



KOSGEB
GİRİŞİMCİLİĞİ GELİŞTİRME ENSTİTÜSÜ



BİR İŞ FİKRİ
BULMAK VE
TEST ETMEK

ANKARA
2000

Bu yayın
LEDU
GİRİŞİMCİLİK
Yayın Dizisi
kapsamında
üretilmiştir.

Bu dizi, kişiye
iş yönetimi konusunda
kendi yeteneklerini değerlendirmede
yardımcı olmak ve cesaretlendirmek
için tasarlanmıştır.
Bu yayın ayrıca
iş fikrinin geçerliliğinin
sınanmasına da yardımcı olmaktadır

Basım Tarihi : Ağustos 2000 1. Baskı
Baskı Adedi : 1000

ISBN 975-7608-82-3



Bu yayın dizisinde yer alan kitapçıkların Türkçe'ye çevrilerek Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü yayını olarak basılması iznini veren LEDU'ya (Local Enterprise Development Unit - Kuzey İrlanda) teşekkürü borç biliriz.

KOSGEB-GİRİŞİMCİLİĞİ GELİŞTİRME ENSTİTÜSÜ

**BİR İŞ FİKRİ
BULMAK**

Bu kitapçık, kendinize uygun olabilecek bir iř fikri bulmanıza yardımcı olmak üzere tasarlanmıştır. Elbette, kitabı kullanarak bir iř fikrine ulaşacağınıza dair hiç bir garanti yoktur. Ancak iř fikri arama metotlarını elbette öğrenmelisiniz.

İř fikri bulabilmeniz birkaç yolu mevcuttur:

- Kendiniz yeni bir fikir geliştirebilirsiniz
- Başkasının fikrini kopya edebilirsiniz veya değiştirerek kullanabilirsiniz
- Başka birisinden bir iř fikri satın alabilirsiniz

Bu kitap esas olarak kendinizin bir iř fikri geliştirmeniz yolları üzerinde duracaktır:

Dünyaya kuş bakışı ile bakmak

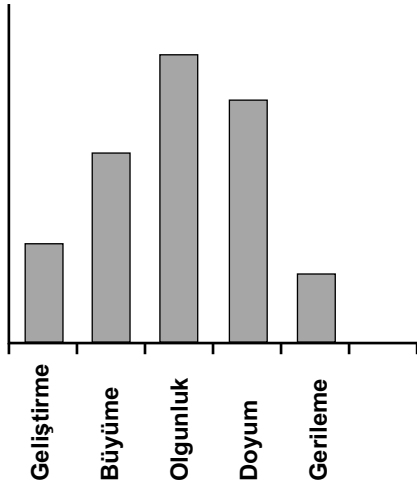
Araştırmanızı başlatmadan önce, bazı temel noktalar olduğunu bilmelisiniz.

Herkes iş fikri araştırabilir ve bulabilir de. İş ve eğitim geçmişiniz geliştirebileceğiniz fikirleri sınırlamaz. Örnekler:

- * Bisiklet tekerleği bir veteriner tarafından icat edildi
- * Frisbee bir fırıncı tarafından icat edildi
- * Mısır gevreği bir çiftçi tarafından geliştirildi.

Aynen insanlar gibi, her fikrin bir "ömür dönemi (life cycle)" vardır buna ürünün ömür dönemi denir ve aşağıda gösterilmiştir.

Ürün Ömür Dönemi



Yukarıdaki şekle bir bakınız. Gördüğünüz gibi bir ürün; geliştirme ile başlayan satışların arttığı büyüme aşaması, sonra satışları arttırmanın artık pek mümkün olmadığı olgunluk / doyum aşaması ve nihayet satışların düşmeye başladığı gerileme aşamasından ibaret bir seri aşamadan geçer. Bir 10-lobut bowling salonunu, bu şekildeki hangi aşamaya yerleştirirsiniz? Büyüme? Doygunluk? Gerileme?

Faks makinelerini hangi aşamaya yerleştirirsiniz? Buradaki ince nokta, geliştirme veya büyüme aşamasında olan bir ürün bulmaktır. Örneğin, video telefonlarını hangi aşamaya yerleştirirsiniz?

Fikirleri öldürmek, fikir geliştirmekten çok daha kolaydır. Fikir bulmada başarılı olabilmek için, her şeye bakmaya hazır olmalısınız. Unutmayınız, eğer birisi size yirmi yıl önce duvardaki bir delikten para çekebileceğinizi söylese idi, veya beş yıl önce size telefona konuştuğunuz dilin otomatik olarak aradığınız ülkenin diline tercüme edileceğini söylese idi, siz ne derdiniz bunlara karşılık? O halde, hayal gücünüzü tamamen serbest bırakınız- bırakınız yüzlerce fikir yüze çıksın; sonradan muhtemel şampiyonları ve muhtemel umutsuzları ayırmak için bol bol vaktiniz olacaktır.

Bu kitapçık size bir iş fikri bulmada yardımcı olmak bakımından belki de bir ilk adımdır. Kitabın arkasında yararlanabileceğiniz bir çok başka yardım ve destekle ilgili detayları bulabilirsiniz.

Beyin Fırtınası Yeni fikir üretmede yaygın olarak kullanılan bir metottur, Beyin Fırtınası denen metottur.

Başarılı bir Beyin Fırtınası uygulaması için, öncelikle bir grup insanı bir araya getirmeniz gerekiyor - bu insanlar aile fertleri, meslektaş, veya dostlar olabilir. Bir grupla en iyi sonuç, dört ila sekiz kişi ile alınmaktadır.

