



# EMİRDAĞ TİCARET VE SANAYİ ODASI

**2019 - 2022**

(Yönetim Kurulunun 23/01/2019 tarih ve 41/52 sayılı kararı ile onaylanmıştır.)



*Biz, bu milleti bugünkü şeklinden daha yüksek*

*derecelere çıkarmakla yükümlü adamlarız.*

*Bu yükseliş, yalnız meydan savaşlarında kazandığımız*

*şereflerle olamaz; bu, buna yeterli değil.*

*Asıl yükseliş ekonomi alanında yükseliş olacak!*

*H. Öztürk*





# Başkanın Sunuşu

Akreditasyon Sistemi, Odalar tarafından yerine getirilmesi gereken asgari hizmet şartlarını ortaya koymakta ve bu hizmetlerin yerine getirilmesi konusunda her yıl odaların kendi performanslarını değerlendirmelerini, üç yılda bir de denetçiler tarafından denetlenmelerini öngören bir sistemdir. İşte bu noktada, stratejik plan ve stratejik yönetim kavramı odamızın gündemine gelmiştir. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği baş döndürücü teknolojik devrim ve değişim sadece özel sektörün değil, kamunun ve sivil toplum kuruluşlarının rollerini arttırarak, iş yapma yöntem ve biçimlerini de değiştirmiştir. Özel sektörün temsilcisi olan ticaret ve sanayi odalarının da rekabetçi bir dünyada üyelerinin beklentilerinin ötesinde hizmet sunma anlayışına sahip olması, üyelerinin rekabet güçlerini arttırması, bölgelerinde girişim ve girişimcilik ikliminin geliştirilmesi yönünde roller üstlenmesini gerektirmiştir. Öte yandan bu rolleri üstlenen odaların katılımcılık, şeffaflık, hesap verebilirlik, verimlilik ve mali yönetimde etkinlik gibi yönetsel ilkeleri de benimsemesi ve içselleştirmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Dünyada ve ülkemizde ortaya çıkan bu ihtiyaçlardan hareketle hazırlanan 2019 - 2022 ETSO Stratejik Planı'nın uygulanma aşamasında Oda Meclisi'ne ve Yönetim Kurulu'na görev düşmektedir. ETSO Stratejik planını farklı kılan unsurlardan birisi de güçlü ve etkin bir denetim mekanizması tasarımıdır. Stratejik plan açılımlı eylem planlarının uygulanmasının izlenmesi ve değerlendirilmesinde Oda Meclisi ve Yönetim'den oluşan bir komisyon tarafından yürütülecek izleme ve değerlendirme süreci, stratejik plan ve stratejik yönetim kavramlarının odamızda yerleşmesini hızlandıracaktır. Her geçen gün büyüyen ve kabına sığamayan, müreffeh, mutlu ve huzurlu insanların yaşadığı bir Emirdağ rüyasının gerçekleştirilmesine katkıda bulunmasını umut ettiğimiz 2019-2022 ETSO Stratejik Planı'nın hazırlanmasında emeği geçen, destek veren herkese teşekkürlerimi sunarım.

Saygılarımla,  
Halil İbrahim AKTEPE  
Yönetim Kurulu Başkanı



## İÇİNDEKİLER

<b>I. HAZIRLIK ÇALIŞMALARI</b> .....	<b>9</b>
1.1 İzlenen Yöntem ve Stratejik Planlama Süreci.....	9
1.1.1 Üst Yönetici.....	9
1.1.2. Yönlendirme Kurulu.....	9
1.1.3. Stratejik Planlama Ekibi.....	9
1.1.4. Stratejik Planlama İzleme ve Değerlendirme Kurulu .....	
1.1.5. İzlenecek Süreç .....	
<b>II. DURUM ANALİZİ</b> .....	<b>11</b>
2.1. Emirdağ Hakkında Genel Bilgi.....	12-25
2.2. Kurumsal Tarihçe.....	25-26
2.3 Faaliyet Alanları.....	26-27
2.4. Paydaş Analizi.....	27-28
2.4.1. Paydaş Etki Önem Matrisi.....	28-30
2.4.2. Paydaş Görüşlerinin Alınması.....	30-31
2.5. Kurum İçi Analiz.....	32
2.5.1. Organizasyon Yapısı.....	32
2.5.2. Fiziki durum.....	33
2.5.3. İnsan Kaynakları.....	33
2.5.4. Mali Yapı.....	34
2.5.5. Üyelerimiz.....	34
2.5.6 Kurum Kültürü.....	35
2.6. Çevre analizi.....	35
2.6.1 Dış Çevre analizi.....	36-37
2.6.2. İç Çevre analizi.....	37-38
2.6.2.1. GZFT (SWOT) - Güçlü Yönler.....	39
2.6.2.2. GZFT (SWOT) - Zayıf Yönler.....	39
2.6.2.3. GZFT (SWOT) – Fırsatlar.....	40
2.6.2.4. GZFT (SWOT) – Tehditler.....	40
<b>III. GELECEĞE BAKIŞ</b> .....	<b>41</b>
3.1. Vizyon.....	42
3.2. Misyon.....	42
3.3. Politika.....	43
3.3.1. Kalite Politikası.....	43
3.3.2. Bilgi İşlem Politikası.....	43
3.3.3. Haberleşme ve İletişim Politikası.....	43
3.3.4. İnsan Kaynakları Politikası.....	43
3.3.5. Mali Politika.....	44
3.3.7. Katılımcı Yönetim Anlayışı Politikası.....	45
3.4. Temel Değerler.....	46
3.5. Stratejik Amaçlar ve Hedefler.....	48-54
<b>4. MALİYETLENDİRME</b> .....	<b>55</b>



4.1. Maliyetlendirme.....	56-58
<b>5. İZLEME, UYGULAMA VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>59</b>
5.1. İzleme, Uygulama ve Değerlendirme.....	60
5.2. Mevcut Planın Değerlendirmesi.....	60-63

#### TABLolar

Tablo 1. Emirdağ TSO İç Paydaşları.....	27
Tablo 2. Emirdağ TSO Dış Paydaşları.....	28
Tablo 3. Paydaş Etki/Önem Matrisi.....	29-30
Tablo 4. Personelin Kadro Durumu.....	33
Tablo 5. Personelin Eğitim Durumu.....	33
Tablo 6. Yasal Yükümlülükler.....	34-35
Tablo 7. PEST Analizi.....	36-37

#### ŞEKİLLER

Şekil 1. Organizasyon Şeması.....	32
-----------------------------------	----





## I. HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

### 1.1. İZLENEN YÖNTEM VE STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİ

Stratejik planlama süreci organizasyon yapısı içerisinde yer alan kişi, birim ve gruplar ile üstlenecekleri görevler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir. İlgililer, Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu'nca görüşülerek karara bağlanmıştır.

#### 1.1.1. STRATEJİK PLANLAMA EKİBİ

Stratejik planlama ekibi, Oda Genel Sekreteri, Oda Yönetim Kurulu üyeleri, meclis üyesi ve iki oda personelinin oluşur. Ekip, stratejik planlama sürecinin hazırlık programına uygun olarak yürütülmesi, gerekli faaliyetlerin koordine edilmesi ve yönlendirme kurulunun uygun görüşüne ve üst yöneticinin onayına sunulacak belgelerin hazırlanmasından sorumludur. Ekip başkanı; ekibin oluşturulması, çalışmaların planlanması, ekip içi görevlendirmelerin yapılması, ekip üyelerinin motivasyonu ile ekip ve yönetim arasında eşgüdümün sağlanması görevlerini yerine getirir.

Buna göre 2019-2022 Stratejik Plan Çalışmaları kapsamında Stratejik Planlama Ekibi aşağıdaki gibidir:

- H. İbrahim AKTEPE – Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı
- Nurgül UYAR - Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi
- Ahmet YİĞİTER Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Meclis Başkanı
- Koray GÜRBÜZ - Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Genel Sekreteri
- Emre ÖNAÇAN - Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Akreditasyon Sorumlusu
- Özgür ARDIÇ - Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Ticaret Sicil Müdür Vekili



## II-MEVcut DURUM ANALİZİ



### 2.1. Emirdağ Hakkında Genel Bilgi

İlçe, Ege Bölgesinde yer alır. İlçenin yüzölçümü 221.261 hektardır. Afyonkarahisar'a 66.6 Km, Eskişehir'e 110 km, İzmir'e 378 Km, Ankara'ya 195 km olup Konya'ya ise 195 km uzaklıktadır. Kuzeyde Eskişehir'e Bağlı Çifteler ve Han, doğuda Konya iline bağlı Yunak ve Çeltik ilçesi ile Eskişehir iline bağlı Sivrihisar, güney tarafında Afyon iline bağlı Bolvadin ve Sultandağı, batısında Afyonkarahisar iline bağlı Bayat ilçesiyle komşudur.

Genel olarak İlçe düz bir yapıya sahiptir. Kuzey ve doğusunda oldukça geniş ovalar yer almaktadır. İlçeyi güneyde Emir dağları çevreler. Emirdağlarının en yüksek tepesi olan Emir dede Tepesi'nde yükseklik 2.295 m. ulaşır.

İlçenin Kuzeyinde bulunan Adaçal Tepesinin (1.259 m.) eteğinde ve çukur bir arazide kurulan Emirdağ'ın deniz seviyesinden yüksekliği de 983 m. dir.

Emirdağ, 2.213 km<sup>2</sup>'lik yerleşim alanına sahiptir.

Güncel adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre ilçe nüfusu 39.391 olarak tespit edilmiş olup, bu nüfusun 19.069 ilçe merkezinde yaşamaktadır.

60'lı yılların başından itibaren başta Avrupa ülkeleri olmak üzere çevre kentlere sürekli biçimde göç yaşanmıştır. Yaşanan bu göç ile birlikte Avrupa'nın Belçika ülkesinde 100.000 civarında, Fransa, Hollanda, Almanya, Danimarka ve diğer ülkelerinde de 50.000, Eskişehir ili başta olmak üzere diğer illerde 150.000 civarında Emirdağ kökenli vatandaşımız bulunmaktadır.

### TARIM

Emirdağ ilçesinin ekonomisi tarıma dayanır. Faal nüfusun %70'i tarım, %20'si ticaret, %10'u imalat sektöründe çalışmaktadır. Yer şekilleri %98,8 oranında tarıma imkân vermektedir. İlçede, yarı kurak iklim şartlarından dolayı, kuru tarım yaygınlaşmış ve ürün çeşitleri azalmıştır. İlçede yoğun olarak, tahıllar ve baklagiller yetiştirilmektedir. Bunların yanı sıra sulu tarım alanlarında şekerpancarı, ayçiçeği, patates, ve soğan, mısır türü ürünler yetiştirilmektedir. Sulanabilir alanlar sınırlı olması ve sert geçen iklim koşullarından dolayı, ilçe tarımında sebze üretiminin rekoltesi azdır. İklimin sert oluşu ve depolama olanaklarının azlığından dolayı, meyve üretimi gelişmiş boyutlarda değildir. Üretilen mallar anında satışlar ile halk pazarlarında satılmaktadır. Özellikle son dönemde depolama alanlarının ihtiyacı hissedilmekte buna uygun olarak projeler araştırma aşamasındadır.

Elma, armut, kayısı, üzüm, ayva, badem ve ceviz yetiştirilen başlıca meyvelerdir. İlçe merkezi ve çevresinde iklim özellikle badem ve ceviz yetiştiriciliği için uygundur. Şu an başarılı teşebbüsler bölgede örnek olarak değerlendirilmektedir. Var olan ceviz ve badem bahçelerine yenileri eklenmektedir.



## HAYVANCILIK

İlçe ekonomisinde tarımın yanı sıra hayvancılık da önemli bir gelir kaynağıdır. Bozkırların geniş yer kaplaması otlak, yayla ve meraların yetişen oy çeşitliliği yönünden zengin olması küçükbaş ve büyükbaş hayvancılığın yaygınlaşmasına ortam hazırlamıştır.

