

23 sentyabr 2016

Bakı, Azərbaycan

STRATEJİ PLANLAŞDIRMA

Gubad İbadoğlu



Strategiya nədir?

Strategiya əksər vaxtı

- Plan
- Üsül
- Pozisiya
- Ssenari
- Perspektiv

kimi təsvir olunur

Strategiya - taktika

Strategiya

Məqsəd

Uzun müddətli

Taktika

Vəzifə

Qısa müddətli

Strategiya - taktika

Fərqləri:

- Miqyası
- Zamanı müddəti
- Önəmliliyi

Strategiya NƏ sualına cavab verir, taktika isə NECƏ və KİM sualına

Strateji planlaşdırma

A - buradayam (cari vəziyyət)

B - burada olmaq istəyirəm (vizyon)

Strategiya:

A-dan – B-yə necə çatmalıyam

Strategiya nədir?

Təşkilati idarəetmə +
strateji planlaşdırma =

STRATEJİ İDARƏETMƏ

Təşkilati idarəetmə nədir?

Təşkilatın **SİSTEMATİK** tərzdə fəaliyyət göstərmək, fəaliyyəti əlaqələndirmək, digər tərəflərlə tərəfdaşlıq qurmaq, öz planlaşdırma prosesini, xarici əlaqələrin idarə edilməsini, informasiya idarəçiliyini və yeni imkanların müəyyən və istifadə edilməsini yoxlamaqla böyümək **BACARIĞI**.

Strateji Plan nəyə xidmət edir?

- Təşkilatın missiyasını yerinə yetirmək üçün sistemli prosesə riayət edir
- Tədbirlərlə bağlı əsas qərar və razılaşmaların qeydiyyatını aparır
- Təşkilatın nə olduğunu, nə iş gördüyünü (habelə nə iş görmədiyini), nə üçün bunu etdiyini müəyyən edir
- Ən azı üç illik müddəti əhatə edir

Strateji idarəetmə komponentləri

- Strateji düşüncə
- Strateji planlaşdırma
- Strateji "xəritələmə"

Strateji idarəetmə

4 mərhələsi var:

- Təhlil
- Strategiyanın formalaşdırılması
- Strategiyanın icrası
- Qiymətləndirmə

Strateji idarəetmə

Meyarlar:

- Arzuolunan
- Realistik
- Hədəfli
- Çevik
- Asan izah oluna bilən

Strateji Plan

- Xülasə
- Ümumi Konsepsiya
- Tapşırıqlar/vəzifələr
- Xarici və daxili mühitin təhlili
- Strateji hədəflər
- İşçi heyətin ehtiyacları
- Büdcə planı

