



KARABÜK TİCARET VE SANAYİ ODASI

ODA BORSA AKREDİTASYON SİSTEMİ KAPSAMINDA

STRATEJİK PLANLAMA SUNUMU

ve

İÇ PAYDAŞ SWOT ANALİZİ

2018



TOBB ODA/BORSA **AKREDİTASYON SİSTEMİ**

- ✓ *Geleceğe yönelim*
- ✓ *Zaman içinde değişebilen kriterler*
- ✓ *Tarafsız değerlendirme*

OUR PRINCIPLES





TOBB

ODA / BORSA AKREDİTASYON SİSTEMİ



AMAÇ

- 1) Oda ve Borsalar arasında kalite bilinci yaratmak
- 2) Oda ve Borsaların kapasite ve yeterliliklerini artırarak üyelere sunulan hizmet kalitesinin iyileştirmek
- 3) Oda ve Borsaların profesyonelliklerini ortaya koymasını sağlamak
- 4) İş dünyasında Oda ve Borsaların güvenilirliğini artırmak
- 5) Türk ve Avrupa Oda sistemleri arasında uyum sağlamak
- 6) Üyelerinin ve dolaylı yolla bulunduğu yerin ekonomisini desteklemek ve geliştirmek için uygun yollarla katkı sağlamak



Günümüzde kurumların gelişimlerini sürdürebilmesi için;

✓ **hedeflerin çok iyi belirlenebilmesi**

ve

✓ **tüm kaynakların bu hedeflere ulaşmayı sağlayacak şekilde kullanılabilmesi gerekmektedir.**

Bu ise ancak,

yönetimde stratejik yönetim ilkelerinin uygulanması ile mümkün olabilmektedir.

Planlama, yönetim sürecinin ilk aşamasını oluşturan en önemli yönetim fonksiyonudur.

Geniş anlamda planlama: "şimdiki veriler ve gelecekteki muhtemel gelişmelerin ışığı altında belli bir amaca ulaşmada izlenecek yolu gösteren bir süreç" olarak tanımlanabilir

Dar anlamda planlama ise; "neyin, neden, ne zaman, nasıl, nerede ve kim tarafından yapılacağını önceden kararlaştırma sürecidir"

STRATEJİK PLANLAMA

stratejik yönetimin en önemli aracıdır.

Stratejik planlama özetle;

1. NEREDEYİZ?

2. NEREYE GİTMEK İSTİYORUZ?

3. GİTMEK İSTEDİĞİMİZ YERE NASIL ULAŞABİLİRİZ?

4. BAŞARIMIZI NASIL TAKİP EDER ve DEĞERLENDİRİRİZ?



Sorularının cevabı niteliğinde bir dokümandır.

Stratejik planlama;

- Uzun vadeli ve geleceğe dönük bir bakış açısı taşır.
- Kuruluşun bulunduğu nokta ile ulaşmayı arzu ettiği durum arasındaki yolu tarif eder.
- Kuruluşun amaçlarını, hedeflerini ve bunlara ulaşmayı mümkün kılacak yöntemleri belirlemesini gerektirir.
- Kuruluş bütçesinin stratejik planda ortaya konulan amaç ve hedefleri ifade edecek şekilde hazırlanmasına, kaynak tahsisinin önceliklere dayandırılmasına ve hesap verme sorumluluğuna rehberlik eder.

STRATEJİK PLAN

KURUMLARIN;

- ORTA VE UZUN VADELİ AMAÇLARINI,
- TEMEL İLKE VE POLİTİKALARINI,
- HEDEF VE ÖNCELİKLERİNİ,
- **PERFORMANS ÖLÇÜTLERİNİ,**
- BUNLARA ULAŞMAK İÇİN İZLENECEK YÖNTEMLER İLE
- KAYNAK DAĞILIMLARINI

İÇEREN PLANDIR

Stratejik Planda Yer Alması Gereken Temel Unsurlar

- ✓ Durum analizi (özet)
- ✓ Katılımcılığın nasıl sağlandığına ilişkin açıklama
- ✓ Misyon, vizyon, temel değerler
- ✓ En az bir amaç
- ✓ Her amacın altında en az bir hedef
- ✓ **Hedef ölçülebilir şekilde ifade edilememişse ölçüm kriter(ler)i**
- ✓ Stratejiler
- ✓ Tüm amaç ve hedefleri içeren ... yıllık tahmini maliyet tablosu

1. HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Planın Sahiplenilmesi
2. Organizasyonun Oluşturulması
3. İhtiyaçların Tespiti
4. İş Planının Oluşturulması
5. Hazırlık Programının Yapılması

2. DURUM ANALİZİ

1. Tarihsel Gelişim
2. Yasal Yükümlülükler ve Mevzuat Analizi
3. Faaliyet Alanları, Ürün Hizmet Belirlenmesi
4. Paydaş Analizi
5. Kuruluş İçi Analiz
6. Çevre Analizi

