

# **Pazar Bölümlendirmesi**

## **Pazar Araştırması**

### **Pazarlama Araştırması**

**Umut Al**

[umutal@hacettepe.edu.tr](mailto:umutal@hacettepe.edu.tr)

# Pazar Bölümlendirmesi

- ❑ Bir kurumun ürün ve hizmetlerine talep gösteren bireylerin oranı ile kurumun ürün ve hizmetleriyle ilgilenmeyen bireylerin oranına karar verme işlemi
- ❑ Şu soruların cevapları aranır:
  - ❑ Kurumun müşterileri kim?
  - ❑ Müşterilerin gereksinim ve beklentileri ne kapsamda benzerlik ve farklılık göstermekte?
  - ❑ Müşteriler arasında en yoğun kullanıcılar hangi grup?
  - ❑ Hizmetleri en az kullananlar kim?

# Pazar Bölümlendirmesi

- ❑ Coğrafi yapı
  - ❑ Ülke, şehir, bölge, mahalle
- ❑ Demografik özellikler
  - ❑ Cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir
- ❑ Psikografik özellikler
  - ❑ Yaşam tarzı, kişilik
- ❑ Davranışsal değişkenler
  - ❑ Anlayış, tavır, ürün kullanımı

# Pazar Bölümlendirmesi

- ❑ Ölçülebilirlik
- ❑ Ulaşılabilirlik
- ❑ Ayırt edilebilirlik
- ❑ Büyüklük
- ❑ Harekete geçirilebilirlik



[HOME/TITLES](#) [ABOUT](#) [e-TOC LOGIN](#) [CONTACT US](#)

**QUICK SEARCH**  
 This Journal   
 All Journals [Advanced Search](#)

**BioDrugs**  
[READERS](#) [LIBRARIANS](#) [AUTHORS](#) [REVIEWERS](#)

**TABLE OF CONTENTS**

- [CURRENT](#)
- [ARCHIVED](#)

**ADDITIONAL RESOURCES**

- [REPRINTS](#)
- [SUPPLEMENTS](#)
- [SPECIAL SALES](#)

[Register for this e-TOC](#)

[Subscribe to this Journal](#)

### Biotechnology and Clinical Innovation

BioDrugs gives you the latest developments in the clinical application of biotechnology for the treatment of human disease. It publishes high-quality, peer-reviewed research and up-to-date, critical reviews on the clinical development and therapeutic application of biotechnology-based pharmaceuticals, diagnostic products, and innovative technologies. This essential resource is and includes:

- original research articles on the clinical development and therapeutic application of biotechnology-based pharmaceuticals and diagnostic products
- current opinion articles providing an overview of contentious or emerging issues definitive reviews on a broad range of topics relating to the development and use of biotechnology in healthcare and the management of disease
- Adis Drug Evaluations reviewing the properties and place in therapy of biotechnology drugs
- Adis Drug Profiles reviewing innovations in therapy with expert commentaries



**ISSN:** 1173-8804  
**Frequency:** 6 issues a year  
**Current Volume:** 19

**Editorial Board**

**Editor:** [Anne Bardsley-Elliott, PhD](#)

**Indexed on MEDLINE**  
**Impact Factor:** 2.277


[HOME/TITLES](#)
[ABOUT](#)
[e-TOC LOGIN](#)
[CONTACT US](#)
**BioDrugs**
[READERS](#)
[LIBRARIANS](#)
[AUTHORS](#)
[REVIEWERS](#)

QUICK SEARCH

 This Journal 
  
 All Journals [Advanced Search](#)

## TABLE OF CONTENTS

- [CURRENT](#)
- [ARCHIVED](#)

## ADDITIONAL RESOURCES

- [REPRINTS](#)
- [SUPPLEMENTS](#)
- [SPECIAL SALES](#)

[Register for this e-TOC](#)
[Subscribe to this Journal](#)

## Author Information

[Aim & Scope](#)  
[Indexing](#)  
[Impact Factor](#)  
[Editorial Staff](#)  
[Call for Papers](#)  
[Submit a Manuscript](#)  
[Check status of a Manuscript](#)  
[Permissions & Copyright Information](#)

### Aim & Scope

*BioDrugs* advances discussion and evaluation of the latest developments in the clinical application of biotechnology for the treatment of human disease.

The Journal includes:

- original research articles on the clinical development and therapeutic application of biotechnology-based pharmaceuticals and diagnostic products
- current opinion articles providing an overview of contentious or emerging issues
- definitive reviews on a broad range of topics relating to the development and use of biotechnology in healthcare and the management of disease
- Adis drug evaluations reviewing the properties and place in therapy of biotechnology drugs
- Adis drug profiles reviewing innovations in therapy with expert commentaries
- R&D drug profiles

All articles are peer reviewed. Please contact us at [biodrugs@adis.co.nz](mailto:biodrugs@adis.co.nz).

### Indexing

Index Medicus/MEDLINE, BIOSIS, PASCAL, International Pharmaceutical Abstracts, Chemical Abstracts, EMBASE/Excerpta Medica, Current Contents/Clinical Medicine, Science Citation Index®, SciSearch®, Research Alert and the Medical Documentation Service®.