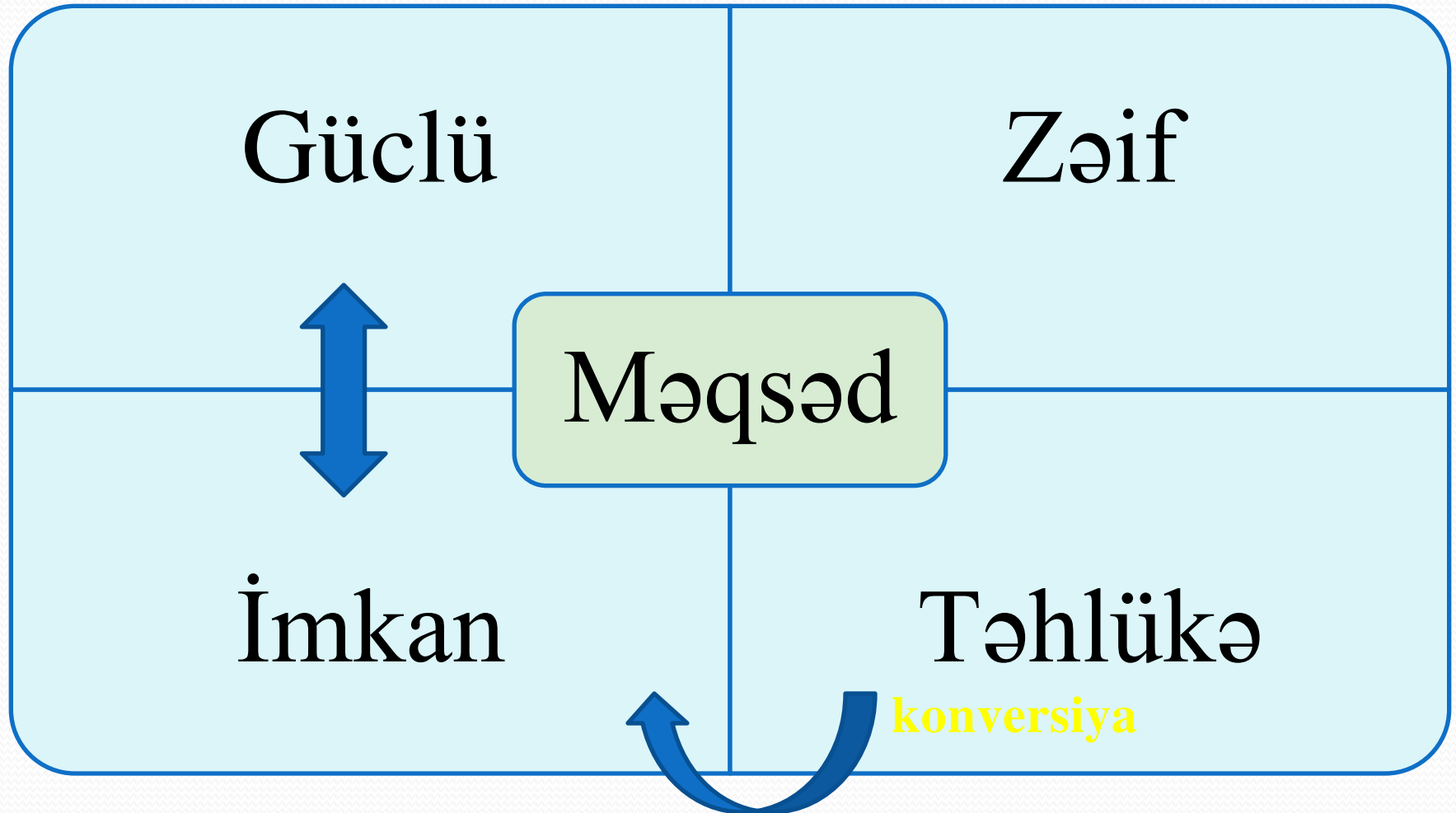
Strateji Planlaşdırma Prosesi

1. Mühiti (xarici və daxili) təhlil etmək
2. Strateji məqsədləri müəyyən etmək
3. Hədəflərə çatmaq üçün taktiki fəaliyyət planını hazırlamaq
4. Səlahiyyətləri və işin əhatə dairəsini müəyyən etmək
5. Planı icra etmək üçün tələb olunan resursları müəyyən etmək
6. Daxili potensial quruculuğu planını hazırlamaq

SP üçün önəmlidir

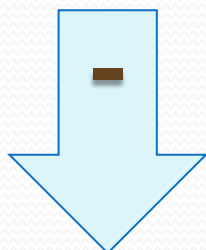
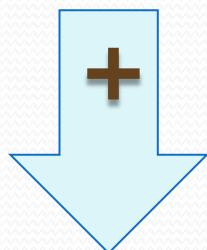
- Təhlil aparmaq:
Hansı alternativlər var?
- Variantları qiymətləndirmək:
Nə kimi üstünlük və çatışmazlıqlar var?
- Qərar müəyyən etmək:
Ən yaxşı hansı alternativdir?

ZƏİF VƏ GÜCLÜ TƏRƏFLƏRİ MÜƏYYƏN ETMƏK (SWOT TƏHLİLİ)



SWOT təhlil

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər
İmkanlar	Təhlükə



İMKANLAR VƏ TƏHLÜKƏLƏR

İmkanlar

- Qarşıdakı tədbirlər: qlobal və yerli
- Yeni biznes strukturları cəlb etmək
- Əlaqələri genişləndirmək- qlobal şəbəkələrə çıxış əldə etmək

Təhlükələr

- İqtisadi təsirlər?
- Tələbatın çatışmazlığı?
- Tərəfdaşların çatışmazlığı?
- Reputasiya, maliyyələşməyə təhlükə?