Kurallar basittir:

- Yeni fikirler bulmak istediğiniz bir konu seçiniz; örneğin, "genç insanlar için eğlence faaliyetleri" diye bir konu seçebilirsiniz
- Beyin Fırtınası seansı için bir zaman sınırı tayin ediniz -yaklaşık 15 dakika genellikle yeterli olmaktadır
- Seans sırasında üretilecek tüm fikirleri not edecek birisini belirleyiniz
- Başlamak için, herkese, basitçe, düşünebildikleri her ve herhangi fikri önermelerini rica ediniz
- Beyin Fırtınası sırasında, ne kadar çılgın ya da acayip görünürse görünsün, her fikir geçerlidir
- Hiçbir fikre karşı olumsuz tepki vermemeye çalışınız; unutmayınız ki bir insanı bu seansa katkıda bulunmaktan vazgeçirmek çok kolaydır - sadece bir bakış, bir gülümseme veya tek bir kelime insanın hevesini kaçırabilir
- Son bahsedilen fikirden yeni fikirler kıvılcımlandırmaya çalışınız - örneğin, birisi bilmece-buldurmaca önerdi ise, siz de "ve bunu maskeli balo gibi yaparız" diye ilave edebilirsiniz.
- Fikirleri birbirleri ile ilişkilendirmeye çalışınız; geri dönüp seans sırasında daha önce geliştirilen fikirlere bakınız ve bunların başka fikirlerle birleştirilerek daha başka fikirler üretilip üretilmeyeceğini sınavınız.

- Nihayet, unutmayınız ki bu aşamada önemli olan miktardır - sadece elinizden geldiğince çok sayıda yeni fikrin ortaya çıkmasına çalışınız. Her hangi bir noktada saplanıp kalırsanız, "niçin şöyle yapmıyoruz ", veya "şöyle yaparsak daha iyi olmaz mı " şeklinde başlayan sorular sormayı deneyiniz.

Beyin Fırtınası yapmayı öğrenmenin tek yolu vardır ve bu yol ise sadece Beyin Fırtınası yapıvermektir. İşte, başlamak için kullanabileceğiniz iki örnek:

(A)

Aşağıdaki nesnelerden birini seçiniz:

- Ataç (tel)
- Tayt (pantolon)
- Kompakt disk
- Fıçı

Seçtiğiniz nesne için üç dakika içerisinde olabildiğince çok sayıda değişik kullanım şekli bulmaya çalışınız. En azından 20 fikir üretebilmelisiniz.

(B)

Bir konut sitesinde orta büyüklükte bir süper market sahibi olduğunuzu varsayınız. Beş dakika içerisinde, bu mağazaya yeni müşteriler çekme yolları hakkında olabildiğince değişik fikir üretmeye çalışınız.

Matris veya Tablo Bu yöntem aslında Beyin Fırtınası seansının bir değişik türüdür. Aşağıda üretilen örnekte, bir bastonun kullanılabileceği yerlerden bazılarını gösteren bir liste vardır.

Kullanımı Listenin üst tarafındaki sıraya, ürüne entegre edilebilecek değişik kullanım örnekleri yazılmıştır. Bu matrisi kullanarak, bir dizi değişik baston türü hakkında fikir geliştirebilirsiniz.

Örneğin:

- At satın alıcıları için tasarlanmış, üzerinde atın yüksekliğini ölçmede kullanılabilecek bir metre olan bir baston.
- Kros yürüyüşçüleri için, tepesine bir pusula yerleştirilmiş bir baston.
- Yaşlı insanlar için yapılmış, sahibinin aniden düşmesi ya da saldırıya uğraması halinde yardım çağırmak üzere devreye girecek bir alarm sistemi ile donatılmış baston.

Matris

Ürün →						
	ALKOL DÜZEYİ	METRE	ALARM	TELES-KOP	MATARA	PUSULA
İŞ YERİ						
DAĞLAR						
ORMAN						
ALI-VERİŞ						
SPOR İZLERKEN						
TATİL						
FUAR						
AT PANAYIRI						

Bu matrisi kullanarak, aşağıya başka örnekler yazınız:

Bu yaklaşım bir çok başka ürün için kullanılabilir.

Bu boş formu herhangi bir ürün için kullanabilirsiniz. Pratik yapmak isterseniz, şu ürünlerden birini seçebilirsiniz:

