

ENDÜSTRİDE KULLANILAN MALLARIN PAZARLAMASI (*)

P. D. CONVERSE

H. W. HUEGY

R. V. MITCHELL

Çev: Ass. Birol TENEKECİOĞLU

Endüstriye İlişkin Pazarların Sınıflaması

Endüstriyel mallar genellikle tüketici ailelere değil, endüstriye satılan mallar olarak düşünülür. Bunlar, tekrar satışlarının yapılmasından çok, mal ve hizmetlerin üretimi ile işletmeye ilişkin eylemlerde kullanılmak üzere satın alınırlar. Endüstriyel mallar kavramı, malların fiziki özelliklerinden çok, müşteri türlerine veya bu malların kullanım tarzına dayanır. Çünkü, otomobil akümülatörleri, yazı makinaları, kömür, taze meyva ve sebzeler örneğinde olduğu gibi bazı maddeler endüstriyel mal alıcılarına, tüccarlara ve hatta tüketici ailelere satılmış olabilir. Ancak, bu kavram ile endüstriyel mamûller olarak tanımlanan bazı ticari mallar, genellikle tüketici malları pazarının bir parçası şeklinde irdelenir. (Mütalâa edilir) Örneğin, makinistlerin ve marangozların kullandıkları aletler endüstriyel mamûller olmakla beraber, bu tip mallar, her zaman perakende satış yapan mağazalarda satılmaları sebebi ile, müstehlik malları pazarının bir bölümü şeklinde düşünülür. Çiftlik işlerinde kullanılan aygıtlar için de aynı şeyler söylenebilir.

Endüstriyel pazar gerçekte tek tip bir pazar değil, fakat bundan öte çok farklı pazarlardan oluşmuştur. Bu pazarların sınıflandırılmasında genellikle, malların mahiyetine veya tipine dayanan sınıflama ile müşteri türlerinden doğan sınıflama olmak üzere iki esas kullanılır. Malların türünden doğan tasnifte pazarlar dolaysız (Direct) ve dolaylı (Indirect) endüstriyel mal pazarları ola-

(*) Çeviri yazarların «Elements of Marketing» isimli kitabının 20. Bölüm -Marketing Industrial Goods - s. 364 - 367, kapsamaktadır.

rak geniş bir şekilde bölümlere ayrılabilir. Dolaysız mallar doğrudan doğruya üretime giren mallardır ki bunlar; ham maddeler (Raw materials), yarı mamûller (Semifinished) veya işleme giren materyal (Processed materials) ve parçalarla (Parts) monte edilecek kısımlardır. Dolaylı mallar tamamlanmış bir mamûle girmeyen, fakat o mamûlün istihsalı ve satışı için gerekli olan mallardır. Dolaylı mallar, kapital malları (Capital Goods) ve işleyiş gereçleri (Operating Supplies) şeklinde ayrılabilirler. Amortismanına konu olan tesisler ve başlıca büyük aygıtlar ile bütünleyici veya daha küçük tesisatı kapsıyan mallar kapital mallarıdır. İşleyiş gereçleri ise, dayanıksız olan ve işletmenin faaliyeti sırasında devamlı olarak kullanılıp tüketilen akaryakıt, makina yağı, kırtasiye, temizlik malzemeleri, elektrik lâmbaları gibi gereçlerdir.

Endüstriyel malları satın alan müşterilerin türlerine göre endüstriyel pazarların sınıflaması aşağıda sıralanan büyük gruplarda olduğu gibidir :

- (1) Kerestecilik, madencilik, petrol çıkarımı ve balıkçılık gibi doğal maddelerin üretimine ve çıkarımına değgin dallar,
- (2) Tarım,
- (3) İnşaat müteahhitleri,
- (4) İmalâtçılar,
- (5) Ticaretle uğraşanlar: Toptancılar, perakendeciler ve hizmet ticareti yapanlar,
- (6) Kurumlar: Okullar, kolejler, oteller ve ceza evleri,
- (7) Hükümet: Federal, eyalet ve mahalli idareler.

Kurumlara ve idari birimlere yapılan satışlar endüstriyel satış olarak düşünülür. Çünkü, bunlara ilişkin ticari işlemler devamlı, düzenli perakendeci satış kanalları ile yapılmaz. Yukarıda sayılan müşteri türlerine yapılan satışlar tüketici veya endüstriyel pazarların her ikisinden ayrı olarak da düşünülebilir. Endüstriyel mallar pazarındaki alıcılar kamu (Public) ve özel (Private) olarak sınıflandırılabilir. Kamusal alıcı niteliğini taşıyanlar (Yukarıda 7. grupta ve 6. grupta olanlardan bazıları) mahalli idareler veya belediyeler tarafından işletilen su, gaz, elektrik, otobüs işletmeleri, yol

hizmet şubeleri, ceza evleri, hastahaneler ve kaldırım döşeme tesisleridir. Ayrıca devlet tarafından işletilen tesisler ise, hidro elektrik santralleri, sulama ile ilgili tesisler, kanallar ve askeri kuruluşlardır. Kamu hizmeti gören kurumlara yapılan satışta rekabete dayanan açık arttırma- eksiltme ve satın almada bulunanların işin başarısında malî çıkarları olmaması gerçeği gibi bazı özel problemler mevcuttur. Aynı zamanda kendilerini tutan kimselerin sözleşmelerin yapılmasında bir çıkar sağlaması gerektiğine inanan politikacıların memnun edilmesi problemi de vardır.

Tek bir endüstriyel pazar yoktur, fakat birbirinden farklı pek çok pazar mevcuttur. Endüstriyel mallar satıcısının bir veya birden fazla türde müşterileri olabilir. Bir tekstil makinası imalâtçısı iplik yapan fabrikalara, dokuma fabrikalarına yün elbise ören ve diğer konfeksiyon eşyaları imâl eden fabrikalara geniş ölçüde satışta bulunabilir. Diğer taraftan, eğer bir şirket, yük taşımak için kullanılan iki tekerlekli arabaları, kart basan işçi devam kontrol makinaları (Time clocks), hesap makinaları veya çelik dolaplar satarsa bunları satın alarak kullanan endüstriyel işletmelerin veya büroların büyük bir kısmı muhtemelen tüketici sınıfına dahildirler.

Ayrıca, pazarların bulunduğu coğrafi alanlarda da büyük bir fark vardır. Örneğin, yüksek dereceli sıcaklıkta çalışan fırınlar için astarlama maddeleri satanlar ve bunların meydana getirdikleri pazarlar, demir, çelik, gaz ve belli kimyasal maddelerin yapıldığı alanlarda toplanmıştır. Diğer taraftan, fırıncılar ve çamaşırhaneler için aygıt imal edenlerin şehir ve kasabaların bulunduğu her bölgede, memleket çapında geniş pazarları mevcuttur.

