



KOSGEB
GİRİŞİMCİLİĞİ GELİŞTİRME ENSTİTÜSÜ



İŞ KURMAK
VE
YÖNETMEK

ANKARA
2001

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 : Mart 2001 1. Baskı
Baskı Adedi : 1000

ISBN 975-7608-89-0



Bu yayının dizisinde yer alan küçükçeklerin 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

**Hareket
Noktası**

Küçük işletme kuran insan sayısı kadar küçük iş yeri açma nedeni olmakla birlikte, kendi işini kurmaya karar vermede başlıca etkenler şunlardır:

- İşini kaybetmek
- İşsizlik döneminin uzun sürmesine tepki
- Bir iş fırsatının belirlenmesi
- Daha çok para kazanma arzusu
- Hayat tarzını değiştirme ihtiyacı
- Artık başkası hesabına çalışmamak arzusu

Sizin motivasyonunuz da bunlardan biri veya bir kaç olabilir veya tamamen başka nedenleriniz olabilir. Bir küçük iş kurmak için kendi nedenlerinizin ne olduğu hakkında düşünmeye zaman ayırınız.

O halde iş kurmada birinci adım, bunu neden yapmak istediğinize karar vermektir. Ondan sonra da kendiniz için net hedefler belirlemeniz gerekecektir. Bu hedefleri doğrudan doğruya kurmak istediğiniz iş ve kişisel olarak kendiniz için belirlemelisiniz. İş için, işin büyüklüğü, ürün yelpazesi, kârlılık ve imaj cinsinden hedefler belirleyebilirsiniz. Kendiniz için belirleyeceğiniz hedefler arasında ise, maddi kazanç, bol serbest zaman, hayat tarzı ve statü olabilir.

Hedeflerinizi yazınız - zor günlerde bu hedefler size cesaret verecek, sizi motive edecektir.

Ne tür bir iş?

Kişisel hedeflerim şunlardır

İş Fikriniz

İşletmeler üç ana gruba ayrılır:

- İmalat
- Hizmet
- Ticaret

Bu iş gruplarının her birinde çeşitli fırsatlar mevcuttur. İmalat işi en çok iş fırsatı sunan alandır, çünkü satın aldığımız malların bir çoğu ithal edilmektedir ve küreselleşme büyük ihracat fırsatları sunmaktadır. Hizmet sektörü hızla büyümüşür ve hâlâ fırsatlar sunmaktadır, ancak halihazırda birçok işletmenin hizmet sunduğu ve doyuma ulaşmış bir iş alanına girmediğinizden emin olmalısınız. Ticaret muhtemelen en rekabetçi ve en riskli sektördür. Kolay bir seçim gibi görünse de, yoğun beceri gerektiren bir iş koludur. Yine de, örneğin butik veya başka tür bir ihtisas mağazası açarak, kendiniz için bir özel pazar kesiti yaratabilirsiniz

İş Fikri Bulmak

Çok değişik yollarla bir iş fikri bulabilirsiniz. Bu konuda yardıma ihtiyacınız varsa, KOSGEB'in "Bir İş Fikri Bulmak ve Test Etmek" adlı yayınına başvurabilirsiniz. İş fikriniz her ne olursa olsun, insanların sizden mal veya hizmet almak isteyeceklerinden emin olmak zorundasınız. Ayrıca insanlara mal ve hizmet satarak, hem kuracağınız işi başarı ile götürmeye, hem de hayatınızı kazanmak için ihtiyacınız olan mali getiriye sağlamaya yetecek kadar para kazanacağınızdan da emin olmalısınız.

Kişisel Bütçe

Aşağıdaki listeyi kullanarak, para gerektirecek her şeyi kapsayacak şekilde bir bütçe yapınız - kira, harçlar, giyim, gıda, otomobil, tatil, vs.. Bütün bunları alt alta yazıp topladıktan sonra, toplamın yüzde onu kadar da beklenmedik gider ilave ediniz. Eğer kuracağınız iş size en azından bu kadar para getiremeyecekse, o zaman iş kurma kararınızı tekrar düşünmelisiniz.

4

	HAFTALIK PARA İHTİYACI
Kalem	
Gıda	
Giyim	
Ulaşım	
Tatil / Bayram v.s.	
Eğlence	
Yakıt	
Telefon	
Sigorta	
Tamirat	
Muhtelif (örneğin, gazete, kuaför)	
Eğitim	
Beklenmedik Giderler	
Diğer	

TOPLAM

İleriye Bakmak

Bu erken aşamada bile, iş fikrinizin gelecek bir kaç yıl içerisinde nasıl değişebileceğini veya iyileştirilebileceğini düşünüyor olmanız gerekir. Yeni özellikler veya kullanım şekilleri ilave edebilecek misiniz? Sunduğunuz ürün veya hizmetler yelpazesini genişletmeniz gerekecek mi? Tesislerinizi genişletebilecek misiniz? Başarılı bir iş yönetebilmek için daima ileri bakarak plan yapmak gerekir.

Bir İş Sahibi Olarak Siz, Kendiniz

Elbette herkes başarılı bir iş sahibi olamaz; ancak bir çok kişi bir işi karlı bir şekilde yönetebilir ve yönetmektedir de. Tipik bir iş sahibi diye bir şey yoktur. Başarılı iş sahipleri erkek veya kadın, genç veya yaşlı olabilir. İş sahiplerinin her birinin çok değişik geçmişleri ve mevcut durumları vardır - iyi eğitilmiş, okur yazar olmayan, kalifiye, işi olan, işi olmayan, kırsal kesimde, kent merkezinde, özürsüz, sağlam-.

İş sahibi olmak için her hangi bir akademik sınava girmek gerekmez ve belli bir şekilde kalifiye olmanız gerekmez; ancak bir çok iş sahibinde bulunan bazı ortak özellikler vardır. Bu konudaki detayları, KOSGEB'in "Girişimci Olabilir miyim?" adlı kitapçığında bulabilirsiniz. Bu kitapçık, "kendini istihdam" durumunun size uygun olup olmadığına karar vermenize yardımcı olacaktır.

Bu aşamada kendi kişisel güçlü ve zayıf yanlarınızı, beceri, deneyim ve işe katabileceğiniz kaynaklarınızı gözden geçirmeniz yararlı olacaktır.

Destek

İş hayatında başarının kilit faktörlerinden birisi, bir çok durumda, aileden gelen destektir. Aileniz kendi işinizi kurmanız konusunda ne düşünülmektedir? Size destek olacaklar mı? Nasıl?