### Impact Factor

**Impact Factor:** 2.277

**ISI Journal Citation Reports® Ranking:** 2003 - 59 in Pharmacology and Pharmacy; 56 in Oncology; 50 in Immunology

### Editorial Staff

The editors and editorial board of the *BioDrugs* always welcome suggestions for article topics (and potential authors) for inclusion in the journal. If you are interested in preparing a review, please contact the Editor with your proposed outline to confirm suitability.

Editor: [Anne Bardsley-Elliott, PhD](#)  
 Publication Manager: [Rebecca Vuetilovoni](#)

### Call for Papers



**ISSN:** 1173-8804

**Frequency:** 6 issues a year

**Current Volume:** 19

#### Editorial Board

**Editor:** [Anne Bardsley-Elliott, PhD](#)

**Indexed on MEDLINE**

**Impact Factor:** 2.277

# Login

[Guide to logging in](#)

[Insert Special Character](#)

**Please Enter the Following**

Username:

Password:

[Author Login](#) [Reviewer Login](#) [Editor Login](#) [Publisher Login](#)

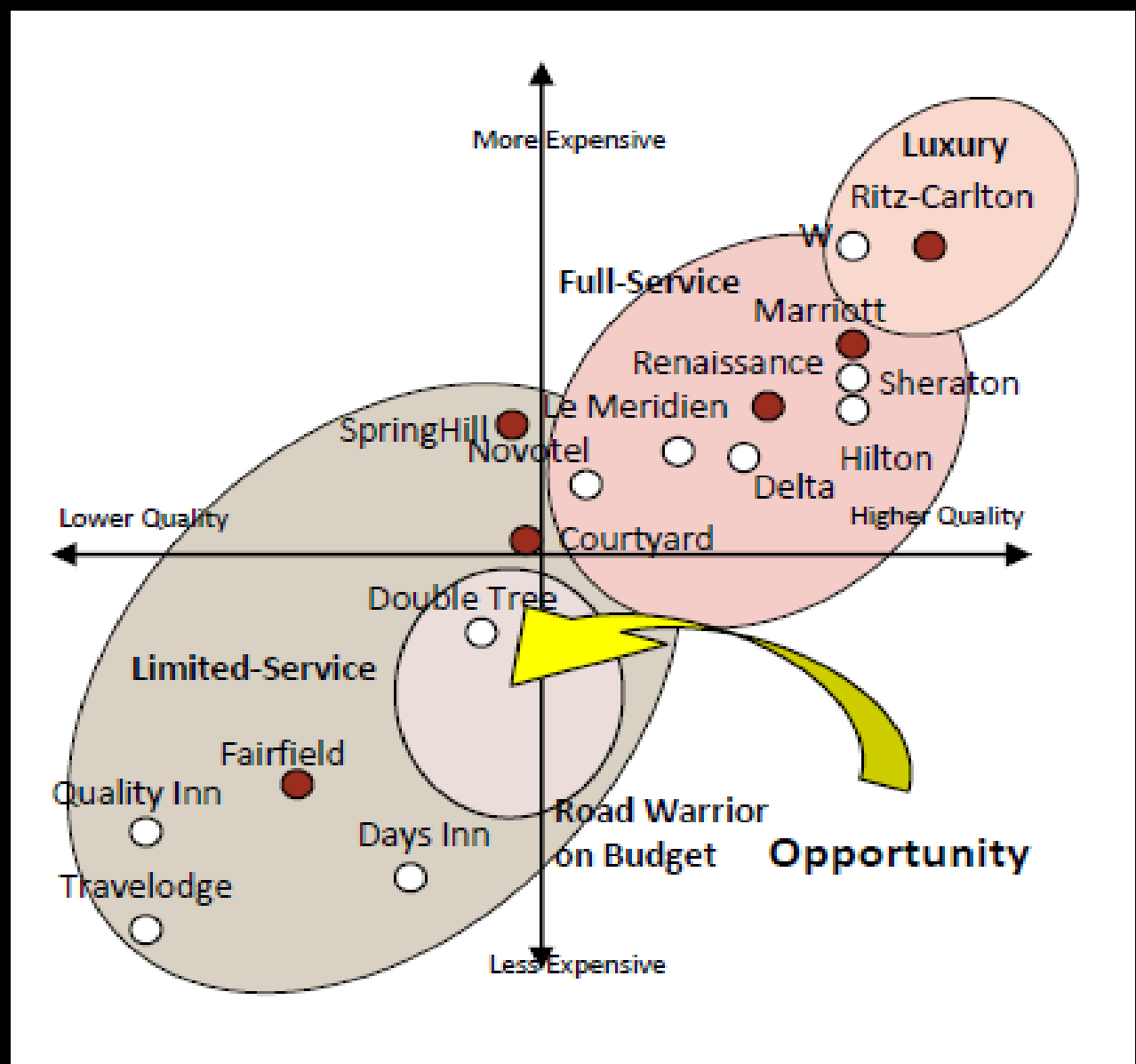
[Send Username/Password](#) [Register Now](#) [Login Help](#)

Software Copyright © 2010 Aries Systems Corporation.