Burada kullanılan sınıflama endüstriyel malların türleri temel alınarak yapılan sınıflamadır. Tesisler, bütünleyici aygıtlar, ham maddeler, işleme giren diğer maddeler, parçalar, yarı monte edilmiş mallar ve işleyiş gereçlerinde olduğu gibi.

Tesisler (Başlıca büyük aygıtlar)

Özellikleri:

Endüstriyel aygıtlar ve makinalar; kazanlar, türbinler, dinamolar, motorlar, fırınlar, taşıyıcı ve çevirici kayışlar, lokomotifler, vinçler, torna tezgahları, matbaa, demir ve tel çekme, değirmen

da önemli bir faktördür. İşletme eylemlerinin durdurulması veya azaltılması işletmeye pahalıya malolabilir. Bu itibarla derhal yerine getirilmesi gereken onarım işlemleri önem kazanır. Bu tamirlerle değgin hizmetleri iyi sağlıyan satıcının bir üstünlüğü olacağı aşikârdır. Hizmet kaynağının satıcılara yakınlığı aynı zamanda bir üstünlük sağladığından Amerikalı imalâtçılar Avrupa'dan ithal edilmiş makinaları almakta tereddüt ederler. Çünkü bozulan veya kırılan kısımların onarımı için gerekli parçaların siparişinin gecikeceğinden korkarlar. Eskiden kurulmuş, güçlü, itibarlı, ün salmış, varlıklarının devamlılığına güven beslenen işletmeler, keza yeni kurulmuş, az tanınmış işletmeler yanında onların iş hayatından çekilmeleri ile parçaların sağlanmasında bekleme zorunluluğu sebebiyle bir üstünlüğe sahiptirler.

Satıcılar, müşterilerinin siparişlerine göre yaptıkları ve monte ettikleri makinalar hakkında sık sık bilgi vermelidirler. Bazen makina uzmanı yetiştiren okullara da başvurulabilir. Büyük bir fabrika kendi tamir şubelerini bulundurabilmeli ve daima yedek parça stoklarına sahip olmalıdır. Böylece, oldukça yeni bir parça dışında nadiren satıcıdan onarım için hizmet talebinde bulunur. Bazı aygıt imalâtçıları bu aygıtları kullananlara üretimle ilgili sorunlarının çözümlenmesinde değerli yardımlar yaparlar.

F i n a n s m a n

Tesisler büyük kapital giderlerini zorunlu kılabilirler. Kapitalin arttırılması esham ve tahvilat satışı ile mümkün olduğu gibi aynı zamanda satıcıya bağlı olan müşteri ipoteği de sermaye kaynağını meydana getirebilir. Son yıllarda pek çok fabrika tüm kazançlarının haricinde masraflara girmiştir.

Endüstri işletmeleri her zaman yeni aygıtlara ihtiyaç duymakla beraber bunları alacak gerekli sermayeye sahip değildirler. Gerçekte, kazancı az olan bir işletme yeni aygıtlara en fazla ihtiyacı olan bir işletmedir. Çoğunlukla yeni işletmeler sınırlı, az bir sermaye ve bir kaç adamla işe başlarlar. Bazı satıcılar makinaları üzerine tesis edilmiş menkul rehni ile veya menkul rehni olmaksızın da kredilerini arttırırlar. Aynı zamanda satıcılar, müşteri durumundaki şirketlerin hisse senetlerini alırlar veya onların varlıkları üzerinde ipotekler tesis ederler. Bankalar ve diğer finans kaynağı teşkil eden şirketler çoğunlukla tesisler ve aygıtlar üzerinde ipotekler

tesis ederek alacaklarını sağlamlaştırırlar. Bazı yerlerde yeni kurulan teşebbüsleri kalkındırmak için bunları malî bakımdan destekleyen kurumlar da mevcuttur. Bu gibi kurumlar tamamı borç olan bir sermayeyi müteşebbislere sağlarlar. Başarılı şirketler pek az (Shoestring) bir sermaye ile işe başlamışlardır. Öte yandan bir müteşebbis evini veya diğer varlıklarını ipotek ettirerek, akrabasından ve arkadaşlarından borç alarak, aynı zamanda mahalli itibarına dayanarak sattığı mevcut mallarla veya bu işin yapılmasında baş rolü oynamayı «On the ground floor» ümit ederek çalışmaya başlamıştır. Böyle bir öncelik (insiyatif) ve enerji isteyen eylem alanına giren müteşebbis evinin, hisse senetlerinin satışından sağladığı para ile, bir başkası ise otomobilini satıp elde ettiği parayla eski bir çiftlik binasında işe başlamıştır. Bu gün çok büyük şirketler, evvelce az bir sermaye ile iş hayatına atılmış olanlardır. Bunlar başarılı olduklarında fazla kazançlarını tekrar yatırımlara ayırarak gittikçe büyüyüp, güçlenmişlerdir.

K i r a l a m a

Endüstriyel makinalar satın alınmaktan çok kira ile tutulabilmektedirler. Kendilerine özgü nitelikleri olan makinaları imal edenler, bunları kullanacak olanlara bir bedel karşılığında kiraya verirler. Yeni model makina imalâtına daha kolay geçebilen bu imalâtçılar, eski makina ve aygıtların modası geçmiş olmasından doğan riskleri yüklenmiş olurlar. Aynı zamanda onarımların, ayarlamaların yapımında uzmanlaşmış (ihtisaslaşmış) olan bu imalâtçılar, makinaların onarım parçalarını da verdiklerinden mamullerini daha kolay hizmete koyabilirler. Kiraya verme yoluna patent hakları çok sıkı korunan makinaların imalâtı ile uğraşanlarca başvurulur. Bu şekilde makina ve aygıt imalâtında bulunanlar mamullerini yüksek fiatla satmaktan çok bunları kiraya vererek kiralaayanların ödedikleri yüksek işletme ücretlerini daha garantili bir gelir olarak düşünürler. Kira bedeli kiralanan makinaların üretim kapasitesine bağlı olarak değişir. Kira bedeli hasıla miktarına da dayandırılabilir. Şöyleki; kullanan söz konusu bedeli ödedikten sonra faydalanacağı makinadan belli bir artırım sağlayacağı gibi karşılığında elde edeceği hasılaya göre yüksek bir bedel ödeyebilir. Ayrıca daha küçük bir aygıtı yüksek bir fiyat ödemek zorunda da kalabilir.

Bir pazarlama politikası olarak, kiraya verme işi teçhizatlar için büyük sermaye yatırımlarını, bunların işletilmeleri, bakımları ve korunmaları için de ek giderleri gerektirir. Bundan başka makinelerin güçlükle kullanılan tipte olmaları ve kira bedellerini tahsil etme güçlükleri de söz konusu olur. Aygıt imalâtçıları bu aygıtları kullanacak olanlara kiralayan şahıslara da satışta bulunabilirler. Örneğin, lokomotifler ve vagonlar sigorta şirketleri veya başkaları tarafından bedel karşılığı ödünç alınır. Ve yine bunlarca demiryolları idaresine kira ile verilir.