3. GELECEĞE BAKIŞ

1. Misyon Bildirimi
2. Vizyon Bildirimi
3. Temel Değerler
4. Amaçlar
5. Hedefler
6. Performans Göstergeleri
7. Stratejiler

4. MALİYETLENDİRME

1. Maliyet Tablosu
2. Kaynak Tablosu

5. İZLEME VE DEĞERLENDİRME

Kapak

İçindekiler

GİRİŞ

Kurumun Tanımı ve Sınırlarının Çizilmesi

MEVCUT DURUM ANALİZİ

Yasal yükümlülüklerin ve mevzuatın incelenmesi

Kurumun faaliyet alanlarının, ürün ve hizmetlerinin belirlenmesi

Paydaş Analizi

Paydaşların tespit edilmesi

Paydaşları önceliklendirme

İç Çevre Analizi

Kurumun Yapısı

İnsan Kaynakları

Fiziksel Kaynaklar

Kurum Kültürü

Teknolojik Yapı

Güçlü Yönler

Zayıf Yönler

Dış Çevre Analizi

Fırsatlar

Tehditler

SWOT (GZFT) Analizi

GZFT/TFZG Matris Analizi ve Stratejiler

GELECEĞİN TASARIMI

Misyon

Vizyon

Temel Değerler

Stratejik Amaçlar

Stratejik Hedefler

Stratejiler

Performans Göstergeleri

MALİYETLENDİRME

İZLEME VE DEĞERLENDİRME

MEVCUT DURUM ANALİZİ

Yasal yükümlülüklerin ve mevzuatın incelenmesi

Kurumun ulusal ve uluslararası mevzuattan kaynaklanan yasal yükümlülükleri ile görev ve sorumluluklarıyla mevzuatın uyumu incelenerek ortaya konulacaktır.

Ayrıca 5174 Sayılı Kanun kapsamında gerçekleştirilen Görev ve Faaliyetler ile var ise mevzuat dışında gerçekleştirilen faaliyetler ayrı başlıklar altında tanımlanmalıdır.

Kurumun Görev ve Faaliyetleri ve bunlara ilişkin ürün ve hizmetlerin belirlenmesi

Oda ve Borsalarımıza özgü olarak, 5174 sayılı kanunumuzda belirlenen görev ve faaliyet alanları ve bu görev ve faaliyet alanları altında sunulan ürün/hizmetler; genel çerçevenin daha belirgin olarak görülmesi için,

“Görev” ve “Faaliyet” başlıkları altında toplanabilir.

Paydaş Analizi

Paydaş, kurumdan doğrudan veya dolaylı, olumlu veya olumsuz yönde etkilenen ve aynı şekilde o kurumu etkileyen kuruma girdi sağlayan (hizmet veren kuruluşlar); kurumun hizmet sunduğu, iş birliği yaptığı kesimler veya taraflar olarak tanımlanmaktadır.

Paydaş kavramını tanımı gereği iç paydaş ve dış paydaş olarak iki kısma ayırabiliriz.

Paydaşların tespit edilmesi

Paydaşları önceliklendirme

İç Çevre Analizi

İç çevre analizi, kurumun izleyeceği stratejiler ve gerçekleştireceği hedeflerin belirlenmesine temel teşkil etmektedir.

Kurumun mevcut durumu ve geleceğini etkileyebilecek, iç ortamdan kaynaklanan ve kuruluşun kontrol edebileceği koşulların ve eğilimlerin incelenerek **güçlü ve zayıf** yönlerin belirlenmesi ve değerlendirilmesini içermektedir.

Kurumun yapısı

İnsan kaynakları

Fiziksel kaynaklar

Kurum Kültürü

Teknolojik yapı

Güçlü yönler:

Güçlü yönler bir kurumun hizmet kalitesini artıracak (rekabetçi avantaj oluşturabilecek) temellerin oluşmasında kullanılacak kaynaklar ve yetenekler bütünüdür. Güçlü yönler gerçekçi ve iddialı olmalıdır.

Zayıf yönler:

Zayıf yönler, iyi hizmet düzeyine (rekabetçi bir avantaja) ulaşılmasının veya iyi hizmetin (avantajın) sürdürülmesinin önündeki sınırlama, hatalı/yanlış hizmet sunulması gibi neden olabilecek içsel engellerden oluşmaktadır. Zayıf yönler hızla değiştirilip, düzeltilebilecek kadar açık ve gerçekçi olmalıdır.