# Market Segmentation

The segmentation of both the Torontonion and Montrealer hotel markets are relatively similar. These markets currently have three distinct segments: Limited-service, Full-Service and Luxury. Both the full-service and luxury segments cater to business travelers. Aside from the independent boutique hotels, almost all hotel brand names are present in both markets. The quality and relative price of the hotels are perceived to be the same in both markets. That said a hotel in Toronto is typically 20%-30% more expensive than a comparable hotel in Montreal.

Marriott brands target all three different segments (note: the Marriott hotels are identified by their red color in the STP diagram).





# Hedef Pazarın Belirlenmesi

- ❑ Pazar bölümlendirmesi hedef pazarın belirlenmesi ile başlar
- ❑ Hedef pazarın belirlenmesindeki yaklaşımlar:
  - ❑ Kitle pazarlaması (mass marketing)
  - ❑ Ürün farklılaştırılması (product differentiated)
  - ❑ Hedef pazarlama (target marketing)

# Market Segmentation

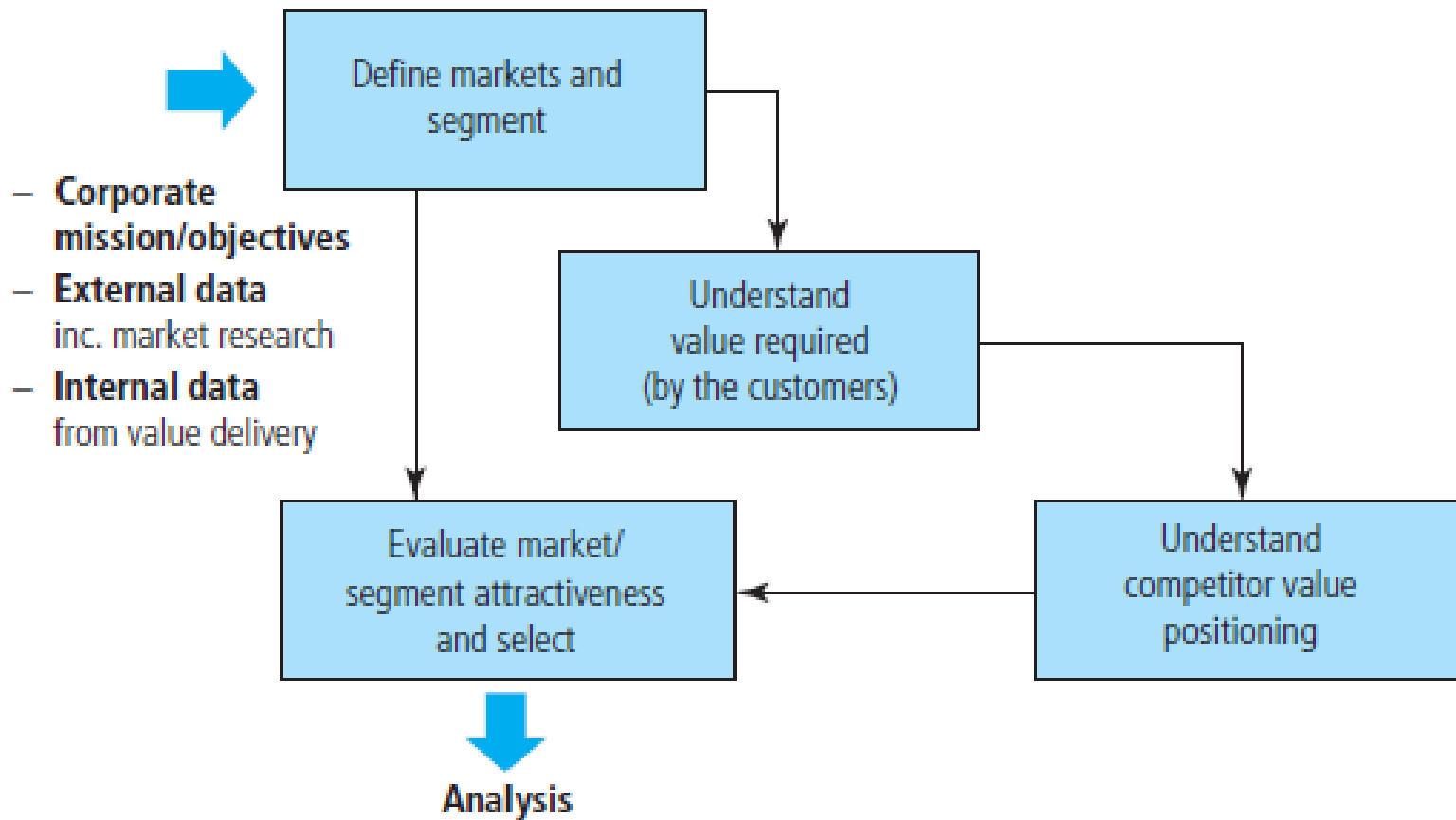
How to do it  
How to profit from it

Malcolm McDonald and Ian Dunbar



ELSEVIER  
BUTTERWORTH  
HEINEMANN

AMSTERDAM • BOSTON • HEIDELBERG • LONDON • NEW YORK • OXFORD • PARIS  
SAN DIEGO • SAN FRANCISCO • SINGAPORE • SYDNEY • TOKYO



Analysis  
Corporate  
objectives



Predict market  
structure

Define objectives  
(value received)