Bu arada işletmeler kendi ihtiyaçlarına uygun olarak özel bir şekilde yapılmamış fabrika binalarını genellikle satın almayıp daha çok kiralama yoluna başvururlar.

Fiyat Tespiti

Makinalar ve aygıtlar bunları kullanacak müşterilerin niteliklerine göre imal edildikleri veya standartlaştırıldıkları takdirde pek çok imalâtçı aynı dalda imalâtta bulunabileceklerinden makina ve aygıtların fiyatları, serbest rekabet şartlarına göre meydana gelecektir. Sipariş üzerine imalde makinalar standart olamayacakları gibi sabit bir fiyata da konu olamazlar. Bu durumda, fiyat her satışta yapılan pazarlığa göre tespit edilir. Satış hizmetini yerine getiren şahıs, satış işlemlerinin özelliklerini anlayacak ve maliyetleri doğru bir şekilde kestirebilecek durumda yetiştirilmiş bir kimse olmalıdır. Fiyat tespitinde diğer önemli bir husus teknik elementlerin yaptıkları hizmetlere ödenen paralardır. Teknik harcamalar diyebileceğimiz bu giderler; yeni bir makina modelinin tasarlanıp hazırlanması, projelerinin çizilmesi ve diğer belli bazı özelliklerin tespitiyle ilgili işlemlerin yerine getirilmelerine ilişkin giderleri de içine alır. Yeni modeller veya örnekler her zaman gerekli olabilir. Bir sipariş alınmış olsun veya olmasın işletme her zaman bu masrafların bir kısmını karşılamak zorundadır. Bazı şirketler yapılan bu giderleri verilen ilk siparişe değgin makina fiyatının üzerine koymaktan çekinirler. Bunun için sipariş üzerine ilk makina, maliyetinin altında zararına dahi satılabilir, satıcılar yapılan bu indirimin ileride tekrar alacakları siparişler üzerinden çıkaracaklarını düşünürler. Alınacak yeni sipariş miktarlarına göre maliyet masrafları daha azalabileceği gibi yeni siparişlere göre fiyat yükselebilecektir.

Fiyat karşılaştırması oldukça güçtür. İmal edilen makinanın hususiyetleri, özellikle kalitesi ve randıman derecesi fiziksel denemeler veya teknik analizler sonucu daima kesinlikle tayin edilemez. Bir makinanın randımanını tespit etmekte en hakiki ölçü gerçekten bilfiil kullanılmış olan makinaya ait verilerdir. Fiyat, maliyet giderleri ve hasıla gözönünde tutularak tayin edildiğinden, benzeri aygıtların fiyatları ile karşılaştırma işi karışık bir problem yaratır. Fiyatın tayininde dikkate alınan öteki faktörler ise : Amortisman, onarım giderleri, hizmet giderleri, işletme masrafları ile kullanılan elektrik, buhar veya akaryakıt bedellerinin tutarlarıdır. Emek temel alınarak yapılan maliyet tespitinde istihsal olunan birimler başına düşen giderler şüphesiz daha çok önem kazanır. Ayrıca, aylak geçen zaman, gecikmeler, makina ve teçhizatlardaki bozulmalar ve bunların onarım giderleri, tahsil edilemeyen alacaklar fiyatın tespitinde gözönünde bulundurulacak noktalardır. Şüphesiz, fiyat her zaman tayin edici bir faktör değildir. Gerçekten fiyat daha önemsiz bir faktör haline bile gelebilir. Bir ekonomi de pek çok satıcı, evvelce yapmış olduğu daha düşük satın alma tutarlarından çok kaliteye, işletmenin faaliyetlerinden doğan bütün giderlere etki yaparak satışlarında fiyatları en düşük düzeye indirmeye çalışır.

Satış miktarlarında görülen artma ve eksilmelere rağmen dikkate değer bir fiyat kararlılığı vardır. Fiyat kararlılığının ve satışlarda görülen değişikliğin nedeni şöyle açıklanabilir : Depresyon ve işletmenin aleyhine cereyan eden diğer dış olaylar sırasında satış hacminin arttırılmasına fiyatın çok az etkisi olmaktadır. İşletme bu durumda bir buhranla karşılaşır, kazancı gittikçe azalır satın almalar da kazanç miktarlarına göre yapılırsa, makinaların fiyatlarında yapılacak bir indirim, zararları karşılayamayacağı gibi muhtemelen bu alanda çalışan öteki güçlü firmaların satışlarını da canlandıracaktır.

Bütünleyici Aygıtlar

Özellikleri :

Bütünleyici aygıtlar, bir fabrikanın temel eylemlerinin yürütülmesinde değil, adı geçen çalışmaların yapılmasını kolaylaştırmak için kullanılırlar. Genellikle aygıtlar, tesislere nazaran daha az özelleştirilmiş ve birim değerleri düşük olan parçalardır. Bütün-

leyici aygıtlar deyiminden; makinistlerin kullandıkları aletler, el arabaları, zincirli gezici vinçler, kepçeli vinçler, krikolar, çeşitli kesici aletler, kenet ve pres yapmağa mahsus aygıtlar, «V» kayışları ve bunların tertibatları, küçük motorlar, büro döşemleri, yazı makinaları, yangın söndürme cihazları, işçilerin devamlarını kontrol için kullanılan kart basma saatları (Time clocks), hesap makinaları, kasalar, kayıt defterleri ile bunlara benzer malzemeler anlaşılır. Bu maddelerin pek çoğu stok halinde her zaman bulundurulur. Oldukça standart bir şekilde hazırlanan bu maddeler çeşitli tüketici tiplerine satılabilir.

Genellikle, bütünleyici aygıtlar zamanla eskiyip hurdaya ayrıldıklarından sık sık satın alınır ve tesislere nazaran daha az bir kapital harcaması yapılarak sağlanabilirler. Bu tür aygıtlar, usta-başlıların veya ilgili kısım yöneticilerinin talepleri üzerine satın alma acentalarınca, bunlar da yoksa bu işlerde çalışan yardımcılar vasıtasıyla satın alınabilir. Her ne kadar kullanıcı örnek olarak geçmişte gösterilen başarı kayıtlarına sahipse de tesislerde olduğu gibi ileri derecede belirli bir kalite tayin edilemez. Bu aygıtları satan firmaların şöhretleri ve bunları kullananların tercihleri bu tip malların satışlarında rol oynayan önemli faktörlerdir. Tüccarlar ve aygıtları nadiren alıp kullananlar gibi pek çok müşteri de uzman satın alıcı kimseler olmadıkları için bu tür malları satın alırken kendi ihtiyaçlarını en iyi karşılayabilecek biçimde bir seçim yapabilmekte yardımcı bir faktöre ihtiyaçları olabilir. Çünkü bu aygıtların maliyetleri, tesislere nazaran oldukça düşüktür. Fiyatları yüksek olmadığından satın alınmaları için gerekli paranın temini de önemli bir mesele değildir. Ayrıca, taksitle satış yapılması her zaman istenebilir, ticari faaliyette bulunan işletmelerin ihtiyaçlarının karşılanmasında bu tip finanslama yoluna gidilebilir.

