**MUĞLA TİCARET BORSASI**

**STRATEJİK PLANI**

**2024-2027**

**İÇİNDEKİLER**

[GİRİŞ 3](#_Toc156477672)

[STRATEJİK PLAN HAZIRLIK AŞAMALARI 4](#_Toc156477673)

[1. DURUM ANALİZİ 6](#_Toc156477674)

[1.1 DIŞ ANALİZ 6](#_Toc156477675)

[1.1.1 Muğla Kentinin Yapısı 6](#_Toc156477676)

[1.1.2 Tarımsal Hususlar 7](#_Toc156477677)

[1.1.3 Ekonomik Hususlar 7](#_Toc156477678)

[1.1.4 Sosyal Hususlar 8](#_Toc156477679)

[1.1.5 Yasa ve Yönetmelikler 9](#_Toc156477680)

[1.1.6 Teknolojik Hususlar 9](#_Toc156477681)

[1.1.7 İklim Hususlar 10](#_Toc156477682)

[1.2 İÇ ANALİZ 10](#_Toc156477683)

[1.2.1 Muğla Ticaret Borsası Tarihsel Gelişimi 10](#_Toc156477684)

[1.2.2 Yasal Yükümlülükler 11](#_Toc156477685)

[1.2.3 Faaliyet Alanlarımız – Hizmet Anlayışımız 11](#_Toc156477686)

[1.2.4 Organizasyon Yapısı Ve Personel Profili 15](#_Toc156477687)

[1.2.5 Kayıtlı Üye Profili 17](#_Toc156477688)

[1.2.6 Değerlendirme Faaliyetleri ve Üye Memnuniyet Ölçümleri 18](#_Toc156477689)

[1.2.7 Fiziki ve Teknolojik Altyapı 19](#_Toc156477690)

[1.2.8 Yönetimin Yapısı ve Bakış Açısı 20](#_Toc156477691)

[1.2.9 Kuruluşun Mali Yapısı 20](#_Toc156477692)

[1.2.10 POLİTİKALAR 21](#_Toc156477693)

[1.2.10.1 KALİTE POLİTİKASI 21](#_Toc156477694)

[1.2.10.2 MALİ YÖNETİM POLİTİKASI 21](#_Toc156477695)

[1.2.10.3 SOSYAL SORUMLULUK POLİTİKASI 22](#_Toc156477696)

[1.2.10.4 İNSAN KAYNAKLARI POLİTİKASI 22](#_Toc156477697)

[1.2.10.5 HABERLEŞME VE YAYINLAR POLİTİKASI 22](#_Toc156477698)

[1.2.10.6 ÜYE İLİŞKİLERİ POLİTİKASI 23](#_Toc156477699)

[1.2.10.7 ÜYE MEMNUNİYETİ POLİTİKASI 23](#_Toc156477700)

[1.2.10.8 BİLGİ İŞLEM POLİTİKASI 23](#_Toc156477701)

[2. PAYDAŞ ANALİZİ 24](#_Toc156477702)

[2.1. PAYDAŞ ETKİ/ÖNEM MATRİSİ VE PAYDAŞ LİSTESİ 24](#_Toc156477703)

[2.2. İLGİLİ TARAFLARIN İHTİYAÇ VE BEKLENTİLERİNİN ANLAŞILMASI 26](#_Toc156477704)

[2.3. SWOT ANALİZİ 27](#_Toc156477705)

[2.3.1. SWOT ANALİZ SONUÇLARI 27](#_Toc156477706)

[2.3.2. MİSYONUMUZ 27](#_Toc156477707)

[2.3.3. VİZYONUMUZ 28](#_Toc156477708)

[2.3.4. İLKELERİMİZ 28](#_Toc156477709)

[2.3.5. GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ 29](#_Toc156477710)

[2.3.6. ZAYIF YÖNLERİMİZ 29](#_Toc156477711)

[2.3.7. FIRSATLARIMIZ 29](#_Toc156477712)

[2.3.8. TEHDİTLER 29](#_Toc156477713)

[3. STRATEJİLER 30](#_Toc156477714)

[3.1. STRATEJİK AMAÇLAR, HEDEFLER, FAALİYETLER 30](#_Toc156477715)

[3.2. STRATEJİK PLANIN UYGULANMASI, İZLENMESİ, DEĞERLENDİRİLMESİ 40](#_Toc156477716)

# GİRİŞ

Stratejik önemi nedeniyle tarım, her ülkede kendi ekonomik yapısına özgü tarım politikaları ile desteklenen bir sektördür. Tarım sektöründe uygulanmakta olan politikalarda temel hedef, örgütlü, rekabet gücü yüksek, sürdürülebilir bir tarım sektörünün oluşturulmasıdır. Türkiye’de bugüne kadar uygulanan tarım politikaları ile üretimin arttırılması amaçlanırken, ülkemizde bu sektör istenilen seviyede bir ekonomik kapasiteyi yakalayamamıştır. Bunun, işletmelerin dağınık ve küçük oluşu, etkin olmayan örgütlenme yapısı, eksik teknoloji ve mekanizasyon kullanımı, uygun olmayan hammadde**,** piyasa sinyallerini dikkate almayan üretim politikalarıve bütün bunlara bağlı olarak da arzu edilen düzeyde işleyen bir piyasa yapısının olmaması gibi birçok nedenleri bulunmaktadır.

Bu bağlamda ülkemizdeki mevcut pazar mekanizmalarının geliştirilmesi ve dünya piyasalarına entegrasyonu sürecinde tarımsal pazarlamada önemli fonksiyonlara sahip kurum ve kuruluşların idari ve teknik alt yapılarının gözden geçirilmesi, tamamlayıcı unsurların sisteme monte edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu çerçevede, tarım ürünlerin pazarlamasında etkin bir organizasyon olabilecek ticaret borsaları; tarım ürünlerinin serbest piyasa koşullarında alınıp satıldığı, yasalarla organize edilmiş, tüccarların üye olduğu, ülkelerin ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal yaşamlarında önemli role sahip kurumlardır.

“Borsaya dahil maddelerin, borsada alım satımını tanzim ve tescil etmek” temel bir görev olup,

- Alıcı ile satıcıyı karşı karşıya getirerek fiyatların serbest rekabet ortamında oluşmasını sağlamak,

- Sağlanan uygun ortamda oluşan gerçekçi fiyatların tescil edilerek ilanı ile;

Fiyat hareketlerinde istikrarın sağlanması, alım satımın güvenilir fiyatlar üzerinden yapılması, arz – talep, kalite – fiyat unsurları arasında dengenin kurulması amacını esas alıyor olsa da;

**Alıcı ve satıcıya uygun ortamın sağlanamaması**, borsaların idari ve teknik düzeylerinin düşüklüğü, alt yapı yatırımları eksikliği, üretici kesimin geleneksel yapısı ve değişimlere hızla ayak uyduramaması, üretici prim sisteminde kalitenin değil kantite’nin ön planda oluşu gibi birçok içsel ve dışsal sorunun varlığı sonucunda, Ticaret borsaları asli görevini tam anlamıyla yerine getiremez olmuş ve sadece dışarıda gerçekleşen alış verişlerin, tüccar / müstahsil beyanları ile tescil edildiği “tescil büroları” haline gelmiştir.

Tarımsal ürünlerin destekleme, pazarlama ve fiyatlandırma politikalarının sık tartışıldığı günümüzde tarımsal ürünlerin pazarlanması ile ilgili kurumlar olan ticaret borsalarının geliştirilmesi, yeni bir yapıya kavuşturulması son derece önem kazanmaktadır. Ticaret borsalarının çağdaş bir yapıya kavuşturulması, diğer piyasaların gelişmesine de hizmet etmesi ve ulusal ekonominin genel anlamda dış piyasalara uyumu bakımından önemli yararlar sağlayacaktır.

Sosyal medyanın, sanal alışverişlerin ticari hayata yön verdiği bir ortamda, kontrol mekanizmalarının yetersiz kaldığı, alışverişlerde çokça itilaf çıktığı ve hatta tüketicilerin güven bunalımı yaşayıp, kalitesinden ödün vermeyen tacirlerin ise bu amansız rekabet ortamında kendilerini doğru ifade edecekleri bir mecra bulamayışları, ticaretin ve özellikle gıda ticaretinin aktörlerinin kendilerine öngörüsel bir yaklaşımla daha doğru bir konum bulmalarını mecbur kılmıştır.

Bu bakımdan, var olan borsaların geçmişleri, borsaların geleceğe yönelik yatırım ve projeleri, göz önüne alındığında 2003 yılında kurulan **Muğla Ticaret Borsası; hem üreticilerin, hem tacirlerin hem de tüketicilerin sorunlarını giderecek bir vizyonla, yeni gelişen şartlara uygun, teknolojik imkanların dahil edildiği, üretimden tutun, tüketime kadar olan her alanda faaliyet gösterebilen, kendinden beklendiği üzere tarımsal piyasaların baş aktörü olan çağdaş bir borsacılık misyonu edinmiştir.**

**Muğla Ticaret Borsası, çağdaş borsacılık misyonu gereği, ürününulaşabilirlikimkanı kadar güven, kalite unsurlarını da paralel bir şekilde geliştirerek, üye tacirlerin ürünlerini güvenilir ve denetlenebilir ortamda ulusal pazara taşımayı ve bu şekilde il ekonomisine, örnek olabilecek yeni bir borsacılık anlayışı ile de ulusal ekonomiye katkıda bulunmayı amaç edinmiştir.**

Muğla Ticaret Borsası, yukarıda belirtilen amacı doğrultusunda öncelikli olarak, diğer kurum ve kuruluşların da desteği ile, üyelerine e- ticaret koşulları içerisinde denetlenebilir bir alışverişplatformu sağlanmasını hedef almıştır.

Ulusal pazarda yer bulabilecek tacirler ile markalaşmaya, platform üzerinden sağladığı denetim mekanizması ile de tüketiciyi korumaya yönelik bu adım için planlama, işleyiş ve sürdürülebilirlik için ISO9001 :2015 standartları esas alınmıştır.

