

İş fikri oluşturmak

Bir ihtiyacı farketmek ve onu iş fikrine dönüştürmek

1. İş fikri nasıl bulunur ?

Bir iş fikri bulmak için çok değişik kaynaklar söz konusu olabilir. Aşağıda birbirinden çok farklı gözükken değişik çıkış noktaları göreceksiniz. Ancak bunların hepsinin öncelikle önemli bir ortak yanı vardır. O da **insanların neye ihtiyaç duyduklarının önemsenmesi, dikkatli bir şekilde gözlem yapılmasıdır**. Bu anlamda bir fikrin kaynağında bir yaşanmışlık olmasının önemi göz ardı edilmemelidir.

1.1. *Olmayan birşeyi, önemli bir noksanlığı farketmek*

Böyle bir durumda daha çok bilgi toplamanız gerekir. Öncelikle sizin konuya yaklaşmanız, konunun önemli boyutlarını farketmeniz ve bilgi toplamanız gerekecektir.

1.2. *Çok ilgilendiğiniz ya da bilgili olduğunuz bir konu*

Bildiğiniz bir konuda ise iş fikriniz o zaman pazardaki müşteri ihtiyaçlarına odaklanmak gerekecektir.

1.3. *Toplumun, belli bir kesimin önemli bir ihtiyacına yönelmek*

Bugün birçok kişiye, kesime, yöreye yönelik pekçok kişiyi ilgilendiren önemli sorunlar vardır. Dikkatli bir göz bu tür pekçok ihtiyacı sıralayabilir.

1.4. *Oturmuş bir hizmete farklı bir teknolojiyi önce getirmek*

Eski hizmetin yerini alırsın. Örneğin Akbil'in biletlerin yerini alması çok ilginç bir örnek olarak düşünülebilir.

1.5. *Sahip olduğunuz avantaj ve olanaklardan hareketle*

Çevreniz, daha önce çalıştığınız bir iş, bir yakınınız ile olan ilişkiniz, arkadaşlarınız, sahip olduklarınız iyi bir hareket-çıkış noktası sağlayabilir.

1.6. *Olan bir işi bir iki ufak yenilik ekleyerek taklit etmek*

1.7. *Yukarıdaki maddelerden birkaçını bir araya getirmek*

Örneğin hem bir kesimden geliyor ve onların sorunlarını biliyorsanız, üstelik ilgilendiğiniz bu sorun sizin ilgi-alaka alanınız içinde iseniz bu işi yapabilmek için avantajlı bir konumda olduğunuz söylenebilir.

2. İş fikrini tartmak için yapılabilecekler ?

Bir ihtiyacı farkettiler ve bir iş fikri buldunuz, fikir oldukça da iyi görünüyor ! Ancak bir iş fikri iyi/kötü olarak bir kalemde değerlendirilmemelidir. Bir iş fikrinin iyi-kötü olması önemli değildir !

Önemli olan iş fikrinin hayata geçmesi, ihtiyaçları karşılaması ve verimli bir şekilde fayda üretmesidir. Bunun için iş fikri öncelikle eleştirilmeli, fikrin zayıf yönleri ve iş fikri ile ilgili tehditler farkedilmelidir.

Çoğunlukla güçlü-zayıf yönler ile fırsat-tehditlerin bir paranın iki yüzü gibi olduğu düşünülebilir. Örneğin fikrin çok yenilikçi olması hem bir güçlü yöndür, hem de aynı zamanda kendi içinde yeni olmasından kaynaklanan bir zayıf yönü vardır. Yine piyasaya erken girmek birçok fırsat kadar, birçok tehditte getirecektir.

Özetle güçlü yönlerden alınan destekle, zayıf yönler giderilerek, fırsatlardan yararlanılmalı ve tehditlerden kurtulunmalı, iş fikri gerçekleştirilmelidir. Bu anlamda bir iş fikri geliştirmek bir problem çözme süreci olarak algılanmalıdır.