Satış Yöntemi

Bütünleyici aygıtların satışı tipik olarak şu şekilde yapılır : İmalâtçıların veya toptan satış yapanların şubeleri yahutta mağazaları vasıtasıyla yapıldığı gibi perakendecilere ve sanayicilere büyük miktarlarda elektrik malzemeleri ile madeni eşya satan (Örneğin, imalâtçılara yarı mamul madde satanlar) ve serbest olarak bu işlerle uğraşan sınaî mal dağıtımçıları gibi aracılarda yapılır. Bazı bütünleyici aygıtların satışı ise yazı makinaları ve büro gereçleri

satanlarda olduğu gibi müteahhitlere ve küçük işletmelere ufak makina ve el aletleri satan madeni eşya mağazalarının satış bölümlerince yapılır. Özellikle bozulma ve kırılmaların sık sık meydana geldiği zamanlarda parçaların derhal tesliminin yapılması başta gelen önemli bir konudur. Her tarafa geniş ölçüde dağılmış olan mahalli toptancı ve perakandeciler, gerekli malların satış ve teslimini, uzaktaki imalâtçının ya da toptancının söz konusu malın ihtiyacını haber almasından önce yapabilmektedir. Bu gibi satışlar imalâtçının böyle çok uzağa bir satış ajanı göndermesini haklı çıkarmıyacak derecede küçük çaptadır. Aygıtların bu tipinin fazla çapraşık veya daha büyük birim değerinde olması halinde imalâtçıyı, dağıtımı kendi örgütü aracılığıyla yapmağa yahut bağımsız dağıtımcıların satış çabalarını kendi satıcılarının ki ile tamamlamaya meyleder.

Ham ve İşlenmiş Maddeler

Özellikleri :

Hammaddeler ve kısmen işlenmiş yarı mamuller öyle mallardır ki tüketiciye satılmadan evvel daha fazla işlemlerden geçirilmesi gereken ve tamamlanmış mamule de giren maddelerdir. Madenden çıkarılan demir cevherinden başlayarak tamamlanmış mamullere kadar sıralanabilen ve pek çok mamul içine giren bu tür maddeler nihai üretim için kullanılırlar. Yarı işlenmiş ve ham maddelerin iki geniş sınıflaması yapılabilir :

(1) Kereste, demir cevheri, tahıl, pamuk, yün ve tütün gibi imalât sürecinden (Ameliyesinden) geçmeyen orman, maden ve çiftlik ürünleri.

(2) Bir veya birden fazla imalât işlemine tabi tutulmakla beraber halen hammadde vasfını taşıyan ham külçe demir, çelik çubuk ve levhalar, kereste, iplik, bakır, keten tohumu yağı ve teneke gibi ticari mallar bölümüne giren maddeler ile biraz daha incelikle imalât safhasından geçirilen, fakat tüketiciye satılmadan önce nihai mamul haline getirilen kumaş, naylon iplikler, yapı çeliği ve vitrin veya ayna camı gibi materyallerdir.

Hammadde, kalite (Yapılacak mala uygun olarak), fabrikaya teslim fiyatı ve satıcının güvenilirliği temeline göre satın alınır.

Çok kere, artan üretim taleplerini karşılamak için hammadde halihazır ihtiyaçtan daha fazla bulundurulur. Kaliteye değgin kontrol, satın alma işleminin nitelik ve diğer ayrıntılı hususların dikkatlice tetkikinden sonra yapılmasını gerektirir. Toplam imalât giderlerinin çoğunluğunu ve temelini oluşturan hammaddelerin günlük piyasa fiyatlarını dikkatle izleyen alıcılar, genellikle fiyatlar her zaman değiştiğinden, hammaddeyi günlük piyasa fiyatı üzerinden satın almak zorunda kalırlar. Daima bol miktarda ve belirli kalitede hammaddeye ihtiyacında olmalarından dolayı imalâtçıları, bunları doğrudan doğruya istihsal edenlerden değil, adı geçen hammaddeleri toplayıp, sonra satan aracı toplayıcılardan satın almaya sevkeder. Kendilerine elverişli malları tedarik etmek için, bu malları işleme tabi tutacak olan imalâtçılar çok kere vadeli alım satım muamelelerine de başvururlar. Depoda ihtiyaç anında kullanılmak üzere mal bulundurmak amacıyla, hammaddenin bulunduğu bölgeler esas alınarak fabrikanın kuruluş yeri seçildiği gibi kendilerine gerekli olan başka hammaddeyi sağlayacak ek üretim faaliyetlerine de başvururlar.

Bir hammadde piyasasında işletmeler arası rekabet olabileceği gibi endüstriler arası rekabet de söz konusu olabilir. Örneğin; çelik fabrikaları kendi aralarında rekabete giriştikleri gibi çeliğin yerine kullanılabilen kereste, alüminyum, plâstik ve yapı taşı imal edenlerle de rekabet ederler. Hayvani ve nebati yağlar piyasasında bu tür yağları çıkarabilmek için pamuk tohumu, soya fasulyesi, hindistan cevizi ve hayvani yağlar, yalnız fiyatları temel alınarak değil kaliteleri, teslim tarihleri veya işleme giderleri bakımından da kendi aralarında rekabete konu olurlar. Burada durum asla statik bir görünüş arz etmek. Teknik alandaki değişiklikler, yöntem ve işlemlerdeki gelişmeler, materyale ilişkin daha düşük giderler dengeyi bozabilir ve yeni bir materyalin yeni kullanılış şekillerinde uygulanması ile sonuçlanabilir. Bundan dolayı hammadde piyasası geniş bir piyasa araştırmasına ve ileri bir pazarlama organizasyonuna dayanır. Bir bakıma teknik araştırmalardaki amaç da yeni uygulama yöntemlerinin geliştirilmesi veya maliyet giderlerinin azaltılması ve böylece piyasanın daha çok gelişmesidir.

Ç e l i k

Burada, işleme giren en önemli materyale örnek olarak çelik ele alınmıştır. Endüstri alanındaki gelişmenin temelini çelik teşkil

eder. Demir cevheri ve kömür, çelik endüstrisinin esaslı iki elemanıdır. Bunlardan her ikisine de sahip olan bir ülke endüstrisini geliştirebilecek durumdadır. Fakat bir ülke bunlardan sadece birine sahip ise ve çelik endüstrisi de geliştirilmek isteniyorsa diğerini ithal etmek zorundadır. Amerika Birleşik Devletleri bunların her ikisine de sahiptir. Birleşik Devletler de kullanılan demirin % 80 den fazlası Lake Superior madenlerinden (Başlıca Minnesota'daki) gelir. Bununla beraber kullanılan madenin büyük bir kısmı yüksek kalitede olanıdır. Düşük kalitede olanlar ise yüksek fırınlara gönderilmeden önce ilâve bir masrafla «zenginleştirme» işleminden geçirilir. Daha fazla demir elde edebilmek için bu alanda büyük bir araştırma da yapılmaktadır. Quebec ve Venezuela'da bulunan maden yatakları geliştirilmiş ve cevherin limanlara kadar taşınarak gemilere yüklenebilmesi için demiryolları inşa edilmiştir (1). Keza, Şili'den, Liberia'dan, Meksika'dan ve Küba'dan demir cevheri ithal edilmektedir. Dünya'da en büyük demir cevheri yataklarına sahip memleketler olarak; Brezilya, Amerika Birleşik Devletleri, Sovyet Rusya, Hindistan ve Kanada belirtilebilir.