# STRATEJİK PLAN HAZIRLIK AŞAMALARI

Muğla Ticaret Borsası 2024-2027 stratejik planını hazırlamak için yapılan çalışmaların her aşamasında yönetim kurulu, meclis ve borsa personeli yer almış ve etkin bir şekilde katılım sağlamışlardır. Öncelikle yönetim kurulunda, 2024-2027 stratejik plan çalışmalarını başlatması ve tüm stratejik plan sürecini yürütmesi ile ilgili Akreditasyon İzleme Komitesi yetkilendirilmiştir. Aik’de stratejik plan süreci ile ilgili bir planlama süreci yapılmıştır. Dış paydaşlar ile anketler yapılmıştır. Mail olarak anketler paydaşlara ulaştırılmış, gelen sonuçlar analiz edilmiştir. Üye anketleri gerçekleştirilmiş, personel görüşleri alınmıştır. Borsanın kaynakları açısından mevcut durumu, güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi, borsanın etki alanına giren konularda dış çevrede oluşan fırsat ve tehditlerin belirlenmesi ve en önemlisi borsadan beklenti ve taleplerin ortaya koyulması gibi hususları görüşmek üzere tüm yönetim ve meclisin katılımı ile SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Üye ve personel anketleri, iç ve dış paydaş analizi ile Swottan çıkan sonuçlar AİK’te değerlendirilmiş, rapor haline getirilerek sonuçlar yönetim kurulu gündemine getirilmiş ve iş planları ve stratejik plan son halini almıştır. Sonrasında stratejik plan, Meclis gündemine getirilerek bilgi olarak aktarılmıştır.

Yapılan mevcut durum analizi ile tüm paydaşların görüşleri ve önerileri değerlendirilip, elde edilen bilgiler ışığında güçlü yönler değerlendirilerek misyon oluşturulmuş, fırsatlar ve tehditler değerlendirilerek vizyona ulaşılmıştır. Muğla Ticaret Borsası’nın ana ve alt stratejileri ile bu stratejilere ulaşmak için yapılacak faaliyet ve performans göstergeleri belirlenmiştir.

**MUĞLA TİCARET BORSASI MECLİS ÜYELERİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Uğur ÖZEN** | **Meclis Başkanı** |
| **Halil YAYLALI** | **Meclis Başkan Yardımcısı** |
| **Turgay VESEKCİ** | **Meclis Başkan Yardımcısı(TOBB Delegesi)** |
| **Levent ZEYBEK** | **Katip Üye** |
| **Hurşit ÖZTÜRK** | **Meclis Üyesi** |
| **Kamil GÜL** | **Meclis Üyesi** |
| **Turgut TOKMAK** | **Meclis Üyesi** |
| **Doğan RADOS** | **Meclis Üyesi** |
| **M.Emin BENZER** | **Meclis Üyesi** |
| **Cem ÇİMEN** | **Meclis Üyesi** |
| **Mehmet TÜRKÖZ** | **Meclis Üyesi** |
| **Ömer KILINÇ** | **Meclis Üyesi** |
| **Fatih YALABIK** | **Meclis Üyesi** |
| **İ.İlker TOTOŞ** | **Meclis Üyesi** |

**MUĞLA TİCARET BORSASI YÖNETİM KURULU ÜYELERİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Hurşit ÖZTÜRK** | **Yönetim Kurulu Başkanı** |
| **M.Emin BENZER** | **Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı** |
| **Turgut TOKMAK** | **Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı** |
| **Kamil GÜL** | **Muhasip Üye** |
| **Doğan RADOS** | **Üye** |

**MUĞLA TİCARET BORSASI DİSİPLİN KURULU ÜYELERİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **İbrahim ZEYBEK** | **Başkan** |
| **Ahmet ZEYBEK** | **Üye** |
| **Gökhan KAYA** | **Üye** |
| **S. Tunahan ÖZÇAKIR** | **Üye** |
| **Yener ÇALÇA** | **Üye** |
| **İsmail TORAMAN** | **Üye** |

**MUĞLA TİCARET BORSASI PERSONEL CETVELİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sadettin ÖZER** | **Genel Sekreter** |
| **Edaya ERYILMAZ** | **Muhasebe İdari İş. Şefi** |
| **Sercan CESUR** | **Tescil Personeli** |
| **İbrahim ÖZOKTAY** | **Kalite ve Akreditasyon Sorumlusu** |
| **Hale UÇAR** | **Memur** |
| **Cihan GÖNEN** | **Şoför** |
| **Dudu DUMAN** | **Hizmetli** |

# DURUM ANALİZİ

## DIŞ ANALİZ

### Muğla Kentinin Yapısı

**Tarihçesi: Muğla** ili, Antikçağ ’da Karia olarak bilinen bölgenin sınırları içinde kalmaktadır. Kentin adı, 1889 Aydın Vilayet Salnamesi’nde “Mobella” olarak geçmektedir.

Yerleşim tarihi M.Ö. 3000’lerdeki Doğu Yunanistan ile Batı Anadolu kıyıları arasındaki karşılıklı göç hareketleriyle başlamaktadır. Bölgedeki ikinci büyük göç olayı M.Ö. 12. yüzyıl başlarındadır. Muğla bölgesine hâkim olan Karialılardan sonra M.Ö. 1200’lerde gelen kolonistlerin egemenliği görülür. Daha sonra Pers, Makedonya egemenliğine giren bölge Büyük İskender’in ölümüyle sırasıyla Seleukosların, Rodos Krallığı’nın, Roma ve Bizans İmparatorluklarının egemenliğine girmiştir.

1261 yılından sonra Menteşe Beyliğiyle Türklerin eline geçen Muğla, Yıldırım Bayezid zamanında Osmanlıların egemenliğine geçmiş ve sancak yapılarak, Anadolu Eyaleti’ne bağlanmıştır.

**Coğrafi konumu**: 27° 13′ ve 29° 46’doğu boylamları ile 36° 17′ ve 37° 33 kuzey enlemleri arasında yer alır.

**Yüzölçümü:** 13 338 km². Toprakları: %77dağlar, %12,3 platolar, %10,7 ovalar. Muğla topraklarının büyük kısmı Ege Bölgesi’nde, küçük bir kısmı Akdeniz Bölgesi’nde olan, her iki denize de kıyısı olan bir Güney Ege ilimizdir. Türkiye'nin güneybatı ucunda yer alan Muğla; kuzeyinde Aydın, kuzeydoğusunda Denizli ve Burdur, doğusunda Antalya ile komşu; güneyinde Akdeniz ve batısında ise Ege Denizi ile çevrilidir. Toplam uzunluğu 1.500 km’ye yaklaşan deniz kıyıları ile Muğla, Türkiye'nin en uzun sahil şeridine sahip ilidir.

**İlçeleri**: Bodrum, Datça, Fethiye, Köyceğiz, Marmaris, Milas, Ula, Yatağan, Kavaklıdere, Seydikemer

**İklimi**: Muğla ili Akdeniz iklimi etkisindedir. 800 m yüksekliğe kadar olan alanlarda “Asıl Akdeniz İklimi” ve daha yüksek alanlarda “Akdeniz Dağ İklimi” hissedilir. Maksimum-minimum sıcaklık değerleri, nemlilik, yağış miktarı ve hakim rüzgar yönleri yerel coğrafi koşullara göre değişmektedir. Metrekareye 1.000 mm’den fazla yağış alan Muğla, orman oranı bakımından Türkiye'nin en zengin olan illerinden bir tanesidir. Ancak, yağışların büyük çoğunluğu kış mevsiminde düşer ve yaz kuraklığı belirgindir.

**Bitki örtüsü**: İlin büyük bir bölümü ormanlarla kaplıdır. Kızılçam, karaçam, fıstıkçamı, sedir, ardıç ve meşe önemli ağaçlarıdır. Ormanlarında sık sık sandal, piren, akçakesme, defne gibi küçük ağaçlara da rastlanır. İlin zengin ormanları bölge insanlarının geçimlerine önemli ölçüde katkı sağlar.Kekik, defne, çam fıstığı başlıca ihracat ürünlerindendir.

**Nüfus:** Yüzölçümü 12.974 km2 olan Muğla ilinde kilometrekareye 71 insan düşmektedir. Muğla nüfus yoğunluğu 71/km2'dir.

**Muğla nüfusu 2016** yılına göre **923.773**'dir. Bu nüfus, **470.404** erkek ve **453.369** kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ise: **%50,92** erkek, **%49,08** kadındır.

### Tarımsal Hususlar

Dünya Çam balı Üretiminin Başkenti olanİlimiz,**Ülkemiz** tarımsal üretim potansiyeli bakımından;

Deniz Kültür Balıkçılığı, Çam Balı, Balmumu ve Taze Börülce Üretiminde Birinci; Bal, Nar ve Barbunya Üretimiyle İkinci; Badem, Turunç, Yulaf, Susam, Sakız Kabak, Sofralık Domates ve Kuru Börülce, Yağlık Zeytin, Avokado da Üçüncü sıradadır. Keçiboynuzu, Limon, Marul, Yeni Dünya Pazı, Roka, Mandalina ve Portakal üretiminde Ülke sıralamasında ilk beşin içinde yer almaktayız.

Bu ürünlerin üretimi ve kalite değerlerinin artırılması yönündeki çalışmalarımız gerek ülkemiz iç tüketiminin yanı sıra ihracat şanslarının yüksek olması ve ihracatlarının her yıl artıyor olması nedeni ile ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

### Ekonomik Hususlar

Muğla; 12.11.2012 tarihinde kabul edilen ve 06.12.2012 tarih ve 28489 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 6360 sayılı Kanun’la büyükşehir statüsüne dahil olmuş ve idari açıdan yeniden yapılanarak, Menteşe merkez ilçe olmak üzere toplam 13 ilçeden oluşmuştur. Muğla ilinin ilçeleri: Bodrum, Dalaman, Datça, Fethiye, Kavaklıdere, Köyceğiz, Marmaris, Menteşe, Milas, Ortaca, Seydikemer,Ula ve Yatağan.

       Muğla ekonomisinin ana eksenleri özellikle turizm ve tarımdır. Enerji ve madencilik tesisleri dışında sanayiye dönük büyük girişimler bulunmamaktadır

        Bodrum,Marmaris ve Fethiye gibi Dünya’ca ünlü destinasyonları;Artık birer uluslar arası marka haline gelmiş Datça, Köyceğiz, Milas, Seydikemer gibi ilçeleri;  
        Dalyan, Ölüdeniz, Kayaköy, Akyaka, Saklıkent, Kelebekler Vadisi, Sedir Adası gibi seçkin turizm alternatifleri;   
        1.500 km’ye yakın kıyı bandı ve çoğu mavi bayraklı yüzlerce plajı ile tam bir turizm cenneti olan Muğla’da turizm sektörü, 400’ü Turizm İşletme Belgeli olmak üzere   3.600’ün üstünde konaklama tesisi ve toplam 260.000 üzerinde yatak kapasitesi  ve yıllık ortalama 3,5 milyona yakın yabancı turist girdisi ile on binlerce kişiye istihdam olanağı yanısıra, doğrudan ve dolaylı alışveriş içinde olduğu diğer sektörlere ticaret hacmi yaratmakta ve önemli miktarda döviz geliri sağlamaktadır.