Dış Çevre (PAYDAŞ) Analizi

Dış çevreyi oluşturan unsurlar (nüfus, demografik yapı, coğrafi alan, kentsel gelişme, sosyo-kültürel hayat, ekonomik, sosyal, politik, kültürel durum, çevresel, teknolojik ve rekabete yönelik etkenler vb.) kurumun ve birimin kontrolü dışındaki koşullara bağlı ve farklı eğilimlere sahip olup, doğrudan veya dolaylı olarak kurumun faaliyet alanlarını etkilemektedir.

İç çevre araştırmalarıyla sağlıklı bir şekilde ortaya konan üstün ve zayıf yönler, bu aşamada elde edilecek fırsatlar ve tehditler ile birlikte değerlendirilerek en uygun stratejiler belirlenebilecektir.

Fırsatlar:

Mevcut durumda var olan ya da gelecekte karşılaşılabilecek dışsal olumlu durumları ifade etmektedir.

Örnekler: keşfedilmemiş müşteri (üye) ihtiyaçları, yeni teknolojilerin gelmesi, gevşek kurallar, küresel etkiler vb.

Tehditler:

Mevcut durumda var olan veya gelecekte karşılaşılabilecek iyi hizmet verilmesini veya iyi hizmetin sürdürülebilirliğini (rekabetçi bir avantaja erişilmesini veya bu avantajın muhafaza edilmesini) engelleyen herhangi dışsal olumsuz durumlardır.

Örnek: küresel etkiler, yasal mevzuat vb.

GELECEĞİN TASARIMI

Misyon:

Bir kurumun ne yaptığını, nasıl yaptığını ve kimin için yaptığını açıkça ifade eden, varlık sebebini açıklayan temel bir bildirimdir.

Vizyon:

Bir kurumun (ulaşmayı arzu ettiği geleceğinin iddialı ve gerçekçi bir ifadesidir.

Kurumun geleceği ile birlikte ideal hedeflerini de sembolize eden bir kavramdır.

Temel Değerler (kuma değer katan ilke ve prensipler):

Kurumun davranışlarını belirleyen ve her türlü politika ve aksiyonun geliştirilmesi ve yürütülmesine rehberlik eden faktörleri ifade eder.

Stratejik Amaç:

Stratejik planda yer alan ve kurumun ulaşmayı hedeflediği sonuçların kavramsal ifadesidir.

Amaçlar bir bütün olarak kurumun stratejik yönünü belirler.

Kurumun (Birim) vizyon ve misyonuna yönelik program ve uygulamaların başarılı olmasına katkıda bulunmalıdır.

Stratejik Hedef:

Stratejik planda yer alan **Stratejik Amaçların** gerçekleştirilmesine yönelik spesifik ve ölçülebilir alt amaçlardır. Hedefler stratejik plan sürecinin “nerede olmayı istiyoruz” kısmını oluşturur.

Strateji (Faaliyet-Proje):

Belirli bir amaca ve hedefe yönelen, başlı başına bir bütünlük oluşturan yönetilebilir ve maliyetlendirilebilir üretim veya hizmetlerdir. **Her bir Stratejik Hedef için birden çok Strateji olabilir.**

STRATEJİK AMAÇ 1

Stratejik Hedef 1.1

Performans Hedefi
1.1.1 (Faaliyet 1.1.1)

Performans
Göstergesi

Strateji

Maliyet

Performans Hedefi
1.1.2 (Faaliyet 1.1.2)