Define price/value  
proposition

Cost  
Convenience  
Communication  
Customer needs  
(product/service benefits)

Define marketing  
strategies

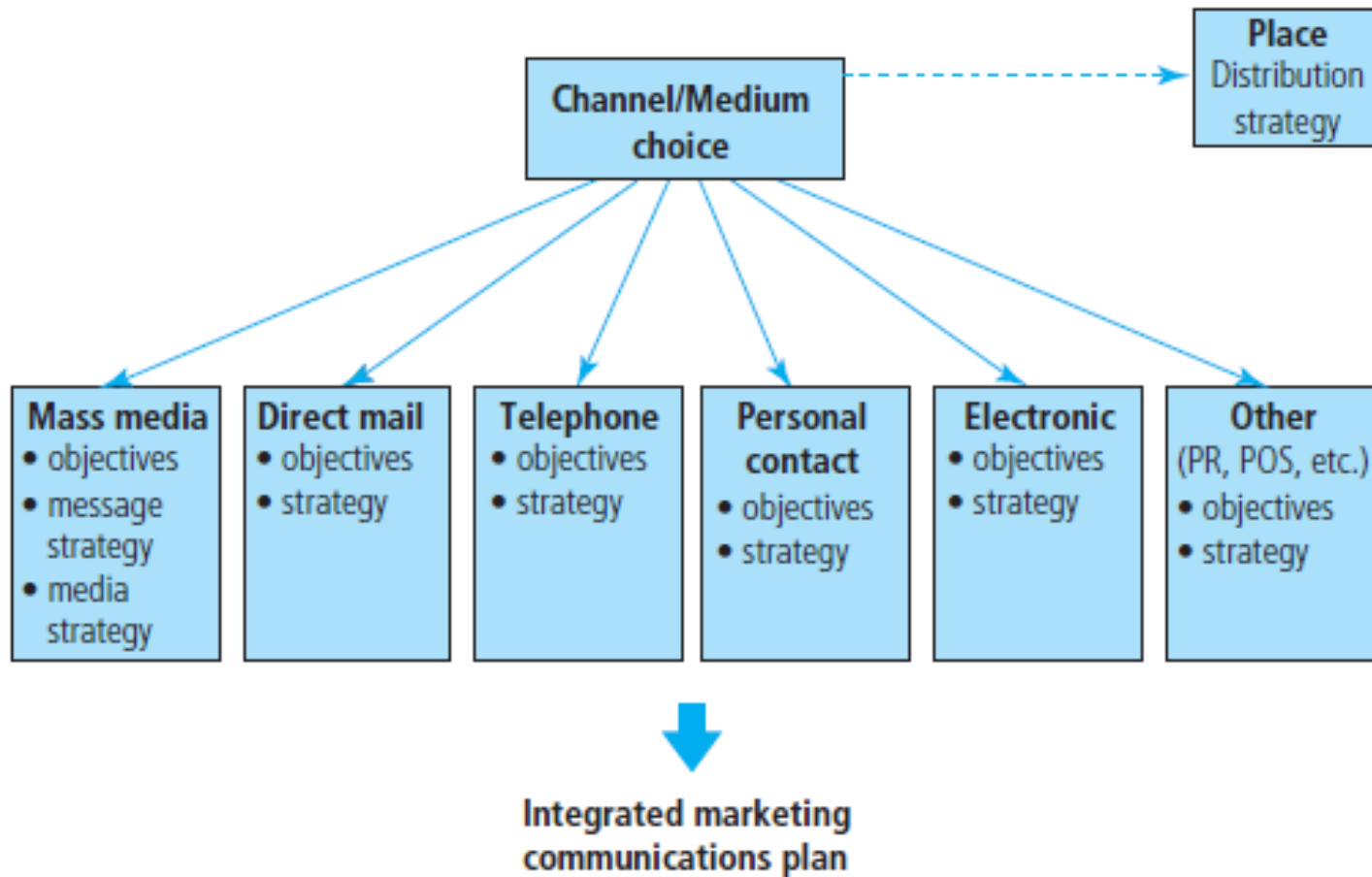
(how value is to be delivered/  
communicated)