Bir ton demir elde edebilmek için yaklaşık 1,9 ton demir cevheri ile hurda çelik ve demir (Cevherin zenginliğine bağlı olarak) yarım ton kireç taşı ve bir tonda kok kömürü gereklidir. Yüksek fırınların kuruluş yerleri, bu maddelerin buldukları yerler gözönünde tutularak tespit edilir. Çünkü, taşıma masrafları maliyetin büyük bir kısmını oluşturur. Diğer önemli bir nokta, yüksek fırınlar demir istihsalinde bulunurken yan ürün olarak elde edilen gaz için bir pazar yaratabilmek amacıyla özellikle şehirler veya demir çelik fabrikalarının yakınlarında da kurulur. Elektrik enerjisiyle çalışan fırınlarda ise demir filizi veya kok kömürü olmaksızın da hurda demirden çelik elde edilebilir. Bu, masraflı bir işlem olmasına rağmen aletlerin yapımında gerekli olan yüksek kaliteli çelik elde edilmesinde kullanılır.

Pek çok demir çelik fabrikası ihtiyacı olan cevheri direkt olarak kendisi çıkarır. Diğerleri ise ya tamamını satın alır veya cevhe-

(1) Yakın senelerde Atlantic City, Wyoming'den (South Pass yakınlarında) Union Pacific Railroad'a bir demir yolu inşa edilmiştir. Yolu'nun amacı, Utah'ta bulunan Geneva çelik fabrikasına demir cevheri temin etmektir.

rin önemli bir kısmını maden üzerine çalışan şirketlerden tedarik ederler.

Çelik Üretimi: Çelik fabrikaları özellikle, kömürü istihsal eden fabrikaların yanında, Batı Pennsylvania, Alabama veya Erie ile Michigan göllerinin buldukları bölgede, kömür ile demir cevherinin kolaylıkla taşınabilecekleri limanların yakınlarında kurulmuştur. İthal edilmiş demiri kullanan çelik fabrikaları ise Kuzey Atlantik Denizi sahillerinde toplanmışlardır. Daha küçük cesa-mette olan çelik fabrikaları ise Pueblo, Colorado, Geneva, Utah, Fontana, California ve bunlara benzer bir kaç yerde kurulmuştur.

Çelik üretimi, 1863 - 1900 yılları arasında 9,044 milyon tondan 11 milyon tona yükselmiştir. 1940 senesinde (2) 67 milyon ton olan çelik istihsalı son yıllarda 100 milyon tonu aşmıştır (3). Bununla beraber çelik üretimi yıldan yıla değişen bir seyir takip eder. Şöyleki; 1920 senesinde 47 milyon ton olan çelik üretimi, 1921 de 22 milyon tona düşmüştür. Buna karşılık 1936 yılında 53 milyon tonluk istihsal miktarı 1960 da 99 milyon tona yükselmiştir (4). Çelik üretiminde görülen dalgalanmalar son yıllarda azalmıştır. Çeliğin yapı işlerinde -binalarda, demiryollarında, kamu işletmelerinde, devlet karayollarında ve makineler gibi sermaye mallarını yapmak için kullanılmasından, ayrıca piyasada iyimser bir görüşün hakim olduğu devrelerde işletmeler içinde harcanan çeliklerden dolayı zaman zaman bu dalgalanmalar meydana gelir. Çelik istihsal miktarı ekseriya iktisadi faaliyetin bir barometresi veya gelecekte ki iş hayatının durumu için bir öngörü aracı olarak kullanılır. Kapital mallarına yapılan yatırımların artması, ücretlerin, istihdamın ve hatta fiyatların yükseldiğini gösterir. Öte yandan sermaye malları yatırımında görülen azalmalar ise iş hayatında bir gerilemeyi işaret eder.

Çelik fabrikalarına satmak için *hurda demir* ve çelik toplama faaliyeti büyük bir iştir. Oksijen ve açık ocaklı (Open-hearth) çelik

(2) *Steel Facts*, (Şubat - Mart 1944).

(3) Toplam üretimin hemen hemen üçte birini, oluşturan ve uzun parçaların kesilmelerinden elde edilen döküntü demirlerle «yerli» toplanan hurda demir, hasarlı olarak bozuk bir şekilde istihsal olunan demir aksarı, parça, kırıntı demirler hammadde olarak tekrar çelik fabrikalarında kullanılır.

(4) *Steel Facts* ve *The Economic Almanac*, 1964.

fırınlarnın iyi çalışabilmeleri için çok miktarda hurda demire ihtiyaçları vardır. Demir cevherinin arz miktarında ve fiyatında olduğu gibi hurda demir için talep ve fiyat çelik fabrikalarından gelecek talebe göre değişir. Bu itibarla, hurda demir fiyatındaki yükseliş çelik istihsalinde de bir artışı gösterir ve bazen bu husus iktisadi faaliyetin çok hassas bir barometresi olarak da kullanılır.

Çeliğın Kullanılışı: Çeliğın kullanıldığı yerler pek çoktur. Bunlar; Otomobiller, gemiler, borular, civatalar, vidalar, teller, demiryolları rayları, ve traversleri, ağır sanayi makinalarından mutfak eşyalarına ve hatta «teneke» konserve kutularına kadar sıralanabilir.

Çelik Satışı: Çelik fabrikalarınca satılan çeliğın büyük bir kısmı yüzlerce şirketin satış hizmeti ifa eden satıcıları vasıtasıyla direkt olarak tüketiciye satılır, demiryolu ve denizyolu taşıma araçları ile de nakliyatı yapılır. Mamüllerin beşte birinden az bir kısmı ise çelik şirketlerinin yahut müstakil çalışan toptancıların (Çelik tüccarları, çelik imalatçılara yarı mamül madde satanlar, madeni eşya ve elektrik araçları satan tüccarlar vb.) işlettikleri depolara gönderilir. Umumiyetle, çelik fabrikaları standart ölçülerde istihsal ettikleri çelikleri piyasa fiyatı veya devletin tespit ettiği fiyatla satışa çıkarırlar. Fakat çelik, müşterilerin talep ettikleri nispetlerde, kimyasal analizler ve ölçülerde esas alınarak belli boyutlarda da istihsal olunur. Müşterilerin belirttikleri ölçülerde yapılan çelik fiyatının ise piyasa fiyatının üzerinde olacağı açıktır. Tamamlanmış çeliğın ortalama fiyatı 1961 senesi için 1 pound'u 6,98 cents (5) veya tonu 139,60 dolardı. Çelik alıcıları, çelik satan fabrikaların bulunduğu bölgede oldukları gibi bulunmayabilirlerde, bu itibarla malın teslim edileceği yerler değişik ve çok olacağından çelik fiyatı genellikle F. O. B. fiyat üzerinden tespit edilir.