Hayvancılık genelde tarımsal faaliyetlerle bir arada yapılmakta olup, mera ve yayla hayvancılığı biçimindedir. Son yıllarda hayvan soylarının ıslahı çalışmaları ve hayvansal ürünleri değerlendirmeye yönelik sanayi faaliyetleri ile hayvancılık alanında canlanma olmuş, modern işletmeler kurulmaya başlamıştır. İlçede, küçükbaş hayvanlardan; akkaraman koyunu, kıl ve tiftik keçisi, büyükbaş hayvanlardan; sığır ve manda gibi cinsler beslenmektedir. Son yıllarda kümes hayvancılığında da önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Küçük büyük tavuk çiftliklerinde, modern yöntemlerle üretim yapılmakta olup, üretilen tavuk etleri pazarın büyük bir kısmına hitap etmektedir.

## TURİZM

### Amorium

Eski Yunanca ve Ortaçağ Yunancasında 'Amorion' şeklinde anılagelmiştir. Arap/İslam kaynaklarında "Ammuriye" ya da "Amuriye" şeklinde geçer. Amorium höyüğünün yamacında bugün [Hisarköy](#) bulunmaktadır. Arkeolojik alanda bilimsel kazı çalışmaları 1988 yılında Oxford Üniversitesi'nden Prof. R. Martin Harrison tarafından başlatılmıştır. 1993 yılından bu yana [New York](#) Metropolitan Sanat Müzesi'nden [The Metropolitan Museum of Art](#) Dr. Chris Lightfoot başkanlığında uluslararası bir ekip tarafından yürütülmektedir.

Her ne kadar cazip bir düşünce olsa da, kentnin ismi, muhtemelen, 'amor' (aşk) kelime kökünden kaynaklanmamakta, daha ziyade ilkçağ Hint-Avrupa kavimlerinin dilinde 'anne' anlamına gelen (ve varlığını bugüne kadar sürdürmüş) 'ma' kelime kökü ile bağlantılandırılmaktadır. Bu da bizi, kentnin daha başlangıcından itibaren, Anadolu Ana Tanrıça kültü ile ilişkili olduğuna sonucuna götürmektedir.

Kahramanları hayvanlar olan masallarıyla büyük ün kazanmış olan Ezop'un Amorium kentinde yaşadığını da göz ardı etmemek gerekir. Her ne kadar Ezop'un doğum yeri tartışmalı olsa da en yüksek olasılıkla Ezop Amorium'ludur. Bildiğimiz gibi kendisi İÖ VI. yüzyılda yaşamıştır.

### Antik Çağ'da Amorium

Amorium kentinin M.Ö. 1'inci yüzyıldan itibaren (M.Ö. 133 ila 27 arasında bir tarihten M.S. 217'ye kadar) kendi sikkelerini döktürmüş olması, o dönemde olgun ve büyük bir kent haline gelmiş bulunduğu kanıtıdır. Kentin refah ve prestij düzeyi [Romalılar](#) döneminde de artmaya devam etmiş ve standart Roma kamu yapıları ile donatılmış olmalıdır. Ancak Helenistik ve Roma dönemlerinden günümüze pek az bulgu kalmıştır. Kente ilişkin tarihi kayıtlar da [Strabon Coğrafyası](#) nda çok kısa bir atıftan ibarettir. Son dönem kazılarında bölgedeki diğer arkeolojik alanlarda keşfedilen yazıtlar antik çağ Amorium'una ilişkin kayıtların sayısını artırmıştır ve yeni keşiflere de muhtemelen ulaşılacaktır.

### Bizans İmparatorluğu ve İslam Döneminde Amorium

İslam tarihi bakımından kentnin önem arz etmesinin temel nedeni, sahabe [Selman-ı Farisi](#)'nin Amorium'da şu an bulunan kilisede çalışması ve emrinde çalıştığı, talebesi olduğu rahip tarafından İslam dininin hak din olduğunun söylenmesi üzerine Müslüman olmak için Medine'ye gitmesi vakiasıdır. Yani şehir Hristiyanlık kadar olmasa da İslamiyet açısından da önemli bir kenttir.



Kent Anadolu coğrafyasında merkezi bir önemi [Bizans İmparatorluğu](#) döneminde kazanmıştır. Dönemin Arap kaynakları Amorium'un Anadolu'nun en büyük kenti olduğundan bahsetmektedirler. Kazılar da [Bizans](#) kalıntıları üzerinde yoğunlaşmıştır. Kazı bulgularının Antik Çağ ve sonrasında Bizans'ın güçlü ilk dönemleri ile [Anadolu Selçuklu Devleti](#) arasında kalan yüzyıllarda (kabaca 750-1100 yılları arası) Anadolu içlerinin kentsel, idari ve kültürel gelişimine ilişkin bilgilerimizde mevcut boşluğu doldurmakta büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Şimdiden, Amorium Üst Kenti'nin evvelce zannedildiği gibi 11. yüzyıl sonunda terk edilmediği, Selçuklularca ve ayrıca Osmanlı'nın son dönemlerinde de kale olarak kullanıldığı, Hisarcık (sonradan Hisarköy) köyünün isminin buradan geldiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla Amorium'da beş ayrı medeniyetin (antik Helen, antik Roma, Bizans, Anadolu Selçuklu ve [Osmanlı](#)) izleri bir aradadır. Amorium Alt Kenti'nin de ikinci bir tahkimat duvarıyla çevrelenmiş olduğu görülmekte, bu surları korumak için gereken askeri güce ilişkin hesaplamalar kentin Bizans İmparatorluğu açısından taşıdığı önemi doğrulamaktadır. Ancak, sitin koruma altına alınmasından önceki yıllarda define avcılarınca yoğun surette kazılmış ve yağmalanmış olması maalesef önemli ölçüde tahribata sebebiyet vermiştir.

Bizans döneminde İstanbul yolu üzerindeki en önemli iç Anadolu kalesi kimliğinden ve Marmara bölgesinden önceki son büyük savunma mevzii oluşundan ötürü tahribat Amorium'un kaderi olmuştur. Arapların Anadolu'ya ilk akınlarının kaydedildiği 641 yılından sonra birkaç yıl geçmeden Amorium bir Arap saldırısına maruz kalmıştır. Amorium'a art arda Arap saldırıları yaklaşık iki yüz yıl boyunca sürmüş, 668'de kalenin Araplarca fethine rağmen kısa süre sonra Bizanslılarca geri alınmış, 716 ve 796'daki büyük saldırılar ise püskürtülmüştür.



9. yüzyıla girildiğinde Amorium bir yandan Bizans'a bir imparatorlar hanedanı verirken (Amorian veya [Frigya Hanedanı](#), bu hanedan 820-867 yılları arasında 3 imparatorun ibaret kalmış ve Bizans tarihi açısından başarılı icraatlar yapamamıştır. Hanedana mensup 3 imparator 'Kekeme' [II. Mikhail](#), oğlu [Teofilos](#) ve torunu 'Sarhoş' [III. Mikhail](#)'dir. ), bir yandan da 838'de [Abbasi](#) Halifesi [Mutasım](#)'ın Arap ordularınca tarihinin en büyük yıkımına uğratılmış ve bir daha eski canlılığını ve önemini geri kazanamamıştır (Abbasi Halifelerinin ordularında giderek artan sayıda Türk unsur bulunduğu bilindiğinden, bölgeye ve dolayısıyla Anadolu'ya, ilk Türk varlığı Arap orduları bünyesinde gelmiş olmalıdır. Bizans ordularında da azımsanamayacak miktarda Türk unsurları bulunmaktaydı).

838 savaşının Amorium'a verdiği zarar dışında [Ortodoks Hristiyan](#) tarihi açısından önemi kentten esir olarak alınmış ileri gelen 42 Bizanslının Irak'ın [Samarra](#) kentinde 845 tarihinde idam edilmiş olmalarıdır. O çağlarda esirlerin fidye pazarlığına tabi tutularak geri verilmeleri, sanıldığı aksine, idam edilmelerinden daha yaygın bir uygulamaydı. Fidyeye müzakereleri tamamlanmış bu 42 Bizanslının Halife tarafından idam edilmesi dini gerekçelere bağlanmış ve *Amorium'un 42 şehidi* Rum Ortodoks Hristiyan literatürüne geçmiştir. Aziz mertebesine yükseltelen bu Bizanslılar hala dini törenlerde anılmaktadır.

### **Bölgenin Türkleşmesi**

Amorium [Malazgirt Savaşı](#) öncesinde Anadolu'ya akınlar düzenleyen Türkmen beylerinden Ahmet Şah ve Emir Afşin tarafından 1068 yılında bir süre zaptedilmiştir. Araya Orta Anadolu'dan da geçen [Haçlı Seferleri](#) girmiş,



bölgeye geniş çaplı [Türkmen](#) yerleşimi ve bölge nüfusunun Türkleşmesi ise Anadolu Selçuklu devleti ile Bizans arasında 1116 yılında yapılan Bolybotum ([Bolvadin](#)) savaşından sonra cereyan etmiştir. Hisarcık 1516 tarihli Osmanlı kayıtlarında anılmaktadır. Bugünkü Hisarköy 1892 yılında kurulmuştur. Amorium'u ziyaret eden ilk Batılı gezgin William Hamilton'dur ve bölgeye 1836 yılında gelmiştir. 1988 yılından günümüze kadar da Amorium'da düzenli kazılar yürütülmektedir.

## **SANAYİ**

Emirdağ ilçesinde sanayi son döneme kadar gelişmemiştir. İmalat sanayinde büyük ölçekli ve modern teknolojiyle üretim yapan işletmelerin sayısı Müteşebbis heyetinde % 30 olarak temsil ettiğimiz Emirdağ Organize Sanayi Bölgesi kapsamında gün geçtikçe artmaktadır. Bu yatırımların hepsi özel sektöre aittir.

OSB faaliyet alanı içerisinde Ülker gıda holding bünyesinde bulunan Superfresh ve Kerevitaş dondurulmuş gıda Fabrikası ile Entegre Et, Mermer fabrikaları, Litos Taş fabrikası, Yem Tesisleri diğer önemli sanayi yatırımlarını oluşturmaktadır. OSB faaliyet alanı dışında bulunan Adaçal Kireç ve PCC Fabrikası ilçeden temin edilen hammadde rezervlerinden imalat sektöründe, ayrıca Kar Mineral tesisi ilçe rezervlerinden elde edilen hammadde ile Magnezyum tesisi ile faaliyet göstermektedirler.

Özel imalat sanayi kuruluşlarının çoğu ise, gıda üretimi alanında faaliyet göstermektedir.

Emirdağ Organize sanayi Bölgesinde;

Emirdağ Tapu Sicil Müdürlüğü tarafından Organize Sanayi Bölgemiz adına kayıtlı Kuruca Köyü, 601-602-603-633-634-635 Parsel no.lu taşınmazlar ile gerekli imar uygulamaları sonucu "Arsa" vasfıyla toplam 79 (yetmişdokuz) parsel ayrılmıştır.

79 adet parselin 5 tanesi İdari ve Sosyal Tesis Alanı, Spor Alanı, Teknik Hizmet Alanı ve Arıtma Tesisi Alanı olarak ayrılmış olup; kalan 74 adet parsel yatırımcılara açılmıştır.

1 Adet Küçük Sanayi Sitesinde toplam 300 işyeri mevcut olup, (ortalama) 900 kişi istihdam edilmektedir.

İlçede ihracat ve ithalat ta çok gelişmemiştir. 20 civarında ihracatçı firma bulunurken, 10 civarında da ithalatçı firma faaliyet göstermektedir.

Emirdağ'da sanayileşmede kümelenme olabilecek sektörler başta, hayvancılığa ve tarıma dayalı sanayileşmedir.

### **2.3. Faaliyet Alanları**

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nın faaliyet alanları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

- Meslek ahlâkını, disiplini ve dayanışmayı korumak ve geliştirmek, ticaret ve sanayinin kamu yararına uygun olarak gelişmesine çalışmak.
- Ticaret ve sanayiye ilgilendiren bilgi ve haberleri derleyerek ilgililere ulaştırmak, ilgili kanunlar çerçevesinde resmî makamlarca istenecek bilgileri vermek ve özellikle üyelerinin mesleklerini icrada ihtiyaç duyabilecekleri her çeşit bilgiyi, başvuruları durumunda kendilerine vermek veya bunların elde



edilmesini kolaylaştırmak, elektronik ticaret ve internet ağları konusunda üyelerine yol gösterecek girişimlerde bulunmak, bu konularda gerekli alt yapıyı kurmak ve işletmek.