- Tornavida
- Şemsiye
- Fener
- Uyku tulumu

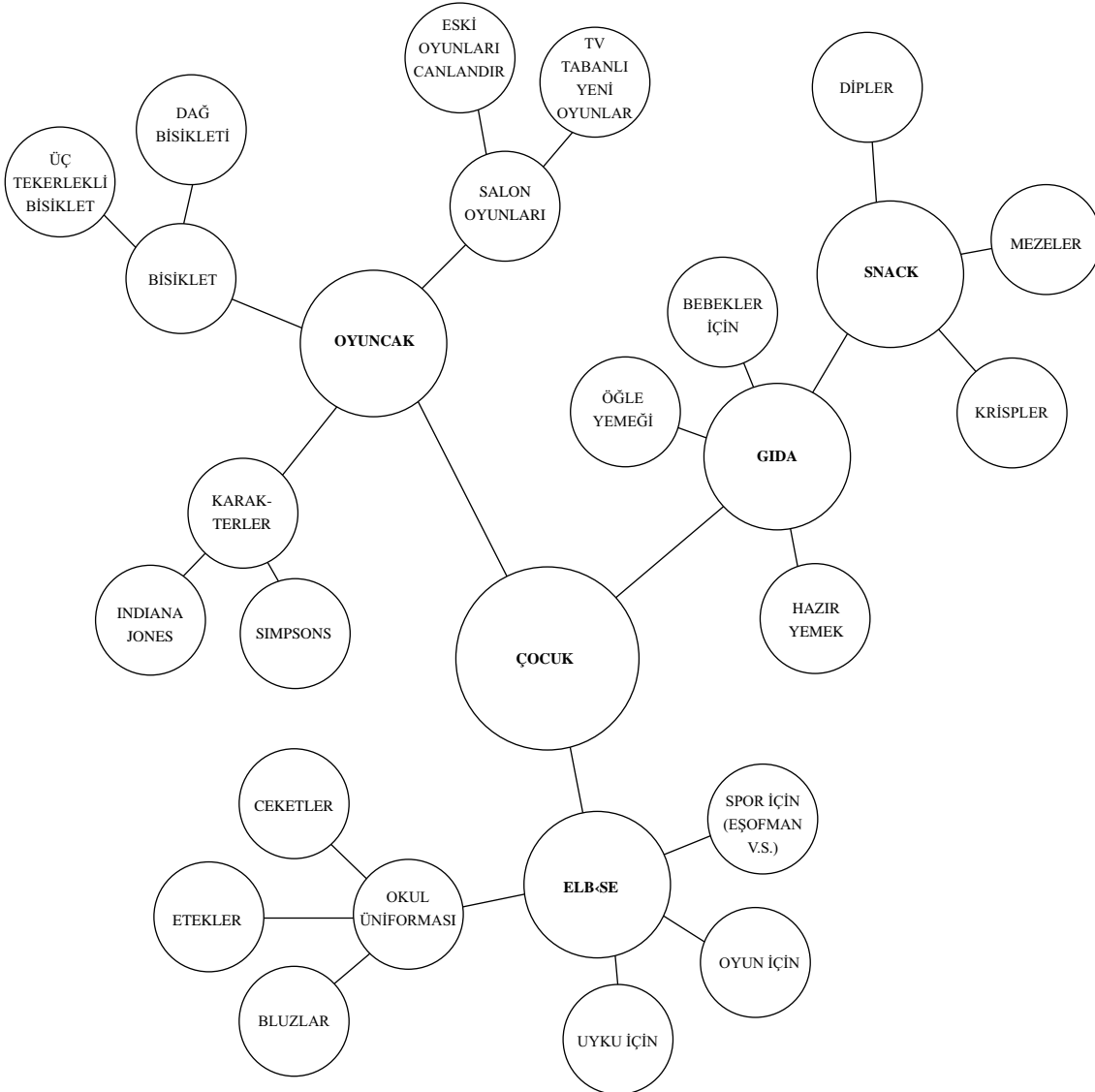
Matris

[illegible]

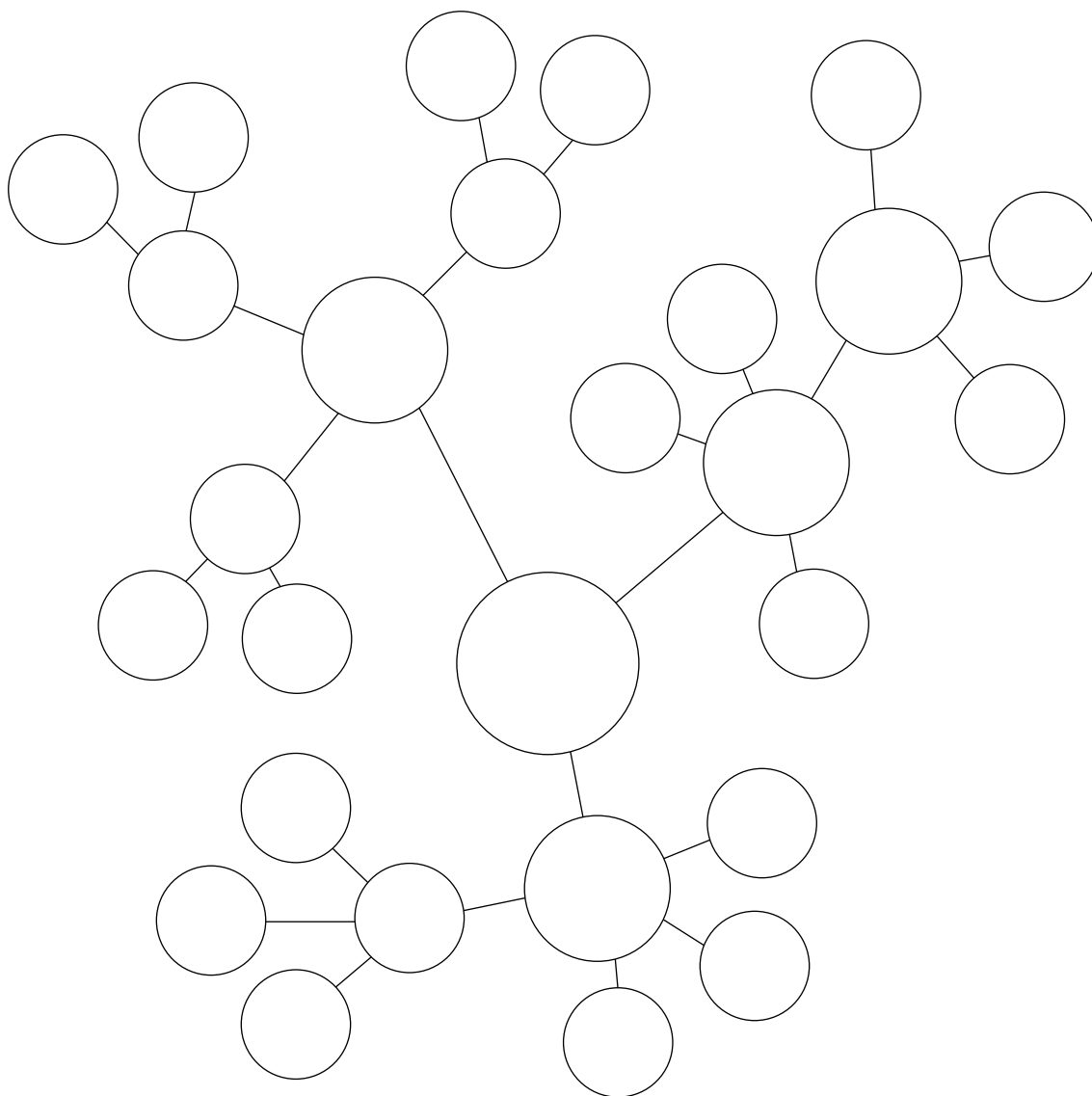
Fikirler Haritası Beyin Fırtınasının daha da değişik bir türü Fikirler Haritasıdır. Tamamlanmış bir Fikirler Haritası aşağıda verilmiştir. Bir Fikirler Haritası üretmek için önce büyük bir kutu (veya daire) içine bir konu yazılır. Bu konu ile ilgili bir fikir aklınıza gelince, bunu o büyük kutuya bağlantılı başka bir kutu içine yazarsınız. Bağlantılı kutuların her serisi olabildiğince araştırılarak uzatılır. «stedığınız kadar bağlantılı kutu ile süreci başlatabilirsiniz.