1961 Yılında çelik alımları (x)	Nispet (%)
Otomobil endüstrisi	19,1
İnşaat ve müteahhit malı olarak	19,8
Madeni kaplar (Fıçılar, variller vb.)	10,0
Endüstride kullanılan ve elektrikle çalışan makinalara	8,7

(5) *The Economic Almanac*, (1962), p. 357.

Demiryolları	2,4
Tarımsal aygıtlar	1,6
Gemi yapımı	1,0
Mutfak takımları, çatal, kaşık, bıçak vb.	2,6
Diğer dahili ve ticari araçlar için	2,7
İhracat	2,6
Depolarda	18,7
Bilinmeyenler	10,8
...	<u>100,0</u>

(x) **Steel Facts** (Nisan 1962).

Çeliğin Depolanması :Çelik ihtiyacında olanlara derhal dağıtımını temin için ve özellikle mahalli çelik müşterilerine bu maddelerin kolaylıkla satışını sağlamak amacıyla memleketin çeşitli bölgelerine yayılmış bir vaziyette 1500 e yakın çelik deposu kurulmuştur. Bu çelik depolarının önemli bir kısmı, büyük şehirler veya endüstri bölgelerinde toplanmıştır. Örneğin; New York şehrinde 100 den fazla ve bunun bir yarısı kadar depo da New Jersey şehirlerindedir. Diğer taraftan, nüfus yoğunluğu fazla olmayan ve henüz sınaî kalkınmasını tamamlamamış Great Plains ve Rocky Mountain bölgelerinde olduğu gibi bir kaç tane çelik umumi mağazası mevcuttur.

Umumi çelik mağazaları, hem çelik fabrikaları ve hem de serbest olarak çalışan toptancılar (Endüstriyel mal dağıtımçıları) tarafından işletilir. Çelik toptancıları aynı zamanda çelikten imâl edilen bazı malzemelerin yapımı işiyle de uğraşırlar. Bunlar; inşaatlara elverişli hale gelebilmesi için çeliğin çubuk ve levha haline getirilmesi, çeşitli boyutlarda teller, borular, tüpler, levhaların hazırlanması, demiryolu rayları, levhaların galvanize edilmesi, paslanmayı önlemek için çelik kaplama işleridir. Umumiyetle bu gibi toptancıların, alıcıların ihtiyaçlarına göre çeliği keserek şekil verebilmek için ayrıca makinaları vardır. Bu tip çelik toptancılarının alüminyum fabrikalarının imâl ettikleri malzemelerin % 16 kadarıyla da iştigal ettikleri söylenebilir.

Madeni eşya, elektrik malzemeleri, petrol işlerinde çalışan imalâtçılara yarı mamûl maddeleri satan başka tip toptancılar, pek çok çelik mamûllerinin satışı ile de meşgul olurlar. Madeni eşya toptancıları, madeni çubukların, tellerin, muhafaza araçlarının,

madenlerin takviye edilmelerinde, galvazine etme işlemlerinde ve ayrıca kaplamacılıkta önemli bir yer tutarlar.

Umumi çelik mağazaları, küçük fabrikalar ve müteahhitler için devamlı ve çoğun tek kaynağı meydana getirirler. Örneğin; Los Angeles şehrinde pek çok küçük işletme bulunmasına karşılık bir kaç büyük fabrika vardır. Bu şehir çelik üretim merkezlerinden oldukça uzakta bulunduğundan 50 den fazla depoya sahiptir. Umumi mağazalardan çoğun, depo yeri gideri ile stokları ve istenilen uzunluk ve genişliklerde maddeleri işlemede gereksenen makinaları elde bulundurmada kullanılan paraya ilişkin faizi içine alan «Mülkiyetinde bulundurma giderinden» (6) artırım yapmak isteyen büyük alıcılar faydalanmaktadırlar. Çelik ve benzeri madeni malzemeleri satan toptancı tüccarların ortalama masraflarının % 13,6 sı satış masraflarını teşkil eder.

Parçalar Ve Yarı Monte Edilmiş Kısımlar

Özellikleri :

Nihaî mamulü teşkil eden, imalâtın tamamlanmasında kullanılan parçalar, tüketiciye diğer mamul parçalarını da kapsar bir halde ulaşır. Elektrik motorları, akümülatörler, piller, otomobil lastikleri ve radyo gibi bazı mamuller imalâtçıya göre nihaî mamul olduğu gibi bu mamulleri kullananların düşüncelerine göre de nihaî mamul kimliğini taşırlar. Bu tip parçaları imal edenler büyük ve geniş çapta reklam yaptıklarından ve aynı zamanda sık sık değiştirilmeleri veya tamir edilmeleri zorunlu olduğundan alıcıları bunları gayet iyi tanırlar. Dişliler, fren tertibatları, helezon yaylar, makina yatakları, döküm parçaları, kapı tokmakları ve menteşeleri gibi öteki parçalar ise her zaman aynı şekle sahip olmalarına rağmen bunları kullanacak olanların hafızalarında yerleşmemiştir. Zira bu tip mallar reklama ihtiyaç göstermeyen mamullerdir. Ni-

(6) *Business Week*, Haziran 21, 1962, p. 64. Adı geçen eserde, «*Streamlining the Middleman*» başlığı ile yayımlanan yazıda, Los Angeles'teki, çelik dağıtım işleriyle uğraşan Ducommun Şirketinin kullanmış olduğu yöntemler anlatılmaktadır. Bu şirket inşaat sahasında yapmış olduğu 70 milyon dolarlık satışta % 2,25 kâr sağlayarak *West Coast* bölgesinin en büyük çelik dağıtıcısı haline gelmiştir.

haî mamul imalâtçısı kendi imalâtında kullanacağı bu tip parçaları iyi tanıdığı ölçüde bu parçaları yapan işletmenin satış işleri oldukça kolaylaşır, ve satışıda artar. Bu konuda şöyle bir örnek verilebilir: Bir çamaşır yıkama makinasının herkes tarafından tanınan XYZ markalı motoru ihtiva ettiğini farzedelim. Bu çamaşır makinasının satışını yapan müessese makinanın hususiyetlerini tek tek sayarken XYZ motoruna da sahip olduğunu söyler. Daha evvel tanınan XYZ markalı motoru ihtiva ettiğini farzedelim. Bu çamaşır makinasını almakta daha fazla istekli davranacaktır. Bu nedenle çamaşır makinasının imalâtçısı da XYZ markalı motorları tercih edecektir.