DAXİLİ ZƏİF VƏ GÜCLÜ TƏRƏFLƏR

Güclü

- Üstünlüklər : Şəbəkələr, Resurslar, İnsanlar, İmkanlar?
- Bacarıqlar?
- Təcrübə, bilik, məlumat?
- Ehtimal olunan gəlirlər?

Zəif

- Bacarıqlardakı boşluqlar
- Reputasiya, iştirak və hədəfə çatma?
- İmkan xərcləri
- Vaxt ölçüləri, son tarix və təzyiqlər?
- Başlanğıc xərcləri
- Davamlılıq?
- Məlumatın etibarlılığı, planın proqnozlaşdırılması?
- İdarəetmə?

BEEM

How to **B**uild on them?

Onları necə qurmaq olar?

How to **E**liminate them?

Onları necə ləğv etmək olar

How to **E**xplore them?

Onları necə işə salmaq olar?

How to **M**inimize them?

Onları necə minimuma endirmək olar?

SWOT

: **Strengths**

İnstitusional təcrübə və resurslar
Təcrübələr və digər təşkilatlarla
əməkdaşlıq

: **Weaknesses**

Digər təşkilatlarla əlaqələr və
şəbəkələşmə baxımdan boşluqlar

: **Opportunities**

İşimizi necə gecləndirmək olar?

: **Threats**

Bizim işimizə mane olan tədbirlər və
ya təhlükələr

Təhlinin əhatəsi

- Xarici mühit
- Resurslarınız
- Bacarığınız / təcrübəniz
- Hədəf qrupunuz
- Tərəflər
- Davamlılıq və çıxış strategiyası

QRUP İŞİ -1

İştirakçılar 4 qrupa bölünürlər:

- 1) Güclü tərəflər
- 2) Zəif tərəflər
- 3) İmkanlar
- 4) Təhlükələr

MƏSLƏHƏTLƏR:

Qiymətləndirmə zamanı

- Spesifik/konkret olun
- Realistik olun
- Dürüst olun
- Səliqəli olun

Tərəflərin cəlb olunması

- Tərəflərin müəyyən edilməsi
- Onların rol və resurslarının müəyyən edilməsi
- Tərəflər arasında dinamikanın müəyyən edilməsi
- Tərəflərin optimal qrupunun təyin edilməsi
- İştirak planının hazırlanması
- Tərəflərin iştirakının izlənməsi

Maraq qruplarının müəyyən edilməsi

- Maraq qrupları 3 kateqoriyaya bölünür:
 1. Dəyişikliyə nail olmaq istəyən mütəffiqlər;
 2. Dəyişikliyə qarşı olan və ya dəyişiklikdən təsirlənən rəqiblər;
 3. Dəyişikliklə bağlı heç bir mövqeyi olmayan neytrallar.

Maraq qruplarının xəritəsi

Bölmə	Təsisat	Mövqe/maraq
İctimai sektor		
Hökumət		
Nazirliklər		
Bələdiyyələr		
Yerli icra hakimiyyətləri		
Siyasi partiyalar		
Media təşkilatları		
Tənzimləyici orqanlar		
QHT-lər		
Universitetlər, tədqiqat və tədris mərkəzləri		
Ticarət ittifaqlarə və peşəkar biznes asosasiyaları		
Ticarət Palatası		
Alyanslar və koalisiyalar		
Özəl sektor		
Donor təşkilatları		
Dini institutlar		
Həmkarlar ittifaqları		
Beynəlxalq təşkilatlar və diplomatik korpuslar		

Maraq qruplarının müəyyən edilməsi

- Hökumət Komissiyası
- Parlamentin İqtisadiyyat daimi Komissiyası
- İqtisadiyyat Nazirliyi
- Digər biznes assosasiyaları
- Ticarət palataları
- Sahibkarların Milli Konfederasiyası
- Vətəndaş cəmiyyəti institutları
- Media
- Digər.....

