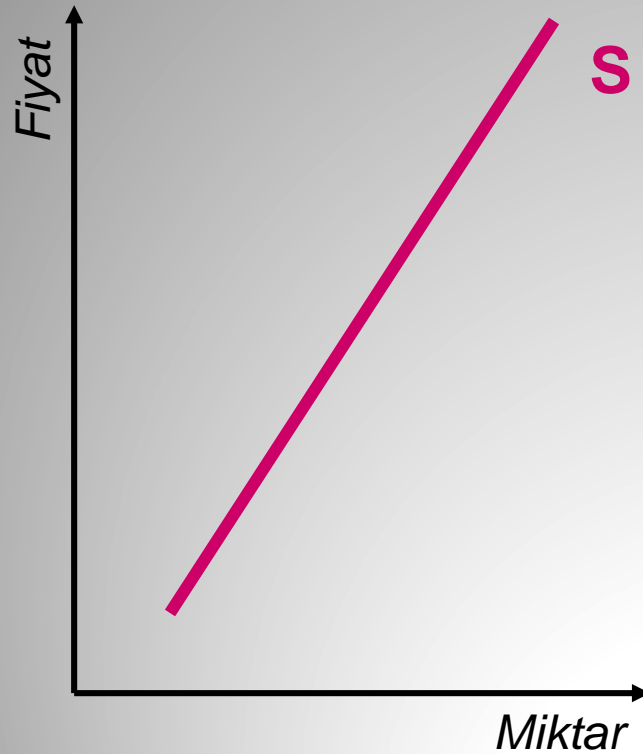
- Pazarlamanın toplumsal ve ahlaki boyutunun olduğu asla unutulmamalıdır.
- Sigara ve alkollü içecekler zararlı olduğu bilindiğinden ürünlerin tüketimini azaltmaya, hatta vazgeçirmeye çalışılır.



# ARZ

Diğer değişkenler sabitken belli bir zaman diliminde piyasada üreticilerin değişik fiyat düzeylerinde satmaya hazır oldukları mal ve hizmet miktarıdır.

# Diğer değişkenler sabitken fiyat ile arz edilen miktar arasındaki ilişkiyi arz eğrisi gösterir



**Arz eğrisi**: Diğer değişkenler sabitken değişik fiyat düzeylerinde arz edilen mal ve hizmet kombinasyonlarını birleştiren eğridir

“Diğer değişkenler”:

- teknoloji
- girdi maliyetleri
- hükümet düzenlemeleri vb.

“Diğer değişkenler”deki değişmeler eğrinin yerini (arz kayması) etkiler.

# ARZ

## Arz Fonksiyonu

- Arz tanımında, bir maldan arz edilen miktarın **o malın fiyatına bağlı olduğu**, **diğer faktörlerin ise sabit olduğu** varsayılmıştır.
- Oysaki söz konusu malın fiyatı dışında arzını etkileyen başka faktörlerde vardır.
- Arz fonksiyonu;
  - $Q_{ax} = f(P_x, P_d, P_{üf}, T, B, \dots)$  şeklinde yazılabilir.
  - $Q_{ax}$  : X malından arz edilen miktar,
  - $P_x$  : X malının fiyatı
  - $P_d$  : Diğer malların fiyatları
  - $P_{üf}$  : Üretim faktörlerinin fiyatı
  - T : Teknolojik gelişmeler
  - B : Gelecek hakkındaki beklentiler

# ARZDAKI DEĞİŞİMLER

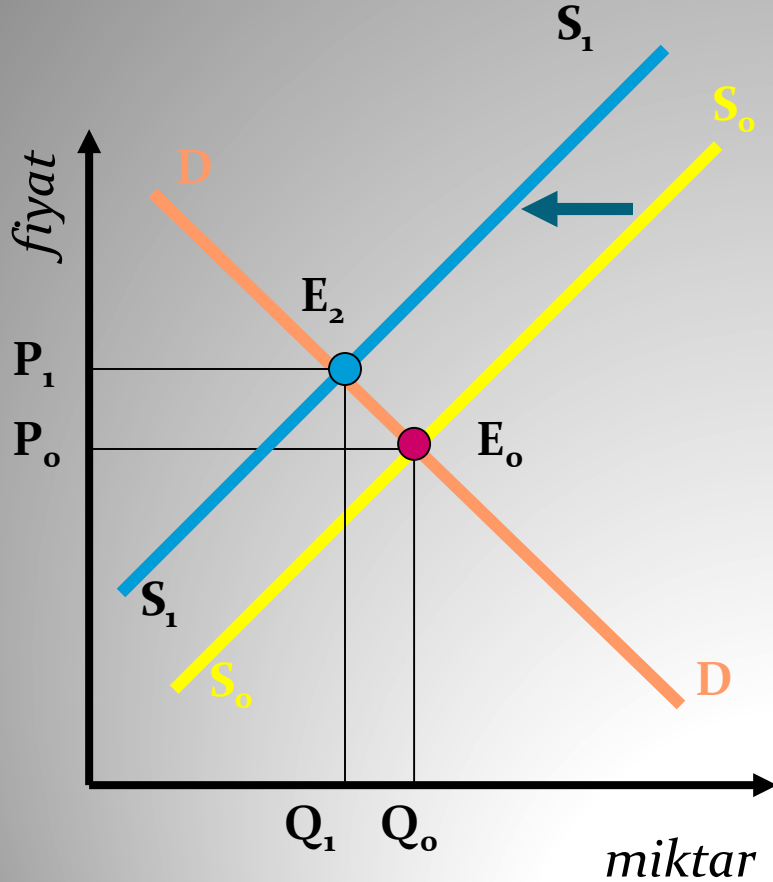
- Girdi fiyatlarında değişme (üretim maliyetlerindeki değişme),
- Diğer malların fiyatları,
- Teknoloji ve üretkenlik,
- Vergiler ve sübvansiyonlar,
- Beklentiler,
- Endüstrideki firma sayısı.

