

# Stratejik Planlama Sureci Nedir?

Calisma Kagidi

Stratejik planlama sureci; misyon/vizyon belirleme, cevre analizi, strateji olusturma, uygulama ve sonuclari degerlendirme adimlarindan olusan ve organizasyonu uzun vadeli hedeflerine yonlendiren bir dizidir.

## Sorular

1. Cevre analizi asamasinda yaygin olarak hangi analiz araci kullanilir?
  - A) PERT semasi
  - B) SWOT analizi
  - C) Gantt semasi
  - D) Bilanco
2. Strateji olusturmadan hemen sonra hangi adim gelir?
  - A) Misyon tanimlama
  - B) Cevre analizi
  - C) Uygulama
  - D) Degerlendirme
3. Degerlendirme ve kontrol asamasinin amaci nedir?
  - A) Misyon ifadesini belirlemek
  - B) Sonuclari olcmek ve stratejiyi ayarlamak
  - C) Yeni personel ise almak
  - D) Logo tasarlamak
4. Bir sirketin misyon ifadesi oncelikle neyi tanimlamalidir?
  - A) Ceyreklik butcesini
  - B) Uzun vadeli amacini ve var olus nedenini
  - C) Organizasyon semasini
  - D) Hisse fiyatı hedefini
5. Bir kahve zinciri uluslararası buyumek istiyor. Stratejik planlama surecinden nasıl gececeğini özetle.
6. Orta ölçekli bir üreticinin SWOT analizi yapılan bir iş gücü ve güçlü bir bilanço ortaya koyuyor. Hangi strateji uygundur?
7. Yeni bir strateji uygulandıktan sonra satışlar arttı ama müşteri memnuniyeti düştü. Degerlendirme asamasında ne olmalı?
8. Tanımla: Stratejik planlama sürecinin ana adımları nelerdir?
9. Tanımla: SWOT analizi ne için kullanılır?
10. Tanımla: Strateji oluşturma ile uygulama arasındaki fark nedir?

## Cevap Anahtari

1. B) SWOT analizi - SWOT analizi guclu, zayif yonleri, firsatlari ve tehditleri degerlendirir.
2. C) Uygulama - Bir strateji secildikten sonra organizasyon onu uygulamaya gecir.
3. B) Sonuclari olcmek ve stratejiyi ayarlamak - Degerlendirme ve kontrol, sonuclari hedeflerle karsilastirir ve ayarlamalari tetikler.
4. B) Uzun vadeli amacini ve var olus nedenini - Misyon ifadesi organizasyonun temel amacini ifade eder.
5. Misyon ve Vizyon: Hedefini tanimlar - 10 yil icinde dunyanin ilk 3 kahve markasindan biri olmak. Cevre Analizi: SWOT guclu markayi (guclu yon), sinirli yurt disi tedarik zincirini (zayif yon), Asya'da artan talebi (firsat) ve yerel rakipleri (tehdit) gosterir. Strateji Olusturma: Tamamen sahip olunan magazalar yerine Asya'da bayilik (franchise) giris stratejisini secer. Uygulama: Bayilik ortaklariyla anlasir, menuyu uyarlar, yerel personeli egitir. Degerlendirme ve Kontrol: Magaza acilislarini ve pazar basina geliri 10 yillik hedefe gore izler.
6. Adim 1: Zayif yon = yaslanan is gucu (emeklilik riski, beceri acigi). Adim 2: Guclu yon = saglam bilanco (kullanilabilir sermaye). Adim 3: Mantikli bir strateji olusturma adimi, otomasyon ve is gucu egitimine sermaye yatirmaktir. Sonuc: Sirket, mali gucunu is gucundeki zayifligi dengelemek icin kullanan bir strateji olusturmali.
7. Adim 1: Her iki metrigi de orijinal hedeflerle karsilastir - satis hedefi tutturuldu, memnuniyet hedefi kacirildi. Adim 2: Nedeni teshis et - belki buyume, musteri hizmetleri kapasitesini asti. Adim 3: Stratejiyi ayarla - destege yatırım yap, buyume hizini kis. Sonuc: Degerlendirme ve kontrol, sadece bir karne degil, revize edilmiş bir stratejiyi de beslemelidir.
8. Misyon/vizyon, cevre analizi, strateji olusturma, uygulama ve degerlendirme/kontrol.
9. Analiz asamasinda ic Guclu/Zayif yonleri ve dis Firsat/Tehditleri degerlendirmek icin.
10. Olusturma NE yapilacagini secmektir; uygulama ise onu YAPMAKTIR - kaynak tahsisi ve icra.

### Bounlu

Tum kartlar, adim adim cozumler ve AI hoca destegi Notek uygulamasinda.  
Sinav tarihlerini Promy otomatik hatirlaticiya ceviris.