

VİZYON VE MİSYON

SORULAR VE CEVAPLAR

1- Vizyon ve misyon ne demektir?

Vizyon, kelime anlamıyla "bakıldığında görülen alan", "görme yetisi" demektir.

Misyon ise "verilen görev", "yüklenilen iş", "varlık sebebi" olarak tanımlanabilir.

Kişisel ya da kurumsal vizyon dendiği zaman, kişinin ya da kurumun "görebildiği" en uzak yer, bakış genişliği, ya da uzak bir gelecekte ulaşmak istediği hedef olarak anlaşılmalıdır. Kişisel ya da kurumsal misyon ise "yüklediği görev", "varlık sebebi", "vizyonunu oluşturan işler bütünü" olarak tanımlanabilir. Çalışanın "ben neden buradayım?" sorusunun cevabıdır iş yerindeki misyonu.

Vizyonun kurumun her seviyedeki çalışanları tarafından anlaşılabilmesi ve benimsenebilmesi için net, açık ve yalın şekilde ifade edilmesi önemlidir. Kısacası vizyon, hayal edilen hedeflerin "ceviz kabuğuna sığdırılmış hali"dir.

Örneğin, elektrik ve elektronik ürünleri devi General Electric'in vizyonu "Hayata iyi şeyler katmak", otomobil devi Ford'un vizyonu ise "Otomotiv ürünleri ve hizmetlerinde dünyanın en önde gelen firması olmak"tır.

2- Vizyon ve misyon kavramı nasıl oluştu?

Her iki kavram da neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir. Tarih boyunca birçok gelişme vizyon sahibi kişiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Örneğin ilk globalleşme kavramı milattan önce, Büyük İskender'in vizyonunun bir parçası olarak karşımıza çıkar. Benzer bir vizyon Cengiz Han'da görülür. Leonarda da Vinci gene ilk akla gelen vizyoner bilim ve sanat dehasıdır.

Atatürk, Abraham Lincoln, Henry Ford, Einstein, Charlie Chaplin, hepsi farklı alanlarda dehasını ortaya koymuş, geniş vizyon sahibi, ismini tarihe yazdırmış insanlardır.

Vizyon ve misyon kavramlarının şirketlerde kullanılmaya başlaması ise, sanayi devrimine kadar gider. Daha eski çağlardan gelen kurumsal yapılarda da (örneğin kilise, bazı batı avrupa imparatorlukları vb.) vizyon ve misyon beyanlarına rastlayabiliyoruz.

Günümüzde vizyon ve misyon, 2.Dünya Savaşı'ndan sonra hızlanan sanayileşme sürecinde büyük önem kazanmaya başlamıştır. 1950'lerde, Japonya'da ortaya çıkartılan "kalite" kavramının uygulamaya geçirilmesi ile hızla yaygınlaşmış ve bugün tüm dünyada, tüm kurumlarda aranan, olması gerektiğine inanılan bir kavram haline gelmiştir.

3- Vizyon ve misyona neden ihtiyaç var, olmasalar olmaz mı?

Vizyon ve misyonu bir yolculuk benzetmesiyle daha kolay açıklayabiliriz. Seyahate çıkmadan önce gitmek istediğimiz yer ile ilgili hayaller kurarız. Örneğin gitmeyi hayal ettiğimiz yer, yani vizyonumuz ufukta gözüken dağlara ulaşmak ise dağların şekli, renkler, bitki örtüsü vb. hepsi dağ vizyonumuzun bir parçasıdır. Misyon ise o dağlara giden yolun kendisidir. Bu yol dümdüz de olabilir, kıvrılarak giden bir yol da olabilir. Nihai hedef dağa ulaşmaktır ama dağa giden yol üzerinde uğramak istediğimiz yerler de olacaktır. Tarihi yerler, doğal güzellikler, köyler vs. hepsi misyonumuzu oluşturur.

Eğer vizyon ve misyonunuz yoksa bir anlamda geleceğiniz, varlık sebebiniz, hedefleriniz de yok demektir. Yani oturduğunuz yerde "Seyahate çıkmak istiyorum" diyorsunuz ama nereye doğru, nasıl, ne zaman, hangi yoldan vb. Konularında herhangi bir fikriniz yok. O halde nasıl çıkacaksınız seyahate? "Yolun beni götürdüğü yere giderim" demek vakti bol, cebi dolu bir gezgin için anlam taşıyabilir ama bir ticari işletme için taşıyamaz. Bir ticari işletmenin en temel varoluş sebebi para kazanmak ve büyüme. Her ikisini yapmak için de hedeflerin olması lazım. Şirket hangi konuda faaliyet gösterecek? "her işi yaparım" diyen bir şirketin varolması mümkün değildir. O hedeflere nasıl, hangi yollardan, hangi yöntemlerle, ne kadar zamanda ulaşacak? Bunların hepsi belli olmalıdır. Hedefsiz bir kurum rüzgarda savrulan yapraklar misali bir o yana, bir bu yana gitmeye ve sonunda dağılıp yok olmaya mahkumdur.