     Muğla ili tarımsal ürünlerinin çeşitliliği ile dikkati çeker.Dünya’da arıcılığın en önemli merkezlerindendir. Özellikle Marmaris ilçesi çam balı ile ünlü olup “Dünya Çam Balı Üretiminin Başkenti” olarak anılmaktadır. Ülkemizde üretilen çam balının %90'ı ilimizden sağlanmaktadır.Deniz Kültür Balıkçılığı üretiminde Türkiye'de birinci sırada olan ilimizde, zeytincilik de gelişmiş olup, yağlık zeytin alanında Türkiye’de ikinci sıradadır.Ortaca, Fethiye, Dalaman ve Dalyan ilçelerinde ise yaygın bir şekilde narenciye tarımı (portakal, limon, mandalina, greyfurt) yapılmaktadır. Yatağan’da Yatağan Termik Santrali, Yeniköy’de Yeniköy Termik Santrali ve Kemerköy’de Kemerköy Termik Santrali vardır. İlin maden yatakları zengindir. Bu sektörde Yatağan linyit rezervleri ve Fethiye krom yatakları ilk kalemde sayılabilir. Ayrıca önemli bir mermer yataklarına sahiptir.

### Sosyal Hususlar

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PARAMETRE** | **KAYNAK** | **MUĞLA** | **TÜRKİYE** |
| SOSYO - EKONOMİK GELİŞMİŞLİK SIRALAMASI | (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sege2017 ) | 8. | **--** |
| KİŞİ BAŞINA GAYRİ SAFİ KATMA DEĞER | (TÜİK, 2011) | 14.534.- TL | 15.500.- TL |
| İLK 1000’DE YER ALAN FİRMA SAYISI | (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2021) | 4 | **--** |
| YABANCI SERMAYELİ SANAYİCİ SAYISI | (TOBB, 2016) | 7 | 1.247 |
| TOPLAM İHRACAT | (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2021) | 554.740.192,04 $ | 123.317.394.250,29 $ |
| OKUL ÖNCESİ (5 YAŞ) NET OKULLAŞMA ORANI | (MEB, 2019-2020) | % 48 | % 41.78 |
| ORTAÖĞRETİM OKULLAŞMA ORANI | (MEB, 2020-2021) | % 91.4 | %87.95 |
| DERSLİK BAŞINA ÖĞRENCİ SAYISI | (MEB, 2021-2022) | 21.51 | 25.55 |
| 100 BİN KİŞİ BAŞ. DÜŞEN TOP. HASTANE YTK. SAY. | (TÜİK, 2020) | 220 | 281 |
| ORMAN ALANININ YÜZÖLÇÜMÜNE ORANI | (OGM 2020) | %68 | %29.4 |
| ÖZEL ÇEVRE KORUMA BÖLGELERİ ALANLARININ YÜZÖLÇÜMÜNE ORANI | (Çevre ve Şehir.Bak. 2020) | %31.21 | %3.31 |
| TABİAT PARKI SAYISI | (Tarım ve Orman Bakanlığı 2022) | 9 | 262 |
| KONAKLAMA TESİSLERİNDE GECELEME SAYISI |  | 95.3 Milyon - |  |
| TURİZM İŞLETME BELGELİ YATAK SAYISI | (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2020) | 111.217 | 1 020 985 |
| MARİNA SAYISI/ TOPLAM KAPASİTE |  | 30/6904 |  |
| İŞSİZLİK ORANI | (%)(2021) | 10.2 | 12 |
| İŞGÜCÜNE KATILMA ORANI | (%) (2021) | 53.1 | 51.4 |
| NÜFUS YOĞUNLUĞU(NÜFUS/KM2) | (2022) | 79 | 110 |
| ORTALAMA HANEHALKI BÜYÜKLÜĞÜ | (2021) | 2,74 | 3,23 |
| YÜKSEKOKUL VEYA FAKÜLTE MEZUNU ORANI | (%)(2020) | 21,97 | 19,47 |
| KİŞİ BAŞINA ELEKTRİK TÜKETİMİ | (Kwh)(2020) | 3.197 | 2. 776 |
| BİN KİŞİ BAŞINA OTOMOBİL SAYISI | (2021) | 223 | 157 |
| NÜFUS BAŞINA ORTALAMA MEVDUAT | (TL)(2021) | 64,397 | 58.112 |
| NÜFUS BAŞINA ORTALAMA KREDİ | (TL)(2021) | 39,729 | 51,919 |

Muğla merkez ilçe geçim kaynağının büyük bölümü tarım, hayvancılık ve orman işçiliğine dayanmaktadır. Özellikle genç nüfus, yaz aylarında turizme bağlı olarak Marmaris, Bodrum ve Fethiye ilçelerine çalışma amacıyla gitmektedir.

        İlçemiz halkı gelenek ve göreneklerine bağlıdırlar. Halk doğum, ölüm, düğün ve dini bayramlarda başta aile fertleri ve akrabalar olmak üzere komşu ziyaretlerine önem verirler. Yapılan etkinliklere halkın katılımı yoğundur. Her yıl düzenli olarak zeytin hasat şenlikleri, boğa güreşleri, kavun festivali, zurna festivali ve mermercilik festivalleri yapılmaktadır.

Ege ve Akdeniz'in kesiştiği bir noktada bulunan Muğla, doğal güzellikleriyle ve ticaret ağıyla çekim merkezi haline gelmiştir. Bünyesinde birçok uygarlık kurulmuş yıkılmış olup, medeniyetlerin yaşam tarzlarını yansıtan el sanatları, mimari vb özellikleriyle şehri tarihi ve kültürel varlıkların mirasçısı yapmıştır.

Merkez İlçede ana ulaşım karayoluyla ve bağlantılı ana yollar vasıtasıyla sağlanmakta olup, denizyolu, demiryolu bağlantısı ile havalimanı olmayıp, genelde ana yollar ile şehir içi mahalle yolları asfalttır.

        İlçemizde içme suyu sıkıntısı yaşanmamaktadır. Atıksu arıtma tesisi ve ilçe merkezinin kuzey kısmı hariç kanalizasyon sistemi bulunmaktadır. Ana yollar asfalt olup, bütün mahallerde elektrik ve telefon hizmetleri bulunmaktadır.

Muğla merkez İlçe, Ankara’ya 620 km, İstanbul’a 783 km, İzmir’e 225 km, Antalya’ya 311 km, Aydın’a 99 km, Denizli'ye 145 km uzaklıktadır.

### Yasa ve Yönetmelikler

Borsamız 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar kanunu ve ilgili yönetmeliklere bağlı çalışmalarını yürütmektedir. Bunun yanında Vergi Usul Kanunu, Borçlar Kanunu, SGK kanunu, vs. ilgili kanunlar takip edilip gerekli iş ve işlemlerde gereği yapılmaktadır.

### Teknolojik Hususlar

Günümüz koşullarında, teknoloji geliştirme çalışmaları kurumlar açısından kaçınılmaz olmuştur. Teknoloji geliştirme faaliyetleri oldukça kapsamlı faaliyetler dizisinden oluşmaktadır. Bunlar arasında teknolojinin transfer edilmesi, kullanılması ve üretilmesi bulunmaktadır. Teknoloji ihtiyaçlarının belirlenmesi, Teknolojik planlama yapılması, Teknolojik planın kurum stratejisi ile bütünleştirilmesidir.

Teknoloji yönetimi çalışmaları içinde önemli bir yere sahip olan Ar Ge faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Ar Ge çalışmaları, oldukça kapsamlı ve maliyetli olmasının yanı sıra, getirisinin uzun vadede olması nedeniyle, işletmeler açısından riskler içermektedir.

### İklim Hususlar

Muğla ilinde Akdeniz iklimi hüküm sürer. Yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlıdır. Kıyıdan içeriye gidildikçe kara ikliminin tesiri görülür ve ısı düşer. Kıyılarda kar yağışı görülmez. İç kısımlarda ise senede 1-2 gün kar görülebilir. Sıcaklık +43,7°C ile -12,6°C arasında seyreder. Yağış miktarı 1180 mm ile 775 mm arasında bölgelere göre değişir. Atmosferde biriken sera gazları, büyük ölçüde insan kaynaklı faaliyetlerden dolayı, sanayi devriminin başladığı 18. Yüzyıldan itibaren artış göstermeye başlamıştır. Bilim adamları tarafından güvenli sınır olarak belirlenen ve yaklaşık 2°C sıcaklık değişimine karşılık gelen 350 ppm seviyesi aşılmış olup, artış eğiliminin hızla artan nüfus, şehirleşme, ekonomik büyüme ve fosil yakıt tüketimi gibi sebeplerden dolayı devam etmesi beklenmektedir. 2014 yılında Amerikan Ulusal Okyanus ve Atmosfer Dairesi (NOAA) bünyesindeki Mauna Loa gözlem evinde yapılan ölçümlerde karbondioksit (CO2) konsantrasyonu ilk kez, 400ppm sınırını aşmıştır. 2014 yılı aynı zamanda dünyada en sıcak yıl olarak kayda geçmiş ve 1880 yılına kıyasla, dünya yüzeyinde gerçekleşen sıcaklık artışı 0,8°C’ye ulaşmıştır. İklim değişikliğinin etkilerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmalar kapsamında nüfus artışı, büyüme ve enerji tüketim tahminlerine göre farklı senaryolar geliştirilmiştir. Bu kapsamda yapılan çalışmalara göre iyimser senaryo 2100 yılına kadar ortalama sıcaklıklarda 1,0 ila 5,0°C sıcaklık artışı gerçekleşecektir. Türkiye, iklim değişikliğinden en çok etkilenmesi beklenen bölgelerden olan Akdeniz Havzasında yer almaktadır. Yapılan tahminlerde, sıcaklık artışı ile birlikte beklenmedik hava olaylarında artış, yağış rejimlerinin değişmesi, sıcak hava dalgaları, kuraklık ve buna bağlı olarak tarımsal üretim ve biyoçeşitlilik kayıpları, orman yangınlarında artış, yer altı ve yer üstü su kaynaklarında azalma gibi sonuçlar oluşacağı öngörülmektedir. Nüfus artışı ile birlikte, doğal kaynaklarda azalma sonucunda, Türkiye’nin su sıkıntısı çeken bir ülke durumuna geleceği ve Orta Anadolu, Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinin en fazla etkileneceği tahmin edilmektedir. Muğla’nın içinde bulunduğu kıyı Ege bölgesi için yapılan çalışmalarda, ilk yıllarda sıcaklık artışı daha sınırlı öngörülmekte, ilerleyen dönemlerde (2040 sonrası) sıcaklık artışını daha yüksek olacağı, diğer taraftan kış yağışlarının artacağı beklenmektedir. Turizm sektörünün, il ekonomisinde önemli bir yer tuttuğu Muğla için, söz konusu değişiklikler gelir kaybı, giderlerin (soğutma ve enerji tüketimi) artması, tercih edilebilirliğin azalması gibi sorunların yanı sıra, artan ve düzensizleşen yağışlar ve hava olayları sonucunda sel ve taşkın gibi afetlere de yol açabileceği tahmin edilmektedir.