- Ticaret ve sanayiye ait her türlü incelemeleri yapmak, bölgeleri içindeki iktisadî, ticarî ve sınaî faaliyetlere ait endeks ve istatistikleri tutmak, başlıca maddelerin piyasa fiyatlarını takip ve kaydetmek ve bunları uygun vasıtalarla yaymak.
- Yasada belirtilen belgeleri düzenlemek ve onaylamak.
- Meslek faaliyetlerine ait konularda resmî makamlara teklif, dilek ve başvurularda bulunmak; üyelerinin tamamının veya bir kesiminin meslekî menfaati olduğu takdirde meclis kararı ile bu üyeleri adına veya kendi adına dava açmak.
- Çalışma alanları içindeki ticarî ve sınaî örf, adet ve teamülleri tespit etmek, Bakanlığın onayına sunmak ve ilân etmek.
- Üyeleri tarafından uyulması zorunlu meslekî karar almak.
- Yurt içi ve yurt dışı fuar ve sergilere katılmak.
- Gerektiğinde 507 sayılı Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Kanununun 125 inci maddesinde sayılan mal ve hizmetlerin azamî fiyat tarifelerini, kendi üyeleri için, Bakanlıkça çıkarılacak yönetmeliğe uygun olarak tespit etmek ve onaylamak.
- Sair mevzuatın verdiği görevlerle, ilgili kanunlar çerçevesinde Birlik ve Bakanlıkça verilecek görevleri yapmak.
- Birliğin belirlediği standartlara göre üye kayıtlarını tutmak ve üyelik aidatlarına ilişkin belgeleri saklamak ve bunları Birliğe talep halinde bildirmek.
- Mevzuatla bakanlıklara veya diğer kamu kurum ve kuruluşlarına verilen işlerin, bu Kanunda belirtilen kuruluş amaçları ve görev alanı çerçevesinde odalara tevdi halinde bu işleri yürütmek.
- Üyelerinin ihtiyacı olan belgeleri vermek ve bunlara ilişkin gerekli hizmetleri yapmak.
- Yurt içi fuarlar konusunda yapılacak müracaatları değerlendirip Birliğe teklifte bulunmak.
- Üyeleri hakkındaki tüketici şikâyetlerini incelemek ve kuruluş amaçları doğrultusunda diğer faaliyetlerde bulunmak.
- Ticaret ve sanayi odalarınca, odalar ayrı olan illerde ise sanayi odalarınca sanayiciler için kapasite raporları düzenlemek. Bunlardan başka ve mevzuat hükümleri çerçevesinde;
- Ticaret mallarının niteliklerinin belirlenmesine yönelik laboratuvarlar kurmak veya bunlara iştirak etmek, uluslararası kalibrasyon, test ölçme laboratuvarı kurmak veya iştirak etmek, belgelendirme hizmetleri sunmak,
- Milli Eğitim Bakanlığının izin ve denetiminde ticaret, denizcilik ve sanayi ile ilgili kursları açmak, açılan kurslara yardımda bulunmak, yurt içinde ve dışında ihtiyaç duyulan alanlar için öğrenci okutmak ve stajyer bulundurmak; meslekî ve teknik eğitim ve öğretimi geliştirme ve yönlendirme çalışmaları yapmak, kendi üyelerinin işyerleriyle sınırlı olmak üzere, 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanunu kapsamına alınmamış meslek dallarında bu uygulamaya ilişkin belgeleri düzenlemek,
- İlgililerin talebi halinde, ticarî ve sınaî ihtilaflarda hakem olmak, tahkim kurulları oluşturmak,
- Açılmış veya açılacak olan sergiler, panayırılar, umumi mağazalar, depolar, müzeler ve kütüphanelere katılmak,



- Yetkili bakanlıkça uygun görülen alanlarda sanayi siteleri, endüstri bölgeleri, organize sanayi bölgeleri, teknoloji geliştirme bölgeleri, teknoparklar, teknoloji merkezleri kurmak ve yönetmek; 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu çerçevesinde serbest bölge kurucu ve
- işleticisi veya işleticisi olmak, antrepo işletmek ve fuar alanları, kongre merkezleri ile ticaret merkezleri kurmak, işletmek veya kurulmuş olanlara iştirak etmek.

#### 2.4. Paydaş Analizi

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nın paydaşları, Emirdağ TSO'dan doğrudan ya da dolaylı olarak hizmet alan, ürün ve hizmetleriyle Odayı doğrudan ya da dolaylı etkileyen kişi, kurum ve kuruluşlar analiz edilerek belirlenmiştir. İlişkide olunan gerçek ve tüzel kişiler; Kuruma girdi sağlayan, iş birliği yapılan, Kurum faaliyetlerinden etkilenen, Kurumu etkileyen, ürün ve hizmet sunulan kesimler dikkate alınarak, Paydaşlar oluşturulmuştur. Bu çalışma, Oda'nın geleceğini planlamak için ihtiyaç duyduğumuz durum analizi çalışmalarımıza davet edeceğimiz paydaşların belirlenmesine de katkı sağlamıştır.

**İç Paydaş:** Kurumumuzdan etkilenen veya kurumumuzu etkileyen, kurum içindeki kişi, gruptur. Meclis, yönetim kurulu üyeleri, personel iç paydaşlara örnek olarak verilebilir.

**Dış Paydaş:** Kurumumuzdan etkilenen veya kurumumuzu etkileyen, kurum dışındaki kişi, grup veya kurumlardır. Kurumla ilişkisi olan oda / borsalar, kamu ve idari kurumlar, tedarikçiler dış paydaşlara örnek olarak verilebilir. Oda personeli ve Stratejik Planlama Ekibi tarafından paydaş listesi oluşturulmuş ve paydaşların önceliklendirilmesi yapılmıştır. Paydaşların önceliklendirilmesinde paydaşın odamızın faaliyetlerini etkileme gücü ile odamızın faaliyetlerinden etkilenme derecesi dikkate alınmıştır.

**Tablo 1. EmirdağTSO İç Paydaşları**

İÇ PAYDAŞLARIMIZ
EmirdağTicaret ve Sanayi Odası Meslek Komiteleri
EmirdağTicaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu
EmirdağTicaret ve Sanayi Odası Meclisi
EmirdağTicaret ve Sanayi Odası Çalışanları
EmirdağTicaret ve Sanayi Odası Üyeleri

**Tablo 2. Emirdağ TSO Dış Paydaşları**

DIŞ PAYDAŞLARIMIZ
TOBB
Ticaret Bakanlığı



DIŞ PAYDAŞLARIMIZ
Aile ve Çalışma Sosyal Hizmetler Bakanlığı
Hazine ve Maliye Bakanlığı
TBMM
Belgelendirme kuruluşları
Afyonkarahisar Valiliği
Emirdağ Kaymakamlığı
Emirdağ Belediyesi
Emirdağ İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü
Emirdağ İŞKUR Müdürlüğü
Emirdağ SGK Müdürlüğü
Çevre Oda / Borsalar
Emirdağ Meslek Odaları
Sivil Toplum Kuruluşları (üretici kooperatifleri ve birlikleri)
Siyasi Partiler İlçe Temsilcilikleri
Sağlık Kurumları
Ulusal Görsel ve Yazılı Basın
Zafer Kalkınma Ajansı
Emirdağ Banka Şubeleri
Tedarikçiler
Afyonkarahisar KOSGEB

#### 2.4.1. Paydaş Etki Önem Matrisi

Paydaşlarımızın odamız tarafından sunulan faaliyet ve hizmetlerindeki etkisi/önemini ortaya koymak için Paydaş Etki/Önem matrisi çalışması yapılmıştır. Bu matriste etki, paydaşın odanın faaliyetlerini yönlendirme, destekleme ve etkileme gücünü, önem ise, odanın paydaşlarının beklenti ve taleplerinin karşılanması konusunda verdiği önceliği ifade etmektedir. Oluşturulan matris, kurumun geçmiş tecrübeleri ve geleceğe bakışı dikkate alınarak oluşmaktadır. İç ve dış paydaşlarımız analiz edilerek, öncelikle dirilmiş, daha sonra Odamız hizmet ve ürünleri ile ilişkilendirilerek aşağıdaki tablolarda özetlenmiştir.

**Tablo 3. Paydaş Etki/Önem Matrisi**



PAYDAŞ ADI	PAYDAŞ TÜRÜ	ÖNEMİ DERESESİ	ETKİ DERESESİ	PAYDAŞ PUANI	ÖNCELİĞİ
Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Meslek Komiteleri	İç Paydaş	5	5	25	Yüksek
Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu	İç Paydaş	5	5	25	Yüksek
Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Meclisi	İç Paydaş	5	5	25	Yüksek
Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Çalışanları	İç Paydaş	5	5	25	Yüksek
Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası Üyeleri	İç Paydaş	5	5	25	Yüksek
TOBB	Dış Paydaş	5	5	25	Yüksek
Ticaret Bakanlığı	Dış Paydaş	4	5	20	Yüksek
Hazine ve Maliye Bakanlığı	Dış Paydaş	4	5	20	Yüksek
Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı	Dış Paydaş	4	5	20	Yüksek
TBMM	Dış paydaş	4	5	20	Yüksek
Afyonkarahisar Valiliği	Dış Paydaş	4	5	20	Yüksek
Emirdağ Kaymakamlığı	Dış Paydaş	4	5	20	Yüksek
Afyonkarahisar Üniversitesi	Dış Paydaş	4	5	20	Yüksek
Emirdağ Belediyesi	Dış Paydaş	5	4	20	Yüksek
Emirdağ İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü	Dış Paydaş	5	4	20	Yüksek
Emirdağ İŞKUR Müdürlüğü	Dış Paydaş	4	4	16	Orta
Emirdağ SGK Müdürlüğü	Dış Paydaş	4	3	12	Orta
Emirdağ Meslek Odaları	Dış Paydaş	4	3	12	Orta
Oda / Borsalar	Dış Paydaş	5	3	15	Orta
Sivil Toplum Kuruluşları (üretici kooperatifleri ve birlikleri)	Dış Paydaş	4	4	16	Orta
Siyasi Partiler İlçe Temsilcilikleri	Dış Paydaş	4	4	16	Orta
Sağlık Kurumları	Dış Paydaş	4	4	16	Orta
Ulusal Görsel ve Yazılı Basın	Dış Paydaş	4	4	16	Orta
Belgelendirme Kuruluşları	Dış Paydaş	3	4	12	Orta
Zafer Kalkınma Ajansı	Dış Paydaş	3	4	12	Orta
Emirdağ Banka Şubeleri	Dış Paydaş	3	2	6	Düşük
Afyonkarahisar KOSGEB	Dış Paydaş	3	4	12	Orta
Tedarikçiler	Dış Paydaş	3	3	9	Orta



Lejant	
1 - 8	Düşük
9 - 17	Orta
18 -25	Yüksek

#### 2.4.2. Paydaşların Görüş ve Önerilerinin Alınması

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası iç ve dış paydaşların görüş ve önerilerini almak için aşağıdaki yöntemleri kullanmıştır;

- İç Paydaş Anketleri- Paydaş Analizi
- Odaya Ait Öneri-İstek-Şikayet Formları,

Paydaşlarımızın görüş ve önerilerinin değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bazı hususlar aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- İşsizlik sorununa çözüm
- Nitelikli işgücü eksikliği
- İlçemizi konaklama sorunu
- Organize Sanayinin geliştirilmesi
- Mesleki ve Teknik Eğitimler
- Dış Ticaret Pazarının geliştirilmesi
- Kurum içi iletişimin geliştirilmesi
- İlçemizde sanayinin gelişmesine yönelik çalışmalar yapılması
- İhracat kapasitesinin artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması,

#### 2.5. Kurum İçi Analiz

Ülkemizde “kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşu” olarak tanımlanmış “Ticaret ve Sanayi Odaları” Anayasa’nın 135. Maddesi gereğince hazırlanan 5174 Sayılı “Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği İle Odalar ve Borsalar Kanunu”na göre kurulmaktadır. Bu bilgiler ışığında Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası’nın “Mevcut Durum Analizi”ne öncelikle süreçlerin tanımlanmasıyla başlanmıştır.