Performans
Göstergesi

Strateji

Maliyet

Stratejik Hedef 1.2

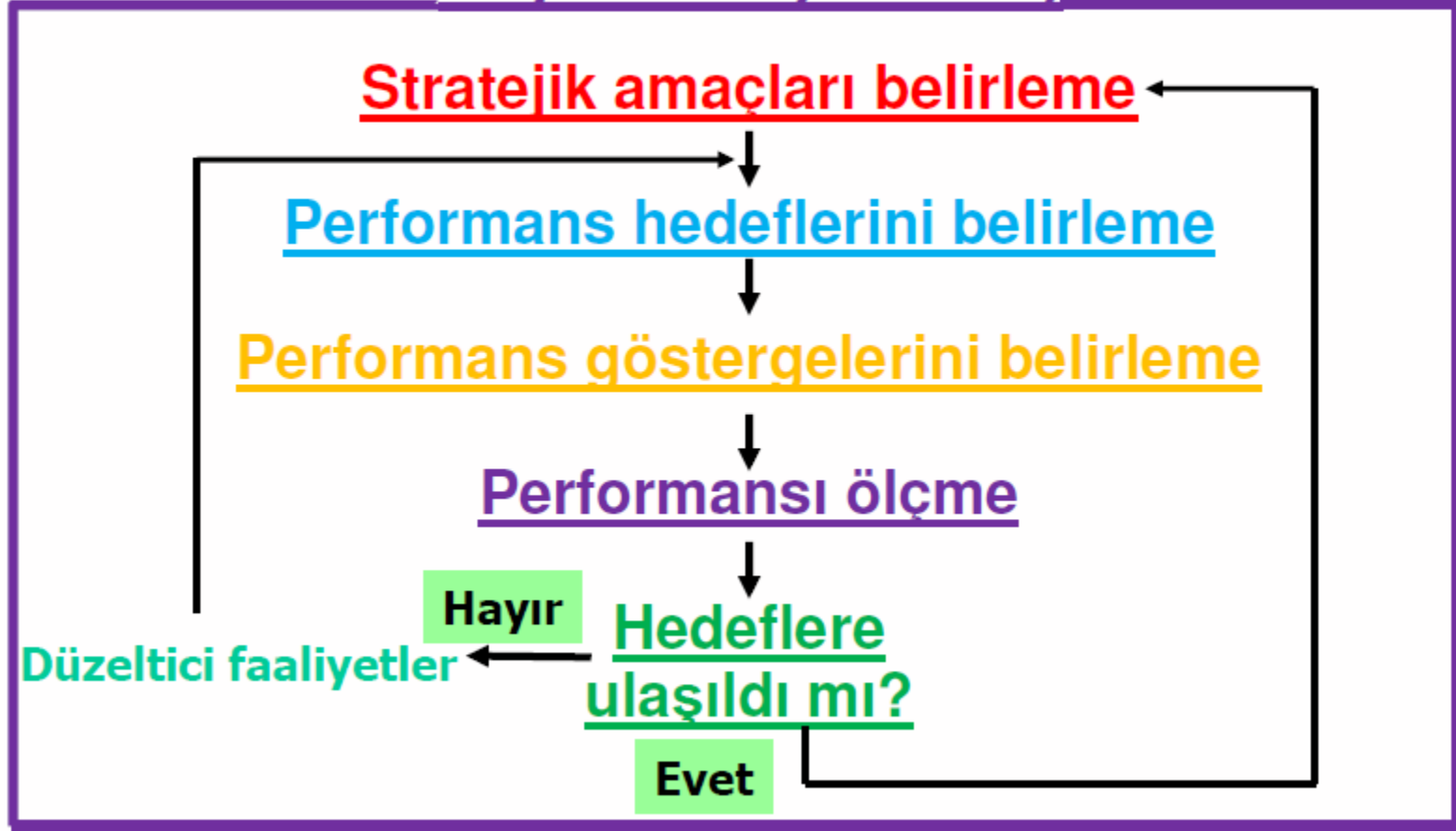
Performans Hedefi
1.2.1 (Faaliyet 1.2.2)

Performans
Göstergesi

Strateji

Maliyet

Performans yönetimi;



BU AÇIDAN BAKTIĞIMIZDA STRATEJİK PLANLAMA;

Bir kuruluşun sistemli ve disiplinli bir şekilde;

- ✓ Kendisini nasıl tanımladığını,
- ✓ Neler yaptığını,
- ✓ Yaptığı şeyleri ne için yaptığını,
- ✓ Ulaşmayı arzu ettiği durumu

- ✓ değerlendirmesi,
- ✓ şekillendirmesi,
- ✓ bunlara rehberlik eden temel kararları ve eylemleri üretmesidir.



STRATEJİK HEDEF:

Stratejik Planda (orta ve uzun dönemli) belli bir amacı gerçekleştirmek üzere yapılması gerekenleri ortaya koyan ifadelerdir.

ÖRNEKLER

Stratejik Amaç:

Odanın faaliyet yelpazesinin genişletilmesi

Stratejik Hedef:

Odanın üyelerine vermiş olduğu hizmetlerin nicelik ve niteliğinin artırılması

Performans Hedefi:

Odanın üyelerine vermiş olduğu hizmetlerin nicelik ve niteliğinin artırılması

Performans Göstergeleri:

Yeni eklenen faaliyet sayısı,

yeni eklenen faaliyet sayısının toplam faaliyet sayısına oranı,

Yeni eklenen faaliyet(ler)e ilişkin üye memnuniyet anketi,

yeni eklenen ve eski faaliyetlerin memnuniyet düzeylerinin oranı

ÖRNEKLER

Stratejik Amaç:

Odanın bölgedeki etkinliğinin artırılması

Stratejik Hedef:

Odanın yerel ve ulusal paydaşlarıyla ilişkilerinin güçlendirilmesi

Performans Hedefi1:

Stratejik Paydaşların belirlenmesi

....

Performans Göstergeleri1:

Paydaşlarla beraber yapılan organizasyon sayısı

Paydaşlara yapılan ziyaret sayısı

Paydaş algı anketi

Paydaş beklenti ve memnuniyet anketi

....



KARABÜK TİCARET VE SANAYİ ODASI

TEŞEKKÜRLER