## İÇ ANALİZ

### Muğla Ticaret Borsası Tarihsel Gelişimi

2003 yılında, Sezayi İzmir, Hayati Nizamoğlu, Hasan Gökmen, Erkan İlhan, Yusuf Alper ve Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğünde Borsa Komiseri olarak çalışan, Hüseyin Akarile borsanın kuruluş çalışmalarına başladılar. İlk kuruluş dilekçesini 29/01/2003 tarihinde Valiliğe, 29/05/2003 tarihinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığına verdiler. Sanayi ve Ticaret Bakanlığının 18/07/2003 tarih ve 5012 sayılı oluru üzerine ilk meclis seçimleri 18/09/2003 tarihinde, yönetim kurulu seçimleri ise 27/09/2003 tarihinde yapıldı. Borsamız, 2003 kiralık bir dairede başladığı sürecine, 2017 yılında 2.500 metrekare kapalı alanı olan şu andaki hizmet binası ile sürdürmektedir.Muğla Ticaret Borsası olarak üyemize yüksek hizmet kalitesi veçözüm odaklı hizmet vermek**İlkesiyle,** Kaliteli, bilinçli ve bol üretim, geniş Pazar payı ve iyi fiyatoluşturmayıhedeflemiştir.

### Yasal Yükümlülükler

1. Borsaya dahil maddelerin, borsada alım satımını tanzim ve tescil etmek.
2. Borsaya dahil maddelerin borsada oluşan her günkü fiyatlarını usulü dairesinde tespit ve ilan etmek.
3. Alıcı ve Satıcının, teslim ve teslim alma ile ödeme bakımından yükümlülüklerini, muamelelerini tasfiye şartlarını, fiyatlar üzerinden etkili şartları ve ihtilaf doğduğunda ihtiyari tahkim usullerini gösteren ve Birliğin onayıyla yürürlüğe girecek genel düzenlemeler yapmak .
4. Yurt içi ve yurt dışı borsa ve piyasaları takip ederek fiyat haberleşmesi yapmak, elektronik ticaret ve internet ağları konusunda üyelerine yol göstermek
5. 51 inci maddedeki belgeleri düzenlemek ve onaylamak.
6. Borsaya dahil maddelerin tiplerini ve vasıflarını tespit etmek laboratuvar ve teknik bürolar kurmak veya kurulmuşlara iştirak etmek.
7. Bölgeleri içindeki borsaya ilişkin örf, adet ve teamülleri tespit etmek, Bakanlığın onayına sunmak ve ilan etmek
8. Borsa faaliyetlerine ait konularda ilgili resmi makamlara teklif, dilek ve başvurularda bulunmak; üyelerinin tamamı veya bir kesiminin menfaati olduğu takdirde bu üyeleri adına veya kendi adına dava açmak
9. Rekabeti bozucu etkileri olabilecek anlaşma, karar ve uyumlu eylem niteliğindeki uygulamaları izlemek ve tespiti halinde ilgili makamlara bildirmek
10. Mevzuatla bakanlıklara veya diğer kamu kurum ve kuruluşlarına verilen işlerin, bu Kanunda belirtilen kuruluş amaçları ve görev alanı çerçevesinde borsalara tevdii halinde bu işleri yürütmek.
11. Üyelerinin ihtiyacı olan belgeleri vermek ve bunlara ilişkin gerekli hizmetleri yapmak.
12. Yurt İçi fuarlar konusunda yapılacak olan müracaatları değerlendirip Birliğe Teklifte bulunmak.
13. Sair Mevzuatın verdiği görevlerle, İlgili kanunlar çerçevesinde Birlik ve Bakanlıkça verilecek görevleri yapmak.

### Faaliyet Alanlarımız – Hizmet Anlayışımız

5174 Sayılı Odalar ve Borsalar Kanununa göre borsanın çalışma alanı, bulunduğu il sınırlarıdır. Bu çalışma alanı, çevre illeri kapsayacak şekilde ve o illerde borsa kuruluncaya kadar geçerli olmak üzere, Birlik Yönetim kurulu tarafından genişletilebilir veya daraltılabilir denmektedir.

Muğla Ticaret Borsasının çalışma alanı Muğla merkez ve tüm ilçelerini kapsamaktadır. Muğla Ticaret Borsasıolarak oldukça geniş bir kotasyon listemiz bulunmaktadır.

**MUĞLA TİCARET BORSASI KOTASYON LİSTESİ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ZİRAİ ÜRÜNLER** | Susam Yağı | Fındık Kabuklu | Yün | **DENİZ, SU ÜRÜN.** |
| Buğday | Pirina Yağı | Fındık İçi | Yapağı Tiftik | Balık |
| Arpa | Soya Yağı | Ceviz Kabuklu | Keçi Kılı | Deniz Kabukları |
| Yulaf | Palm Yağı | Ceviz içi | **KASAP. C. HAYVN.** | (deniz salyangozu |
| Çavdar | Kolza Yağı | Yer Fıstığı kabuklu | **B. HAYVANLAR** | Midye, Karides, |
| Bağala | Keten Bezi Yağı | Yer Fıstığı İçi | Dana | İstiridye) |
| Çalkantı | **PEYNİRLER** | Badem İçi ve Kabuklu | İnek |  |
| Mısır | Kaşar Peynir | **KURU MEYVELER** | Öküz |  |
| Pirinç | Tulum Peynir | Keçi Boynuzu | Boğa |  |
| Buğday Unu | Torba Peynir | Kayısı Kurusu | Malak |  |
| Buğday Kepeği | Teneke Peynir | Zerdali Kurusu | Manda |  |
| Razmol | **ZEYTİN** | Elma Kurusu | **K. HAYVANLAR** |  |
| Bulgur | Yemeklik Zeytin | Erik Kurusu | Koyun |  |
| Kuru Fasülye | Yağlık Zeytin | Vişne Kurusu | Kuzu |  |
| Kuru Nohut | Yumurta | Armut Kurusu | Oğlak |  |
| Kuru Börülce | Canlı Tavuk ve Piliç | Ç.siz Kuru Üzüm | Keçi |  |
| Mercimek | Damızlık Civciv | Razakı K. Üzüm. | **YAŞ, KURUDERİLER** |  |
| Burçak | Tavuk ve Piliç Eti | Siyah K. Üzüm | **B.BAŞ HAYV. DERİ** |  |
| Fiğ |  | Beylerce K.Üzüm | Dana |  |
| K. Bakla | **ETLER** | Kuru İncir | İnek |  |
| Soya | Deve Eti | **ORMAN ÜRÜNLERİ** | Öküz |  |
| Anason | Manda Eti | Palamut | Boğa |  |
| Susam | Malak Eti | Palamut Hülasası | Malak |  |
| Kimyon | Boğa Eti | PalamutÖğütülmüş | Manda |  |
| Pamuk Çekirdeği | Öküz Eti | Meyan Balı | K. BAŞ HAYV. DERİ |  |
| Ayçiçek Tohumu | İnek Eti | Bal | Koyun |  |
| Keten Tohumu | Dana Eti | Bal mumu | Kuzu |  |
| Kendir Tohumu | Koyun Eti | Ihlamur, Kestane | Keçi |  |
| Haşhaş Tohumu | Keçi Eti | **PAMUK VE ÜRÜN.** | Oğlak |  |
| **YAĞLAR** | Kuzu Eti | Mahlıç(pres)Pamuk | BAĞIRSAKLAR |  |
| Pirina | Oğlak Eti | Kaba Pamuk | B.başhayv. (HAM) |  |
| Zeytinyağı | **KURU YEMİŞ** | Çiğit. Pamuk | B. baş hayv.(İŞLN) |  |
| Ayçiçekyağı | Antep Fıstığı | Linter | K. baş hayv. (HAM) |  |
| Pamuk Yağı | Çam Fıstığı | Lif Dökümü | K. Baş. Hayv. (İŞLN) |  |

Muğla Ticaret Borsası olarak bölgemizde bulunan fakat kotasyon listesine alınmamış olan ürünlerinde tescili gerçekleştirilmekte, üyelerimiz için stopaj avantajı sağlanmaktadır. Tescilleri gerçekleştirilen ürünlere ait günlük fiyat bilgileri Web sayfamızda yayınlanmaktadır.

### Organizasyon Yapısı Ve Personel Profili

**Personel Statü Durumu**

Toplam Personel Sayısı : 7

**Personel Eğitim Durumu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Personel Eğitim Durumu** | **Sayı** | **Oran** |
| ilkokul | 1 | 14% |
| Ortaokul | 0 | 0% |
| Lise | 1 | 14% |
| Ön Lisans | 0 | 0% |
| Lisans | 4 | 57% |
| Yüksek Lisans | 1 | 14% |
| Doktora | 0 | 0% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Personel Cinsiyet Durumu** | **Sayı** | **Oran** |
| Kadın | 3 | 43% |
| Erkek | 4 | 57% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Personel Yaş Durumu** | **Sayı** | **Oran** |
| 20-30 | 2 | 29% |
| 31-40 | 3 | 43% |
| 41-50 | 1 | 14% |
| 50 Üzeri | 1 | 14% |

### Kayıtlı Üye Profili

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ÜYE DAĞILIMI** | **FAAL** | **ASKIDA** | **TOPLAM** | **YÜZDE** |
| **ANONİM ŞİRKET** | 11 | 0 | 11 | 8% |
| **LİMİTED ŞİRKET** | 62 | 3 | 65 | 48% |
| **ESNAF ODASINA KYT.** | 22 | 0 | 22 | 16% |
| **KOOPERATİF** | 15 | 1 | 16 | 12% |
| **GERÇEK KİŞİ** | 38 | 4 | 42 | 31% |
| **DİĞER İKTS. İŞLT.** | 1 | 0 | 1 | 1% |
| **TOPLAM** | **149** | **8** | **157** | 100% |

Muğla Ticaret Borsası olarak 5174 sayılı Odalar ve Borsalar kanununa 32. maddesine göre borsa kotasyonuna dahil maddelerin alım veya satımı ile uğraşanlar borsaya kayıt edilmektedirler. Aynı maddenin dördüncü bendinde belirtildiği gibi içinde bulunulan yıldan önceki son iki yıldan itibaren adresleri ve durumları tespit edilemeyen ve içinde bulunulan yıldan önceki son iki yılda, borsa maddeleri üzerinde alım satımı bulunmayan üyeler her yılın ocak ayında tespit edilerek meclis kararıyla askıya alınmaktadır. Bu meclis kararına istinaden askıya alınan üyeler takip eden yılbaşından itibaren iki yıl içinde, ilgilinin üyesi bulunduğu borsaya müracaatla adres ve durumlarını bildirmemesi halinde, borsa yönetim kurulunun teklifi ve meclis kararıyla borsadan kaydı silinmektedir.