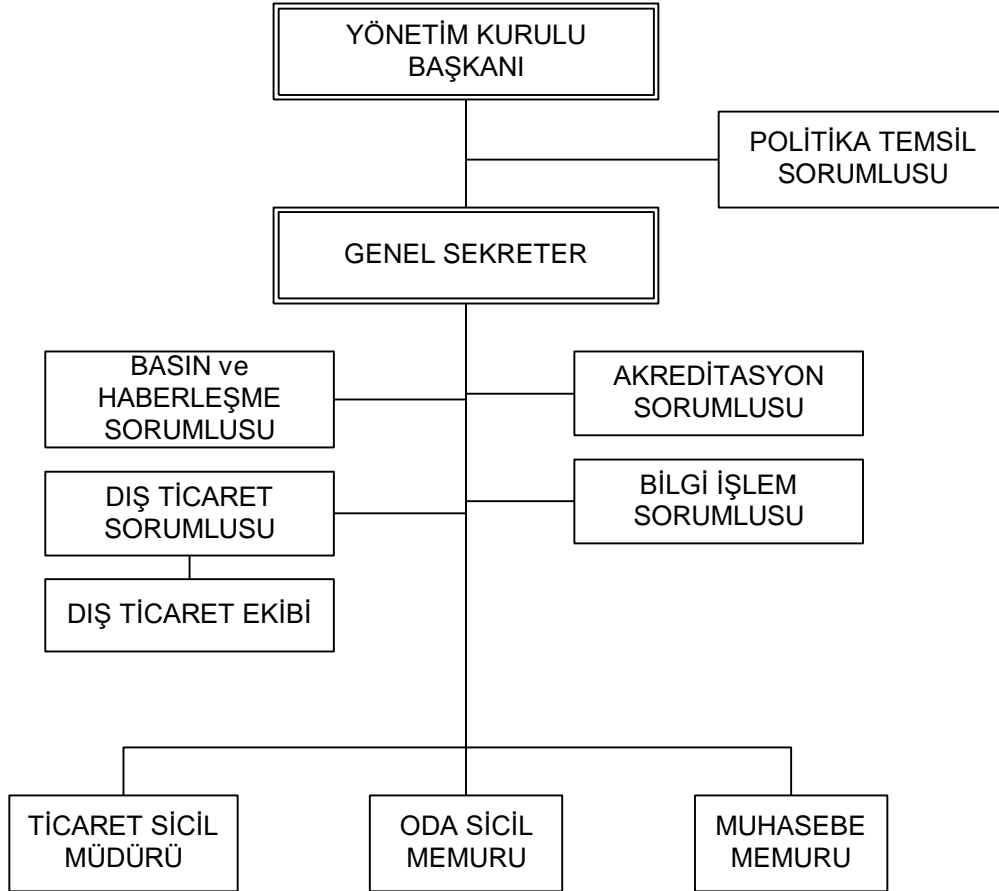
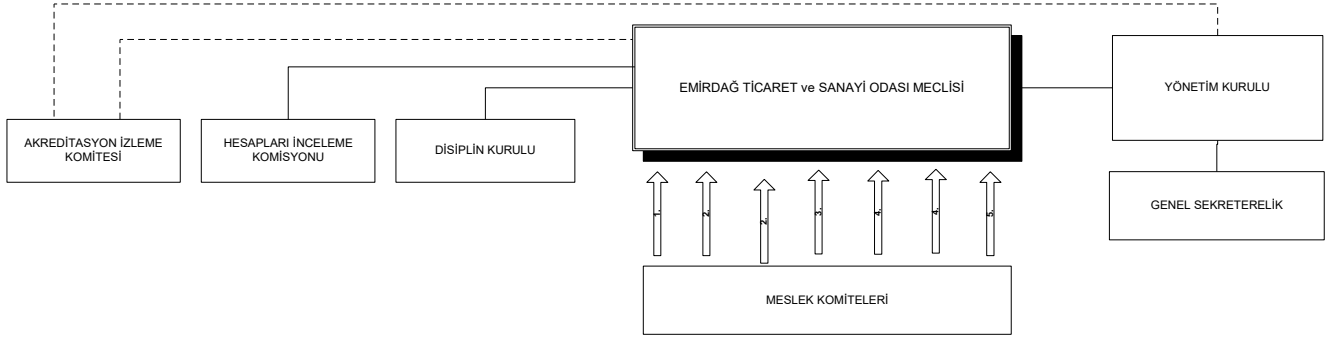
Tüm kurumlarda olduğu gibi, Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası’nda da tüm faaliyetleri iki ana süreç altında toplayabilmek mümkündür. Bunlar: “Hizmetler” ve Destek Faaliyetleri” dir. Oda’da, üyeye sunulan “Hizmetler” içerisinde öncelikle; Kanun ve Yönetmeliklerle Odalara verilmiş ve “Kamu” adına yerine getirilen görevler olup; bu görevlerin ifası aşamasında, kanun ve yönetmelik dışında, Oda’nın herhangi bir inisiyatif kullanması söz konusu olamamaktadır. Oda bu konuda ancak, mevzuata aykırı olmayacak biçimde, işlemleri hızlandırma mahiyetinde bazı önlemler alabilmektedir. İkincisi; üyelerinin ihtiyaç ve beklentilerine, çağın gereklerine uygun biçimde, cevap verebileceği türde hizmetler olup; gerçek anlamda çağdaş odacılık faaliyetleri olarak nitelendirilmektedir. Bu tarz hizmetler, “üye memnuniyetini” yönetim anlayışının merkezine yerleştirmiş kurumların, üyelerinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaya yönelik olarak sunduğu hizmetlerdir.Oda’da, üyeye sunulan “Destek Faaliyetleri” ise, Oda’nın üyelerine sunduğu hizmetlerin,



kesintisiz ve kaliteli biçimde gerçekleştirilmesini sağlayacak; “yönetimsel kararların alınması”, “örgütlenme biçiminin düzenlenmesi” ve “tüm faaliyetlerin planlanması” gibi konuları içermektedir.

### 2.5.1. Organizasyon Yapısı

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nın organizasyon şeması şu şekildedir:



Şekil 1. Organizasyon Şeması



### 2.5.2. Fiziki Durum

Oda Hizmet Binamız; 2 kattan oluşmaktadır. Her kat 170 m2 olup;

- 1.Katta oda personellerinin bulunduğu Hizmet Birimleri bulunuyor.
- 2.Katta Hizmet Eğitim Salonu ve toplantı salonu bulunuyor.

### 2.5.3. İnsan Kaynakları

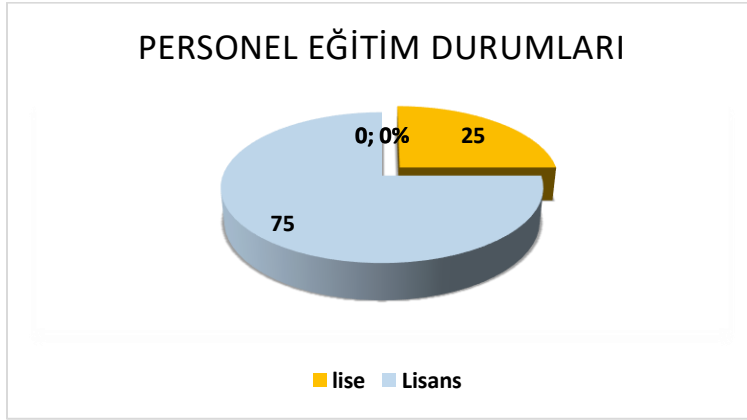
Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası personel durumu aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 5. Personelin Kadro Durumu**

Personel Durumu	Toplam (sayı)
Kadrolu	1
Sözleşmeli	3
Toplam	4

**Tablo 6. Personelin Eğitim Durumu**

Eğitim Durumu	Lise	Lisans	Toplam
Sayı	1	3	4
%	% 25	% 75	100

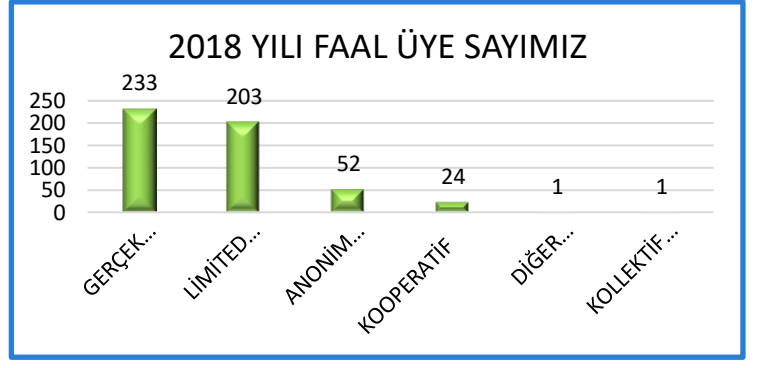
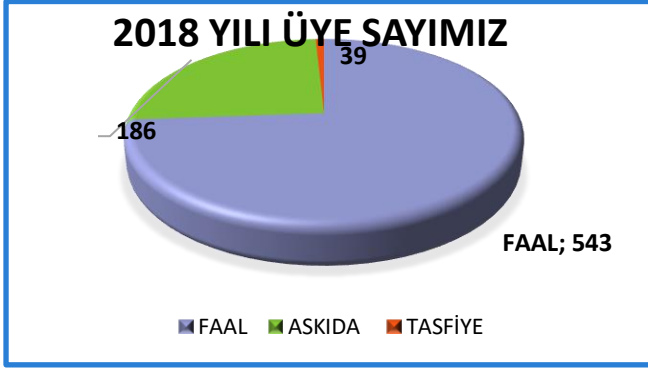




#### 2.5.4. Mali Yapı

EmirdağTSO'nun gelirleri; üye aidatları (yıllık aidat ile munzam aidat), üyelerin ticari kazançlarından kanun gereği alınan pay, Odanın verdiği hizmetler karşılığı almış olduğu harçlar (Kapasite raporları, ticaret sicilindeki tescil işlemleri vb., Kanunda yazılan diğer gelir kaynakları), banka mevduatlarından gelecek faiz gelirleri, Odanın ortak olduğu veya iştirak ettiği firmalardan gelecek kâr payları ile TOBB tarafından belirlenen Odalarca verilmekte olan belgelerden gelecek gelirlerinden (iş makinası tescili vb) oluşmaktadır.

#### 2.5.5. ÜYELERİMİZ



#### 2.2.6 Yasal Yükümlülüklerimiz

Yasal yükümlülüklerimiz ve mevzuatlar göz önünde bulundurularak, faaliyet alanlarımız aşağıda tabloda ifade edilmiştir. Faaliyet alanlarımız belirlenirken odamızda hizmet vermekte olan birimler değerlendirilmiş ve çıktı olarak ele alınabilecek ürün/hizmetlerimiz bu faaliyet alanları ışığında belirtilmiştir. Faaliyet alanları ve hizmetlerimizin belirlenmesi; bunların paydaşlarımız ile ilişkilendirilmesi aşamasında fayda sağlayacaktır. Çünkü bu ayırımın yapılması kadar, belirlenen bu hizmetlerden hangi paydaşımızın ne derecede yararlanıyor olduğu stratejik planlama açısından önem taşımaktadır.