Parçalar İçin Pazar

Parçaları monte ederek imalâta bulunan imalâtçılar her bir parçayı kendileri yapabilmek için şu veya bu nedenle nadiren bir bütünleşmeye giderler. Gerçekte, montajda kullanılan pek çok parça ayrı imalâtçılar tarafından yapılır. Bu husus, özellikle sınırlı bir sermaye ile kurulmuş küçük, yeni işletmelerde görülür. İşletmeler büyüdükçe imalâta kullanılan parçaların büyük bir kısmını kendileri yaparlar. Bununla beraber büyük bir işletme dahi kullanacağı bütün parçaların pek azını kendisi imal eder. Bazı parçaların imalâtı özel bir malumata ve bu sahada uzmanlaşmış işletmelere ihtiyaç gösterir. Bir parça imalâtçısı tek parça imal ettiğinden bütün faaliyetlerini bu parçaya teksif eder, neticede uzmanlaşır. Bunun sonucu olarak da pek çok parçaları biraraya getirerek montaj ameliyesiyle makina yapan daha süratli olarak mamullerinin kalitesini yükseltir. Örneğin; bir binek otomobili yaklaşık olarak 5000 parçanın birleştirilmesiyle yapılır. Otomobillere ve kamyonlara parça yapan takriben 2000 fabrikanın bulunmasına mukabil, montajı tamamlanmış, hizmete hazır otomobil ve kamyonları pazarlayan 25 kadar müessese vardır. Parça yapan pek çok işletme küçük cesamette ve yalnız bir kaç adam istihdam eden kuruluşlar olmalarına karşılık diğerleri oldukça büyük cesamette ve binlerce işgöreni çalıştıran işletmelerdir.

Otomobil ve kamyon montajçıları (Assemblers), monte ettikleri araçları alıp satan perakendeci veya toptancı 60,000 kadar tacire satarlar. Keza, bu montajçılar kendi hesaplarına çalışan tamir atelyelerine yedek parça temin eden toptancı ve komisyonculara

da parça satışında bulunurlar. Parça imalâtçıları, bu parçaları kullanarak nihaî mamulu yapan imalâtçılara satışta buldukları gibi aynı parçaların piyasasını genişletmek amacıyla perakendecilere, komisyonculara ve tamircilere de satış yaparlar (7).

S a t ı Ő Y ö n t e m i

Standarlaştırılmış ufak parçaların satışı, imalâtçılara yarı mamul madde satan araçlar vasıtasıyla yapılmakla beraber, bu tip parçalar umumiyetle imalâtçıları tarafından direkt olarak bu parçaları kullanan öteki işletmelere satılır. Direkt satışın söz konusu olduğuhallerde, taraflar arasında yapılan mukavele hükümlerine göre, önceden tespit edilen teslim tarihlerinde satışlar yapılır. Parça satın alan imalâtçılar, evvelce hazırlanmış istihsal programına göre işletmede ki parça akışını da gözönünde bulundurarak, üretim işlemini normal bir şekilde yürütmek kaydıyla parça stoklarını asgari seviyede tutmak isterler. Şöhretli parça imalâtçılarının öteki imalâtçılara teslim mukavelelerine bağlı olarak her zaman parça temin etmeleri hususu bu işletmelere satışlarında bir üstünlük kazandırır. İmal ettikleri parçaları bir kaç alıcıya satan imalâtçılar için en önemli satış faaliyeti olarak, satışlarını devam ettirmek ve mukavelelerin yenileme tarihlerini tespit etmektir. Diğer bazı parça imalâtçıları çeşitli mamul sattıklarından veya farklı pazarlarda satışta bulduklarından, satış işleriyle uğraşan satıcılar kullanırlar. Satış gücü ise, alıcıların, imalâtçıların ve bu imalâtçılara yarı mamul satan araçların ve tamircilerin tiplerine veya üretim türüne göre değişir.

Zaman zaman parça imalâtçısı malını, alıcının ihtiyaçlarına uydurmaya, yeni kullanışı olan bir mal hazırlamaya yahut onların bazı üretim ya da işletme güçlüklerini çözümlemeye yardımcı araştırma yaparlar. Kaide olarak, nihaî tüketiciye göre konulmuş onarım hizmeti, tamamlanmış malın imalâtçısı, acentaları veya dağıtıcıları tarafından görülür. Bununla beraber parça imalâtçısı, tamamlanmış malın satıcılarına, hizmet konusunda, öğretime ve yardım etmek için çalışacak bir hizmet gücünü elinde bulundurabilir.

(7) Yapılan bir araştırma, maden işletmelerine olan makina ve başlıca büyük aygıt satışlarının % 37 sinin tamir için yedek parçadan ibaret olduğunu göstermiştir. (Donald R. Cowan for National Coal Association, 1948).

Ara sıra parça imalâtçısı, mallarının hizmet için gönderilmeleri ve kullanılmalarında kendi bölgesel tamir atelyelerini devam ettirirler.

Parçaların yapılarda veya başlıca büyük aygıtlarda kullanılması halinde satıcı, mimar ve mühendislerle münasebetini, kendi mallarını tavsiye etmeleri, ayrıca kesinlikle belirtmeleri için devam ettirebilir.

Parçaların Satışındaki Güçlükler

Parça imalâtçılarının, ister vida imal etsinler, isterse dizel motorları yapsınlar müşterek bazı problemleri vardır. Herşeyden önce, kalite ve fiyat bakımından alıcılarını tatmin etmek zorundadırlar. Patent hakları korunmadıkça, satışta buldukları alıcıları veya öteki makina imalâtçıları da kendi ihtiyaçları olan parçaları kendileri imal etmeğe karar verdikleri hallerde, kazançlarını her zaman kaybetme tehlikesi ile karşılaşırılar. Parça imalâtçıları, tamamlanmış haldeki makina alıcıları tarafından bilinmediklerinden tüketici talebini veya arzusunu harekete getirmeleri zordur.

Bu nedenle, parça imalâtçıları makina yapanların her türlü parça ihtiyaçlarını tedarik etmek, diğer bazı parçaları da imal edebilmek amacıyla büyük bir fabrika ve geniş bir örgüt kurabilirler. Böylece, bir değişiklik yapmak ihtiyacını duyan imalâtçı (sayılarının çok az olması muhtemel) bir kaç alıcı bularak, yeni bir parça imaline dönerek veya diğer imalâtçılardan da parçalar satın alarak, kendisi montajını da yapıp, kendi eski müşterileri ile rekabete giriserek tamamlanmış makina satışında bulunur.

