

Günümüzde küreselleşen ve değişen dünyada kurumların ayakta kalmaları ve rekabet ortamında mücadele etmeleri gerekmektedir. Bu hususta hayatımızda her geçen gün daha çok yer eden, iş geliştirme ve pazarlama çalışmalarının da geleneksel metotların terk edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ürünün pazarlanması ya da sunulması, uygun stratejilerin geliştirilmesi gibi sınırlı tanımlarda kalan bazı işletmeler günceli yakalayamadığı görülmektedir. Yönetim kararları ve stratejik planlar doğrultusunda hayata geçirilen iş geliştirme ve pazarlama çalışmalarının, işletmelere yeterli fayda sağlayamadığı bilinmektedir. Bu durum ilgili bölümlerin yöneticiler nezdinde sadece gider unsuru olarak değerlendirilmesine sebep olmuştur. Bu çalışmada ki amaç , sağlık sektörü yöneticilerinin stratejik yönetim araçlarını kullanarak iş geliştirme çalışmalarını nasıl şekillendirdikleri ve sürecin devamında bu çalışmaların etkinliğinin nasıl yorumladığını anlamaktır. Ayrıca bu çalışmanın bir diğer amacı ise, iş geliştirmenin stratejik planların uygulanmasını nasıl etkilediğinin değerlendirilmesidir. Stratejik yönetim, stratejik planlar, iş geliştirme ve pazarlama çalışmaları ışığında ortaya konulan kavramlar incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Çalışmanın etkileri araştırılmış ve bu kapsamda stratejik planlama ölçeğinden oluşan anket formu 49 yönetici tarafından doldurulmuştur. Veri analizleri için SPSS programı kullanılmış olup, yapılan değerlendirme ile bundan sonra yapılacak bilimsel çalışmalara katkı sağlaması ve araştırmacıların faydalanması amaçlanmıştır. Anahtar Kelimeler: İş Geliştirme, Stratejik Planlama, Pazarlama

Institutions need to survive and fight in a globalized and changing world in a competitive environment. In this respect, it is necessary to abandon the traditional methods in the concepts and applications of business development and marketing, which are more prevalent our lives. It is seen that some of the remaining businesses have not been able to catch up to date, such as the marketing or submission of products, the development of appropriate strategies. Therefore, business development and marketing activities, which have been misunderstood in the direction of management and strategic plans, have not been made more functional and have been seen only as expenditure items of these departments. The main purpose of these studies is how health sector managers shape their business development work by using strategic management tools and how the effectiveness and relationships of these studies should be interpreted continuously. The main purpose of this work is to assess how the business developer influences the implementation of strategic plans for businesses. In he work, strategic plans, business development and marketing studies are examined and evaluated in light of the concepts revealed. The effects of the study were investigated and a questionnaire consisting of the strategic planning scale was filled out by 49 managers in this context. SPSS program has been used for data analysis and it is aimed to benefit scientists and researchers who will be made afterwords. Keywords: Business Development, Strategic Planning, Marketing.