Bir iş kurmak ve devam ettirmek için bir çok desteğe

ihtiyaç vardır. Eğer bir iş fikriniz var ise ve bu fikri iş hayatına geçirebilecekseniz, mevcut destekler konusunda bilgi almak üzere KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Enstitüsü ile temasa geçin. Enstitü ile temas kurabilmeniz için gereken adres, telefon ve diğer bilgiler kitapçığının arkasında yer almaktadır

Atmanız Gereken Adımlar

Neticede bir iş kurmanın mahiyeti nedir? İş fikriniz ne olursa olsun, bazı adımlar atmanız gerekecektir:

- Pazar araştırması yapınız
- Hammadde ve diğer malzeme kaynaklarını, arz ve fiyat durumunu kontrol ediniz
- Üretim için gerekli diğer kaynakları inceleyiniz - tesis, makine, işgücü ve bilgi
- Toplam maliyet hesabı yapınız (sabit yatırım ve işletme sermayesini belirleyiniz)
- Toplam finansman ihtiyacınızı ve nereden kaynak bulabileceğinizi belirleyiniz
- Satış fiyatını tahmin ediniz
- S a t ı ş ı n a s ı l gerçekteşireceğinizi planlayınız
- İşinizin yasal çerçevesinin ne olacağına karar veriniz
- Sizi etkileyebilecek yasa ve tasarıları inceleyiniz ve
- Bir iş planı hazırlayınız.

Bu kitapçığın geri kalan kısmında, bu başlıkların her biri altında yapmanız gereken işler detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Bütün yumurtalarınızı aynı sepete koymayın

Pazar Araştırması

Pazar araştırmasının amacı, ürününüzü satın almak isteyen insan sayısının, en azından geçiminizi sağlayacak kadar para getirebilecek bir iş hacmi oluşturup oluşturmayacağını anlamaktır.

Pazar araştırması yapmak için değişik yollar vardır ve oldukça basit bir metot aşağıda önerilmiştir.

Önce, potansiyel müşterilerinizin kimler olabileceğini kendinize sorunuz. Potansiyel müşterileriniz arasında, örneğin, şunlar olabilir:

çocuklar
emekliler
sürücüler
özürlüler
veya bunların hepsi ve ayrıca başkaları.

Kimin müşteriniz olabileceğini bir yere yazmanızda fayda olacaktır.

Müşteriler Nerede?

Sonra, bu müşterilerin nerede olduklarını kendinize sorunuz. Bu müşteriler hemen sizin oturduğunuz sitede mi, yaşadığınız şehir civarında mı, ülkedeki tüm kent ve köylerde mi, hatta yurt dışında mı?

İçerisinde rahatlıkla hizmet verebileceğiniz alanı belirlemelisiniz. Örneğin, kuru temizleme işinde 15 kilometrenin ötesine eve teslim hizmeti sunmanın maliyeti fazla yüksek olabilir. O halde makul koşullarla hizmet verebileceğiniz alan veya bölge sizin pazarınızdır.

Pazarınız olarak gördüğünüz alanı bir yere yazınız. Şimdi, kendinize sorunuz: Bu pazar alanında yukarıda tarif edilen türden bir sınıflama ile kaç müşteri bulunmaktadır?

Sonra kendinize şu soruyu sorunuz: Bu müşterilerden kaç tanesi sizin sunacağınız türden ürün için para harcamaktadır veya harcamaya hazır olabilir?

Bu ürünleri halen kimin sağladığını saptayınız ve nihayet şu soruyu kendinize sorunuz: Müşteriler niçin rakiplerinizin ürünlerini değil de sizin ürünlerinizi satın alsınlar?

Bu soruları yanıtladığınız zaman, ürünlerinizin potansiyel satış hacmini tahmin hesaplarını yapmaya başlayabilirsiniz.

Yanıtları Bulmak

Peki bu soruları yanıtlamanın yolu nedir?

Bunu iki yoldan yapabilirsiniz:

- Başkalarının toplamış olduğu bilgiyi kullanabilirsiniz
- Gerekli bilgiyi kendiniz toplayabilirsiniz

Pazar alanınızı saptadıktan sonra, ürününüzün potansiyel müşterilerini o alana ait nüfus sayımı sonuçlarına bakarak belirleyebilirsiniz - DİE verileri size nüfus, hane sayısı vs. gibi bilgileri verir. Müşterilerinizin işletmeler olması ihtimali varsa sanayi ve ticaret kataloglarına bakabilirsiniz. Bu müşterilerin ürününüz için ne kadar para harcayabileceğini bulmak için aşağıdaki türden yayınları tarayabilirsiniz:

- Hane halkı harcamalar anketi
- Özel amaçlı pazar araştırma raporları
- Firma veri tabanı ve kataloğu

Sunmayı düşündüğünüz ürünleri halen kimin sağladığını bulmak için her türden sanayi ve ticaret rehberine başvurabilirsiniz.

Bu yayınlar yerel kütüphane veya meslek odalarında bulunur. Ayrıca KOSGEB Enstitü ve Merkezlerine başvurabilirsiniz.

Kendi Araştırmanızı da Yapmalısınız

Bazı durumlarda, eğer yeni bir ürünü araştırıyor iseniz, yeterli miktarda yayınlanmış bilgi mevcut olmayabilir. Ayrıca, toplamış olduğunuz bilgiye ilaveler olmasını isteyebilirsiniz. Her iki durumda da kendi araştırmanızı yapmanız gerekecektir. Bu ise doğrudan doğruya potansiyel müşterilerle konuşmak anlamına gelir. Bunu değişik yollarla yapabilirsiniz:

- Yüz yüze görüşme
- Telefon görüşmesi
- Posta anketi

Bunu yapmak için bir pazar araştırması anket formu hazırlamanız gerekecektir. Bu zor olmamakla birlikte, üzerinde dikkatle düşünülmesi gerekir.

Bu konuda KOSGEB'in "Pazarlama Planı Rehberi" adlı yayınından yararlanabilirsiniz. Bu anket size şu tür soruların yanıtını bulmada yardımcı olmalıdır: Müşterilerin ürününüze ilgisi olacak mıdır? Ne kadar sıklıkla ürününüzü satın almak isteyeceklerdir? Ne fiyat ödemeye razı olacaklardır? Neden, ne zaman ve nerede satın alacaklardır?

Doğru uygulanırsa, anket size çok değerli bilgi sağlayabilir. Elbette, bir sonuç çıkarabilmek için kaç müşteri ile temasa geçmeniz gerektiğini belirlemelisiniz. Örneğin, pazar alanınızda bahçesi olan 1000 adet ev mevcut ise, bahçe hizmetleri pazarından herhangi bir şekilde emin olmanız için en az 100 evin sakinleri ile görüşmeniz gerekecektir.