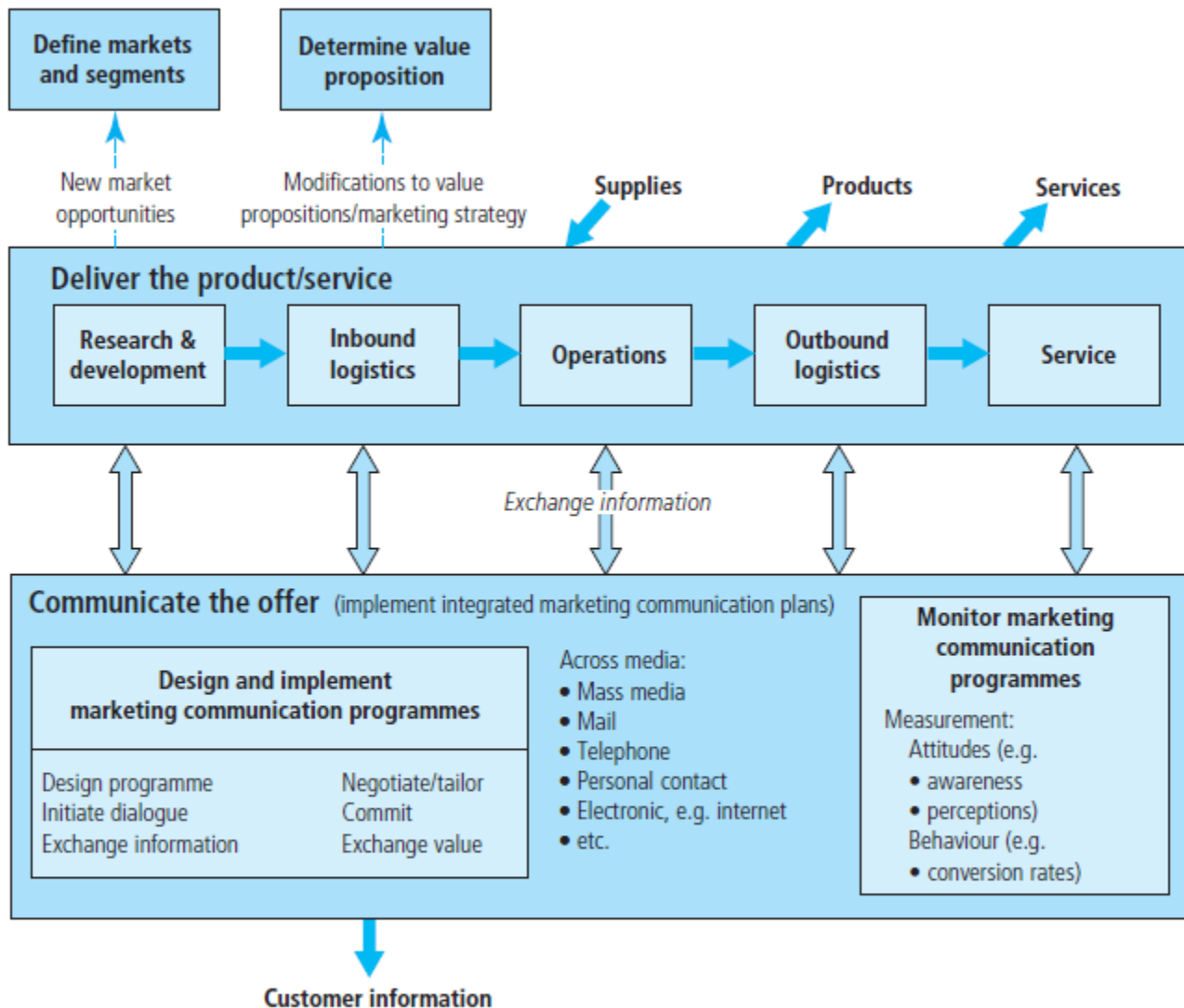
Product – features  
customer service  
Price  
Promotion – marketing communications  
Place – distribution

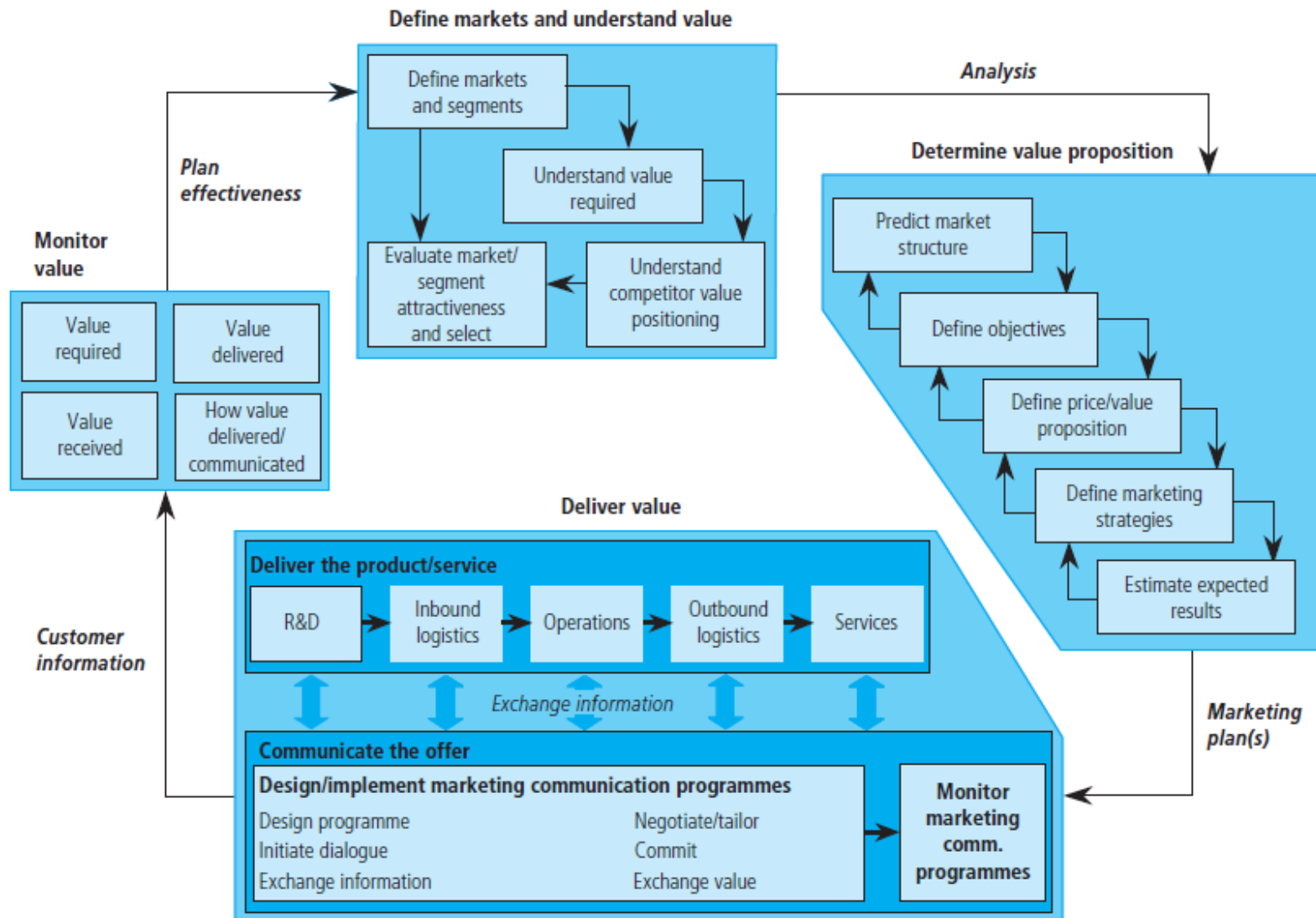
Estimate expected results  
(value received and budgeting)