Hatırlanacak olursa iş planı yapmanın amacı "gözü kara"lıktan uzak ve planlı bir şekilde bir işi kurmak idi. Bu tavıra "iş fikri" oluştururken de sadık kalınmalıdır.

Analiz süresince ürün/hizmetin farklılığı, Pazar koşulları, dağıtım, satış, pazarlama, müşteriler, rakipler, tüketimin nedeni, ortaklık yapısı gibi değişik alanlardan hareketler değerlendirmeler yapılmalıdır. Bir benzetme ile nasıl ki radar 360 dereceyi tararsa iş fikrini geliştirmek isteyen kişi de aynı şekilde davranmalıdır.

2.1. Güçlü yönler

Fikrin başarılı olma nedenleri, fikrin size cazip olma nedenleri genellikle iş fikrinin güçlü yönleridir. Bu fikirlerin çokluğu ve gücü bir iş fikrin yapılması gerektiği görüşünü destekler.

2.2. Zayıf yönler

İş fikrinizi anlattığınızda yakınlarınızdan "ama" ile başlayan görüşlerle karşılaşabilirsiniz. Bunlar iş fikrinin yapılmasını engelleyen, zorlaştıran faktörlerdir.

Sizi bir iş fikrinden vaz geçirmek isteyenler genellikle bu tür fikirleri sıralarlar. Bu fikirlerin harekete geçmenizi engelleyeceği doğrudur. Bu tür fikirleri duymak canınızı sıkabilir. Oysa bunların iş fikrini geliştirmek ve gerçek hayatta daha başarılı olmasını sağlayacak en faydalı görüşler olduğunu akıldan çıkarmamalısınız.

2.3. Fırsatlar

Fırsatlar işinizin gelişmesi ve büyümesinin kolay olabileceği noktaları gösterirler. Fırsatlar şu anda sizin kontrolünüzde olmayan ama bir şekilde işinizi kolaylaştıracak faktörlerdir. Karşınızda engeller varken fırsatlardan da faydalanmaya özellikle önem gösterilmesi gerekir.

2.4. Tehditler

Tehditler iş fikrinin gerçekleşme zeminini ortadan kaldıracak olayları içerir. Bu nedenle tehditler üzerinde önemle durulmalıdır. Tehditler de dışsal faktörlerle ilgilidir. Kimi zaman bunlara çözüm dışarıda, kaynağında bulunamaz ise mutlaka dahili bir önlem almak gerekebilir.

Örneğin yeni piyasaya giren bir şirket için piyasadaki küçülmeler büyük bir risktir. Bu nedenle pazarlama stratejilerinde yaratıcılığa önem vermek kadar, şirketin gereksiz hiçbir masrafının olmamasına dikkat etmek de gerekebilir. Ya da az da olsa sabit bir gelir getirecek bir iş bulmak gibi bir strateji de makul olabilir.

2.5. Yöntem önerisi

- a) Öncelikle iş fikrinizi kısa ve net bir şekilde tanımladıktan sonra sırası ile güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler için dört ayrı başlık açın
- b) Bir beyin fırtınası uygulaması ile bunların altına fikirleri madde madde yazın
- c) Fikirleri önemine (olasılık ve veya güç) göre sıralayın
- d) Pareto prensibine göre fikirlerin sayısı olarak % 20'si, üzerinde çalışılması gereken alanın % 80'inin kapsayacağını göz önüne alarak daha az önemli olanları son bir kategori olarak vbg. Başlığı altına sokun
- e) Önceliklendirmiş olduğunuz fikirlere yeni ilaveler eklemek için başkalarının da görüşünü alın (Ancak fikir üretecek kişilere konunun önemini, sizin için anlamını ve çıktılarla ne yapacağınızı anlatmalısınız. Bu tür bir uygulama öncesi kimlerden fikri alabileceğiniz konusunda kendi kendinize bir beyin fırtınası yapmak da iyi olabilir)

f) Fırsat ve tehditleri belirlerken kıyaslama gibi bir yaklaşım da kullanılabilir, Őu anda bilinen başka yerden de fikir taşınabilir. Örneğın Armut Suyu üretip-satmayı düşünenler portakal suyu pazarını (meyve suyu denince hemen akla gelmesi nedeni ile) örnek olarak alabilirler.