Takip eden sayfada ayrıca boş bir Fikirler Haritası çalışma formu verilmiştir; bu formu kullanarak tekniği kendiniz deneyebilirsiniz. Başlamak için sizin aklınıza bir konu gelmiyorsa, işte kullanmak isteyebileceğiniz örnekler:

- Hayvanlar
- Bisiklet sporu
- Karavan
- Dikiş dikmek
- Yemek



Fikirler Haritasý



- Sorun** Bir çok ürün ve hizmet, belli sorunlara yanıt olarak geliştirilmişlerdir.
- Çözümü** şu örnekleri düşününüz:
- Yaklaşımı**
- Leke çözücü
 - Tüp cila (ayakkabı için)
 - Süper market el arabaları
 - Hırsızlık alarmı

Bunların her biri belli bir sorunla baş edebilmek için tasarlanmışlardır. Kendiniz veya aileniz veya dostlarınız hakkında düşünmeye biraz zaman ayırınız. Ne tür sorunlardan bahsettiklerini duyarsınız? Çok rastlanan sorunları, bir sonraki sayfadaki çalışma formunun sol tarafındaki sütunda liste halinde yazınız. Aynı formda sağ taraftaki sütunda da çözümlerinizi yazınız. Sizi işe başlatmak için ilk sorunu biz zaten oraya yazmış bulunuyoruz.

Bazı çözümler çok açık olmakla birlikte, bazı durumlarda bu böyle olmayabilir. Bir sorunla karşı karşıya olduğumuz zaman, sorunu çözmek için takip ettiğimiz bir aşamalar dizisi vardır:

9

Olguları / gerçekleri belirleyiniz:	Mümkün olan en iyi şekilde sorunun tam olarak ne olduğunu öğreniniz.
Sorunun nedenini öğreniniz:	Birkaç nedenden herhangi biri veya bunların herhangi bir kombinasyonu olabilir.
Çözümler hakkında düşününüz:	Buna başkaları ile tartışma ve deneyler / denemeler dahildir.
Mümkün olan çözümleri bir elemenden geçiriniz:	Mümkün olan çözümlerin olabilirliğini sınavınız.
En iyi çözümü seçiniz:	Bir tercih yapınız, karar veriniz.
Seçtiğiniz çözümü uygulayınız:	Deneyiniz, çalışıp çalışmadığını görünüz.
Başarı veya başarısızlığı değerlendiriniz:	Sorun çözülmü müdür?

A. Araba hırsızlığı

15 saniye sonra motorun otomatik olarak durması. Sökülebilir direksiyon. Takip cihazı.

B.

C.

D.

E.

F.

G.

İhtiyaçları Karşılama İnsanların ihtiyaçlarını veya isteklerini karşılamak, sorun çözümüne çok benzer. Binlerce ihtiyacımız ve isteğimiz vardır.

Öncelikle insanların temel ihtiyaçlarını düşününüz:

Yiyecek ve içecek
Giyim
Barınma
Ulaştırma
Eğlence
Bilgi
Arkadaşlık

Bunların her biri çok büyük ve geniş alanlardır. Aşağıdaki örnekte görüldüğü gibi, bu alanlardan biri ele alınarak daha net tanımlanmış ihtiyaçlar belirlenebilir.