Marketing plan(s)







# Pazar Araştırması

- ❑ Market research
- ❑ Pazar bölümlendirmesi işleminden önce
- ❑ Pazarları tanımlamayı, ölçmeyi ve sınılamayı amaçlar
- ❑ Hangi ürün/hizmet ne amaçla, kimler tarafından, nasıl, ne kadar ve nereden satın alınmaktadır sorularına cevap verir



# Pazar Araştırması - Aşamalar

- ❑ Problemin tanımlanması
- ❑ Amaçların tanımlanması
- ❑ Bilgilerin nereden elde edileceğinin saptanması
- ❑ İkincil verilerin toplanması
- ❑ Araştırma tekniğinin tasarlanması
- ❑ Örneklemenin alınması
- ❑ Birincil verilerin toplanması
- ❑ Verilerin analizi
- ❑ Bulguların sunumu

# Örnekleme

- ❑ Niçin örnekliyoruz?
- ❑ Örnekleme yöntemleri
- ❑ Evrendeki tüm bireyler aynı özellikte mi?
- ❑ Evreni oluşturan öğelerin seçilme şansı eşit olmalı
- ❑ Evrene ilişkin veri kaynağımızın niteliği
- ❑ Örneklem büyüklüğü



# Downtown *and Business District* Market Analysis

*Tools to Create Economically Vibrant Commercial Districts in Small Cities*

Questions or Suggestions?  
[Click here](#)

## 11. Evaluating Restaurant Opportunities

### Contents

[Introduction / Getting Started](#)

[Improving the Process](#)

#### Part I: Understanding Market Conditions

This section explores market opportunities for new restaurants in a downtown area. It includes methods for analyzing attributes of a downtown location, local demand and the competitive supply of restaurants. This information is analyzed to identify possible restaurant concepts that might be appropriate for the downtown area.

Market conditions in your area have a significant impact on what types of restaurants might make sense for your downtown. This section will help you collect and analyze information as part of an abbreviated

Demographics and  
Consumer Expenditure  
Potential

Lifestyle Analysis

Consumer Attitude  
Research (Residents and  
Non-Residents)