YÜKÜMLÜLÜK	İLGİLİBÖLÜM	YASALDAYANAK
Meclis kararları	Genel Sekreter/Genel Sekreter Yard.	5174 sayılı kanun ve ilgili yönetmelik
Yönetim kurulu kararları	Genel Sekreter/Genel Sekreter Yard.	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Meslek komite kararları	Genel Sekreter-Genel Sekreter Yard.	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Ticaret sicili tescil, terkin ve tadil işlemleri	Ticaret Sicili	Türk Ticaret Kanunu, Ticaret Sicili Nizamnamesi, Harçlar Kanunu
Ticaret sicili tasdiknamesi, yetki belgesi, iflas konkordato belgesi, ihale durum belgesi, vb.	Ticaret Sicili	Türk Ticaret Kanunu, Ticaret Sicili Nizamnamesi, Harçlar Kanunu
Ticaret sicili yazışmaları	Ticaret Sicili	Türk Ticaret Kanunu, Ticaret Sicili Nizamnamesi, Harçlar Kanunu, İcra iflas Kanunu
Oda sicili kayıt, tadil ve terkin işlemleri, yazışmaları	Oda Sicili	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Üye bilgilerinin güncellenmesi	Oda Sicili	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Rayiç bedel tespiti	Oda Sicili	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Organ toplantılarının sekretaryası	Genel Sekreter	5174 sayılı kanun
İhracat belgelerinin düzenlenmesi	Oda Sicil	Dış Ticaret Mevzuatı
İş makinesi tescillerinin yapılması	Genel Sekreter	İş Makinesi Tescil Esasları
Kapasite ve ekspertiz raporu işlemleri	Genel Sekreter	Kapasite Raporu Esasları
Akreditasyon şartlarının uygulanması	Akreditasyon Sorumlusu	Oda Borsa Akreditasyon Kılavuzu
Ülke/sector raporlarının hazırlanması	Akreditasyon Sorumlusu	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik



Odaya Ait Projelerin Hazırlanması ve uygulanması	Genel Sekreter	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Oda personelinin ve üyelerine verilecek eğitim, seminer ve toplantıların düzenlenmesi	Genel Sekreter-Genel Sekreter Yard.	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Web sitesi yönetimi	Bilgi işlem sorumlusu	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Oda dergisini ve gazetesini hazırlamak ve basımını gerçekleştirmek	Genel Sekreter	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
İlgili birim tarafından hazırlanan tüm rapor ve bültenlerin basım ve yayın işlemlerini yürütmek	Genel Sekreter	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Oda tarafından organize edilen toplantıların fotoğraf ve video çekimlerini yapmak/ arşivlemek	Odasicili	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Oda sicilbelgesi, faaliyet belgesi, meslekten men belgesi, ihale durum belgesi, ortaklık teyit belgesi gibi oda evraklarının verilmesi	OdaSicili	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Odaya ait hertürlü alacağı tahsilâtını yapmak	Muhasebe	5174 sayılı Kanun ve ilgili yönetmelik
Oda işlemlerinin muhasebeleştirilmesi	Muhasebe	Bütçe ve Muhasebe Yönetmeliği

#### 2.5.4. Kurum Kültürü

Kurum kültürü, Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nın biçimsel yapısını etkileme kapasitesi bulunan kuruma ait değerleri, inanışları, alışkanlıkları ve davranış kalıplarını ifade etmektedir. Kurum kültürü, örgütsel davranışın temelini oluşturan etmenlerin başında gelmesi bakımından önem taşımaktadır. Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nda yürütülen işlemler, kurum kültürü çerçevesinde gerçekleştirilmekte, çalışanların verdikleri emeğe karşılık beklentilerinin karşılanması olarak ifade edilebilen iş tatmin düzeylerinin artırılması, kuruma ilişkin sorumluluk alma ve inisiyatif taşıma bilincine sahip olmayı ifade eden örgütsel vatandaşlık bilinçlerinin artması kurumun öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Bu kapsamda hem soyut hem de somut değerleri içeren kurum kültürü, bireysel ve örgütsel verimliliğin artırılmasında önemli rol oynamaktadır. Kurum içerisindeki giyim tarzları, standartlaşmış hizmette kalite anlayışı, kurum içi çalışanların birbirleriyle ve sosyal paydaşlarıyla iletişim şekilleri, kurum içi kutlamalar, törenler, kurumu temsil eden simgeler, logolar, armalar veya kurumsal dokümanlar kurum kültürü örnekleri olarak düşünülebilmektedir. Bu kapsamda, Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası, öncelikli olarak kurumsal kültürün oluşturulması ve süreklilik kazandırılması amacıyla çeşitli çalışmalar yürütmekte, kurumun öncelikle bir marka değer olarak paydaşlarının zihinlerinde tutundurulması için etki unsuru büyük fayda kapasitesi oldukça geniş üyeyi temele alan etkinlikler düzenlemektedir.

#### 2.6. Çevre Analizi

Teknolojik gelişmelerin hızlı artışı ve yaşanan rekabet ortamı günümüz kurum ve kuruluşlarının stratejilerini gözden geçirmelerine ve çevre analizlerine eğilmelerine neden olmaktadır. Bu kapsamda, Stratejik yönetim sürecinin bir parçası olan strateji oluşturma evresi içerisinde kuruma ait dış çevre ve iç çevre unsurlarının belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda dış çevre analizinde uzak ve yakın çevre olmak kaydıyla iki aşamada Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nı etkileme gücü bulunan unsurlar ele alınmaktadır.

##### 2.6.1 Dış Çevre Analizi

Dış çevre analizi, kuruluşun kontrolü dışındaki koşulların ve eğilimlerin incelenerek, kuruluş için kritik olan fırsat ve tehditlerin belirlenmesidir. Fırsatlar, kuruluşun kontrolü dışında gerçekleşen ve kuruluşa avantaj sağlaması



muhtemel olan etkenler ya da durumlardır. Tehditler ise, kuruluşun kontrolü dışında gerçekleşen, olumsuz etkilerinin engellenmesi veya sınırlandırılması gereken unsurlardır.

Genel çevre olarak da adlandırabileceğimiz Uzak Çevre ve sektörel çevreyi ifade eden Yakın Çevre olmak üzere Emirdağ TSO Dış Çevresi iki bölümde incelenebilmektedir:

#### Genel/Uzak Çevre

- Politik
- Yasal
- Ekonomik
- Sosyo-Kültürel
- Demografik
- Teknolojik

#### Sektör/ Yakın Çevre

- Hizmet alanlar
- Rakipler
- Tedarikçiler
- İkame Mal/Hizmetler

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'nı etkileyen ve etkileme olasılığı bulunan dış çevre unsurlarını belirlemek amacıyla, PEST Analizi yapılmıştır. PEST Analizi, kurumu etkileyebilecek Politik-Hukuki, Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Teknolojik faktörlerin incelenerek olumlu ve olumsuz etkilerinin ortaya çıkarılmasında kullanılan bir analiz tekniğidir. Bu analiz kapsamında Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası PEST Analizi aşağıda yer almaktadır.

**TABLO – 8 PEST ANALİZİ**

ETKENLER	TESPİTLER	KURUMA ETKİSİ		NE YAPILMALI
		FIRSATLAR	TEHDİTLER	
POLİTİK	Başkanlık sistemine geçilmiş olması	Bürokrasinin azalması, hızlı hizmet verilmesi	Oda sisteminde değişiklik olabilmesi	Üye memnuniyet aidiyetine yönelik faaliyetler arttıracak
	Siyasi istikrar	Yatırımların artması		Yatırımcıları teşvik etmek için çalışmalar yapılmalı
	Torba yasaların çıkması	Üye borçlarına gelecek af ile borçların ödenmesi	Af gelir düşüncesi ile zamanında ödeme yapılmaması	Aidatlarla ilgili üyeler bilgilendirilmeli
EKONOMİK	Dünyada ortaya çıkabilecek ekonomik istikrarsızlıklar	---	Üye sayımızın azalması sonucu gelir kaybı	Ekonomik istikrarsızlıklardan daha az etkilenmek için ülke kaynakları kullanılmalı
	Girişimcilere verilen desteklerin artması	Üye sayımızın artması	---	Üyelerin sosyo ekonomik gelişimine yönelik eğitimler vermek
	Özel sektörün yatırım konusundaki isteksizliği	---	---	Özel sektörü teşvik edici tedbirler alınmalı. Yatırımı artırıcı faaliyetler
SOSYO KÜLTÜREL	Köyden kente göçün devam etmesi	Üye sayımızın ve bütçemizin artması	---	Üyelerin sosyo ekonomik gelişimine yönelik eğitimler vermek Üyelerin sosyo ekonomik gelişimine yönelik eğitimler vermek
	Kamu kurum / kuruluşlarından beklentilerin artması	Üyelerde aidiyet duygusunun gelişmesi	Beklentilerin karşılanması için gereken maliyet	Üyelere yönelik etkinlikler arttıracak
TEKNOLOJİK	İletişim araçları / yöntemlerinin gelişmesi	Hızlı iletişim	Personelin sosyal medya kullanımı konusunda yetersiz olması	Personele eğitim aldırılacak
	İletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler	Denetim, kontrol gerektiren iş ve işlemlerin kolaylaşması	Maliyet yüksekliği ve teknolojinin sık sık yenilenme ihtiyacı	Odamızın kullanabileceği teknolojik ihtiyaçların temini



ETKENLER	TESPİTLER	KURUMA ETKİSİ		NE YAPILMALI
		FIRSATLAR	TEHDİTLER	
			Siber saldırılar	Bilgi güvenliği uygulamaları yapılacak eğitim aldirılacak

### 2.6.2. İç Çevre Analiz

Stratejik analiz aşaması, kurumun faaliyette bulunduğu genel (uzak) ve iş (yakın) çevresi unsurlarının hali hazır durumda incelenmesi ve kurum içindeki unsurların değerlendirilmesi ile ilgili bir süreçtir. Bu süreç bilgi toplama ve toplanan bilgilerin değerlendirilmesi ile başlar. Sonra iç ve dış çevre unsurları incelenir ve sistem yaklaşımı içinde dış çevre unsurlarının kurum için yarattığı fırsat ve tehditler ile kurum içi unsurların değerlendirilmesi sonucu elde edilen kurumun güçlü ve zayıf yönleri belirlenir. Sonuçlar durum belirleme matrislerinden biri olarak kabul edilen GZFT (SWOT) matrisinde sınıflandırılarak toplanır. SWOT Analizi dışında Performans Güçleri veya Denge analizi tercih edilebilecek yöntemler arasında olmasına rağmen, uygulamadaki yaygınlığı ve kolaylığı açısından SWOT analizi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası'na ait iç çevre analizi bulguları değerlendirilmiş ve kuruma ait üstünlükler ile zayıf yönler tespit edilmiştir. Kuruma ait iç v dış çevre unsurlarının değerlendirmesi sonucunda SWOT matrisi oluşturulmuştur.

İç çevre analizi diğer bir deyimle kurum içi analiz, kurumun mevcut durum ve geleceğini etkileyebilecek iç ortamdaki kaynakları ve kurumun kontrol edebildiği koşulların ve eğilimlerin incelenerek güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi ve değerlendirilmesidir. Güçlü yönler kurumun amaçlarına ulaşması için yararlanabileceği olumlu hususlardır. Zayıf yönler ise, kurumun başarılı olmasına engel oluşturabilecek eksiklikler ve olumsuz hususlardır.

SWOT Analizi işletmenin, kurumun, tekniğin, sürecin, yapının veya durumun güçlü ve zayıf yönlerini belirlemede, dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri saptamakta kullanılan bir tekniktir. SWOT Analizinde, kurumun dış çevresindeki unsurların incelenmesi sonucunda kurum için fırsat ve tehditler, kurum içi analiz sonucunda ise kurumun güçlü ve zayıf yönleri belirlenir.

SWOT; İngilizcedeki Strengths (güçlü yönler), Weaknesses (zayıf yönler), Opportunities (fırsatlar), Threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinden üretilmiş bir kısaltmadır. SWOT'un Türkçe karşılığı olarak GZFT Analizi ifadesi kullanılmaktadır. Ancak ülkemizdeki stratejik yönetim çalışmalarında ve uygulamalarda bu analiz İngilizce karşılığı gibi SWOT olarak adlandırılmakta ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle stratejik planlama çalışmasında SWOT terimi kullanılmıştır.

- **Fırsatlar**, dış çevrenin analizi sonucunda ortaya çıkan ve kurum için olumlu sonuçlar yaratabilecek unsurlardır. Bu bağlamda fırsat, kurumun amaçlarını başarı ile gerçekleştirebilmesi için dış çevreden gelen elverişli herhangi bir durum olarak tanımlanabilir.
- **Tehditler**, fırsatların aksine kurumun varlığını sürdürmesine engel olabilecek, başarılarını engelleyebilecek, uzak ve yakın çevredeki değişimler sonunda ortaya çıkan, kurum için arzu edilmeyen oluşumlardır. Sürekli ve hızlı değişen bir dış çevrede, bu unsurları izlemek ve onlara karşı önlemler almak kurumun başarılarını sürdürmesi açısından önemli olmaktadır.