EĞLENCE

11

SPOR	MÜZİK	OKUMA	SİNEMA	DIŞARIDA YEMEK
10 lobut bowling				Fast food
Bilardo				Restoran
Aerobik				Kafe
Yüzme				Bar
Basketbol				Otel
Golf				Kumpir
Tenis				Pizza
Go-kart				Köfteci
Mini golf				Sandviç
Mini futbol				Pasta
Turizm paketleri				Hint restoranı
Voleybol				Çin restoranı
Judo				

Bu çalışma formunu ihtiyaç ve istekleri karşılayan fikirler bulmak için yardımcı olarak kullanınız. En üstteki kutuya istediğiniz herhangi bir genişçe tanımlanmış ihtiyaç alanı yazınız. Bir alttaki kutularda bu ihtiyacı biraz daha derinlemesine analiz ediniz. Nihayet bu konulardan bir veya bir kaçını seçip bununla ilgili fikirler hakkında düşününüz.

--

--	--	--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

--	--	--	--

Yatay Düşünmek Bu teknik, sizi meselelere değişik bir açıdan bakmak konusunda teşvik eder. Aşağıdaki örnekler bununla ne demek istendiğini açıklayacaktır.

- Otuz yıl önce benzin istasyonlarında yakıt ve yağdan başka pek bir şey satılmazdı. Bugün benzin istasyonlarında kömürden sandviçe her şey satılmakta. Değişikliği getiren ne oldu? Eski günlerde istasyon sahipleri otomobilin ihtiyaçlarına hizmet etmekte idi. Bugün ise benzin istasyonu otomobil sürücüsünün ihtiyaçlarına hizmet etmekte.

- İlan tahtaları her türlü mal ve hizmet reklamı için yaygın şekilde kullanılmıştır. Yatay - ya da, yanlamasına - düşünmek yolu ile ilan tahtaları üzerine kurulu yeni ürünler geliştirildi. İlan tahtalarının bir özelliği, bunların sabit nesneler olmasıdır. Şimdi ise mobil ilan tahtaları görmekteyiz - bunlar şehir içinde dolaştırılan küçük kamyonlar üzerine monte edilmektedir. İlan tahtalarının başka bir özelliği ise, bunların herhangi bir anda sadece tek bir mesaj taşıyabilmeleri idi. Şimdi ise döner hareketli ilan tahtaları kullanılarak aynı mekanda iki ya da üç değişik mesaj taşınabilmektedir.

İşte size bu şekilde düşünmek konusundaki yeteneklerinizi ölçmenize yardımcı olacak bir vaka etüdü. Benli Teyze Pirinçleri üreticisi pirinç satışlarını yükseltmeye karar verdi. Yatay düşünceyi kullanarak bunu nasıl başardılar?

13

Yanıtınızı aşağıda yazınız:

Doğru yanıtı bu kitapçığın sonunda bulabilirsiniz.

Yatay düşünce yardımı ile bulunan diğer bazı ürün örnekleri şunlardır:

Ceketli cips (kabuklu patates cips):

- Yıllar boyu cips üreticileri patatesin kabuğunu soymakta idiler, ta ki bir gün birisi "neden kabuğu yerinde bırakmıyoruz?" diye sorana kadar. Böylece bugün ceketli cipsimiz var.

Louvre blinds (dikey jaluzi):

- Venedik usulü yatay jaluzi yıllar boyu gelenek gibi kaldı; Louvre usulü jaluzi aynı metodun dikey uygulaması olarak ortaya çıktı.

Köşeli Plastik Şişeler:

- Yine bir gün birisi, "niçin kare şeklinde şişelerimiz yok?" diyene kadar, şişeler neredeyse değişmez olarak yuvarlak olageldi. Bugün kare şeklindeki şişeler sayesinde aynı raf hacminde daha fazla sayıda şişe depolanabilmektedir.

Siz de yatay düşünce sonucu ortaya çıkan başka ürün örnekleri düşünebiliyor musunuz? Bunları aşağıya yazabilirsiniz:

ESKİ ÜRÜN

YENİ ÜRÜN

Yatay Düşünmek Sadece genel olarak insanların ihtiyaç ve istekleri hakkında düşünmek yerine, belli insan grupları hakkında düşünmek çok yararlı olabilir. Örneğin, insanlar yaş itibarı ile gruplanabilirler:

Yeni doğanlar
Körpeler
Emekleyen çocuklar
İlkokul çocukları
Yeni yetmeler
Gençler
Yetişkinler
Erken emekliler
Emekli veya yaşlılar

14

Bu gruplardan her biri de kendi içinde ayrıca gruplanabilir, örneğin, erkek ve kadın olarak.

Yukarıdaki listede herhangi bir grubu seçiniz ve onların muhtemel ihtiyaç, istek ve sorunlarının bazılarını belirlemeye çalışınız. Sonra, belkide bu kitapçıkta görmüş olduğunuz bazı teknikleri kullanarak, bu gereksinimlere yanıt verecek fikirler önermeye çalışınız.

Aşağıda size böyle bir yönde başlangıç yapmanıza yardımcı olabilecek bir örnek verilmiştir.

GRUP	İHTİYAÇ / İSTEK / SORUNLAR	FİKİRLER
Erkek yeni yetmeler	Müzik dinlemek	CD ve kasetleri depolamak için bir sistem
	Hız	Go-kart
	Modayı takip	Ordu fazlası eşya dükkanı

Bir sonraki sayfada kendi fikirlerinizi geliştirmenize yardımcı olabilecek bir çalışma formu verilmiştir.