Araştırmadan Çıkması Gereken Sonuç

Araştırma, çok önemli bir iş faktörünü saptamanıza yardımcı olmalıdır. Bu iş faktörü, sizin işinize has *satış tahminidir*. Diğer bir deyişle, insanların sizden mal veya hizmet satın alacak olmalarının nedenidir. İnsanların mevcut durumda mal ve hizmetleri neden satın aldıklarını inceleyerek bu faktörü saptayabilirsiniz. İnsanlar ne gibi faydalar aramaktalar? Sizin sağlayabileceğiniz ilave faydalar olabilir mi? Rakiplerimize bakarak da bazı sonuçlar çıkarabilirsiniz: Hangi konuda pek de iyi değiller? Hizmet, kalite, tasarım, satış sonrası hizmet konularında zayıf tarafları var mı? Siz neyi daha iyi sunabilirsiniz?

Araştırma ayrıca size fiyat belirleme konusunda da yardımcı olmalıdır. Çok önemli iki bilgiye ihtiyacınız vardır: Pazar hangi fiyatı kaldırır ve sizin üretim maliyetiniz, her türlü masraf dahil, ne olacaktır?

Bir çok kişi, rakiplerden daha düşük bir fiyat belirlemek gerektiğini düşünür. Bu düşünceye karşı direnmelisiniz. Daha düşük fiyat belirlemekle kâr marjınız düşer ve bunu telafi için daha fazla satış yapmak zorunda kalırsınız.

Dolayısıyla, paranın karşılığını veren makul bir fiyat belirlemek ve müşteriye kendinize has bir *satış tahmini* ile yaklaşmak çok daha mantıklı bir yoldur.

Eğer bu ikinci yaklaşımın mümkün olmadığını düşünüyorsanız, o zaman düşündüğünüz ürünün pazara sunmaya değer olup olmadığını kendinize sormalısınız.

Pazar araştırmasının nihai sonucu, işinizin ilk yılı boyunca muhtemel satış hacmi konusunda gerçekçi bir değerlendirme yapabilecek durumda olmanızdır.

Kaynakları Yoklamak

İş kurmak için normal olarak şunlara ihtiyacınız olacaktır:

- Hammadde, girdi
- Makine, ekipman
- İş yeri
- İş gücü
- Diğer

Hammadde, Girdi

Malzemeyi uygun kalite ve en iyi fiyata nerede bulabileceğinizi araştırmalısınız. Mümkünse malzemeyi doğrudan doğruya üreticiden almaya bakmalısınız, çünkü bu daima en ucuz fiyat demektir, ancak bu her zaman pratik olmayabilir. İşe yeni başlayan bir küçük girişimci sıfatı ile, sizin iş hacminiz üretici için fazla küçük olabilir veya üretici yurt dışında yerleşik olduğu için tüm malzeme örneklerini görmeniz mümkün olmayabilir.

Ne olursa olsun perakendeciden almamaya çalışınız, çünkü perakendeciden alırsanız mümkün olan en yüksek fiyatı ödemek zorunda kalırsınız.

Makine, Ekipman

Ekipmanı yeni mi, yoksa ikinci el mi alıyorsunuz? Neticede elbette paranız neye yeterse onu alacaksınız ama bazı zamanlar kullanılmış ekipmanı çok iyi fiyata alabileceğinizi unutmayınız. Küçük ilanlara bakınız. Çoğu zaman kullanılmış ama oldukça iyi durumda olan ekipman ve aleti yenisinin yarı fiyatına alabilirsiniz.

İşyeri

İşyeri edinmek elbette öncelikli bir konudur. Bu konudaki seçenekleriniz arasında şunlar olabilir:

- Evde çalışmak
- Tesis kiralamak
- Tesis satın almak
- Mobil (hareketli) tesis kullanmak

En iyi seçenek, birçok durumda ne tür bir işe girdiğinize bağlıdır.

Küçük boyutlu mamul üreten veya danışmanlık ve benzeri hizmet sunan bir çok kişiye evde iş yapmak uygun gelir. Bu elbette en ucuz seçenektir, ama bazı dezavantajları da vardır. Müşterilerinizin günde 24 saat sizi evden aramalarını gerçekten ister misiniz? İşyerinize daima o kadar yakın olmayı ister misiniz?

Bundan başka, kuracağınız iş dalında evde çalışmak için belediye izni olup olmadığı, belli malzemelerin evde depolanmasının yasak olup olmadığı gibi konuları da kontrol etmeniz gerekecektir.

Tesis kiralamak, girişimcilerin çoğu tarafından tercih edilen seçenektir. Yine, doğru seçim kuracağınız işyerine bağlı olmakla birlikte, küçük sanayi siteleri ve ticaret merkezleri cazip imkânlar sağlayabilir. Bu durumda kira sözleşmesini çok dikkatli hazırlamalısınız. Bu konuda bir hukukçuya danışabilirsiniz.

Tesis satın alma yoluna da gidebilirsiniz. Ancak bu seçenek daha başlangıçta büyük miktarda sermaye bağlamanızı gerektirir. Az sayıda küçük girişimci bu yolu izlemektedir.

Hareketli olmanın kuracağınız işe daha uygun olacağına karar verebilirsiniz - örneğin bir minibüs veya başka araç, iş nerede ise orada olmanızı sağlar.

Hangi seçeneği tercih ederseniz edin, önemli olan tercihinizin kuracağınız işe uygun olmasıdır. Tesisler doğru yerde midir? Doğru büyüklükte midir? İhtiyacınız olan tüm hizmet bağlantılarına sahip midir? İş planınıza uygun saatlerde kullanma izni var mıdır?

İş gücü

Kuracağınız iş için ihtiyaç duyulan kaynaklar arasında kendiniz dışındaki işgücü de olabilir. Birçok girişimci başlangıç aşamalarında bir aile mensubunu veya bir yakın arkadaşını çalıştırarak bu ihtiyacı karşılamaktadır. Bu çoğu zaman başarılı sonuç verir; ama her zaman değil. Aile mensuplarınızı veya arkadaşlarınızı idare etmek güç olabilir. Örneğin, eşinizin kardeşi daima işe geç gelirse veya bir türlü işi beceremezse ne yapacaksınız? Bu durumda elbette iş için doğru olanı yapacaksınız ama bir ihtimal aile veya arkadaş ilişkileriniz zedelenebilecektir.

En iyisi, eleman alacağınız her pozisyon için görev tanımı yazmanız ve bu tanıma en uygun kişiyi o pozisyona getirmeniz olacaktır.

İş başarınız, kadronuza çok bağlı olacaktır. O halde elemanlarınıza karşı doğru şekilde davranmakla kazançlı çıkacaksınız. İş yapabilmek için gerekli şekilde eğitilmelerini sağlamalısınız. Gayreti ödüllendiriniz ve dikkatsizlik ve tembelliği cezalandırınız.

Zamanımızda iş gücü istihdamı ile ilgili bir çok yasa ve yönetmelik bulunmaktadır. Bu konuda yörenizdeki İŞKUR (Türkiye İş Kurumu) Müdürlüğü size yardımcı olabilir. Bu kurum aynı zamanda sizin için potansiyel işgücü bakımından çok iyi bir kaynaktır. İşe eleman alma ve eğitim verme konularında, fikir verebilir ve yardımcı olabilir. İş gücü temini konusunda faaliyet gösteren özel kuruluşlardan da yararlanmak mümkündür.