- **Güçlü Yönler**, kurumun içerisinde, bünyesinden gelen, kurumu benzerlerinden üstün kılan, amaçlarına ulaşmasını, büyümesini ve gelişmesi destekleyen içsel pozitif unsurlardır.
- **Zayıf Yönler**, kurumun içerisinde, bünyesinden gelen, kurumun benzerlerinden geri kalmasına neden olan, amaçlarına ulaşmasını, büyümesini ve gelişmesi engelleyen içsel negatif unsurlardır.

Bu nedenle kurumun, güçlü ve zayıf yönleri belirlenirken mümkün olduğu kadar objektif olunmalı ve belirtilen yönlerin kanıtlara dayalı olmasına dikkat edilmelidir. SWOT Analizi özet olarak, bir kurumun kendini tanıma çabası olup gelişim için çıkılan yolda “şu anda neredeyiz?” sorusunun cevabını verir.

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası SWOT Analizinin oluşturulması sürecinde sosyal paydaşlarla Nominal Grup Tekniği’nden yararlanılmıştır. Nominal Grup Tekniği, konunun uzmanı kişilerin bir araya getirilmesini ifade etmektedir. Bilgilerinin güncel olduğu düşünülen kişilerin oluşturduğu grupların konuya ilişkin görüş ve fikirlerini sunmaları, bağımsız olarak düşüncelerini iletmeleri esastır. Burada arzu edilen bağımsız karar verebilen katılımcıların oluşturduğu grupların yaratılmasıdır.

“Emirdağ TSO’nun güçlü yönleri nelerdir?”,

“Emirdağ TSO’nun gelişmesi için neler gereklidir?”,

“Emirdağ TSO’da hangi faaliyetler ve hizmetler sizin için önemlidir?”,

“Emirdağ TSO’da neleri değiştirmek isterdiniz?” soruları aracılığıyla SWOT analizine ilişkin veri toplanması hedeflemiştir.

Buna göre Emirdağ TSO SWOT Matrisi aşağıdaki gibi şekillenmiştir.



### 2.6.2 GZFT Analizi

Odamızın temel çalışma alanlarına ilişkin güçlü ve gelişmeye açık yönleri ile dış çevrede karşı belirlenmesi için GZFT analizi yapılmıştır.



# GÜÇLÜ ÖZELLİKLER

- Odamızın köklü bir geçmişe sahip olması
- Modern Hizmet binasının bulunması ve fiziki alt yapının veterli olması
- 1. Personelin birbiri ile olan uyumu
- TS EN ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi olması
- Personel ilişkilerinin güçlü olması
- Üye memnuniyetinin yüksek olması
- Personelin özverili çalışması
- Sosyal Medyayı iyi kullanması
- Proje odaklı çalışmamız
- Tanınırlığının üst düzeyde olması
- Lobicilik faaliyetleri
- Aktif bir oda olması
- Hizmet binasının konumu gereği şehir merkezinde bulunması

- İlçe Odası olmanın yarattığı yetmezlik algısı
- Stratejik yönetim anlayışının istenilen seviyede olmaması
- 
- 
- 
- 

# ZAYIFLIKLAR



# F I R S A T L A R

Bölgemizden yetişen, ülke geneline yayılmış, çok sayıda zengin iş adamı ve siyasetçi,

İnşaat ve tesisat işleri alanında canlılık

Bölge insanımızın liderlik vasfı,

Devlet Teşvikleri, KOSGEB hibe ve desteklerin bulunması

AB hibe projeleri, kalkınma projeleri

Yükseköğretim Kurumlarının Varlığı

Ekonomik büyümenin istihdama olumlu etkisi

İhracat Kapasitesi ve Potansiyeli

Nüfus azlığı ve göç

İlçemizin konaklama sorunu

# T E H D İ T L E R



# III-GELECEĞE BAKIŞ



## MİSYON

Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odası olarak, ilgili kanun ve mevzuatlar çerçevesinde, üyelerimizin ihtiyacı olan hizmeti çağdaş yönetim anlayışı ile sunmak, sürekli bir gelişimin ve öğrenimin hakim olduğu bir yapıda ilçe ve ilimizin kalkınmasına ön ayak olmaktır

## VİZYON

Üyelerimizin memnuniyetini en üst düzeyde sağlamak, üyelerimizin ve ilçemizin sosyo ekonomik alanda gelişimine öncülük eden kurum olmak



### KALİTE POLİTİKAMIZ

Faaliyet Göstermiş Olduğumuz Alanlarda Yasal Mevzuatlar Çerçevesinde; İşlerin Kaliteden Ödün Vermeden Zamanında Ve İstenilen Şartlarda Yapılmasını Sağlamak, Kayıtlı Ticaret Yapmayı İlke Edinmiş Üyelerimize Daha İyi Hizmet Vermek, Bütün Bu Hizmetlerini Sürdürürken; Üyelerinin Pivasalarda Rekabet İmkânlarını Da

### BİLGİ İŞLEM POLİTİKAMIZ

Odamız üyelerine karşı kesintisiz hizmet sunmak, Üyeler ve personelimizin bilgilerinin güvenliğini sağlamak. Odamızın imajını korumak Personelimizin bilgi güvenliği riskleri, politikalar, talimatlar konusunda eğitim almalarını sağlamak.

### İNSAN KAYNAKLARI POLİTİKAMIZ

İşe almada işin niteliğine uygun eleman tercih etmek ve adil olmak.  
Yasal şartlara uymak.  
Personel memnuniyetini ve eğitimini ön planda tutmak.  
Gelişen şartlar ve teknolojiye göre personelin bilgi ve becerisini arttırmak.

### 3.3 POLİTİKALAR

### HABERLEŞME POLİTİKAMIZ

İletişim yöntemlerimizin etkinliğini takip etmek, iletişim araçlarını etkinlik sonucuna göre belirlemek.  
Haberleşme yöntemlerinde teknolojiye ayak uydurmak.  
Üyelerimize doğru ve zamanında bilgi vermek.

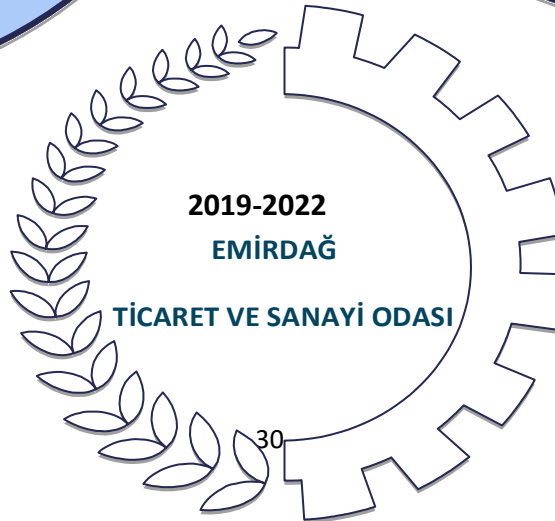


## MALİ POLİTİKAMIZ

1. Gelirimizi ve mevduatımızı verimli bir şekilde yönetmek etkin olarak kontrolünü sağlamak.
2. Mali risklerimizi değerlendirmek güncelliğini izlemek ve önlem almak.
3. Gelirimizi üyelere daha iyi hizmet sunmak, üyelerin geliştirilmesini sağlamak için günün ekonomik şartlarına uygun olarak güvenli bir şekilde değerlendirmektir.

## ÜYE İLİŞKİLERİ POLİTİKAMIZ

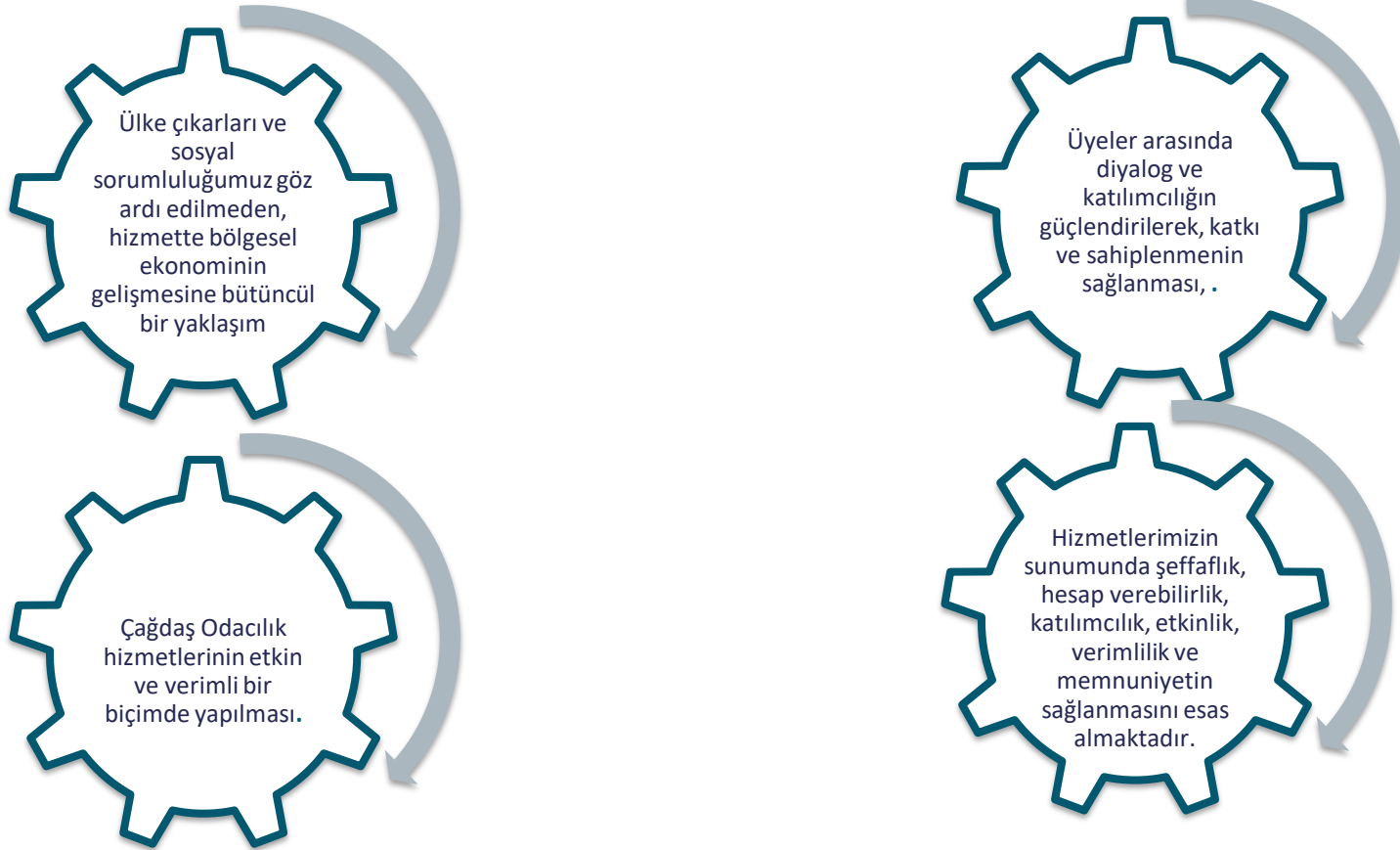
Üyelerimizin menfaatleri doğrultusunda hareket etmek,  
Üye memnuniyetini üst seviyede tutmak,  
Üye hizmet kalitemizi en üst seviyede tutmak,  
Üye ilişkilerimizin sürekli geliştirmektir.  
**Üyelerimizin menfaatleri doğrultusunda hareket etmek,**  
**Üye memnuniyetini üst seviyede tutmak,**  
**Üye hizmet kalitemizi en üst seviyede tutmak,**  
**Üye ilişkilerimizin sürekli geliştirmektir.**