A

B

C

D

Elbette, daha keskin bir şekilde bir konuya odaklanmanız için başka yollar da vardır. İnsanlar, örneğin, eğlence tercihleri bakımından da gruplandırılabilirler:

- Spor
- Televizyon
- Okuma
- Dinlenme
- Hobiler

Yukarıdaki her grup kendi içinde daha da derinlemesine alt-gruplara ayrıştırılabilirler. Örneğin, hobiler grubu içerisinde şu alt-gruplar olabilir:

- Fotoğrafçılık
- Pul koleksiyonculuğu
- Resim yapmak
- Satranç
- Antika koleksiyonculuğu
- Seyahat

Alt-gruplara ayırtırmak için kendiniz başka ne yollar düşünebilirsiniz? Unutmayınız ki, ne kadar net bir şekilde odaklanırsanız, iyi tanımlanmış bir iş fikri bulmanız da o kadar kolay olur. Örneğin, hali vakti yerinde ve antika meraklısı emekliler üzerine odaklanırsanız, bu insanların ihtiyaç / istek / arzularını tatmin için ne gibi iş fikirleri geliştirdiniz? Şu fikirlere ne dersiniz:

- Sadece abonelere dağıtılan, okuyuculara satış ve açık arttırmaları önceden haber veren ve kimin ne satın aldığı hakkında "içerden" bilgi veren bir bülten yayınlamak;
- Mobilya restorasyonu kursları;
- Güvenlik nedeni ile sigorta için antika eşyaları fotoğraflamak

Becerilerinizi Kullanmak

Bir çok insan içgüdüsel bir şekilde sahip oldukları iş becerilerine dayalı bir iş kurmayı düşünürler. Bunlar kaynakçılık, aşçılık, mühendislik veya kelime işlem hizmetleri olabilir.

Çoğu zaman, işinizde edindiğiniz becerilere dayalı bir iş kurmak mümkündür; ancak dikkatli olunuz - baka bir çok insanda da aynı becerilerin olması ve dolayısı ile karşınızda çok güçlü bir rekabet olması muhtemeldir. Buna karşı önlem almanın bir yolu, kendi işinize kendine has bir özellik vermektir. Örneğin beceriniz aşçılıksa, ihtisas gerektiren ve sizin yapabileceğiniz özel bir ürün arayınız; örneğin, daha geleneksel olan tepsi börekleri ve elmalı turtadan ziyade, çiftlik peyniri veya özel bir elma turşusu gibi ürünler arayınız. Eğer, öte yandan, becerileriniz mühendislik alanında ise, o zaman özürülülerin bazı ihtiyaçlarına yanıt verebilecek bir ürün geliştirmeyi / üretmeyi düşününüz; örneğin onların hareket edebilmesine katkısı olacak bir ürün olabilir bu - Türkiye'de insanların onda birinden fazlasında o veya bu türlü bir fiziksel özür bulunmaktadır.

Hepimiz, iş dışındaki faaliyetlerimizle de bazı yararlı beceriler kazandığımızı unutmaya meyilliyizdir - örneğin hobilerimizden bazı beceriler kazanırız, fotoğrafçılık ve ağaç ileri gibi, ve bunun yanında, bağ toplamak, toplantı, balo vb. düzenlemek ve idari iler gibi, gönüllü ve sosyal amaçlı faaliyetlerimizden kazandığımız becerilerimiz de olabilir.

Nihayet, organizasyon, planlama, iletişim becerileri gibi kişisel becerilerimizle, güvenilirlik, heveslilik ve yaratıcılık gibi kişisel niteliklerimiz vardır.

Bir sonraki sayfadaki çalışma formunu kullanarak sahip olduğunuz beceriler hakkında düşününüz ve bu becerilerinizden istifade edebileceğiniz bazı iş fikirleri belirlemeye çalışınız.

Beceriler Aşağıda sol tarafa ilk-orta öğretim, ön lisans ya da lisans eğitimi sırasında
Çalışma gördüğünüz bazı eğitim konularını yazınız, sağ tarafa da, bu etüt konuları
Formu ile ilgili olabilecek düşünebildiğiniz iş fikirlerini yazınız.

EĞİTİM KONUSU

İLGİLİ İŞ FİKRİ

Aşağıda sol tarafa çalıştığınız bütün işler ve katıldığınız iş / istihdamla ilgili tüm eğitim programlarını yazınız, örneğin, bunlar, işletme-içi eğitim, KOSGEB veya İİBK kursları, veya özel kurslar olabilir. Sağ tarafta ise her iş tecrübesi veya eğitim programı ile ilgili olarak düşünebildiğiniz iş fikirlerini yazınız.

17

İŞ / EĞİTİM

İLGİLİ İŞ FİKRİ

Aşağıda sol tarafa iş dışındaki zamanlarınızı değerlendirme faaliyetlerinizi (hobiler / zevkler) yazınız. Sağ tarafa ise her hobi / zevk ile ilgili düşünebildiğiniz iş fikirlerini yazınız.

HOBİ / ZEVK

İLGİLİ İŞ FİKRİ

**Konunuz
İle İlgili
Her Şeyi
Okuyunuz**

Gazeteler, dergiler, rehberler ve kitaplardaki yazılı bilgi, iş fikirleri içeren bir değerli bir hazinedir.

Okuduğunuz her gazete ve dergi reklamla doludur - bunlara satın alacağınız değil de sizin kendinizin sunabileceğiniz mal ve hizmetler olarak bakınız. Benzer şekilde, posta ile satış katalogları sizin için satın alma listesi değil de, iş fikirleri ile dolu bir liste olmalıdır. Özellikle yabancı kataloglarda gördüğünüz ürünlerin bir çoğunun Türkiye'de üretilmiyor olması şansı oldukça yüksektir.