Maliyetler

Bir kez ihtiyacınız olan kaynakları belirledikten sonra, artık maliyet tahmin hesaplarına başlayabilirsiniz. Şu maliyetleri hassas bir şekilde hesaplamalıyız:

- Hammadde, yardımcı malzeme ve diğer girdiler
- İşçilik maliyeti
- Genel giderler
- İşe başlama maliyetleri

Hammadde ve Yardımcı Malzeme Maliyetleri

Mal veya hizmeti üretmek / sunmak için gerekli hammadde / yardımcı malzeme miktarını ve maliyetini, genellikle, oldukça doğru olarak hesaplayabilirsiniz, yalnız fire için pay bırakmayı unutmayınız. Mesela bir kitap rafı imal etmek için bir tabaka sunta satın almanız gerekiyorsa ve ancak tabakanın sadece dörtte üçü net olarak kitap rafına gidiyorsa, ayrıca kalan dörtte bir tabakayı da başka işte kullanamıyorsanız, o zaman tabakanın tamamının fiyatını bu kitap rafının maliyetine dahil etmek zorundasınız. Malzeme fiyatı hesaplamının inceliklerine dair örnekler arasında, paketleme maliyeti ile, iplik ve düğme maliyeti gibi, tek tek küçük görünen ama toplandığında önemli rakamlara ulaşan maliyetleri sayabiliriz.

İşçilik Maliyeti

İşçilik maliyetini hesaplayabilmek için, birim mamulü imal etmek için ne kadar işçilik zamanı harcadığınızı bilmeniz gerekir. Ayrıca saat başına ücret ile, sigorta ve ücretli izin gibi ilgili maliyetleri bilmeniz gerekir.

Toplam ücret ve diğer maliyetleri toplam net çalışma saatine bölünüz (ve unutmayınız ki 40 saatlik çalışma haftasında ancak 30 saatlik veya biraz daha fazla üretken ve verimli çalışma vardır). Bu size işçilik saat maliyetini (saat başına işçilik maliyetini) verir. İşçilik saat maliyetini birim mal veya hizmet için gerekli işçilik saati ile çarparsanız, o mal veya hizmet için işçilik maliyetini hesaplamış olursunuz.

Genel Giderler

Bu iki maliyetin, yani yukarıda anlatılan malzeme ve işçilik maliyetinin toplamı, birim ürün için "doğrudan maliyet" denen maliyet unsurunu verir. Doğrudan maliyeti satış fiyatından çıkarınca kalan miktara, "brüt kâr" denir. Bu noktada genel giderlerinizi de hesaplamamız gerekir. Genel gider kalemleri işletmeye göre değişmekle birlikte, sizin işiniz için de şu kalemler muhtemelen geçerlidir:

- Kira
- Vergi ve SSK, Bağkur ödemeleri
- Harçlar
- Elektrik
- Reklam
- Sigorta
- İletişim
- Posta
- Kırtasiye
- Ulaşım
- Muhasebeci ücreti
- Banka masrafları ve faiz
- Bakım-onarım

Ayrıca "amortisman" için de bir maliyet payı düşünmeniz gerekecektir. Bunun anlamı, her yıl kenara bir miktar fon ayırarak gerektiği zaman bu fonu kullanıp ekipman veya araçlarınızı yenilemektir.

Genel giderleriniz toplamını yıl boyunca gerçekleşeceğini tahmin ettiğiniz üretim miktarına bölerek, birim ürün için dolaylı maliyeti hesaplırsınız. Ancak unutmayınız ki eğer üretim bu tahmin ettiğiniz miktarın altında gerçekleşirse, o zaman birim dolaylı maliyetiniz yükselecektir.

Kurmayı Düşündüğünüz İş Ekonomik mi?

Tüm bu maliyetleri hesapladığınız zaman, kurmayı düşündüğünüz işin ekonomik olup olmadığını değerlendirmeniz mümkün olacaktır.

Önce satış geliri tahminlerinizi ele alınız. Doğrudan maliyetlerinizi satış gelirinden çıkarınız. Elde kalandan (brüt kâr) dolaylı maliyetinizi çıkarınız. Şimdi elde kalan, vergi öncesi net kâr miktarıdır. Eğer doğrudan maliyet içerisinde kendiniz için de bir ücret dahil ettiyeniz, bu kâr sizindir, istediğiniz gibi kullanabilirsiniz. Elbette, özellikle ilk yıllarda, kârın mümkün olduğunca büyük kısmını işletme içinde bırakmak uygun bir davranış olacaktır.

Örnek Maliyet Tahmini

1 adet kitap rafı

(Aşağıdaki hesaplamalarda bir işçinin 1 adet rafı 1 saate yaptığı varsayılmıştır.)

<u>Malzeme</u>	TL
Sunta	6.350.000
Vida	400.000
Cila	350.000

Toplam Malzeme 7.100.000

İşçilik

Haftalık toplam ücret sigorta ve ücretli izin dahil 60.000.000 TL.

Haftada net 30 saat çalışma hesabı ile saat başı işçilik maliyeti:

$60.000.000/30= 2.000.000$ TL

Genel Giderler

Haftalık toplam 57.000.000 TL
Bir işçi istihdamı varsayımı ile işçilik saati başına genel gider:
 $57.000.000/30= 1.900.000$ TL

TOPLAM 11.000.000 TL

%20 kâr ilavesi 2.200.000 TL

SATIŞ

FİYATI 13.200.000 TL

Malınızı iyi tanıınız!

Satışı Gerçekleştirmek

Satış yoksa iş de yoktur, o halde iş hayatında birinci öncelik satıştır. Satış kendi kendine olmaz - belli faktörlerin bir araya gelmesini gerektirir:

Doğru ürünü doğru fiyatla doğru yerde ve doğru zamanda bulundurmanız ve bu ürünü de müşteriye tanıtmanız gerekir.

Bu faktörleri bir araya getirmek hatırı sayılır derecede gayret gerektirebilir. Buna "pazarlama planı" denir. Eğer bu faktörleri mantıklı bir şekilde bir araya getirmezseniz, satış gerçekleştirmeniz oldukça zor olacaktır.

Ürün

Doğru *ürün* sunmak demek, sunulan ürünün doğru kalitede ve doğru tasarımda olması demektir. Doğru ürün sunmak, değişik boy ve renk sunmak anlamına da gelebilir. Diğer bir deyişle, müşteriye aradığı şeyi sunmalısınız.

Fiyat

Doğru *fiyat*, pazarın kaldıracacağı fiyattır, yani insanların ödemeye hazır ve razı oldukları fiyattır. Eğer sunduğunuz ürüne insanlar 1000 TL ödemeye hazır ve razı iseler, siz neden 900 TL fiyata satacaksınız?