4- Türkiye'deki şirketler belirlenen misyon ve vizyonlarını ne kadar uyguluyor, inanıyor?

Türkiye'deki şirketleri iki gruba ayırmak mümkün : hedef ve strateji geliştirenler ve rüzgarda savrulanlar. Bugün vizyon ve misyonu belli olan şirketlerin nasıl ilerlediğine hepimiz tanık olurken vizyonu olmayan, dar görüşlü, misyonu olmayan yani hedefleri belirsiz, uygulamaya yönelik stratejiler geliştirmemiş, riskleri hesaplamamış, stratejik planlama yapmamış şirketlerin de hızla ortaya çıkıp gene aynı hızla yok olduklarına tanık oluyoruz.

5- Genelde şirketlerin misyon ve vizyonları birbirine çok benziyor. Bu da misyon ve vizyonun, sanki sadece zorunluluk nedeniyle, yapılmış olmak için belirlendiğini hissettiriyor. Şirketler misyon ve vizyonu, yönetim sürecinde nasıl daha etkili hale getirebilirler?

Şirketlerin vizyonlarının birbirine benzemesi önemli değildir. Bu tıpkı herkesin 2 gözü, 1 ağız, 2 kulağı, 1 burnu var demek gibidir. 5 milyara yakın insanda tüm bunlar var ama her biri bir diğerinden farklı. Birbirinin aynısı iki insan yok. Aynı durum şirketler için de geçerli. Her şirketin bir vizyonu, misyonu, hepsinin pazarlama, üretim, muhasebe, finans, insan kaynakları vb. Departmanları var ama hiçbir şirket birbirine benzemez.

1990'ların başında gelişen "toplam kalite yönetimi" anlayışının paralelinde uluslararası ticarete, özellikle Avrupalı alıcılar tarafından aranan ISO9000 kalite belgesini alabilmek için şirketler mecburen kalite yönetimi çalışmalarına yöneldiler. Bu çalışmaları kurum bazında benimseyerek uygulayan şirketler iç ve dış pazarlarda başarılı olurken sadece kağıt üzerinde bırakan şirketler, özellikle 2001 krizi sonrasında hızla piyasadan silindiler.

TANGRAM Yönetim Danışmanlık A.Ş.

YAZI DİZİSİ

Vizyon ve misyon söylemde değil, inanma ve uygulamayla anlam kazanır. Kurumun en tepesindeki ile en altındakinin kuruluşu aynı pencereden bakmasını sağlayabilen, benzer söylemlere sahip olmalarını ve uygulamalarda da benzerlikleri sağlayabilen yönetimler başarılı olmaktadır.

Ancak vizyon ve misyon tek başına yeterli değildir. Seyahat örneğimize geri dönecek olursak, ulaşmak istediğimiz dağı ve gideceğimiz yolu belirledikten sonra yapılması gerekenler var: Hangi araçla gidilecek? Seyahate kimlerle çıkmak gerekir? Yanlarına neler alacaklar? Seyahatin süresi nedir? İlk durak nerede, ne kadar uzaklıkta? Ne kadar zamanda varılması düşünülüyor? Konaklama yerine yaklaştığımızı nasıl anlayacağız? Yolda hangi aksiliklerle karşılaşma ihtimali var? Bunlara karşı ne tür önlemler alınmalı? Seyahatin bütçesi ne kadar, finansmanı nasıl sağlanacak? Bütün bu sorulara cevapların bulunması lazım.

Kısacası hedef ve yolun dışında bir de planımızın, stratejimizin, taktiklerimizin ve hareket planımızın olması gerekiyor. Planla birlikte ihtiyaç duyduğumuz kaynakları (insangücü, para, zaman, yöntem, araç) ve bunları nasıl kullanacağımızı da belirlemeliyiz.

6- Kurumsal misyon ve vizyon nasıl belirlenmeli?

Kurumsal çalışmada ilk adım "Stratejik Planlama" ya da daha moda bir terimle "Stratejik Yol Haritası" geliştirme çalışması olmalıdır.

7- Başarılı bir vizyon için nelere dikkat edilmeli?