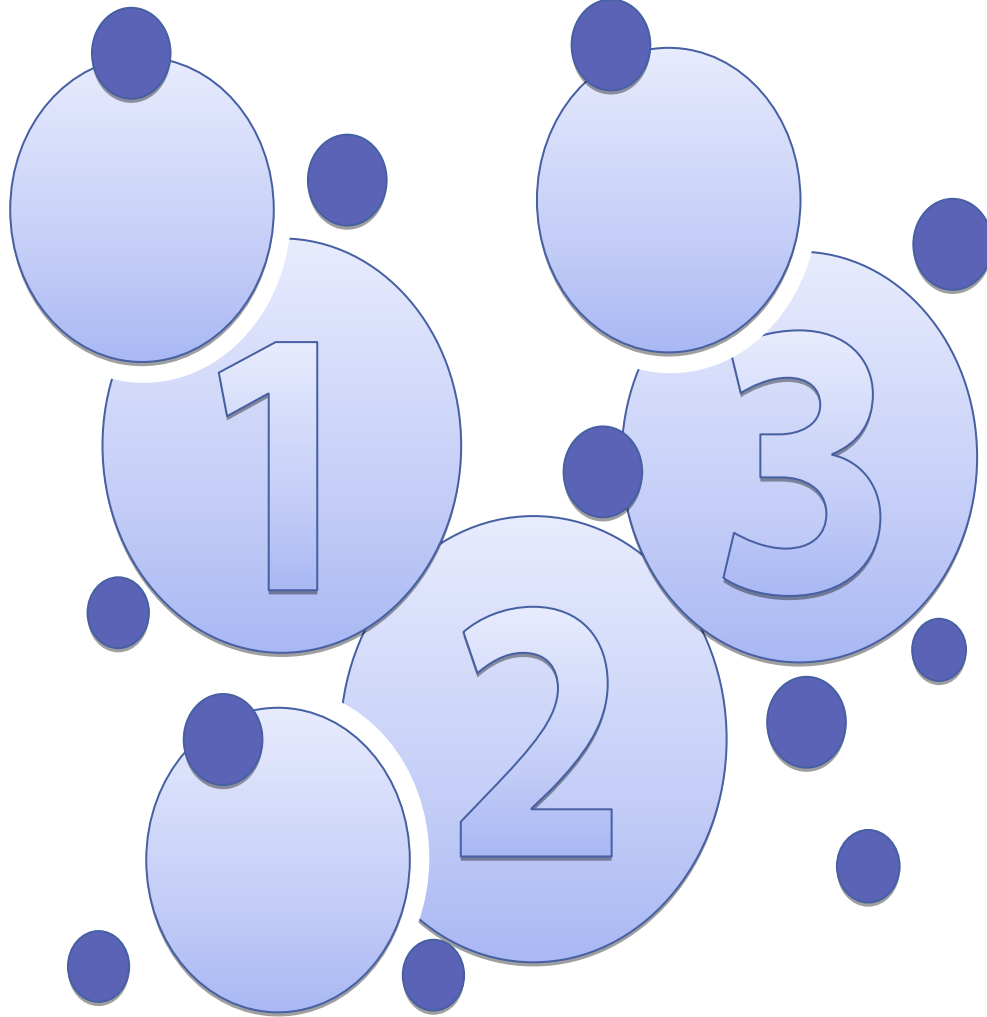




### **3.4 TEMEL DEĞERLER**

Değerler, Emirdağ Ticaret ve Sanayi Odasının ruhunu ortaya koymaktadır. Ortak değerlerimiz, farklı insanlar, kültürler ve kurumlar genelinde davranışlarımıza tutarlı bir şekilde yön vermemize yardımcı olur.





## AMAÇ VE HEDEFLERİ



**Etkin ve verimli hizmet sunabilmek amacı ile kurumsal kapasiteyi arttırmak, çalışanların kurumsal bağlılığını güçlendirmek**

**Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığını ve farkındalığını artırmak, üyelerimizin aidiyet**

**Üyelerin Ulusal ve Uluslararası alanda rekabet gücünün arttırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak**





## Amaç Ve Hedeflerimiz

### Hedef Kartları

#### AMAÇ 1-Etkin ve verimli hizmet sunabilmek amacı ile kurumsal kapasiteyi arttırmak, çalışanların kurumsal bağlılığını güçlendirmek

<b>Amaç</b>	<b>A1: Etkin ve verimli hizmet sunabilmek amacı ile kurumsal kapasiteyi arttırmak, çalışanların kurumsal bağlılığını güçlendirmek</b>						
<b>Hedef</b>	H1.1: Personelin nitelik olarak gelişimini sağlamak ve kurumsal aidiyetini arttırmak,						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG1.1.1: Personele verilen mesleki eğitim sayısı	12	8	8	8	8	6 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG1.1.2: Personel Memnuniyeti arttırmak	82	85	87	89	90	Yıllık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG1.1.3: Personele verilen kişisel gelişim eğitim sayısı	3	4	3	3	3	6 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Talep edilen eğitimler için eğitim programının aksaması Planlanan eğitimlerin zamanında yapılamaması Personel Anketlerinin özenli doldurulmaması Personelin Etkinliklere katılmaması Eğitim için yeterli bütçe olmaması						
<b>Stratejiler</b>	Personelden gelen sözlü ve yazılı talepleri değerlendirmek Eğitim planlaması yapılırken iş yoğunluğunun olduğu dönemleri göz önünde bulundurmak Bütçe hazırlanırken maliyetleri gözönünde bulundurmak						
<b>Maliyet</b>	5.000 TL						
<b>Tespitler</b>	Personelin mesleki bilgi eksikliği Personel motivasyonunda düşüklük Y kuşağı personelin sıkı çalışmaya karşı direnci						
<b>İhtiyaçlar</b>	Personelin motive edilmesi Y kuşağı ile iletişimin güçlendirilmesi Personelin bilgi ve becerilerinin artırılması						

<b>Amaç</b>	<b>A1: Etkin ve verimli hizmet sunabilmek amacı ile kurumsal kapasiteyi arttırmak, çalışanların kurumsal bağlılığını güçlendirmek</b>						
<b>Hedef</b>	H1.2: Kurum bilinirliğini arttırmak						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG1.2.1: Sosyal medya facebook takipçi sayısı	1850	2100	2200	2300	2400	Yıllık	Basın İletişim Sorumlusu



SPG1.2.2: Twitter takipçi sayısı	135	155	200	250	300	6 aylık	Basın İletişim Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Üyelerin sosyal medya kullanmaması, üyelerin sosyal medya takipçisi olmaması						
<b>Stratejiler</b>	Sosyal medya hesapları aktif kullanılacak Paylaşım sayıları arttırılacak						
<b>Maliyet</b>	----						
<b>Tespitler</b>	Odamızın faaliyetlerinin bilinmemesi, üyelerde ve personelde aidiyet duygusunun gelişmemesi						
<b>İhtiyaçlar</b>	Odamızın ve ilçemizin bilinirliğinin arttırılması,						

## AMAÇ 2- Üyelerin Ulusal ve Uluslararası alanda rekabet gücünün ve sosyo ekonomik alanda gelişiminin arttırılmasına katkı sağlamak

<b>Amaç</b>	<b>A2: Üyelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücünün arttırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak</b>						
<b>Hedef</b>	H2.1: Üyelerin ulusal ve uluslararası rekabet gücünü arttırıcı faaliyetler düzenlemek						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri (2018)</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG2.1.1: Ziyaret edilen yurtdışı fuar / iş gezisi sayısı	1	1	1	1	2	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG2.1.2: Ziyaret edilen yurtiçi fuar sayısı	1	1	1	1	2	Yıllık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG2.1.3: İlçeyi tanıtıcı etkinlik sayısı	1	1	1	2	2	Yıllık	Akreditasyon sorumlusu
<b>Riskler</b>	Üyelerimizin yurtdışı iş gezisi veya yurtiçi fuara katılım sağlamaması Fuar ziyaretlerinin etkin olmaması Vize çıkmaması Tanıtıcı etkinliklerin etkin olmaması Etkinliklere katılım olmaması Bütçenin yetersiz olması						
<b>Stratejiler</b>	Ziyaret edilecek fuarlar ihtiyaca göre tespit edilecek, Yurtdışı iş gezisi düzenlenecek ülke tespit edilecek Seçilen etkinliğin farklı ve ilgi çekici olması Proje, teşvik ve destekler takip edilmesi						
<b>Maliyet</b>	10.000,00.-TL.						
<b>Tespitler</b>	Üyelerin kurumsallaşmaması, dışarıya açılmaması, yenilikleri takip etmemesi İlçemizin tanınmaması İlçemize yatırımcı gelmemesi						
<b>İhtiyaçlar</b>	Üyelere katma değer sağlayacak fuarlara ziyaret gerçekleştirilmesi Fuar ziyaretleri için destek alınması İlçemizin tanıtım etkinlikleri ile tanıtılması						

<b>Amaç</b>	<b>A2: Üyelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücünün arttırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak</b>
-------------	--



<b>Hedef</b>	H2.2: Üyelerin sosyo -ekonomik gelişimine katkı sağlamak						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG2.2.1: Üyelerin bilgi ve becerilerini arttırmaya yönelik verilen eğitim sayısı	5	5	5	6	6	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG2.2.2: Dış ticaret ile ilgili verilen eğitim sayısı	1	1	1	2	2	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Eğitimin hazırlık aşamasında yaşanabilecek gecikmeler Eğitimlerin yeterince duyurulmaması Eğitime katılımın olmaması						
<b>Stratejiler</b>	Üyelerin sosyo ekonomik ve kişisel gelişimine yönelik eğitimlerin verilmesi planlanmaktadır						
<b>Maliyet</b>	5.000 TL						
<b>Tespitler</b>	Üyelerin kurumsallaşmaması dışarıya açılmaması, yenilikleri takip etmemesi, geleneksel üretim ve pazarlama yöntemleri dışına çıkamaması Dış ticaret konusunda bilgi eksikliği						
<b>İhtiyaçlar</b>	Eğitimler düzenlenmesi Eğitimlerin sosyal medya ve diğer iletişim araçları kullanılarak duyurulması Üyelerin bilgi ve becerilerinin artırılmasına yönelik eğitimler						

<b>Amaç</b>	<b>A2: Üyelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak</b>						
<b>Hedef</b>	H2.3: Nitelikli işgücü yetiştirmek						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG2.3.1: Nitelikli işgücü yetiştirmeye yönelik proje sayısı	---	1	---	1	---	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Proje çağrısı olmaması Projenin kabul edilmemesi Projenin tamamlanamaması						
<b>Stratejiler</b>	Tüm proje çağrılarını takip edilecek Proje yazım kurallarına dikkat edilecek						
<b>Maliyet</b>	8.000 TL						
<b>Tespitler</b>	İlçemizde nitelikli işgücünün yetersiz olması						
<b>İhtiyaçlar</b>	Nitelikli işgücünün geliştirilmesi						



<b>Amaç</b>	<b>A2: Üyelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak</b>						
<b>Hedef</b>	H2.4: Organize Sanayinin gelişimine katkıda bulunmak						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG2.4.1: Organize Sanayine gelen yatırımcı sayısı	---	2	2	2	2	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Yatırımcı gelmemesi						
<b>Stratejiler</b>	Ulusal yatırımcıların gelmesi sağlanacak Tanıtım yapılacak Teşvikler anlatılacak						
<b>Maliyet</b>	14.000 TL						
<b>Tespitler</b>	Organize sanayimizin yetersiz olması						
<b>İhtiyaçlar</b>	Organize sanayimizin geliştirilmesi						

### AMAÇ 3 -Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığı ve farkındalığı arttırmak, üyelerimizin aidiyet duygusunu güçlendirmek

<b>Amaç</b>	<b>A3: Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığı ve farkındalığı arttırmak, üyelerimizin aidiyet duygusunu güçlendirmek</b>						
<b>Hedef</b>	H3.1: Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığını arttırmak						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG3.1.1: Yapılan Sosyal sorumluluk sayısı	1	1	1	2	2	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG3.1.2: Paydaşlar ile birlikte düzenlenen etkinlik sayısı	1	2	2	2	2	Yıllık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG3.1.3: Başlatılan lobi sayısı	2	2	2	3	3	3 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Lobi sonucunun başarılı olmaması Politik dengelerin değişmesi Başkanlar arasındaki olumsuz diyaloglar Yönetim değişiklikleri İktidar değişiklikleri						
<b>Stratejiler</b>	Lobi için sorunlar incelenecek Politikdengeler korunacak						