Şüphesiz, rakiplerinizin ne fiyatla sattığını gözlemeniz gerekir, ancak, tekrarlamak gerekirse, sizin satış yapabilmeniz için her zaman rakiplerinizden daha düşük fiyat istemeniz gerekmez.

Bazen, esas itibarı ile aynı ürünü rakiplerinizden daha yüksek fiyatla ve daha çok miktarda satmanız mümkün olur. Neden? Çünkü müşterileriniz sunduğunuz şeyin, sadece fiyatına değil, bütününe bakarlar ve, eğer paralarının karşılığını aldıklarına inanırlarsa, yüksek fiyat onları caydırmayabilir.

Ancak, neticede, ne fiyat isterseniz isteyin, bu fiyatın maliyetlerinizi karşıladığından ve size bir kâr bıraktığından emin olunuz.

Yer

Doğru *yer*, müşterinizin malınızı nerede ve nasıl en kolay satın alabileceğine bağlıdır. Bu bakımdan bazı seçenekler vardır:

- Doğrudan satış - kendi üretim yerinizden veya müşterinin yerine giderek veya telefon ederek
- Posta siparişi/internet-Müşteri katalogdan sipariş eder ve postadan teslim alır
- Toptancılar, bayiler aracılığı ile
- Perakende - dükkan veya süpermarketde

İşinize en uygun olan seçenek veya seçenekleri belirleyiniz. Örneğin, pasta imal ediyorsanız, pastanelerle birlikte oteller de kendi müşterileri için sizden pasta alabilirler.

Tanıtım

İşletmenizin tanıtımı en zor işlerden biri olarak karşınıza çıkabilir. Koskoca bir dünyada küçücük bir işletmesiniz. Nasıl sesinizi duyuracaksınız? Bir çok kişinin aklına ilk anda reklam gelir ve bu da bir çok durumda uygun olabilir, ancak reklam pahalı da olabilir. İşletmenizi tanıtmanın en iyi yolu iyi mal üretmek ve bu malı iyi hizmetle desteklemektir. Tatmin olan müşteri tekrar gelir ve başka müşteriye de anlatır.

İşletmeniz için dikkat çekici bir isim seçiniz ve, eğer paranız yeterse, kırtasiye ve kartvizit tasarımını bir profesyonel grafikere veriniz. Bunlar çoğu zaman işletmeniz hakkındaki ilk izlenimi oluşturur. Telefon edip sizi bulamayanları aramak, mektuplara yanıt vermek, randevulara zamanında gitmek gibi basit konular işletmenize profesyonel bir imaj kazandıracaktır.

Medyayı kullanarak bedava tanıtım fırsatlarını kollayınız. Medyanın ilgisini nasıl çekebilirsiniz? Eh, iş yerinizi açtınız. Bu ilginç olabilir. Ama bir özel açı yaratabilir misiniz? Belki girdiğiniz iş kolundaki ilk girişimci olmak durumundasınız? Belki eski bir işletmeyi yeniden canlandırmaktasınız? Medyaya öyle bir konu veriniz ki, üzerine bir haber kurabilsinler.

Reklamı dikkatli yapınız. Yayınlayacağınız herhangi bir reklamın potansiyel müşteriler tarafından görüleceğinden ve okunacağından emin misiniz? Söz konusu reklamı sadece bu soruya samimiyetle evet yanıtı verebiliyorsanız yayınlatınız. Yaptığınız herhangi bir tanıtım faaliyetinin getirisini ölçmeye

çalışınız. Bazı tanıtım faaliyetleri etkili olur ve iyi satış getirir, bazıları da hiç bir işe yaramaz O halde, örneğin, belli bir reklam sonucunda soru veya satışların artıp artmadığını kontrol ediniz.

İşinizi tanıtmanın başlıca yollarından birisi de bir bağlantı ağı oluşturup bunu kullanmaktır. Bir küçük işletme sahibi sıfatı ile insanlarla tanışıp bir çevre edinmelisiniz. İnsanları müşteriniz veya müşteriye giden bağlantılar olarak görmelisiniz. Gün boyu değişik yerlerde yeni insanlarla tanışacaksınız. Kartvizitinizi daima yanınızda bulundurunuz ve tanıştığınız herkese kartınızı mutlaka veriniz. Günlük hayat içerisinde tesadüfen oluşan bağlantılarınızdan başka, yeni bağlantılar oluşturmaya çalışınız:

- Bulduğunuz yerdeki İş Adamları Derneğine ve diğer kuruluşlara üye olunuz, bunlar yoksa siz öncü olup kurunuz
- İşinizle ilgili olan ve davet edildiğiniz eğitim semineri ve kurslarına katılınız
- Sektörünüzdeki fuar ve sergileri ziyaret ediniz

Tanıştığınız herkesin kartvizitini saklayınız. Nihayet, daima insanlara teşekkür ediniz. Müşterilerine veya kendilerine iş kurmada ve yönetmede yardımcı olan insanlara teşekkür etmeyi unutan insanlar maalesef şaşırtıcı derecede çoktur.

Satış üretebilecek bir pazarlama planı geliştirmek için bu dört alanın hepsini incelemeniz gerekecektir. Bu konuda, bu kitapçığın ekindeki Pazarlama Planı Formatından ve KOSGEB'in "Pazarlama Planı Rehberi" adlı yayınından yararlanabilirsiniz.

Satış

Pazarlama planı artık hazır olsa da, yapmanız gereken bir şey daha vardır: Satış. Bazen denir ki satış personeli doğuştan satış personelidir. İyi satış yapabilmek için bazı beceri ve tavırlara sahip olmak gerektiği doğrudur; ama bunun çoğu öğrenilebilir ve sağduyu burada önemi bir rol oynar. Ağzı laf yapan satış personeli veya pazarlamacı imajını unutunuz. Satış, malınızı bilmenize, müşterinin ihtiyacını ve malınızın bu ihtiyaca nasıl cevap verebileceğini öğrenmiş olmanıza bağlıdır. O noktada siz ve müşteri arasında her iki tarafın en iyi koşulları aradığı bir pazarlık süreci yaşanabilir. Yani hem sizin hem de müşterinin memnun olacağı bir durum yaratmaya çalışınız. Eğer iki taraf da mutsuz olursa ilişki yakın bir zamanda bozulur, çünkü tekrarlanan satış ancak iyi ilişkiler üzerine kurulabilir. İnsanlar hoşlandıkları ve güvendikleri insanlardan mal almayı tercih ederler.

Neticede, ısrarlı satış tavrında pek bir anlam yoktur; bu sadece kısa dönemli bir yaklaşım olabilir. Müşterinize zaman ayırınız ve onun güvenini kazanınız. Satış faaliyeti için yola çıkarken iyi plan yapınız. Her temas için amacınızın ne olduğunu belirleyiniz. Her seferinde amaç sipariş almak olmayabilir. Müşteri ziyaretini sadece kendinizi ve ürününüzü

tanıtmak için yapıyor olabilirsiniz, veya amacınız sadece bilgi toplamak olabilir.