# Arz eğrisi ne zaman kayar?

## • Diğer etkenler:

- **Hammadde fiyatı**; artarsa SS sola kayar.
- **Vergiler**; artarsa SS sola kayar.
- **Teknoloji**; ilerlerse SS sağa kayar.
- **Bekleyişler**; iyiye (düzelerse) SS sağa kayar
- **Hükümet düzenlemesi**; firmanın maliyetlerini arttırıyorsa, SS sola kayar.
- **İlişkili diğer malların fiyatları** (ikame veya tamamlayıcı) arzı etkiler
- **Dış koşullar**; dış koşullardaki değişmeler arzı arttırabilir ya da azaltabilir
  - Örneğin: kuraklık sonucu tarım üretiminin azalması.

# Arz eğrisi ne zaman kayar?



Hükümetin araçlar için güvenlik standartlarını arttırdığını varsayalım: Bu üreticilerin birim maliyetlerini arttıracaktır.

Dolayısıyla, arz doğrusu  $S_1S_1$ 'e kayacaktır.

Fiyat  $P_0$  düzeyinde kalsa, talep fazlası ortaya çıkacaktı.

Dolayısıyla piyasa  $E_2$  noktasında yeni dengesine ulaşır.

# ESNEKLİK

# TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

- **Fiyat değişikliği karşısında**, tüketicilerin bu değişikliğe karşı satın aldıkları miktarı değiştirmek şeklinde gösterdikleri **tepkinin şiddeti ya da duyarlılık derecesi** talebin fiyat esnekliği ile ölçülür, buna talep esnekliği denir.
- Bir maldan talep edilen miktar, o malın fiyatı ile ters yönlü değiştiğinden talebin fiyat esnekliği daima negatiftir.



# TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

$$(esneklik katsayısı)e_f = \frac{\text{Talep edilen miktardaki \% değişim}}{\text{Fiyattaki \% değişim}}$$

# TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

- Nokta esneklik
- Yay esnekliği
- Çapraz esneklik

# Talebin Fiyat Esnekliğini ne belirler?

- ✓ İkame edilebilir mal veya hizmetlerin olup olmaması
  - Varsa, o mal veya hizmetin esnekliği yüksektir.
    - Örnek: Deterjanlar
- ✓ Bir mal veya hizmet için bütçeden ayrılan pay
  - Pay ne kadar azsa fiyat değişimlerinin bütçeye etkisi o derece az olur, bu nedenle fiyat esnekliği o derece düşük olur.
    - Örnek: Tuz

# Talebin Fiyat Esnekliğini ne belirler?

- ✓ Fiyat değişmesinden sonra geçen zaman süresi
  - Fiyat değişiminden sonra geçen zaman ne kadar uzun olursa, talep de o derece esnek olur.
  - Kısa dönemde talebin esnekliği katı, uzun dönemde ise esnektir.
    - Örnek: Petrol fiyatlarının artması sonucu daha ekonomik teknolojilerin geliştirilmesi için belirli bir zaman gerekmiştir.
- ✓ Mala karşı duyulan gereksinmelerin şiddeti,
  - Zorunlu mallar,
  - Zorunlu olmayan mallar (lüks mallar).

## • **KİNG KANUNU**

- Tarımsal ürünlerde arz miktarının az olması üreticinin eline daha çok para geçmesi anlamına gelmektedir.

## • **COBWEB TEOREMİ (ÖRÜMCEK AĞI TEOREMİ)**

- Üretime bağlı olarak arzın fiyat değişmelerine uyumunun gecikmesinden kaynaklanır.

# TARIM ÜRÜNLERİNİN ESNEKLİĞİ

- Talebin gelir ve fiyat esnekliği
- Gelir artsa da fiyat düşse de talep miktarı fazla değişmez!
- Fiyatı arz daha çok etkiler!