### Değerlendirme Faaliyetleri ve Üye Memnuniyet Ölçümleri

Üyelerimizin her türlü şikayet ve önerileri, anketler, yüz yüze görüşmeler, borsada işlem anında, web sayfası üzerinden, toplantılar esnasında alınmakta ve tespit edilmektedir.

Tespit edilen şikayet ve öneriler, genel sekreter tarafından değerlendirilmekte, çözüm üretilerek üyeye ve yönetime sonuç bildirilmektedir. Genel sekreter tarafından çözüme ulaştırılamayan konular üst yönetime iletilmekte ve ilgili organ toplantılarında gündem maddesi yapılarak çözüm yolu aranmaktadır ve çözümler üyeye bildirilmektedir.

Bunun yanında yılda en az bir kez “Üye Memnuniyet Anketi” uygulanarak ortaya çıkan şikayet, istek, öneriler Kalite ve Akreditasyon Sorumlusu tarafından takip edilir ve sonuçları üst yönetim ile paylaşılır,gerekli düzenleme ve iyileştirmeler yapılır. Yönetim kurulu yada meclis kurulu kararı gerektiren bir konu ise, konu en kısa sürede ilgili organ toplantısında görüşülerek çözüm üretilir.

Üyelerimizin ticari faaliyetlerini kolaylaştırmak, alım satımlarına dayanak oluşturmak, piyasa rekabet ortamında sağlıklı bir fiyat ile alım satım yapabilmeleri içinborsamızda yapılan tescillere istinaden borsamız WEB sayfasında yer alan günlük fiyatlarımız, aynı zamanda aylık bültenlerimizde yayınlamaktadır.

Yine toplu SMS ile üyelerimizi ilgilendiren her konuda meydana gelen gelişme yada değişiklik anında cep telefonlarına mesaj olarak gönderilmektedir. Üyelerimize ait iletişim bilgileri her altı ayda bir güncellenmekte ve değişiklik var ise sisteme anında kayıt edilmektedir.

### Fiziki ve Teknolojik Altyapı

- Muğla Ticaret Borsası 2017 yılında mülkiyeti borsaya ait olan 2.500 metrekare kapalı alana sahip bir binasına taşınarak burada üyelerine hizmet vermeye başlamıştır.

- 1 adet kurum adına kayıtlı aracı bulunmaktadır.

- 5 adet masa üstü Bilgisayar, 3adet Diz üstü bilgisayar olmak üzere toplam 8 adet çalışır vaziyette bilgisayar ile hizmet vermektedir.

- 4 adet siyah beyaz yazıcı olmakla birlikte bir tanesi aynı zamanda faks ve scanner özelliğine sahiptir.

- 1 adet Faks makinesi bulunmakta, aynı zamanda fotokopi ve scanner gibi özelliklere sahiptir.

- 1 adet Telefon Santrali

- 1 adet Güç kaynağı

- 1 adet Fotoğraf Makinesi

- 3 adet Projeksiyon Cihazı

- 5 adet Projeksiyon Perdesi

- 1 adet Toplantı Salonu

- 1 adet Eğitim Salonu

- Hizmet binamızda VRF merkezi Klima Sistemleri kullanılmaktadır.

- Muğla Ticaret Borsası toplu SMS sistemi, kurumsal WhatsApp hattı Kullanmaktadır.

- Muğla Ticaret Borsasına ait WEB sitemiz bulunmaktadır.

- Muğla Ticaret Borsası Facebook, Instagram, Twitter sosyal medya hesapları kullanılmaktadır.

### Yönetimin Yapısı ve Bakış Açısı

Üst yönetimimiz, akreditasyon ve kalite yönetim sisteminin uygulanması, geliştirilmesi, etkinliğinin ve sürekliliğinin sağlanması konusunda taahhütlerini ve sorumluluğunun gereklerini yerine getirmek;

* Yasal düzenleyiciler de dâhil olmak kaydıyla tüm üyelerinin isteklerinin karşılanmasının önemini çalışanlarına iletmek,
* Kalite politikası oluşturmak,
* Kalite hedefleri oluşturmak
* Yönetimin gözden geçirme faaliyetlerini yerine getirmek,
* Gerekli kaynakları sağlamak sureti ile akreditasyon ve kalite yönetim sisteminin uygulanması, geliştirilmesi ve sürekli iyileştirmeyi taahhüt etmektedir. Üst yönetimi tarafından çalışmalara yön vermesi, tüm çalışanların KYS bakış açısı ile hizmet vermesi ve kurum kültürü sağlamak amacıyla MUĞLA TİCARET BORSASI Kalite Politikası oluşturulmuştur.

### Kuruluşun Mali Yapısı

Borsamız gelirleri tescil ve geç tescil ücret gelirleri, üye aidat gelirleri ve belge bedellerindenoluşmaktadır.

5174 Sayılı Kanun ve bu kanuna dayanılarak hazırlanmış olan Bütçe ve Muhasebe Yönetmeliğinde hükmedildiği şekliyle MTB’nin tahmini bütçesini hazırlamak, kesin hesabı çıkarmak, hesap ve kayıt düzeninde şeffaflık ilkesi ile tekdüzeni sağlamak, bütün işlemlerin kayıt altına alınmasını sağlamak, mali tabloların muhasebe ilkelerine ve mevzuatlara uygun bir şekilde oluşmasını sağlamak, tüm mali kayıtların uluslararası seviyede kabul görmüş standartlara uygun, zamanında ve doğru olarak hazırlanması ve raporlanmasına ilişkin ilke, usul ve esasları düzenlemektir.

Faaliyetlerimiz sonucunda ortaya çıkan, varlıklarımız ve yükümlülüklerimiz üzerinde değişim meydana getiren mali nitelikli işlemlere ilişkin bilgilerin kaydedilmesi, sınıflandırılması, özetlenmesi, çözümlenmesi ve yorumlanmasına ilişkin ilkeleri ve yöntemleri, mevzuatlara uygun olarak belirlemektedir.

Meclis tarafından onaylanacak tahmini gelir ve gider bütçesi, 5174 sayılı kanuna dayanılarak hazırlanmış olan Bütçe ve Muhasebe Yönetmeliği hükümlerince hazırlanır. Bütçe uygulamasında takvim yılı esas alınır.

Borsa, nakdi fonlarını yönetirken kamu bankalarındaki yatırım hesaplarından aylık vadelendirme yöntemini benimsemektedir. Bankalardan teklif alınarak günün şartlarına göre en yüksek mevduat getirisini veren banka ile çalışılmakta ve mevduat hesabına yatırılmaktadır.

### POLİTİKALAR

#### KALİTE POLİTİKASI

* Paydaşlarımızla olan ilişkilerimizde sosyal sorumluluk bilincini ön planda tutmak,
* Muğla Ticaret Borsası faaliyetlerini bu kalite politikası çerçevesinde yürütmesini taahhüt eden,
* Üye memnuniyetini esas alarak üyelerin zamanında ve kaliteli hizmet almasını sağlayan,
* Temsil ettiği sektörlerin, sorunlarına yönelik çözüm önerileri geliştiren, raporlar hazırlayan, projeler üreten Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarına teşvik eden,
* Kurumsal gelişimde personel ve altyapı ihtiyaçlarını, gelişen teknolojiye uygun olarak sürekli iyileştiren,
* Yerelde, ulusalda ve uluslararası alanda paydaşlarıyla etkili iletişim kuran ve küresel ihtiyaçların giderilmesine, projeler üreterek katkı sağlayan, çağdaş borsacılık anlayışı içerisinde hizmet veren kurum olmak.
* Hizmet kalitesini üst seviyede tutabilmek ve Kalite Yönetim Sistemine uygun şekilde hizmet sağlayabilmek için çalışanlarımızın eğitimini ve motivasyonunu sağlamak, müşterilerimizin ve çalışanlarımızın memnuniyetini arttırmak, Kalite Yönetim Sisteminin şartlarına uyulmasını ve etkinliğinin sürekli iyileştirilmesini sağlamaktır.

#### MALİ YÖNETİM POLİTİKASI

Muğla Ticaret Borsası kuruluş amaçlarını, stratejik plan hedeflerini ve mevcudiyetini devam ettirebilmesi için 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği kanunu çerçevesinde elde ettiği; kayıt ücreti, yıllık aidat, muamele tescil ücretleri, yapılan hizmetler karşılığı alınan ücretler, belge bedelleri, diğer gelirler, faiz gelirlerinden elde ettiği mevcut kaynaklarını muhasebe ilke ve kurallarına uygun olarak;

* En etkin şekilde kullanması,
* Üyelerinin ihtiyaç, beklenti ve taleplerini karşılayabilmesi,
* Bölgemizin ve ülkemizin sosyal, ekonomik ve tarımsal alanda gelişimine katkıda bulunabilmesi
* Gelirimizi ve mevduatımızı verimli bir şekilde yönetmek
* Mali risklerimizi değerlendirerek önlem almak
* Gelirimizi üyelere daha iyi hizmet sunmak, üyelerin geliştirilmesini sağlamak için günün ekonomik şartlarına uygun olarak güvenli bir şekilde değerlendirmektir.

Borsamızın mali politikasını oluşturmaktadır.

#### SOSYAL SORUMLULUK POLİTİKASI

* Borsa bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk projelerine önem verir.
* Bölgemizde topluma karşı sosyal ve çevresel sorumluluklarımızı; üyelerimiz, çalışanlarımız, kamu, sivil toplum kuruluşları ve diğer paydaşlarımız ile uyumlu bir iş birliği içinde yerine getirmeye özen gösteririz.