Müşteri ile temasta dikkatli olunuz - özellikle fazla uzun oturmayınız. Konuştuğunuzun iki katı dinleyiniz. Alabildiğiniz tüm bilgiyi alınız - olumsuz geri-bildirim bile yararlı olabilir. Fiyat listesi veya örnek mamul göndermek ve diğer konularda verdiğiniz sözleri tutunuz.

Satış, ağzı laf yapan birinin işinden çok, sebat ve iyi sunuş yapan birinin işidir.

Tüccar veya esnaf olabilir misiniz?

İşletmenizin Yasal Çerçevesi

İşletmeniz için değişik yasal statü imkânları vardır. Her statü için değişik vergi kuralları olması bakımından, statü seçerken muhasebecinize danışmanızda yarar vardır. Ayrıca KOSGEB'in "Şirket Yapıları ve Kuruluş Aşamaları" adlı kitabından faydalanabilirsiniz.

Tüccar ve Esnaf

Ticaretle uğraşan her gerçek kişi tüccardır. Tek başınıza ve küçük sermaye ile ticaret yapıyorsanız, esnaf sayılabilirsiniz. Tüccar ve esnaf, borçları için tüm serveti ile sorumludur. Tüccar ve esnaf arasında vergi yasaları ve kuruluş aşamaları bakımından farklar vardır.

Adi Ortaklık

Birden fazla tüccar bir araya gelerek adi ortaklık kurabilirler. Bu durumda biri birlerinin borçları için her biri müteselsilen ve tüm serveti ile sorumludur.

Limited Şirket

En az iki gerçek veya tüzel kişinin kurduğu ve borçlara karşı olan sorumluluk konulan sermaye kadar olan, ayrı tüzel kişiliğe haiz bir şirket türüdür.

Anonim Şirket

İş kurma aşamasında anonim şirket uygun olmayabilir. Buna karşılık kurulan iş yeterince büyüdükten sonra ise anonim şirket kurulması gerekir. En az beş kişi ile kurulabilen anonim şirkette maksimum ortak sayısı yasa ile sınırlanmamıştır. Asgari sermaye belirlidir.

Kollektif Şirket

Bir işletmeyi bir ticaret ünvanı altında işletmek amacıyla gerçek kişiler arasında kurulan şirket türüdür. Ortaklarının hiç birinin sorumluluğu şirket a l a c a k l a r ı n a k a r ş ı sınırlanmamıştır.

Kooperatif

Gerçek veya tüzel kişiler, ekonomik menfaatlerini, özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlamak ve korumak amacıyla kooperatif kurabilir. Tüzel kişiliğe sahip olan kooperatifler değişik ortaklı ve değişik sermayeli olup en az yedi ortaklı kurulur.

Ticaret Unvanı ve İşletme Adı

Ticaret unvanı, ticaretle işigal eden gerçek kişi veya tüzel kişinin ticaret işlemlerinde kullanacağı addır.

Ticaret unvanından ayrı bir işletme adı da edinilebilir.

Ticaret unvanı gerçek kişinin kendi adından ve istenirse yanıltıcı olmamak şartı ile dahil edilebilecek, mesleğe veya işin özelliğine işaret eden eklerden ibarettir. Ticaret unvanında “Türk, milli, Türkiye Cumhuriyeti” sözlerinin kullanılması Bakanlar Kurulu iznine tabîdir.

Tüzel kişilerin ticaret unvanı, anonim şirket veya limited şirket gibi, tüzel kişiliğin yasal statüsünü içermek zorundadır. Ticaret unvanı tescil edilebilir.

İşletme adı da yanıltıcı olamaz ve önceden bir işletme adı edinenlerin hakkı mahfuzdur.

İşletmenizle İlgili Yasalar

İşletmenizle ilgili olabilecek yasaların bir kısmı aşağıda sıralanmıştır:

- Vergi Usul Kanunu
- Sosyal Sigortalar Kanunu
- Bağ-Kur Kanunu
- Türk Ticaret Kanunu
- İş Kanunu
- Umumî Hıfzıssıha Kanunu
- Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu
- Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu
- Odalar ve Borsalar Kanunu

Finansman Organizasyonu

Kuracağınız iş için gerekli finansmanı organize etmek için toplam iş kurma maliyetlerinizi çıkarmalısınız. İş kurma maliyetleri içinde şunlar olabilir:

- Arazi temin, düzenleme
- Etüt - proje
- Bina inşaat/tadilat
- Makine - ekipman/montaj
- Taşıma
- Genel giderler
- Beklenmeyen giderler
- Diğer giderler

İş kurma maliyeti içerisinde işletme sermayesi de olacaktır. Satış gelirleri tahsil edilene kadar geçecek zamanda yapılması gereken harcamalar işletme sermayesinden ödenecektir. Gerekli işletme sermayesini hesaplamak için bir nakit akış tahmini hesaplamamız gerekecektir. Bu kitapçığın arkasında yer alan "İş Planı Rehberi" bölümünde bu konuda bir format bulabilirsiniz. Nakit akışı tahmini demek, satılan mal ve hizmet bedelinin ne zaman tahsil edileceğini aylık bazda tahmin etmek demektir. Bunun yanı sıra, ücretler, malzeme, ve genel gider kalemleri için ne zaman ve ne kadar ödeme yapmanız gerekeceğini belirlemelisiniz. Gelirler ve giderler arasındaki fark, giderler daha fazla olduğunda, ihtiyacınız olacak ilave paradır. Bu ihtiyaç genel olarak kişisel borçlanma veya banka kredisi ile finanse edilir. Gerekli işletme sermayesini hesaplamak üzere, nakit akış tablolarını en azından 12 ay kapsayacak şekilde hazırlayınız ve bu süre içerisinde ilave para ihtiyacının tepe noktasını belirleyiniz. Sonra kendinize sorunuz: Eğer satışlar beklediğimiz gibi olmazsa veya maliyetlerimiz

beklenenden yüksek olursa, bu tepe noktasının değeri ne olurdu? Elbette bu durumda işletme sermayesi ihtiyacı da yükselir. Ne yaparsanız yapınız, işletme sermayesi ihtiyacını olabileceğinden düşük hesaplamayınız. Ve şunu unutmayınız: Daha fazla satış daha fazla işletme sermayesi ihtiyacı demektir. Satışları ve işinizi büyütme fırsatları ortaya çıktığında, bunları kullanacak finansman imkânlarına sahip olacağınızdan emin olunuz.