Maraq qruplarının təhlili

Müttəfiqlərin xəritəsi

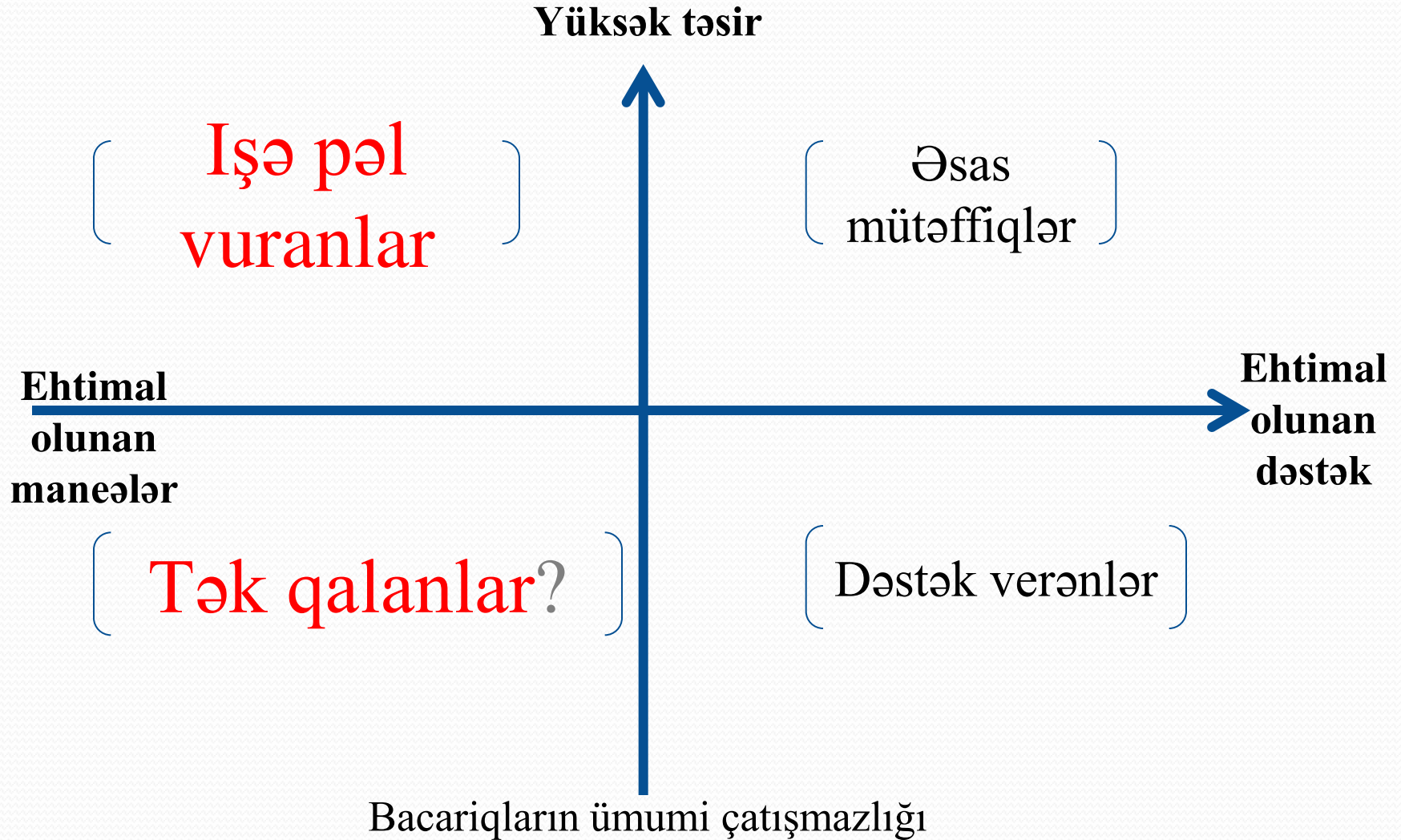
O kimdir?	Onun marağı nədir? Kiminlə müttəfiqdir?	Əsas güc mənbəyi (resursu) nədir?	O bizə necə kömək edə bilər? (Bizim ondan istədiyimiz nədir)