#### İNSAN KAYNAKLARI POLİTİKASI

* Borsa kurumsal performansını belirleyen en önemli kaynağın insan kaynağı olduğunun bilincindedir. Bu amaçla doğru kişileri doğru işe yerleştirir.
* Oryantasyon uygulamasının kurum performansına sağladığı katkının farkındadır.
* Kurmuş olduğu çalışan performans yönetim sistemi ile çalışanlarının performansını izler ve gerekli iyileştirmeleri yapar.
* Çalışanları ile beraberce kariyer planlaması yaparak, ihtiyaç duyulan eğitimlerin alınmasına olanak sağlar.

#### HABERLEŞME VE YAYINLAR POLİTİKASI

Muğla Ticaret Borsası’nın gündemindeki konuları, yürüttüğü tarımsal, ekonomik, kültürel, sosyal faaliyet ve projeleri, doğru bilgiler ışığında günümüz haberleşme araçları vasıtasıyla tanıtmak, üyelerimize, paydaşlarımıza ve hedef kitlelerimize faydalı ve yol gösterici doğru bilgiler aktararak;

* Borsa haberleşme aracı olarak basın başta olmak üzere web sayfası, elektronik posta, sms gibi tüm araçları etkin bir şekilde kullanmaktadır.
* Borsa hizmetlerini üyelerine ve ilgili tüm taraflara sunmak için yazılı ve görsel basını en verimli şekilde kullanır.
* Yönetim kurulunun vereceği karar doğrultusunda basında yer alma şekli (yerel/ulusal basın toplantısı, basın bülteni, röportaj, programlara katılım, vb.) belirlenir.
* Borsa üst yönetim düzeyinde basın ile olan ilişkilerini sağlıklı bir şekilde yürütür.

#### ÜYE İLİŞKİLERİ POLİTİKASI

Muğla Ticaret Borsası, üye memnuniyetinin ön planda tutulduğu, vizyon, misyon ve stratejik planımız doğrultusunda, güvenilir, şeffaf, tarafsız, KYS ve TOBB Akreditasyon sistemine uygun, çözüm odaklı, üye gizliliklerine saygılı, güncelliğini koruyan, yenilikçi, yön veren, bir kurum olarak kaliteli hizmet sunmak, bu esaslara dayanarak üye şikayet ve önerilerinin etkin olarak değerlendirilmesini sağlayarak her zaman en iyi hizmeti sunmaktır.

* Borsa hizmetlerinin geliştirilmesinde üyenin ihtiyaç ve beklentilerini birinci planda tutar.
* Üye ihtiyaç ve beklentilerinin sağlıklı bir şekilde belirlenmesi için gerekli mekanizmayı kurmuştur.
* Üye bilgilerinin güncel tutulması amacıyla borsa kendine özgü bir yöntem geliştirmiştir.
* Üye bilgilerinin güvenliğine üst düzeyde önem vermektedir.

#### ÜYE MEMNUNİYETİ POLİTİKASI

MTB; müşteri odaklı hizmet anlayışı ile kanunların vermiş olduğu yasal çerçevede, müşterilerinin öneri, şikayet, bilgi talebi ve memnuniyetlerini kolayca iletebileceği ve bu bildirimlerin hızlı, etkin, ciddiyet ve hakkaniyetle ele alınacağı ve değerlendirilip neticelendirileceği, sürekli iyileştirme gayretinde bulunularak geliştirmeye açık bir üye memnuniyeti sistemi taahhüt etmektedir.

#### BİLGİ İŞLEM POLİTİKASI

Muğla Ticaret Borsası çağdaş bir kurum olarak bilişim teknolojilerini yakından takip etmekte,  güvenlik ve teknoloji gereksinimi olan, projeleri hayata geçirmeyi planlamaktadır. Bilgi güvenliğinin kurumsal bir sorumluluk olduğu bilinci ve sıfır güvenlik ihlali ilkesi ile kurumdaki işlerin sürekliliğini, işlerde meydana gelebilecek aksaklıkların azaltılmasını üyelerden gelecek faydanın artırılmasını, Bilginin geniş çaplı tehditlerden korunmasını, gizlilik, bütünlük, kullanılabilirlik ilkeleri çerçevesinde tüm bilgi güvenliği uygulamalarımızı günün şartlarına göre gözden geçirmeyi, güncellemeyi ve böylelikle dinamik bir yapıda tutarak sürekli gelişmesini sağlamayı temel güvenlik politikası olarak benimsemektedir.

# PAYDAŞ ANALİZİ

## PAYDAŞ ETKİ/ÖNEM MATRİSİ VE PAYDAŞ LİSTESİ

**PAYDAŞLAR:** Kurumumuz hizmetleri ile ilgisi olan, kuruluştan doğrudan veya dolaylı, olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen veya kuruluşu etkileyen kişi, kurumlardır. Paydaşlar, iç ve dış paydaşlar ile yararlanıcılar/ üye (müşteriler) olarak sınıflandırılabilir.

*İÇ PAYDAŞLAR:*Borsa çalışanları, yönetim kurulu ve meclis üyeleri iç paydaşlar olarak sıralanabilir.

*DIŞ PAYDAŞLAR:*Borsaya üye olmayan ancak borsa faaliyetlerinden faydalanan işletmeler, TOBB, Gümrük Ticaret Bakanlığı, Borsa Faaliyetleri ile ilgili olan diğer kamu ve özel sektör kuruluşları, Vergi Dairesi, TKDK, Tarım İl Müdürlüğü, Belediyeler, Valilik, Kaymakamlık, KOSGEB, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, GEKA, Muğla İli ve İlçe Odaları, İŞKUR, TSE, Muğla İli Arıcılar Birliği, Ziraat Odaları, Serbest Muhasebeciler ve Mali Müşavirler Odası, vs.

**PAYDAŞ ETKİ/ÖNEM MATRİSİ**

Stratejik planın dış paydaş analizine dahil edilecek paydaşların tespitinde, paydaş etki/önem matrisinin güçlü/önemli kısmı dikkate alınır.

ZAYIF- ÖNEMSİZ : İZLE ( İZ)

GÜÇLÜ- ÖNEMSİZ : BİLGİLENDİR (B L)

ZAYIF – ÖNEMLİ : ÇIKARLARINI GÖZET, ÇALIŞMALARINA DAHİL ET (ÇGÇD)

GÜÇLÜ- ÖNEMLİ : BİRLİKTE ÇALIŞ (BÇ)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| KRİTERLER | ZAYIF | GÜÇLÜ |
| ÖNEMSİZ | İZLE | BİLGİLENDİR |
| ÖNEMLİ | ÇIKARLARINI GÖZET, ÇALIŞMALARINA DAHİL ET | BİRLİKTE ÇALIŞ |

**İÇ PAYDAŞ ETKİ/ÖNEM MATRİSİ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PAYDAŞ ADI** | **ETKİ** | | **ÖNEM** | | **SONUÇ** |
| **ZAYIF** | **GÜÇLÜ** | **ÖNEMLİ** | **ÖNEMSİZ** |
| ÇALIŞANLAR | -------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| YÖNETİCİLER (ORGAN ÜYELERİ) | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |

**DIŞ PAYDAŞ ETKİ/ÖNEM MATRİSİ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PAYDAŞ ADI** | **ETKİ** | | **ÖNEM** | | **SONUÇ** |
| **ZAYIF** | **GÜÇLÜ** | **ÖNEMLİ** | **ÖNEMSİZ** |
| ÜYELER | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| TOBB | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| GÜMRÜK TİCARET BAKANLIĞI | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA VERGİ DAİRESİ | -------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| TKDK | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA TARIM İL MÜDÜR. | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA VALİLİĞİ | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA BŞ. BELEDİYESİ | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| KOSGEB | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| GEKA | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | ---------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA S.K.ÜNİVERSİTESİ | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA ARICILAR BİRLİĞİ | ------------------- | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | --------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |
| MUĞLA İL VE İLÇE ODALARI | ------------------- | GÜÇLÜ | ----------------- | ÖNEMSİZ | BİLGİLENDİR |
| İŞKUR | ZAYIF | ------------------ | ----------------- | ÖNEMSİZ | İZLE |
| TİCARET SİCİL İL MÜDÜR. | ZAYIF | ------------------ | ÖNEMLİ | -------------------- | ÇIK. G, ÇALIŞ. DAHİL ET |
| ZİRAAT ODALARI | ZAYIF | ------------------- | ------------------ | ÖNEMSİZ | İZLE |
| SERBEST MUH. VE M.MÜŞ. ODASI | ZAYIF | ----------------- | ÖNEMLİ | ---------------------- | ÇIK. G, ÇALIŞ. DAHİL ET |
| KAYMAKAMLIK | ZAYIF | ------------------ | ---------------- | ÖNEMSİZ | İZLE |
| MUĞLA ORMAN BÖLGE MÜD | ZAYIF | ------------------ | ÖNEMLİ | --------------------- | ÇIK. G, ÇALIŞ. DAHİL ET |
| ZEYTİN DOSTU DERNEĞİ | ------------------ | GÜÇLÜ | ÖNEMLİ | ---------------------- | BİRLİKTE ÇALIŞ |

## İLGİLİ TARAFLARIN İHTİYAÇ VE BEKLENTİLERİNİN ANLAŞILMASI

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **İLGİLİ TARAFLAR** | **GEREKSİNİMLER** | **İZLEME VE GÖZDEN GEÇİRME MEKANİZMASI** | **SORUMLU** |
| YÖNETİCİLER | - Liderlik ve Taahhüt  - Kalite Politikası oluşturmak  - Kalite Hedefleri oluşturmak  - Gerekli kaynakları Sağlamak  - Yönetimi gözden geçirme faaliyetlerini yerine getirmek | - Yönetimi Gözden Geçirme Toplantıları  - Akreditasyon İzleme Komitesi Toplantıları | ÜST YÖNETİM |
| ÜYELER | - Hizmet  - Şikayet, Öneri, Talep  - Yasa ve Yönetmelikler  - İletişim Kanalları | - Üye memnuniyet Anket raporları  - Personel Toplantıları  - Yönetimi Gözden Geçirme Toplantıları | ÜST YÖNETİM  GENEL SEKRETERLİK  PERSONEL |
| YASAL VE DÜZENLEYİCİ KURULUŞLAR | - Kanunda ve yönetmelikleri takip etmek ve uygulamak | - Liderlik ve taahhüt maddesinde belirtilmiştir. | ÜST YÖNETİM  GENEL SEKRETERLİK |
| ÇALIŞANLAR | - Personel Eğitim Sistemi  - Personel Performans Sistemi  - Personel Memnuniyet Sistemi | - Personel Eğitim Planı  - Personel Memnuniyet Anketi  - Personel Toplantıları  - Yön. Göz. Geçirme Top.  - Akreditasyon İzleme Komitesi Top | ÜST YÖNETİM  GENEL SEKRETER  İLGİLİ PERSONEL |
| DIŞ TEDARİKÇİLER | - Termin  - Fiyat  - Hizmet Kalitesi ve Yeterliliği  - Uygun Ürün Temini  - Raporlama | - Tedarikçi değerlendirme Raporları  - Yönetimi Gözden Geçirme Toplantısı | İLGİLİ PERSONEL |