Ancak böyle durumlarda benzemezlilere de çok dikkat etmek gerekir. Çünkü portakal suyu asitli olduğundan pekçok kişi bu nedenle bu meyve suyunu içmemektedirler. Bu nedenle portakal suyu armut suyu için bu bakımdan dikkatle bir örnek olarak kullanılmalıdır.

Bir diğer yaklaşım Türkiye’de sağlık beslenme konusunun yeni bir eğilim olması nedeni ile bu olgunun daha ileride olduğu ülkelerdeki uygulamaların örnek alınması olabilir.

3. Önerilen format

İş fikri	
İş fikrinin tanımı	(Nedir ? Üretilen değer ? Çıktısı ne ? Girdisi ne ?)
İş fikrinin kaynağı	(Nereden çıktı ? Nasıl esinlendiniz ?)

Karşılanan ihtiyaç	
Hedef kitle	
İhtiyacın karşılanmaması ne kaybettiriyor ?	

		Fırsatlar	Tehditler
Güçlü yönler	1	1	1
	2	2	2
	3	3	3
	4	4	4
	5	5	5
	6	6	6
	7	7	7
Zayıf yönler	1	1	1
	2	2	2
	3	3	3
	4	4	4
	5	5	5
	6	6	6
	7	7	7

Bir sonraki adımda zayıflıkları gidermek ve tehditlere önlem almak için tek tek fikirler üzerinde çalışmak gerekecek !

4. İş fikri nasıl geliştirilebilir ?

GZFT analizi tamamlandıktan sonra iş fikrine yeniden bakılmalıdır. Bir işin detaylarına farklı açılardan baktıktan ve çeşitli fikirler ürettikten sonra iş fikrinin detay düzeyde derlenmesi, öncelikli-kritik noktalarının daha iyi görülmesi ve hatta belki de geliştirilmesi mümkün olacaktır.

Aşağıda süreç sonucunda iş fikrine yeniden bakıp bütünü ortaya koyup, netleştirmek gibi bir yol izlenebileceği gibi (ki bir adım sonra biz bunu yapacağız), tespit edilen öncelikli noktalardan hareketle de fikirler üretilerek fikir parça bazında geliştirilebilir. Doğal olarak en iyisi her ikisini de yapmaktır.

4.1. Bütünsel yaklaşım

İş fikrini bütünsel olarak görmek iyi bir yaklaşımdır :

- iş fikri (işin işleyiş mekanizması)
- işin temel girdileri
- hedef müşteri beklentileri
- pazarın durumu
- çevre koşulları

hepsi bir bütünlük olarak bir diyagram üzerinde gösterilir. İşin temel boyutlarında iş fikri diyagramının içinde gösterilmesi ile konuya bütünsel bir yaklaşım getirilebilir.

Diyagramın alternatif ürünler, teknolojik değişimler ve diğer alakalı olabilecek yan konularında eklenmesi ile geliştirilmesi mümkün olabilir. Diyagramın detaylarının daha da artmaya başlaması durumunda ilave bilgiler bir dipnot mantığı ile takip eden sayfalarda anlatılmalıdır. Burada amaç görsel bir karmaşa oluşmaması, bütünün bir bakışta önemli etkileşimlerle birlikte görülebilmesidir.

4.2. Zayıf yönler ve tehditler üzerinde çalışmak

Daha önceden tamamlanmış GZFT analizinin maddeleri üzerinde durmak da oldukça pratik bir yaklaşımdır. Öncelikle zayıf yönleri düzeltmek ve tehditlere önlem almaya yönelik çeşitli değişiklikler amaçlanmalıdır.