Başarılı bir vizyon kişilerde istek ve heyecan uyandıran vizyondur. Açık, kolay anlaşılır ve yalın olması kadar etkileyici olması da önemlidir.

Örneğin Philips'in vizyonu "Birlikte daha iyiye"dir. Bu hem çok geniş, hem de herkesi kucaklayan bir vizyondur. Akla gelen her soruya uygun cevabı içeren derinliktedir.

8- Kurumsal vizyonun çalışanlar üzerinde etkili olabilmesi için neler yapılmalı?

Öncelikle vizyon-üst yönetim-çalışanlar bağlantısı kurulmalı. Arada bilgi akışı, paylaşılan şeyler olmalı. Çalışanlar kurumun sunduğu vizyonda kendi yerlerini görebilmeli.

9- Kişisel vizyonun geliştirilmesi için neler yapılmalı?

Hayallerimizin ve hedeflerimizin olması gerekir. Ancak bu hayaller sadece sözde ve aklımızın uzak bir köşesinde kalmamalı. Hayallerimizi ve hedeflerimizi kağıda dökmek onların daha kalıcı olmasını sağlar.

"İmkansız" denebilecek hayalleri nasıl ayırt ederiz diye sorulabilir ancak günümüzde teknoloji sayesinde imkansız denilen birçok şey gerçeğe dönüşmüş durumda. Yakın gelecekte bu daha da hızlı gerçekleşecek. Örneğin bir kadın için

TANGRAM Yönetim Danışmanlık A.Ş.

YAZI DİZİSİ

60 yaşında çocuk sahibi olmayı düşlemek 1950'lerde bir hayaldi ama bugün bir hayal olmaktan çıktı. "100 yaşına kadar yaşamak" artık bir çok insan için mümkün. "Astronot olmak istiyorum" uzak bir hayal olabilir ama "aya gitmek", "uzayda gezmek" artık imkansız olmaktan çıktı. Yeterince paranız varsa, yeterince eğitim ve antremanı ve uzun süre beklemeyi göze alırsanız uzay mekiğinde sizin de yeriniz olabilir. En kötü ihtimalle önümüzdeki 5 sene içinde çok gelişmiş sanal-gerçeklik uygulamalarından biri ile "uzayda" ya da "ayda" yürüebilirsiniz.

10- Kurumun vizyonu ve misyonu ile kişisel vizyon ve misyonu ile ne kadar paralel olmalı?

O kurumda çalıştığınız sürece ilkelerinizden ve kişiliğinizden taviz vermeden var olabilmeyi sağlayacak kadar paralel olmalı. Sizin kişisel inançlarınız ve değerlerinizle örtüşen değerlere ve anlayışa sahip bir kurum ve yönetimle çalışabilirsiniz.

Çok basit bir örnekle, "hiçbir hayvan kürkü için öldürülemeyecek kadar değerlidir" inancına sahipseniz kürkçü dükkanında çalışamazsınız. Ya da bir vejeteryenseniz bir entegre et tesisinin yöneticiliğini yapabilir misiniz?

11- Misyon ve vizyon eğitiminin faydası olur mu?

Türkiye'de firmaların büyük çoğunluğu uzun süreli eğitim danışmanlığı hizmeti almadığı, eğitimleri arada bir yapılması gereken faaliyetler olarak gördüğü için uzun vadede eğitimlerin sonuçlarını izlemek zordur. Ancak danışmanlık sürecinde (örneğin bir kurumsal ya da organizasyonel iyileştirme çalışmasında) kurumda, özellikle çalışanlarda değişiklikleri takip etmek mümkün oluyor.

Nihai hedefin ya da iş sahibinin esas amacının kadro küçültme olmadığı çalışmalarda, çalışanlar da gelişmelerin kendileri için tehdit değil yeni fırsatlar sunduğunu gördükleri zaman üst yönetim ile daha çok şey paylaştıklarını hissediyor, daha çok ortak yan ve hedef görebiliyor, bir anlamda aynı pencereden bakmayı öğreniyorlar. Kurum genelinde daha rahat, daha az stresli, dostça, kişisel sürtüşmeler ve gerginliklerin çok azaldığı ve paylaşım dayalı çalışma düzeni kuruluyor. Eğitimler ve toplantılarda daha çok fikir paylaşımı yaşanıyor, katılım oranı ciddi ölçüde artıyor ve daha çok sayıda yaratıcı yeni fikirler üretiliyor.

*Vizyon ve misyon geliştirme ya da "Stratejik Planlama"
konularında size yardımcı olmamızı isterseniz
lütfen bize e-mail gönderin.*

info@tangram.com.tr