# SWOT ANALİZİ

**Strenghts / Weakness/Opporunities / Threats/ sözcüklerinin baş harflerinden türetilmiş bir kısaltma olan SWOT Güçlü Yanlar / Zayıf Yanlar / Fırsatlar / Tehditler şeklinde durumların analizine dayanmaktadır.**

**Swot analizi kuruluşun mevcut durumunu tetkik etmek ve anlamak, mevcut durumundan harekete geleceği planlamak için önemli bir analiz şeklidir. Swot analizinde bir yandan dış dünyadaki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan fırsat ve tehditlerin sonucu durumları değerlendirip kuruluşun zayıf ve güçlü yanlarını detaylı bir şekilde ortaya konulmasıdır.**

### SWOT ANALİZ SONUÇLARI

Yapılan mevcut durum analizi ile tüm paydaşların görüşleri ve önerileri alınmış, son olarak da swot analizi yapılarak tüm veriler eşliğinde son değerlendirme gerçekleştirilmiştir.

Muğla Ticaret Borsası olarak, 24.11.2022 Tarihinde yapılan Swot Analizi sonucunda; 2024-2027 Stratejik Planında ortaya konulmuş olan Misyon, Vizyon ve İlkelerimiz ele alınmış, Muğla Ticaret Borsası’nın mevcut durumunun ve gelecekte olmak istediği yer belirlenmiştir.

Meclis ve yönetim kurulunun katılımıyla yapılan swot analizi sonrası güçlü yönlerden misyona, zayıf yönler ve tehditlerin geliştirilmesi üzerinde durularak da vizyona ulaşılması planlanmıştır.

Stratejik plan kitapçığının giriş bölümünde vurgulandığı gibi Muğla Ticaret Borsası Misyon, Vizyon ve İlkeleri şu şekilde belirlenmiştir.

### MİSYONUMUZ

Misyona ulaşırken, swot analizinin güçlü yönleri kullanılmıştır. Buna göre;

Güçlü yönlerden;

- Üst yönetimin borsanın daha iyi bir sevide olması için her türlü çalışmayı destekliyor olması,

- Fiziki ve teknolojik altyapının yeterli olması ve sürekli iyileştirme vizyonu taşınması,

- Yeniliğe ve gelişime açık olunması,

Maddeleri üzerinden misyona ulaşılmaya çalışılmıştır.

Buna göre Muğla Ticaret Borsası misyonu aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

**Muğla Ticaret Borsası Misyonu**

Yasalarla çerçevesi çizilmiş görevlerimize ilaveten, modern borsacılık anlayışını güçlü alt yapı kapasitesiyle birleştirerek günümüz koşullarında varlığımızın temelini oluşturan üye tüccarlarımızın ticari gelişimlerine destek olmak, yeni pazarlama kanalları oluşturmak gibi merkezinde üye işletmeler bulunan bir sistem geliştirmek ve üyelerine hizmet veren, yeniliğe açık bir borsa.

### VİZYONUMUZ

Vizyonumuzu oluştururken zayıf yönlerimizi geliştirecek, tehditlerimizi ortadan kaldıracak faaliyetleri oluşturmaya çalıştık.

Buna göre;

Zayıf yönlerden

- Borsanın maddi imkanlarının azlığı

- Borsanın basın yayın kuruluşlarında fazlaca yer bulmaması

Tehditlerden

- Tarımda hala geleneksel yöntemler kullanılması, bilinçsiz üretim yapılıyor olması

- Çevre il borsalarının coğrafi işaret ve markalaşma çalışmalarının, çok daha ileri seviyeye gelmiş olması,

- Üyelerin genelinde eğitim düzeyinin düşük olması ve Şirketlerin birçoğunun aile işletmesi şeklinde olması ve kurumsallaşamaması, geleneksel yöntemlerle ticaret yapma alışkanlıklarının sürdürülmesi.

- Bal ve zeytinyağının tağşişe açık bir ürün olmasından dolayı İlin ve ürünlerin marka değerinin zedelenebilmesi

Maddelerinden hareket ederek vizyon belirlendi. Buna göre,

**Muğla Ticaret Borsası Vizyonu;**

Yaptığı faaliyetlerle üyelerinin ticaret ve üretim kapasitesini artıran; online hizmetleri de kullanarak firmalarını iyi tarıma, özellikle butik üretim anlayışı ile turizmdeki markalaşmayı tarım ve gıda sektörüne taşıyacak ve bu farklı bakışı ile; ilin geleneklerine sahip çıkan, tanıtım gücü yüksek ve örnek bir borsa.

### İLKELERİMİZ

- Çağdaş Borsacılık anlayışı içerisinde üyelerimizin lehine olan her türlü yatırımı yapmak, yapılmasına öncü olmak, teşvik etmek.

- Üyelerimizin ticari faaliyetlerini iyileştirecek projeler üretmek, üretilen projelere destek vermek.

- Üyelerimizin faaliyetlerini geliştirmeleri konusunda bir rehber kurum olmak.

- Örnek olabilecek yeni bir borsacılık anlayışı ile de ulusal ekonomiye katkıda lider bir borsa olmak.

- Üye işletmelerin ticari hayatını sekteye uğratacak veya onlarla rekabete girecek hiçbir faaliyet ve projede bulunmayan bir kurum olmak.

- üyesi ile, yönetimi ile ve personeli ile bir aile olduğunu unutmaksızın aile bilinci içinde bir borsa.

### GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ

* Üyelerden aldığı güçle motivasyonu yüksek yönetim kadrosu
* İl Yöneticileri ile iletişimin güçlü olması
* Paydaşlarla yürütülen ve devam ettirilen ortak çalışmalar
* Paydaşlarla kurulan fiziki ortaklıkların Borsa binası içinde yapılanması
* Bal ve zeytinyağı gibi yüksek piyasa değerine sahip ürünlerin Muğla içinde yer alması
* Ürünler açısından ilin marka değerinin olması
* Turistik potansiyelinden dolayı ziyaretçi sayısının çok olması
* İlde endüstriyel üründen çok butik ürün potansiyelinin yüksek olması
* Paydaşlarla kurulan ortaklıklarda, paydaşların personel katkısı vermesi, Odadan ilave personel istenmemesi
* Yönetimin temsil gücünün yüksek olması
* İlçelerden yönetim kurulu üyesi olmasından dolayı il genelini kapsayan bir yönetim modelinin olması
* İl genelinde tek borsa olunması

### ZAYIF YÖNLERİMİZ

* Borsanın maddi imkanlarının azlığı
* Geçmiş yıllarda inşaat işlerine bütçe ayrılmasından dolayı hizmet çeşitliliğinin yetersiz kalması
* Borsaya kayıtın stopaj indiriminden dolayı yapılması, başka bir üyelik avantajının oluşturulamaması
* İlçelerde Borsa tanınırlığının az olması
* Personel sayısının az olması
* Üyelerde Borsaya karşı aidiyet duygusunun az olması
* Tarımsal bir endüstrinin olmaması
* Tarımsal alanların imara açılması

### FIRSATLARIMIZ

* Borsa hizmet binasının ticaret merkezine dönüşüyor olması
* Endüstrinin az olmasından dolayı doğa dostu bir kent olunması
* Bal ve zeytinyağı konularda akredite olacak laboratuarı ile güven verilecek olması
* Hizmet çeşitliliğinin artacak olması
* Üye ürünlerinin fiziki ve online satışlarının yapılabileceği sistemin kurulacak olması
* Orman ürünleri endüstrisi alanında gelişime açık olunması
* Muğla'nın turistik yapısından dolayı bilinir ve çok ziyaret edilen bir şehir olması

### TEHDİTLER

* Bal ve zeytinyağının tağşişe açık bir ürün olmasından dolayı İlin ve ürünlerin marka değerinin zedelenebilmesi
* İklim krizi ve kuraklık
* Orman yangınlarının ekolojik dengeyi bozmuş olması
* Kısıtlı olan tarım arazilerinin imara açılarak arsaya dönüştürülmesi, üretimin düşmesi.
* Verimli tarım arazilerinin miras yoluyla bölünmesi.
* Kentimizin merkezinde çok fazla tarım arazisinin bulunmaması ilçelere yayılmış bir tarıma sahip olunması, yapılan iç göçlerin ise sadece memur ve emekliler tarafından gerçekleştirilmesi.

# STRATEJİLER

Yapılan swot analizi sonrasında, zayıf yönlerimizi geliştirmek, fırsatları değerlendirmek, tehditleri minimize etmek ile ilgili amaçlar, hedefler ve faaliyetler oluşturulmuş olup çalışma aşağıda verilmiştir.