Örneğin risk çok fazla ise, bunu azaltmak için riski yapısal bir önlem düşünülebilir ve buna uygun bir ortaklıkla işin riski azaltılabilir. Bu aynı zamanda geliri de azaltacaktır, ama taşınamayacak bir riskin altına girmekten daha iyi olabilir.

Bir diğer sık karşılaşılan bir örnek fazla yatırım gerekmesi durumudur. Bu noktada işin belli kısımlarının girişimin sınırları dışında tutulması (ve bu işlerin başkalarına yaptırılması) ya da parçaların zaman içinde eklenmesi düşünülebilir.

4.3. Yeni güçlü noktalar ve fırsatlar bulmak

Bir iş fikri bulduktan sonra geliştirilmelidir. Piyasada pekçok danışmanlık şirketi, emlakçı, butik, araba satıcısı vardır. Sizin fikriniz gerek içerik, gerek uygulamada sahip olduğu FARKLA diğerlerinden öne çıkacaktır. Bu nedenle bir iş fikri farkını da bünyesinde en başından barındırmalıdır !

Bu nedenle fikrinizin üzerinde düşünerek yeni güçlü noktalar ve fırsatları farkedebilirsiniz. Kimi zaman bu fikirde değişiklikler gerektirebilir. Bu değişiklikler fikirden kimi zaman bir elemanın çıkarılması olabileceği gibi, k,m, zaman da yeni bir elema eklenmesi şeklinde olabilir.

4.4. Müşteri gözü ile bakmak

Son olarak müşteri gözü ile bakın ve kendinizi onun yerine koymaya çalışın (Pazar araştırması bu noktada devreye girer, ama bu tabi çok daha zor ve kapsamlı bir bakış-anlayış gerektirir) bu ürün-hizmeti neden alacağınızı, satın alma kararlarınızı nelerin etkileyeceğini ve bunun nedenlerini anlamaya çalışmalısınız !

5. İş fikri belirlerken yapılabilecek hatalar

- 1) Fikrin net olmaması : Kafada fikir netleşmemesi durumunda ortaya çıkan bir durumdur. Bir vejetaryen restoranı yeri ile birlikte anlamlı bir fikridir. Keza bir yerde hiç iş yapmayacak yenilikçi bir mutfak farklı bir yerde çok iş yapabilir. Buna göre restoran fikri yeri ile birlikte anlamlı-net bir fikir olarak değerlendirilmelidir.
- 2) Fikrin çok geniş olması : Faydanın çok olması için fikrin de geniş olması gerekmez. Bir örnek vermek gerekirse 11 kişi ile 800 metreye 400 metre bir alanda top oynandığını düşünsenize ... oyunun hiç zevki kalıt mıydı ?
- 3) Fikrin fazla dar olması : Bu çok nadiren yapılan bir hatadır. Ama bunun da olması mümkündür. Böyle bir durumda işe uygun, eldeki müşterilere yönelik yeni ve tamamlayıcı fikirlerle iş fikri genişletilebilir.
- 4) Fikrini sevip, buna karşı duygusal-terafli yaklaşmak : Bu durum insanların fikirleri ile eleştirilerini yapmamaları ya da eleştirirken hırçın olmamaya özen göstermeleri ve biraz masum yaklaşımları ile görülebilir. Bu durumlarda kişiye sert eleştiriler yapıp kasmak yerine kendisine karşı yeterince objektif olmadığının farketmesine yardım edilmelidir.
- 5) "İşi biliyorum" diyerek yeterince düşünmek için zaman ve dikkat ayırmamak
- 6) "İşi bilmiyorum" diyerek yeterince düşünmek için zaman ve dikkat ayırmamak
- 7) Bir fikrin geliştirilmesinde faydalanılan veri ve bilgilerin kaynaklarını belirtmemek :
Bu sizin çalışmanızın güvenilirliği konusunda yeterince kaynaktan yararlanılıp yararlanılmadığınızı önce size gösterecektir (dernekler, yayınlar, haberler, raporlar vb.).