**Summary of Demand**

Downtown and  
Trade Area  
Business Inventory

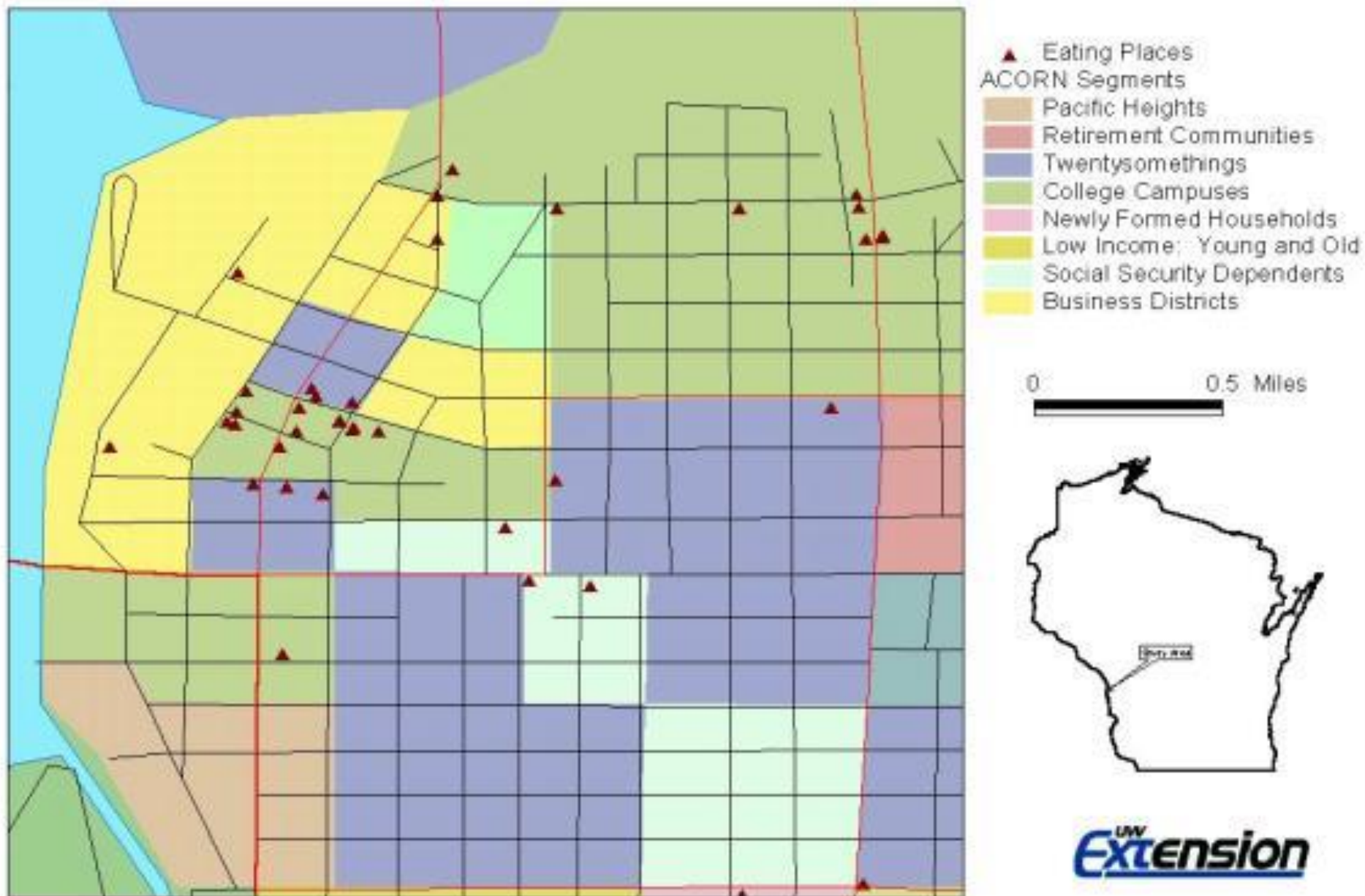
Competitiveness of  
Existing Supply

**Summary of Supply**

**Downtown Location  
Analysis**

**Possible  
Restaurant  
Concepts for  
Downtown**

# La Crosse - Downtown Consumer Segments



Source: CACI ACORN

**UW**  
**Extension**

# Pazarlama Araştırması

- ❑ Marketing research
- ❑ Pazar araştırmasına göre daha kapsamlı
- ❑ İşletmenin uzun vadede pazar payını belirlemeyi amaçlar
- ❑ Pazarlama karmasını, fiyatlandırma aşamasını, pazarlama iletişimini inceliyor
- ❑ Pazarlama fonksiyonlarına ait sorunların çözümüne yönelik bilimsel değerlendirmeleri kapsar

# Pazarlama Araştırması

- Pazarlama fırsat ve problemlerini tanımlama, pazarlama faaliyetlerini değerlendirme ve oluşturma, pazarlama performansını izleme ve pazarlamayı bir işlem olarak anlamak için kullanılan bilgi yoluyla pazarlamacı ile tüketicici, müşteri ve toplum arasında ilişki kuran bir işlem

# Pazarlama Araştırmasının Dayandığı Bilim Dalları

- ❑ Ekonomi
- ❑ Psikoloji
- ❑ Sosyoloji
- ❑ İstatistik
- ❑ Muhasebe
- ❑ Matematik



# Pazarlama Araştırmaları Nasıl Yapılır?

- Pazarlama araştırması bölümü
- İşletme içinde bir yönetici sorumlu
- İşletme dışı kuruluş

# Pazarlama Araştırmaları

- Temel araştırmalar
  - Elde edilecek bilginin uzun ya da kısa dönemde kullanılacağını dikkate almadan, genel olarak pazarlama sisteminin herhangi bir yönüyle ilgili bilginin genişletilmesini hedefleyen çabalar
- Uygulamalı araştırmalar
  - Yöneticilerin belli sorunlarla ilgili daha iyi kararlar alabilmeleri için onlara yardımcı olunmasına yönelik çalışmalar

# Pazarlama Araştırması - Aşamalar

- ❑ Problemin belirlenmesi
- ❑ Araştırmanın planlanması
- ❑ Araştırma planının uygulanması
- ❑ Verilerin analizi ve yorumu
- ❑ Araştırma raporunun yazımı

# Bilgi Merkezlerinde Pazar Bölümlendirmesi: Üniversite Kütüphanesi Örneği

# Üniversite Kütüphanesi Kullanıcıları

- Üniversite öğrencileri
  - Lisans
  - Lisansüstü
- Öğretim elemanları
- İdari personel
- Üniversite dışı kullanıcılar

# Örnekleme

- ❑ Niçin örnekliyoruz?
- ❑ Örnekleme yöntemleri
- ❑ Evrendeki tüm bireyler aynı özellikte mi?
- ❑ Evreni oluşturan öğelerin seçilme şansı eşit olmalı
- ❑ Evrene ilişkin veri kaynağımızın niteliği
- ❑ Örneklem büyüklüğü



**ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE BİLGİ  
HİZMETLERİNİN PAZARLANMASI: BEYTEPE  
MERKEZ KÜTÜPHANESİ ÖRNEĞİ**

Umut AL

Hacettepe Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin  
Kütüphanecilik Anabilim Dalı için öngördüğü

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

olarak hazırlanmıştır.