İşiniz için gerekli parayı değişik yollardan bulabilirsiniz:

- Kendi paranızı sermaye yapabilirsiniz
- Kişisel borç alabilirsiniz
- Başkalarını işinize sermaye koymaya ikna edebilirsiniz
- Ortaklık kurabilirsiniz
- Kredi alabilirsiniz

Kendi Paranızı Sermaye Yapmak

Aslında bu yol ilk önce kullanılacak yoldur, çünkü başkaları size ihtiyacınız olan paranın tamamını vermeyecektir. Kendi paranızı sermaye yapmanız, sizin bu işe kendinizi adadığınızın bir işaretidir.

Borç Almak

Genellikle bankalardan borç alınmakla birlikte, başka kaynaklar da bulunabilir. Önemli olan, borcun nasıl geri ödeneceğini bilmektir. Borç almadan önce, işinizin geri ödemeleri yapacak kapasiteye sahip olup olmadığını kontrol ediniz. Değişik kaynakları değerlendirerek, en iyi faiz ve diğer ödeme koşullarını araştırınız. Sizden teminat istenebilir. Teminat olarak neyi gösterebileceksiniz?

Borçlanmanızı belli ihtiyaçlara göre yapmanız akıllıca olacaktır. Örneğin bir taşıt aracının verimli ekonomik ömrü üç-dört yıldır; o süre üzerinden finansman planlayınız. Öte yandan bir bina 20-30 yıl hizmet verir; bina için finansmanı da o süre üzerinden planlayınız.

Basit kural şudur: Kısa dönemli aktifler için kısa dönem finansman, uzun dönemli aktifler için uzun dönemli finansman. Diğer bir deyişle, örneğin, kendi alacaklarınızı bir yıllık bir banka kredisi ile finanse etmeniz yeterli olacaktır, çünkü alacaklarınızın çoğunu bir yıl içerisinde muhtemelen tahsil edeceksiniz. Öte yandan bir taşıt aracı veya bir bina için hizmet süreleri bazında finansman organize etmelisiniz. Yani, taşıt aracını üç-beş yıllığına kiralarsınız, binayı da 15-20 yıllığına ipotek edersiniz.

Başkalarının Sermaye Koyması

Başkalarını işinize sermaye koymaya ikna edebilirsiniz. Bu kişiler aile mensupları, akrabalar veya arkadaşlarınız olabilir, veya bir risk sermaye şirketi de olabilir. Bu şirket yeni girişimcilere sermaye konusunda uzmanlaşan bir şirkettir. Ancak, genellikle kârlılık düzeyi yüksek, yenilikçi iş fikriniz varsa ve bunu iyi bir iş planı ile kanıtlayabiliyorsanız risk sermayesine ulaşabilme şansınız vardır.

Finansman Yönetimi

Sermayeyi bir kez temin ettikten sonra, artık onu yönetmek zorundasınız. Bu da bir finansman yönetimi sistemi kurmak anlamına gelir. Bu sistemin karmaşık olması gerekmez. Finansman yönetimi sisteminizi iş yerinizin açıldığı birinci günden itibaren kullanılmaya hazır ediniz.

İş Planı

Şimdi de, bu kitapçıkta sözü edilen tüm konuları bir iş planı dahilinde bir araya getirmeye çalışmalısınız.

İş Planı Rehberi bölümü size bu konuda yardımcı olacaktır. Ayrıca KOSGEB'in "İş Planı Rehberi" ve "İş Planı Dosyası" adlı yayınlarından yararlanabilirsiniz.

Bir banka ya da başka finans organizasyonundan yardım isteyecekseniz, bir iş planı elbette çok yardımcı olacaktır. Ama bunun da ötesinde, iş planı hazırlama gayreti size kendi işinizi iyice kavramada çok yardımcı olacaktır. En önemlisi, iş planı son derece kullanışlı bir kontrol aracı olarak hazırlanabilir.

Ekler

1. İş Planı Rehberi

2. Pazarlama Planı Rehberi

*(Bu bölüm KOSGEB
tarafından hazırlanmıştır.)*

İŞ PLANI REHBERİ

GİRİŞİMCİNİN ADI, SOYADI :

İŞ FİKRİ :

TARİH

1. Kendi işinizi kurma nedeninizi açıklayınız

2. Kişisel hedeflerinizi açıklayınız

3. İş fikrinizin kısa tanıtımını yapınız, işletmenizin ticaret ünvanı ve yasal statüsünü belirtiniz.

4. İşinizle ilgili kısa ve orta vadeli hedeflerinizi yazınız (işin büyüklüğü, ürün yelpazesi vs.)

5. Ulaşmayı beklediğiniz müşteri veya müşteri grubunu tanımlayınız.

6. Müşteri gruplarınızın büyüklüğü nedir?

7. Belirlenen pazardaki rakiplerinizi kimlerdir?

8. Rakiplerinizi üstün ve zayıf olan yanlarınızı sıralayınız.

9. Müşterileriniz ne kadar sıklıkla ve hangi fiyata ürününüzü (veya hizmetinizi) satın almak isteyecektir?

10. Müşterileriniz ne zaman ve nerede ürününüzü/hizmetinizi satın alacaklardır?

11. Ürün ya da hizmetinizi müşteriye ulaştırana kadar gerekli olan aşamaları sıralayınız.

12. Bu aşamaları göz önünde bulundurarak hangi malzemeyi veya hammaddeyi nereden temin edeceğinizi belirtiniz.

Malzeme/Hammadde	Miktar	Tedarikçi	Birim Fiyat

13. İş yerinde kurulması gereken tesisat/donanımı belirtiniz.

Tesisat/Donanım	Tedarikçi	Fiyat
Elektrik		
Su		
Isınma		
Aydınlatma		
Telefon/Faks/Bilgisayar		
Ofis Donanımı		

14. Ürünün/hizmetin elde edilmesi için gerekli makine/ekipmanı belirleyiniz.

Makine/Ekipman	Miktar	Tedarikçi	Birim Fiyat

15. İş yerinizi ve bu yeri seçme nedeninizi belirtiniz.

16. İş yerinin kira veya satın alma bedelini yazınız.

17. Üretim/hizmet aşamalarında istihdam edeceğiniz iş gücünü belirtiniz.