Maraq qruplarının təhlili

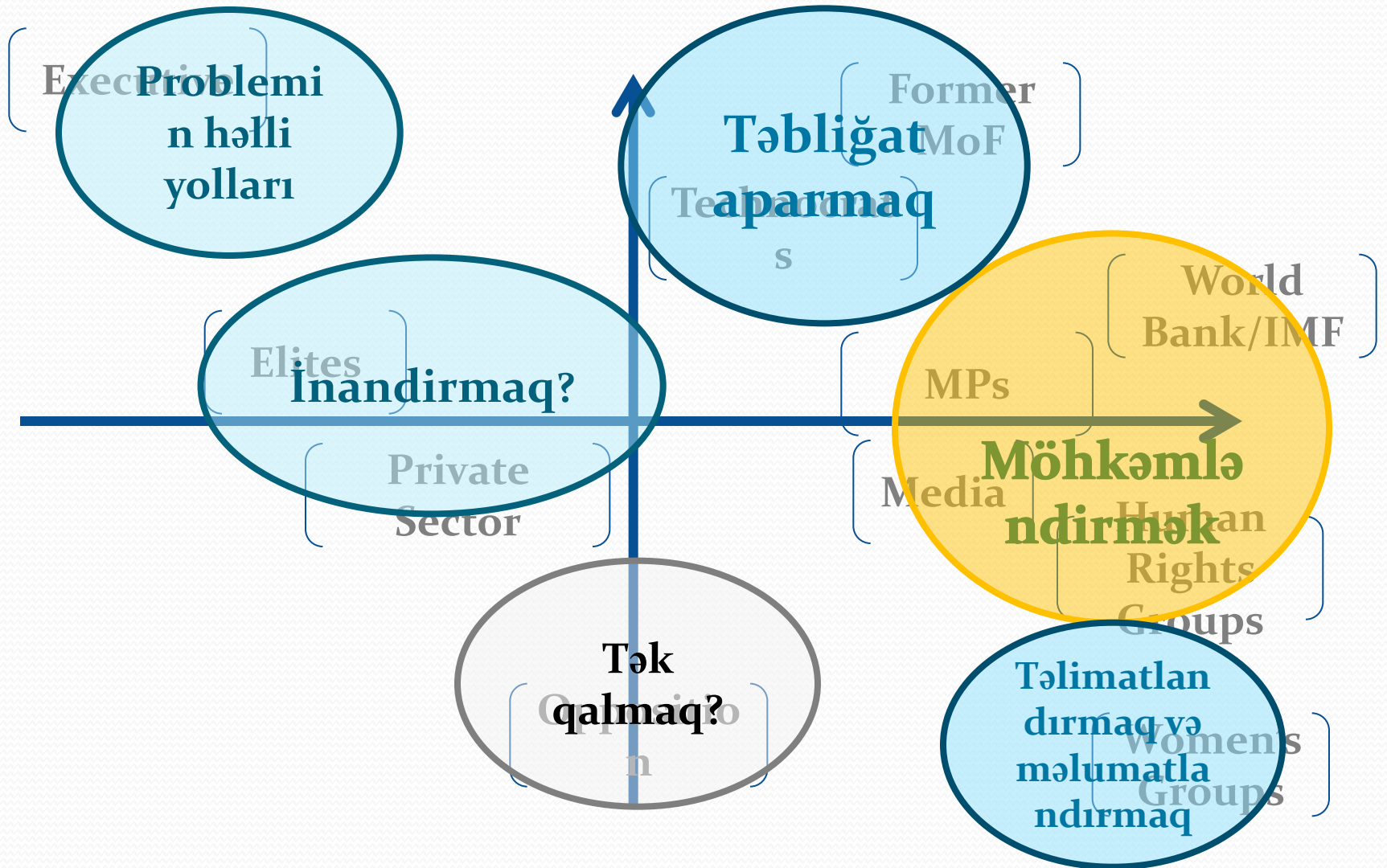
Rəqiblərin xəritəsi

O kimdir?	Onun marağı nədir? Kiminlə rəqibdir?	Əsas güc mənbəyi (resursları) nədir?	Bizim fəaliyyətimizə o necə mane olur? (İşimizi necə əngəlləyirlər?)

MARAQ QRUPLARININ TƏHLİLİ



NÜMUNƏ: MARAQ QRUPLARIN TƏHLİLİ



QRUP İŞİ - 2

İştirakçılar 2 qrupa bölünürlər:

- 1) Müttəfiqlər
- 2) İşə pəl vuranlar.



**DİQQƏTİNİZƏ GÖRƏ
TƏŞƏKKÜRLƏR!**