İş fikirleri ile dolu, başka birçok yayın vardır ve bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Bu Yayınların Nerede Bulunacağı

Bütün bu yayınları bulabileceğiniz bazı temel kaynaklar vardır:

- İş Fikirleri Dergisi
- Beyaz Nokta Vakfı Kütüphanesi
(Tel:0.312.441 48 70)
- KOSGEB-Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü
(Tel:0.312.368 95 00)
- Franchising Derneği
(Tel:0.212.296 66 28)
- Girişimcilik Ağı internet sayfası
(www.girisimciliknetwork.gen.tr)

Bu sayılan bazı yerler için randevu gerekebilir, ama genellikle serbestçe telefon edebilir veya habersiz gidebilirsiniz.

Mesleki Dergiler

Düşündüğünüz her iş alanı ile ilgili olarak -bu mobilya veya arıcılık olabilir- büyük bir olasılıkla bir mesleki dergi vardır.

Her dergi sayısı paha biçilmez değerde bilgi kaynağıdır - yeni ürünler, malzemeler, metotlarla ilgili detaylar, yeni işyerleri açılması ile ilgili haberler, bayilik, distribütörlükle ilgili bilgiler ve diğer piyasa bilgileri... Kısacası, bu dergiler size işin içinde olanı anlatır. Bu dergiler hakkında genel bilgiyi de yandaki sütunda anılan kütüphane ve benzeri kaynaklardan edinebilirsiniz.

İyi seçilmiş bir mesleki dergi için olunan abonelik, bedelini misli misli ödeyecektir.

İş Fikirleri ile İlgili İhtisas Dergileri

Bu dergiler, insanları her türlü teşebbüs fırsatı hakkında bilgilendirmek üzerine yoğunlaşırlar. "The Business Opportunity Digest" ve "Business Ideas", bu tür dergilerin yurtdışında rastlanan örnekleridir.

Gazeteler

Ulusal gazetelerin çoğu muntazam ekonomi bölümü ya da ekleri yayınlar. Bunlar, yeni girişimler, yeni ürünler ve yeni fırsatlarla ilgili yararlı bilgiler içerir.

İşyeri Aboneliğine Yönelik Yayınlar

Bunlar oldukça ihtisaslaşmış, yatırım arayan yeni teşebbüslerle ve satışa çıkarılan işletmelerle ilgili detaylar içeren yayınlardır. "Venture Capital Magazine", yine yurt dışından böyle yayınlara bir örnektir.

• Kurma Kitapları

• kurma hakkında dükünelerle kitap vardır ve bunların bir çođu nasıl yeni fikir bulunacađý konusunda notlar ve ipuçları içermektedir - bazıları doğrudan doğruya girişim fırsatları açıklamaktadır.

Yabancı Ülkelerden gelen Yayınlar

Bir çok ülke dük ticaret bültenleri yayınlar ve bunlar o ülkede üretilen ürünler hakkında lisanslı üretim, bayilik veya distribütörlük bağlantıları için gerekli detaylı bilgileri içerir.

Franchise Rehberleri ve Dergileri

Franchising bir i• kurma yöntemi olarak gittikçe popülerlik kazanmaktadır. Bir franchise anlaşması, en azından bağırsılı i• kurma birisinin, size, benzer bir i• kurmak için gerekli tüm know-how ve uzmanlıđý (ve bazen de malzeme ve ekipman) sunmasını içerir. Bunun karşılığında genellikle bir ücret ödenir. Franchise endüstrisi, piyasaya sunulan franchiseaların çođu hakkında detaylı bilgi veren birkaç adet dergi ve rehber üretmektedir.

Resmi Yayınlar

Resmi Yayınlar

Bazı kamu kuruluşu yayınları, sizi doğru yola yönlendirecek bir bilgi hazinesi içerirler. Örnekler:

- Hane Halkı Harcamaları Anketi - ailelerin gelirlerini sarf ederken tüm ürünler ve hizmetler arasında nasıl tercih yaptıkları hakkında bilgi verir.

- Sosyal Trendler - nüfus, eğitim, istihdam, gelir ve harcamalar, konut ve daha bir çok sosyal konuda detaylı bilgi içerir.

- Nüfus Sayımı ve Seçmen Kayıtları - detaylı nüfus istatistikleri verir ve trendleri tanımlar, örneğin, çeşitli yaş gruplarındaki gelişmeler gibi.

Lisans Anlaşmaları Dergileri

Eğer belli becerilere sahipseniz, ancak ne üretmek istediğiniz konusunda emin değilseniz, lisans anlaşmaları sizin için cazip bir i• kurma alternatifi olabilir. Lisans anlaşması size belli bir ürünü imal veya montaj hakkını verir. Size sadece know-how ve planlar verilebilir ve siz kendiniz üretimi gerçekleştirebilirsiniz veya size parçalar verilir ve siz sadece montaj yaparsınız.

"International Licensing" dergisi bir çok lisans anlaşması imkanları hakkında bilgi vermektedir.

**«ki, Hatta Daha
Fazla Beyin, Bir
Beyinden Daha
«yidir**

«ki, Hatta Daha Fazla Beyin, Bir
Beyinden Daha «yidir
Fikirlerinizi ba•kalarý ile
tartý•mak konusunda
isteksizliðiniz varsa, bu elbette
anlayý•la kar•ýlanýr. Ancak,
daima, heyecanýnýzýn sizi biraz
fazlaca co•turması ve i• fikriniz
veya potansiyel pazarýnýzdaki
bazý zaaf larý görmenizi
engellemesi mümkündür.