Parça imalâtçısının piyasada tutunabilmesi, nihai makinayı yapanların başarılarına bağlıdır. Bir firma mükemmel motor imal edebilir, fakat nihaî mamulu yapan, kötü bir şekilde hazırlanmış makina yapar ve bunun yüksek bir maliyeti de varsa veya kötü bozuk bir satış örgütüne sahipse, parça imalâtçısı bu sebeple sonunda pazarını kaybeder.

Bütün sakıncalarına rağmen, okuyucu, neden hiç bir fabrikanın başkalarınınca kullanılan diğer parçalarında yapımı ile uğraşmadığını sorabilir. Bu tip imalâtçılara, endüstri düzeninde ihtiyaç olduğu açıktır. Bazı işletmeler, çeşitli parça imal edip bunları montaj usulüyle bir araya getirerek, tamamlanmış teçhizat yapımında

bulunma yerine mahdud sayıda parça imal ettiklerinden parça imalâtında oldukça uzmanlaşmışlardır. Bazı kimseler üretimi alanında, satıştan daha çok yeterlidir (Qualified). Genellikle sadece küçük bir satış örgütüne ihtiyaç duyar ve bazen hemen hemen satış örgütü de bulunmayabilir. Uzmanlaşma ile makina montajçısından daha düşük maliyetle çalışabilir, aynı zamanda üstün vasıflı mal yaparak kazancını artırabilir.

Pazarın Muhafaza Edilmesi: Bir parça imalâtçısının, parçaları için evvelce edinmiş olduğu pazarı korumak için yapabileceği pek çok şeyleri vardır. Kaliteli parça imal edebilir, devamlı olarak mamulun kalitesini yükseltebilir. Çeşitli tipte parça imalâtında bulunarak farklı endüstrilerde kullanılan mamullere sahip olabilir ve dolayısıyla müşterilerinin sayısında artar. İmal ettiği parçalara yeni mamuller ilavesinde bulunabilir. Yeni ve geliştirilmiş mamuller hakkındaki araştırmalar da önemlidir. Geliştirilerek kıymeti arttırılan mamuller sayesinde, birleşerek üretimde bulunan işletmelere nazaran, daha iyi mamul yapımında bulunabilir.

Bir işletme, otomobil motorları için döküm kalıpları imaline başlayabilir. Bu suretle bir motor meydana getirebilir. Otomobil şirketlerinin kullandıkları motorları kendileri imal etmeğe başlamaları halinde, bu şirket imalâtını değiştirerek kamyon motorları yapımına çevirecektir. O vakit, kamyon ve otobüsler için dizel motorlarının yapımını imalâtına ekleyebilir. Eğer, kamyon yapımcıları kendi motorlarını kendileri yaparlarsa, şirket bu defa imalâtını uçak motoru yapacak şekilde değiştirebilir. Traktörler, yol makineleri ve gemiler için de makina imalâtını geliştirebilir. Daha sonra, küçük işletmelerin aydınlatılmasında ve diğer kırtasiye işlerinde kullanılmak üzere makinelerin satışında da bulunabilir. Bu şekilde satışlarının devamını da sağlayabilir. Zor adım, otomobilleri, kamyonları, otobüsleri, uçakları, traktörleri veya yapı endüstrisinde kullanılan motor ve makinelerin montajını da yaparak satışta bulunma yolunda olacaktır.

Parçaların Niteliklerinin Saptanması: Piyasada kendilerini tanınamak ve sağlam bir hakimiyet kurabilmek için parça imalâtçıları, nihaî mamullerini alan müşterilerine tanınamak amacıyla çaba gösterirler. Bu, nihaî mamulde de eski durumunu muhafaza eden parçaların imalâtçıları için daha kolaydır.

Müşteriler, otomobillerinde bulunan, lâstik, akümülatör, buji ve bunlara benzer diğer parçaları yapan imalâtçıları kolaylıkla tanıyabilir. Tanınmış bir imalâtçının imal ettiği kuvvetli bir motorla teçhiz edilmiş dikiş makinası, buzdolabı veya vantilâtör, nihaî tüketiciye göre daha önemli olabilir. Bunlar gibi parçaları yapan imalâtçılar, kendi parçaları ile donatılmış mamullere ihtiyacında olan alıcıların her zaman bulunmasını arzu ederler, fakat pek çoğunun bu amaca ulaşmaları biraz şüphelidir. Donatım ve döşemler alanında nihaî mamul yapanlar, satıcıya bahsedilecek iyi vasıfları olan mamullerini verme, eğer tanınmış bir motor takıldığı kendisine söylendiğinde mamulün kalitesi ile etkilenecek alıcının durumuna göre başarı sağlamışlardır.

Nitelikleri bakımından kolayca ayırdedilemeyen parça imalâtçılarının daha zor problemleri vardır. Bilinmelerine rağmen, makina yatakları, dişliler, makina tertibatları, ısı tutucu aygıtlar (Termostat), yağlar, döküm parçaları, kazanlar, kapı tokmakları ve benzeri parçaları, tüketiciler kolayca tanımazlar.

Y e d e k P a z a r : Bazı parçaların endüstriyel ve yedek olmak üzere iki pazarları vardır. Reklâmcılık, bu parçaların, her iki pazarda da satışlarına yardım edebilir. Yedek pazar yaklaşımına ilişkin problemler ve metotlar, komisyonculara ve tamir atelyelerine ulaşmadan doğmaktadır. Yedek pazarın en önemli üstünlüğü onun daha uzun süreli kararlı olmasıdır. Yeni makinaların satılması halinde yedek parçalarında dikkate değer miktarlarda satışları olabilir. Bu suretle, söz konusu pazar, endüstriyel pazardaki parçaların satışlarında meydana gelen dalgalanmalarda tamamlayıcı rol oynayarak her iki pazar türünü de açacak parçaların imalâtçılarına ek bir özendirme (teşvik) sağlar.

Fiyat Tesbiti Sorunları

Genellikle, parça imalâtçıları diğer imalâtçılara fiyat esasından satışta bulunurlar. Satın alanlar, ihtiyaçları olan maddelerin niteliklerini belirtirler ve en ucuz fiyat teklifinde bulunan imalâtçıdan satın alırlar. Bir veya sınırlı sayıda dar müşteri topluluğunun olduğu ortaya çıktığında, parça imalâtçısı, mamul, patentlerle korunmayıp veya kesin olarak üstün kalite de bulunmadıkça fiyat ayrıcalıkları nedeniyle talebe direnmede elverişsiz bir durumdadır. Yalnız, büyük müşterinin kaybı, onun için hayati bir önem taşır.

Halbuki, alıcı çoğun başka bir kaynak bulabilir. Bununla beraber, müşterinin çıkarı, bir çok sağlam satış kaynaklarının bulunmasındadır. Müşterilerin noktai nazarlarına göre tek kaynağın insafına kalmayı istememeleri hususu vardır. Bu nedenle, çeşitli arz kaynaklarını elde bulundurma konusunda alıcıların istikbal vadeden yeni kurulmuş yada küçük işletmelere kalkınmaları ve yaşamaları için borç para verdikleri bilinmektedir.