Ankara  
Haziran, 2002

Bookmarks

Thumbnails

Comments

Signatures

# Örnekleme

*Tablo 1: Öğretim Elemanlarının Fakültelere Göre Dağılımı ve Örnekleme Oranları*

Fakülte	Fakülte <span>deki</span> Öğretim Elemanı Sayısı	Anket Uygulanan Öğretim Elemanı	Örnekleme Oranı
Edebiyat	249	64	25,70
Eğitim	144	36	25,0
Fen	270	71	26,30
Güzel Sanatlar	69	25	36,23
İktisadi İdari Bilimler	116	30	25,86
Mühendislik	386	105	27,20
Toplam	1234	331	26,82



# Örnekleme

*Tablo 3: Örnekleme Alınan Öğretim Elemanlarının Unvanlarına ve Bağlı Buldukları Fakültelere Göre Dağılımı*

<i>Fakülte</i>	<i>Unvan</i>						<i>Toplam</i>
	<i>Arş. Gör.</i>	<i>Uzman</i>	<i>Öğr Gör.</i>	<i>Yrd. Doç.</i>	<i>Doçent</i>	<i>Profesör</i>	
Edebiyat	20	2	9	13	10	10	64
Eğitim	14	-	4	7	4	7	36
Fen	33	5	1	7	9	16	71
Güzel Sanatlar	13	-	2	4	2	4	25
İktisat	13	-	3	6	2	6	30
Mühendislik	59	1	5	8	13	19	105
Toplam	152	8	24	45	40	62	331

# Örnekleme

*Tablo 2: Öğretim Elemanlarının Unvanlarına Göre Dağılımı ve Örnekleme Oranları*

Unvan	Toplam Öğretim Elemanı Sayısı	Anket Uygulanan Öğretim Elemanı	Örnekleme Oranı
Araştırma Görevlisi	555	152	27,39
Uzman	36	8	22,22
Öğretim Görevlisi	86	24	27,91
Yardımcı Doçent	187	45	24,06
Doçent	140	40	28,57
Profesör	230	62	26,96
Toplam	1234	331	26,82

# Bulgular I

- ❑ Değişkenler
  - ❑ Cinsiyet
  - ❑ Unvan
  - ❑ Fakülte
- ❑ Kütüphane kullanımları
  - ❑ Kullanıp kullanmadıkları
  - ❑ Hangi hizmetleri kullandıkları
  - ❑ Niçin kullandıkları
  - ❑ Nasıl kullandıkları

# Bulgular II

*Öğretim Elemanlarının Cinsiyetleri ve Kütüphane Kullanımları Arasındaki İlişki*

		Kullanıyor		Kullanmıyor		Toplam	
		N	%	N	%	N	%
Cinsiyet	Erkek	158	84,5	29	15,5	187	100,0
	Kadın	115	79,9	29	20,1	144	100,0
Toplam		273	82,5	58	17,5	331	100,0

# Bulgular III

## *Öğretim Elemanlarının Unvanlarına Göre Kütüphane Kullanımları*

Unvan	Kullanıyor		Kullanmıyor		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Arş. Görevlisi	133	87,5	19	12,5	152	100,0
Uzman	4	50,0	4	50,0	8	100,0
Öğr. Görevlisi	19	79,2	5	20,8	24	100,0
Yrd. Doçent	31	68,9	14	31,1	45	100,0
Doçent	35	87,5	5	12,5	40	100,0
Profesör	51	82,3	11	17,7	62	100,0
Toplam	273	82,5	58	17,5	331	100,0

# Bulgular IV

## *Öğretim Elemanlarının Fakülteleri İtibariyle Kütüphane Kullanımları*

Fakülte	Kullanıyor		Kullanmıyor		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Fen	66	93,0	5	7,0	71	100,0
Mühendislik	97	92,4	8	7,6	105	100,0
Edebiyat	52	81,3	12	18,8	64	100,0
Eğitim	26	72,2	10	27,8	36	100,0
İktisadi İdari Bilimler	19	63,3	11	36,7	30	100,0
Güzel Sanatlar	13	52,0	12	48,0	25	100,0
Toplam	273	82,5	58	17,5	331	100,0

# Sonuç

- ❑ Öğretim elemanlarının cinsiyetleri ile diğer değişkenler arasında herhangi bir ilişki olmadığı
- ❑ Öğretim elemanlarının unvanları ile kütüphane kullanımı, öğretim elemanlarının bağlı oldukları fakülte ile kütüphane kullanımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler olduğu
- ❑ Kütüphanenin pazar bölümlendirmesinde fakülteleri temel alması gerektiği