<b>Maliyet</b>	40.000 TL
<b>Tespitler</b>	İlçemizin tanıtım eksikliği Motivasyon eksikliği
<b>İhtiyaçlar</b>	Odamızın tanınırlığı ve farkındalığının artırılmasına yönelik, etkinlikler düzenlenmesi Aidiyet duygusu ve motivasyonun artırılması

<b>Amaç</b>	<b>A3: Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığı ve farkındalığı arttırmak, üyelerimizin aidiyet duygusunu güçlendirmek</b>						
<b>Hedef</b>	H3.2 Üye memnuniyetini artırmak ve aidiyet duygusunu güçlendirmek						
<b>İşbirliği Yapılacak Birim(ler) ve Personel</b>	Yönetim Kurulu, Genel Sekreter, AİK						
<b>Stratejik Performans Göstergeleri</b>	<b>Başlangıç Değeri</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>İzleme Sıklığı</b>	<b>Sorumlu</b>
SPG3.2.1: Ziyaret edilen üye sayısı	---	30	30	30	30	6 aylık	Akreditasyon Sorumlusu
SPG3.2.2.: Üye Memnuniyeti Anketi Puanı	80	83	85	88	90	Yıllık	Akreditasyon Sorumlusu
<b>Riskler</b>	Üye ziyaretlerinin gerçekleştirilememesi Üye ziyaretleri sonucuna ilgi gösterilmemesi Anketlerin etkin olarak doldurulmaması						
<b>Stratejiler</b>	Üye ziyaret planı oluşturulup plana uygun ziyaretler yapılacak Üye anketleri yüzyüze doldurulacak Üye şikayet ve önerileri konusunda üyelere dönüş yapılacak						
<b>Maliyet</b>	500 TL						
<b>Tespitler</b>	Üyelerimizin kuruma karşı ilgisiz olması ve kurumu tanımaması Personelin üye ilişkileri yönetim sistemi konusunda yetersiz olması Üyelerin şikayet ve önerilerini odaya iletmemesi						
<b>İhtiyaçlar</b>	Üye ilişkilerini güçlendirmeye yönelik etkinlikler						



## IV-MALİYETLENDİRME

4.

### **Maliyetlendirme**

Maliyetlendirme, kurumun stratejik planı ile bütçesi arasındaki bağlantıyı güçlendirmeyi ve harcamaların önceliklendirilmesi sürecine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Böylelikle kaynakların amaçlar doğrultusunda etkili ve verimli bir şekilde kullanılması mümkün olabilecektir. Bunun için öncelikle her bir hedef için gerekli faaliyet ve proje maliyet tahminleri yapılmış ve hedefin yaklaşık maliyetine ulaşılmıştır. Hedeflerin maliyet tahmini toplamından her bir amacın maliyetine, amaç maliyetleri toplamından ise stratejik planın o yılki tahmini maliyetine ulaşılmıştır.



STRATEJİK AMAÇLAR VE HEDEFLER	2019 (TL)	2020 (TL)	2021 (TL)	2022 (TL)
<b>STRATEJİK AMAÇ:</b> <b>A1: Etkin ve verimli hizmet sunabilmek amacı ile kurumsal kapasiteyi arttırmak çalışanların kurumsal bağlılığını güçlendirmek</b>	<b>11.000</b>	<b>3.000</b>	<b>14.000</b>	<b>15.500</b>
STRATEJİK HEDEF 1.1: Personelin nitelik olarak gelişimini sağlamak ve kurumsal aidiyetini arttırmak	11.000	2.000	14.000	15.500
SPG1.1.1 Personele verilen Mesleki Eğitim sayısı	8.000	2.000	10.000	11.000
SPG1.1.2 Personel Memnuniyetini arttırmak	---	---	---	---
SPG1.1.3: Personele verilen kişisel gelişim eğitim sayısı	3.000	1.000	4.000	4.500
STRATEJİK HEDEF 1.3: Web siteleri sosyal medya platformları, mobil teknolojiler kullanılarak hedef kitleye en etkili yoldan ulaşmak ve alınan geri dönüşler sonucunda hizmet kalitesini arttırmak	---	---	---	---
SPG1.2.1: Sosyal medya facebook takipçi sayısı	---	---	---	---
SPG1.2.2: Twitter takipçi sayısı	---	---	---	---
<b>STRATEJİK AMAÇ A2: Üyelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>11.000</b>	<b>11.250</b>
STRATEJİK HEDEF 2.1: Üyelerin Ulusal ve Uluslararası rekabet gücünü artırıcı faaliyetler düzenlemek	10.000	10.000	10.000	10.000
SPG2.1.1: Ziyaret edilen yurtdışı fuar / iş gezisi sayısı	10.000	10.000	20.000	25.000
SPG2.1.2: Ziyaret edilen yurtiçi fuar sayısı	5.000	5.000	20.000	25.000
SPG2.1.3: İlçeyi tanıtıcı etkinlik sayısı	2.000	2.000	3.000	3.500
STRATEJİK HEDEF 2.2-Üyelerin sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak	9.000	---	12.000	13.000
SPG2.2.1: Üyelerin bilgi ve becerilerini arttırmaya yönelik verilen eğitim sayısı	7.000	5.000	9.000	10.000
SPG2.2.4: Dış ticaret ile ilgili verilen eğitim sayısı	2.000	1.000	3.000	3.000
STRATEJİK HEDEF 2.3: Üyelerin ulusal ve uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve sosyo ekonomik gelişimine katkı sağlamak	3.000	---	5.000	---
SPG2.3.1: Nitelikli işgücü yetiştirmeye yönelik proje sayısı	3.000	---	5.000	---



STRATEJİK AMAÇLAR VE HEDEFLER	2019 (TL)	2020 (TL)	2021 (TL)	2022 (TL)
STRATEJİK HEDEF 2.4: Organize Sanayinin gelişimine katkıda bulunmak	2.000	3.000	4.000	5.000
SPG2.4.1: Organize Sanayine gelen yatırımcı sayısı	2.000	3.000	4.000	5.000
<b>STRATEJİK AMAÇ A3: Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığı ve farkındalığı arttırmak, üyelerimizin aidiyet duygusunu güçlendirmek</b>	<b>8.000</b>	<b>5.000</b>	<b>5.000</b>	<b>6.000</b>
STRATEJİK HEDEF 3.1 Toplum ve paydaşlarda odamızın tanınırlığını arttırmak	7.000	5.000	5.000	6.000
SPG3.1.1: Yapılan Sosyal sorumluluk sayısı	1.000	1.000	1.000	1.000
SPG3.1.2: Paydaşlar ile birlikte düzenlenen etkinlik sayısı	3.000	4.000	5.000	6.000
SPG3.1.3: Başlatılan lobi sayısı	3.000	4.000	5.000	6.000
STRATEJİK HEDEF 3.2: Üye memnuniyetini artırmak ve aidiyet duygusunu güçlendirmek	1.000	1.000	1.000	1.000
SP3.2.1 Ziyaret edilen Üye sayısı	1.000	500	1.000	1.000
SP3.2.2 Üye Memnuniyetini artırmak	---	---	---	---
<b>TOPLAM</b>	<b>28.000</b>	<b>26.500</b>	<b>31.000</b>	<b>37.000</b>
<b>GENEL TOPLAM</b>	<b>122.500</b>			



V.BÖLÜM

**UYGULAMA,  
İZLEME VE DEĞERLENDİRME**



## 5.2.2015-2018 STRATEJİK PLANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

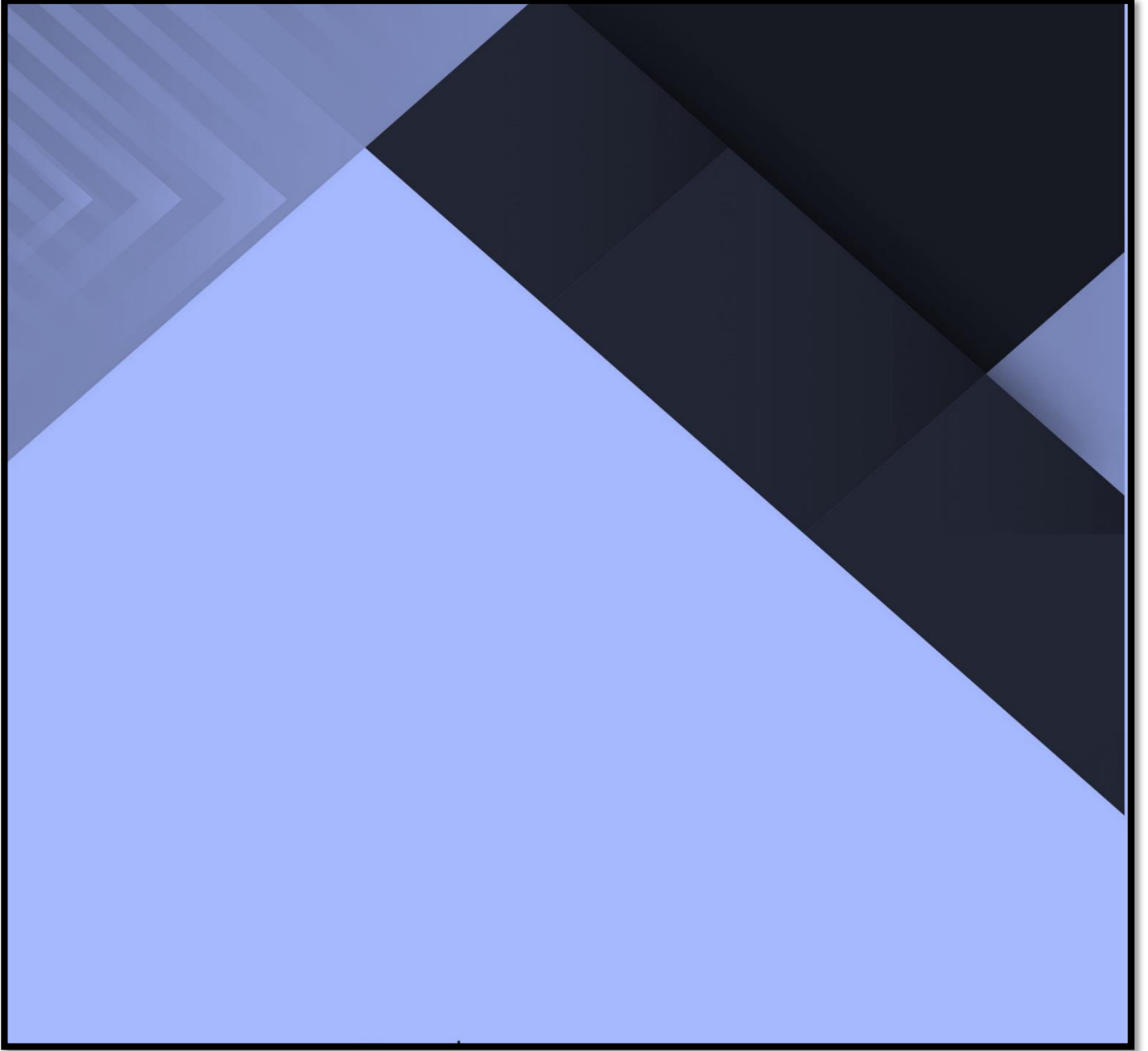
Uygulanmakta olan 2015-2018 dönemi Stratejik Planının izlemesi, 2015-2018 stratejik hedef, gösterge ve faaliyetler üçer aylık dönemler halinde ilgili birimlerden elde edilen uygulama sonuçlarına göre göstergeler bazında izlenmiş ve sonuçlar üst yönetime sunulmuştur.

Genel itibarıyla;

Hedeflere % 77 oranında ulaşılmıştır.

Hedeflere gerçekleşmemesine ilişkin temel nedenler;

- Akreditasyon puanı arttırma hedefine 1 yıllık denetim verilince ulaşılamamıştır.
- Proje çağrısı olmadığı için proje hedefine ulaşılamamıştır.



## **EMİRDAĞ TİCARET VE SANAYİ ODASI**

**Adres: Konya Cad. Çilli Mah No:53Emirdağ/AFYONKARAHİSAR**

**TEL:(272) 442 51 99 FAKS: (272) 442 43 99**

**[www.emirdagtso.org.tr](http://www.emirdagtso.org.tr)**

**facebook:/emirdagticaretvesanayiodasi**