«• fikriniz hakkýnda güvendiðiniz
birisi ile erken bir a•amada,
henüz o fikir üzerine fazla zaman
ve para harcamamý•ken
konu•unuz. KOSGEB
Giri•imciliði Geli•tirme Enstitüsü
ba•langýç için iyi bir yerdir.
Enstitü telefon numarasýný
kitapçýðýn arkasında
bulabilirsiniz.

Fikrinizi Sýnayýnýz <• Bazý durumlarda, i• fikrinizin tehnolojisini bir yoklamanýz gerekebilir - fare kapanýnýz gerçekten çaly•acak my? Bazý durumlarda gerekli mekanýn müsait olup olmadýđýný yoklamanýz gerekebilir - gençlere özel seçilmi• plak ve CD satmak için uygun yerde bir dükkan bulabilecek misiniz?

<•inizi kurmadan önce incelemeniz gereken bir çok alan vardýr. <• fikriniz ne olursa olsun, bir a•amada pazar ara•týrmasý yapmanýz gerekecektir.

Pazar ara•týrmasý yapmak demek, piyasaya sunmayý planladýđýnýz mal veya hizmet için yeterli fiyatý ödeyecek yeterli sayýda mü•teri olup olmayacađýný anlamak demektir.

Bu bölümde kendi pazar ara•týrmanýzy nasýl yapabileceđiniz konusunda bazý temel tavsiyeler bulacaksýnýz.

Pazar ara•týrmasý iki yolla yapýlýr:

- Masa ba•ý ara•týrmasý veya ikincil ara•týrma.
- Saha ara•týrmasý veya birincil ara•týrma.

Masa ba•ý ara•týrmasý demek, pazarýnýz ile ilgili zaten yayýnlanmý• bulunan materyali incelemek demektir. Bu bilgiye deđi•ik yollarla ula•ýlýr:

- Pazar ara•týrmasý raporlary
- Rehberler.

- <statistik yayýnlarý örneđin sosyal trendler, hane halký harcama anketleri.
- Basýn haberleri.
- Bilgisayar veri tabanlarý

Bu kaynaklarýn çođuna •u kurulu•lar kanalý ile ula•abilirsiniz:

- KOSGEB Giri•imciliđi Geli•tirme Enstitüsü
- <GEME <hracatý Geli•tirme Merkezi
- D•E Devlet <statistik Enstitüsü
- Yerel kütüphaneler, Milli Kütüphane
- TOBB
- MPM

Genellikle, birincil ara•týrmaya giri•meden önce, inceleyebildiđiniz kadar yayýnlanmý• materyali incelemeniz sađduyulu bir davraný• olacaktýr.

Birincil ara•týrma demek, ara•týrmayý kendiniz yapmanýz demektir.

Bu deđi•ik •ekillerde olabilir:

- Yüz yüze görü•meler (mülakat)
- Telefon mülakatý
- Posta anketleri
- "Odak" guruplarla tartý•malar
- Örnek ürünlerle sýnama

Bu kýsa yayýnla tüm bu metotlarýn detayýna inmek elbette mümkün deđildir.

Her hangi bir araştırma gayretine girişmeden önce, ne öğrenmek istediğinizi net bir şekilde belirlemeniz gerekir. Pazar araştırması ile yanıtlarını bulmak isteyebileceğiniz bazı sorular şunlar olabilir:

- Pazarın toplam büyüklüğü nedir?
- Fark edilir eğilimler mevcut mudur? Örneğin, satışlar düşmekte mi, artmakta mıdır?
- Bu mal veya hizmeti kim satın almaktadır?
- Bu mal veya hizmeti kim kullanmaktadır?
- Satın alma konusunda nihai kararı kim vermektedir?
- Bu ürünü insanlar ne zaman ve nasıl satın almaktalar?
- Mal veya hizmetin esas nitelikleri ne olmalıdır?
- Niçin insanlar bu ürünü satın almaktalar?
- Bu ürünü almakla insanların satın aldığı fayda nedir?
- Bu mal veya hizmetin uyması gereken standart veya yönetmelikler var mıdır?
- Rakiplerim kimlerdir?
- Rakiplerimin güçlü ve zayıf yanları nelerdir?
- Ne fiyat talep etmeliyim?
- Müşteriler ne tür satış koşulları beklerler?

- Sunduğum mal veya hizmetin reklamını nasıl yapmalıyım?

Eğer bu ve belki diğer başka sorulara tatmin edici yanıtlar verebiliyorsanız, o zaman başarabileceğiniz satış düzeyini tahmin edebilecek durumdasınız demektir.

Kilit soru, bu satışların bir işletmeyi beslemeye yetip yetmeyeceğidir.

Bu yayın dizisinde yer alan "Bir İş Kurmak ve Yürütmek" konulu kitapçık ve KOSGEB-Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü tarafından yayınlanan "İŞ PLANI REHBERİ", iş fikrinizi belirledikten sonra yapmanız gereken planlar ve eylemler konusunda sizin için yararlı kaynaklar olacaktır.

BENLİ TEYZE PİRİNÇLERİ ÜRETİCİSİ İLE İLGİLİ YANIT (Bkz 13. Sayfa)

Benli Teyze Pirinçleri üreticisi, öncelikle insanların neden pirinç almak istemeyebileceklerini araştırdı. Bulunan yanıtlardan birisi, bir pirinç yemeği için gerekli olan sosu yapmanın zor ve zaman alıcı olduğunu gösterdi. O zaman üretici bir seri sos üretimine de girişti ve elbette bu soslar şimdi mağazalarda pirinç ürünlerinin hemen yanında satılmaktadır. Neticede, üretici kendi ürününe değil, ürününü kullanan insanlara baktı.

Not

Not

Not