İş Tanımı	Kişi Sayısı	Nitelikler	Brüt Ücret

18. Yatırım ihtiyacınızı belirtiniz.

18.a. Başlangıç sabit yatırım ihtiyacı

	TL Değeri	Öz Kaynak	Borç
Arsa/Bina Satın Alma			
İnşaat / Tadilat			
Tesisat			
Makine / Ekipman			
Ofis Donanımı			
Beklenmeyen Giderler (%10)			
Diğer			
TOPLAM			

18.b. Başlangıç işletme sermayesi ihtiyacı

İşletme Sermayesi	TL Değeri	Öz Kaynak	Borç
Hammadde/Yardımcı Malzeme Stoęu			
İşletme Malzemesi Stoęu			
Yakıt Stoęu			
Ambalaj Malzemesi Stoęu			
Mamul Madde Stoęu			
Yedek Parça Stoęu			
Genel Giderler			
Nakit İhtiyacı			
Diğer			
TOPLAM			

18. c. Toplam Başlangıç Yatırım İhtiyacı = 18a + 18b

19. Yıllık işletme giderlerinizi hesaplayınız.

Gider	TL/Yıl
Kira	
Malzeme/Hammadde	
Elektrik	
Su	
Yakıt	
İşçilik	
Satış-Tanıtım	
Paketleme-Ambalaj	
Bakım-Onarım	
Sigorta	
İletişim	
Kırtasiye	
Banka, Faiz, Geri Ödeme	
Ulaştırma	
Diğer	
TOPLAM	

20. Öngördüğünüz kâr oranı ve pazar araştırması ile ilgili bulgularınız çerçevesinde belirlediğiniz birim satış fiyatını belirtiniz.

Ürün / Hizmet	Miktar	Birim Fiyat (TL)	Satış Geliri/Yıl
		TOPLAM	

21. Toplam satış gelirlerinden işletme giderlerinizi çıkararak brüt kârınızı hesaplayınız.

.....TL brüt kâr/yıl

22. Brüt kârınızdan vergi giderlerini çıkararak net kârınızı bulunuz.

.....TL net kâr/yıl

23. Net kârınızı, yaptığınız toplam yatırım ile karşılaştırınız. Bu kârı elde etmek için bu kadar yatırım yapmaya değer mi?

24. Ürününüzü tanıtmak için nasıl bir planınız olduğunu açıklayınız.

27. İşinizi kurmakla ilgili tüm faaliyetleri kapsayan bir çalışma planı yapınız.

Faaliyet	Zaman / Süre
İşletmenin yasal kuruluş işlemleri	
İlgili meslek kuruluşlarına üyelik	
Kredi kuruluşlarına başvuru	
Üretim tesisinin kurulması	
Makine, hammadde ve iş gücü temini	
İşletme idari yapısının kurulması (mali yönetim, muhasebe, personel yönetim)	
Pazarlama ve satış sisteminin kurulması	

PAZARLAMA PLANI REHBERİ

GİRİŞİMCİNİN ADI, SOYADI :

İŞ FİKRİ :

TARİH

PAZAR ANALİZİ

2. Hedef pazar - müşteriler kimlerdir?

2.1. Satış yapmayı planladığınız müşteri grupları

	İş hacminin yüzdesi
Özel imalat / hizmet kuruluşları _____	_____
Toptancılar _____	_____
Perakendeciler _____	_____
Devlet kuruluşları _____	_____
Diğer _____	_____

2.2. Hedeflediğiniz müşteri gruplarının özelliklerini belirtiniz (yer, şehir, bölge, cinsiyet, yaş, gelir, eğitim düzeyi, talepleri vb.)

1. _____
2. _____
3. _____

2.3. Hedeflenen pazar hizmetinizden/ürününüzden yılda ne kadar talep edebilir?

_____ TL

3.2. Pazarınız ne kadar rekabetçi?

Yüksek _____

Orta _____

Düşük _____

3.3. Rakiplerinize oranla kuvvetli ve zayıf yönlerinizi belirtiniz (yer, kaynaklar, servis, personel vb.).

Kuvvetli yönler

Zayıf yönler

1. _____

1. _____

2. _____

2. _____

3. _____

3. _____

4. _____

4. _____

4. Çevre faktörleri.

4.1 Hangi ekonomik faktörler hizmetinizi/ürününüzü etkileyecektir? (Ülke gelişimi, ekonomik eğilimler, vergi, enerji fiyatlarının artması v.b.)

4.2 Pazarınızı etkileyen mevzuat nedir?

4.3 İşletmenizin başarısını etkileyecek ne tür teknolojik gelişmeler beklersiniz?

HİZMET / ÜRÜN ANALİZİ

5. Hizmetinizin/ürününüzün tanımı

6. Hizmet/ürün karşılaştırması

6.1. Hizmetinizin/ürününüzün rakip hizmetine/ürününe göre avantajları

6.2. Hizmetinizin/ürününüzün rakip hizmetine/ürününe göre dezavantajları

PAZARLAMA STRATEJİSİ

7. Nasıl bir imaj yaratmak istersiniz? (ucuz fakat kaliteli, yüksek kaliteli, uygun koşullarda, hızlı hizmet)

8. Hizmet/ürün sunumunda vurgulamak istediğiniz temel özellikler

9. Pazar hedefleriniz

10. Fiyatlandırma

10.1. Satış fiyatının belirlenmesindeki temel politikanız nedir? (Maliyete göre,talebe göre, rekabete dayalı vb.)

10.2. Fiyatlarınız imajınızla aynı doğrultuda mı?

Evet _____ Hayır _____

10.3. Fiyatlarınız maliyeti kapsıyor ve kar marjını kapsamıyor.

Evet _____ Hayır _____

11. Hizmetlerinizi/ürünlerinizi müşterilerinize nasıl ulaştıracaksınız?

12. Müşteri servisi

12.1. Sağlayacağınız müşteri servislerini ve diğer servisleri belirtiniz (indirim, kredi şartlarınız, ücretsiz kullanım vb.).

12.2. Rakiplerinizin sağladığı servisler nelerdir?

13. Reklam/promosyon

13.1. İşinizi müşterilere tanıtırken vurgulamak istediğiniz faktörleri belirtiniz.

13.2. Kullanacağınız reklam/promosyon araçları

13.2.1. Kişisel olarak gerçekleştirebileceğiniz tanıtımlar nelerdir?

- a. Telefonda tanıtımlar _____
- b. Doğrudan satış ve tanıtım _____
- c. Şirket ziyaretleri _____
- d. Teklifler _____
- e. Toplantılar _____
- f. Diğer _____

13.2.2. Kişisel olmayan tanıtımlardan hangisini gerçekleştirebilirsiniz?

- a. Broşürler, el ilanları _____
- b. Gazete _____
- c. Doğrudan postalama _____
- d. Yayın kuruluşları _____
- e. İnternet _____
- f. Diğer _____

13.3. En etkin olacağını düşündüğünüz tanıtım aracını seçmenizin nedenlerini ve bu tanıtım aracı ile neler yapabileceğinizi belirtiniz.

14. İşletmenizi kurduktan sonra ilk ay içinde yapacağınız pazarlama faaliyetlerini haftalar bazında belirtiniz.

Hafta	Faaliyetler	Sorumlu	Uygulanacak tanıtım yöntemi	Bedeli	Tanıtımın yapılacağı hedef müşteri
1.	_____	_____	_____	_____	_____
2.	_____	_____	_____	_____	_____
3.	_____	_____	_____	_____	_____
4.	_____	_____	_____	_____	_____