**İŞLETME TÜRLERİ**

1-Ölçeğe göre

2-İşlevlerine göre

3-Sermaye sahipliğine göre

**ÖLÇEĞE GÖRE**

Küçük orta büyük işletmeler

Mikro – Kobi(%99,89) – büyük !KOSGEB

**NİCELİKSESL** **NİTELİKSEL**

Üretim miktarı Yerel işletme mi? Uluslararası

Sermaye miktarı …

Arazi ve tesis büyüklüğü

Çalışan sayısı

**KOBİLERİN AVANTAJLARI** **KOBİLERİN DEZAVANTAJLARI**

1-Kurulma Kolaylığı 1-Büyük işletmelerle Rekabette Zayıflık

2-Düşük maliyet 2-Sınırlı Büyüme

3-Karşilanmamış Taleplere Hizmet 3-Kısıtlı finansman

4-Etkin Çalışan ve İşveren İlişkisi 4-Yönetim Yetersizliği

5-Etkin Müşteri Hizmeti

6-Gürüşimci ve Yenilikçi

7-Esneklik

**BÜYÜK İŞLETMLERİN AVANTAJLARI** **DEZAVANTAJLARI**

1-Ar-Ge Bütçeleri 1-Ekonomik Sorunlara Neden Olabilme

2-Büyük Ölçekli Satın Alımlar 2-Politik Güç Sağlama

3-Etkin Eğitim ve Geliştirme 3-Esnek Olmama

4-Finansal Güç

5-Yetkin Güç

6-Verimli Üretim

**4P’ DEN 4C’YE**

**Üretici ve Tüketici Yönlü Pazarlama Karmaları**

Ürün (Product) Müşteriye Çözüm (customer Solution)

Fiyat (Price) Müşteriye maliyet (Customer Cost)

Dağıtım (Place) Kolaylık Alım yeri (Convenience)

Tutundurma (Promotion) İletişim (Communication)

Hedef kitle

Fiziksel olanaklar

Süreç

1)KOLAYDA ÜRÜNLER

-Tüketicilerin rahatça çabucak alabileceği ürünlerdir.

-Sigara kibrit pil…

-tüm noktalara dağıtacak yoğun bir dağıtım politikası izlemektedir.

2) BEĞENMELİ ÜRÜNLER

-Fiyat nitelik renk biçim yönünden karşılaştırdıktan sonra aldıkları ürünlerdir.

-marka ve fiyat karşılaştırması yaparlar

3)ÖZELLİKLİ ÜRÜNLER

-tek olarak ya da özelleştirilmiş özel istek ve gereksinimleri karşılar.

-zaman ve para harcamayı göze aldıkları ürünlerdir.

-spor otomobiller, piyano, özel markalı saat

4)ARANMAYANA ÜRÜNLER

-tüketicinin varlığından haberdar olmadığı ürünlerdir. Haberi olsa bile almak için istekli olmadığı ürünlerdir.

-birçok yeni ürün yoğun bir reklam kampanyasıyla alıcılara duyurulmadıkça alıcılar bu ürünün varlığını bilmezler

-Yaşam sigortası, kalem, mezar taşı, dana testi…