## STRATEJİK AMAÇLAR, HEDEFLER, FAALİYETLER

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Amaç/Hedef/Faaliyet** | **AÇIKLAMA** | **Dönemi** | | | | **Performans kriteri** | **Performans hedefi** |
| **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **AMAÇ 1:** | **ÜYELERİN KAPASİTELERİNİN GELİŞTİRİLMESİ** |  |  |  |  | Hedeflerin performans ortalaması | 100% |
| **HEDEF 1.1** | **Üyelerin üretim ve pazarlama konusunda gelişimini sağlamak** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **1.1.1** | **Muğla'da üretilen ürünlerini katma değerinin artırılması için rapor, araştırma, fizibilite ve danışmanlık faaliyetlerinde bulunmak** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 1.1.1.1 | Muğla'da üretilen ürünlerin katma değerinin artırılması için üniversite ile beraber ortak çalışma yapılması |  |  |  |  | Yapılan çalışma sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Çalışmaların tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Çalışmaların başarı oranı | 100% |
| 1.1.1.2 | Geka'ya fizibilite çalışması sunulması |  |  |  |  | Yapılan fizibilite sayısı | 1 |
|  |  |  |  | Web sitesine konulan fizibilite sonucunun izlenme sayısı | 100 |
| 1.1.1.3 | Konusunda uzman kişilerden danışmanlık alınması |  |  |  |  | Danışmanlık alınan konu sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Danışmanlık alınan konu başına faaliyet&çalışma sayısı | 1 |
|  |  |  |  | Danışmanlık alınan konularda yapılan faaliyet&çalışma başarı oranı | 100% |
| **1.1.2** | **Yurtiçi fuarlara katılımın artırılması ve teşvik edilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 1.1.2.1 | Her yıl bakanlıklar ve ihracatçı birlikleri ile toplantı yapılarak devlet desteklerinin anlatılması, Kosgeb ve Ticaret Bakanlığı desteği alınmasına yardımcı olunması |  |  |  |  | Yapılan Bilgilendirme organizasyonu sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Bilgilendirme Organizasyonu Başarı Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Bilgilendirme Organizasyonu Etkinlik Başarı Oranı | 100% |
| 1.1.2.2 | Belirlenen yurt içi fuarlara toplu organizasyon düzenlenmesi |  |  |  |  | Organizasyon Yapılan Fuar Sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Fuar Organizasyonu Başarı Oranı | 100% |
| **1.1.3** | **Coğrafi işaretli ürünleri kullanan üye sayısını arttırılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 1.1.3.1 | Komisyon kurulması |  |  |  |  | Komisyon kurulma çalışmasının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Danışmanlık çalışmasının tamamlanma oranı | 100% |
| 1.1.3.2 | Düzenli denetim yapılmasının sağlanması |  |  |  |  | Belirlenen Coğrafi İşaret Sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Düzenli denetimi yapılan coğrafi işaret oranı | 100% |
| **HEDEF 1.2** | **Teşviklerden daha fazla faydalanmak için çalışmalar yürütmek** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **1.2.1** | **İlgili kurum ve danışmanlık şirketinden hizmet alınması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 1.2.1.1 | Ticaret Bakanlığı ve ihracatçı birliği ekiplerinin eğitim vermesi |  |  |  |  | Yapılan Eğitim Sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Eğitimlerin Başarı Oranı Ortalaması | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranlarının ortalaması | 100% |
| 1.2.1.2 | Üyelerin faydalanabileceği hibe, teşvik ve destekleri belirleyecek, bunlarla ilgili bilgi notları hazırlayacak danışmanlıklar almak |  |  |  |  | Alınan danışmanlık sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Üye portföyüne göre belirlenen destek sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Desteklerin duyurulmasına yönelik bilgi notlarının hazırlığının tamamlanma oranı | 100% |
| **1.2.2** | **Geka, TKDK, KOSGEB çağrıları hakkında bilgilendirme toplantılarının sayısını artırılması** |  |  |  |  | Yapılan bilgilendirme toplantı sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı başarı oranı | 100% |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı etkinlik başarı oranı | 100% |
| **AMAÇ 2:** | **BÖLGENİN KAPASİTESİNİN GELİŞTİRİLMESİ** |  |  |  |  | Hedeflerin performans ortalaması | 100% |
| **HEDEF 2.1** | **Bölgeyi iklim değişikliğine hazırlamak** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **2.1.1** | **İklim Değişikliğiyle Mücadelede Bilinç ve Kapasite Geliştirmek** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.1.1.1 | İklim değişikliğinin tarım ve hayvancılığa etkileri ve adaptasyon stratejileri üzerine eğitimler vermek |  |  |  |  | Verilen eğitim sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Eğitimlerin Başarı Oranı Ortalaması | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranlarının ortalaması | 100% |
| 2.1.1.2 | Sürdürülebilir tarım ve hayvancılık uygulamaları ve çevresel etki azaltma teknikleri hakkında toplantılar yapmak |  |  |  |  | Yapılan bilgilendirme toplantı sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı başarı oranı | 100% |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı etkinlik başarı oranı | 100% |
| 2.1.1.3 | Üniversite ile birlikte, iklim değişikliğinin tarım ve hayvancılığa etkileri mevcut durum analizi ve gelecek stratejilerinin belirlenmesi konusunda çalışma gerçekleştirmek. |  |  |  |  | Yapılan çalışma sayısı | 2 |
|  |  |  |  | Çalışmaların tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Çalışmaların başarı oranı | 100% |
| **2.1.2** | **Bölgeye kapalı devre sulama siteminin getirilmesi için bilgilendirme toplantısı yapmak. İlgili kurumlarla toplantı yaparak lobi çalışması yürütmek.** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.1.2.1 | Üyelerle bilgilendirme toplantılarının yapılması |  |  |  |  | Yapılan bilgilendirme toplantı sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı başarı oranı | 100% |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı etkinlik başarı oranı | 100% |
| 2.1.2.2 | TKDK, Geka gibi kurumların üyelere destek vermeleri yönünde görüşmeler yapılması |  |  |  |  | Lobi çalışmasının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Lobi çalışması etkinlik başarı oranı | 100% |
| **2.1.3** | **Yeni nesil sulama sistemlerine geçilmesi için bilinçlendirme çalışmaları yapılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.1.3.2 | Üyelerle bilgilendirme toplantılarının yapılması |  |  |  |  | Yapılan bilgilendirme toplantı sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı başarı oranı | 100% |
|  |  |  |  | Bilgilendirme toplantısı etkinlik başarı oranı | 100% |
| 2.1.3.2 | TKDK, Geka gibi kurumların üyelere destek vermeleri yönünde görüşmeler yapılması |  |  |  |  | Lobi çalışmasının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Lobi çalışması etkinlik başarı oranı | 100% |
| **HEDEF 2.2** | **Bölgenin sosyo- ekonomik gelişmesine katkı sağlayacak çalışmalar yapmak** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **2.2.1** | **Muğla’ya Özgü Ürünlere Satış Alanı Kurulması ve Pazarlama Kapasitesinin Artırılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.2.1.1 | Muğla tarım, hayvancılık ve coğrafi işaretli ürünlerinin satışı ile ilgili fiziki satış alanı oluşturulması |  |  |  |  | Sistemin Tamamlanma Oranı | 100% |
| 2.2.1.2 | Online satış mağazasının oluşturularak içerik ve formatının tanımlanması |  |  |  |  | Çalışmanın tamamlanma oranı | 100% |
| 2.2.1.3 | Ürünlerin pazarlanması ve tanıtımı için pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi |  |  |  |  | Çalışmanın tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Gerçekleştirilen strateji sayısı | 5 |
| **2.2.2** | **Tarımsal ve Hayvansal Ürünlerin Sağlık Sektörüne Uygulamalarını Geliştirmek** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.2.2.1 | GEKA ve AB fonlarından tarımsal ürünlerin sağlık sektöründe kullanılmasına yönelik inovatif ürün geliştirme projeleri yazılması |  |  |  |  | Yazılan ya da ortak olunan proje sayısı | 1 |
|  |  |  |  | Kabul edilen proje sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Olumlu kapatılan proje oranı | 100% |
| 2.2.2.2 | Üniversite ve araştırma kurumlarıyla ortak Ar-Ge ve TÜBİTAK projeleri geliştirilmesi |  |  |  |  | Yazılan ya da ortak olunan proje sayısı | 1 |
|  |  |  |  | Kabul edilen proje sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Olumlu kapatılan proje oranı | 100% |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2.2.3** | **Muğla’ya özgü ürünlerin tanınırlığını artırıcı faaliyetlerin yapılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.2.3.1 | İl ve ilçelerde gerçekleştirilecek hasat şenliklerine stant kurulması ve destek verilmesi |  |  |  |  | Sistemin Tamamlanma Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sisteme gelen Soru Sayısı | 40 |
|  |  |  |  | Gelen Soruların cevaplanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Gelen Soruların cevaplanma süresi (gün) | 1 gün |
| 2.2.3.2 | Coğrafi işaretli ürünler zirvesinin her yıl düzenlenmesine katkı sağlanması |  |  |  |  | Çalışmanın tamamlanma oranı | 100% |
| **2.2.4** | **Geliştirilen İnovatif Ürünlerin Muğla Markasına Katkısını Artırmak** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.2.4.1 | İnovatif ürünlerin yerel ve ulusal düzeyde tanıtımı |  |  |  |  | Sistemin Tamamlanma Oranı | 100% |
| 2.2.4.2 | Tanıtım kampanyaları ve etkinlikler düzenleme |  |  |  |  | Sistemin Tamamlanma Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sisteme gelen Soru Sayısı | 40 |
|  |  |  |  | Gelen Soruların cevaplanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Gelen Soruların cevaplanma süresi (gün) | 1 gün |
| 2.2.4.3 | Başarı hikayelerinin ve ürün hikayelerinin paylaşılması |  |  |  |  | Çalışmanın tamamlanma oranı | 100% |
| **2.2.5** | **Muğla'da üretilen ürünlerin dijital pazarlama ve e-ticaret yoluyla satışlarını artırmak** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.2.5.1 | Üyelere dijital pazarlama ve e-ticaret stratejileri geliştirme konusunda eğitimler aldırmak |  |  |  |  | Yapılan Eğitim Sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Eğitimlerin Başarı Oranı Ortalaması | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranlarının ortalaması | 100% |
| 2.2.5.2 | Üyelerin dijital pazarlara ve e-ticaret siteleri ile indirim anlaşmaları yapmalarını sağlamak |  |  |  |  | Yapılan Anlaşma Sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Talep Eden Üye Sayısı | 16 |
|  |  |  |  | Sisteme giriş yapan üye sayısı | 16 |
| **2.2.6** | **Girişimci kadınların ürettikleri ürünlerin satışını sağlayıp aile ekonomisine katkı sağlamak** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.2.6.1 | Kadın girişimcilerle ilgili farkındalığın artırılması için bölgede sosyal medya destekli tanıtım çalışmasının gerçekleştirilmesi |  |  |  |  | Yapılan kampanya sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Kampanyanın beğenilme sayısı | 1000 |
|  |  |  |  | Kampanyalar sonrası sosyal medya ve web sitesinde beğeni ve takipçi artış oranı | 30% |
| **HEDEF 2.3** | **Muğla'da Sürdürülebilirlik çalışmaları yapmak** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **2.3.1** | **Firmalara karbon ayak izi ile ilgili bilgilendirmeler yapılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 2.3.1.1 | İşletmeler için karbon ayak izine yönelik su ve karbon ayak izleri ile döngüsel ekonomi, geri dönüşüm, yeşil mutabakat gibi konularda eğitim/sempozyum düzenlenmesi |  |  |  |  | Düzenlenen eğitim/sempozyum sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Eğitim/sempozyuma katılan kişi sayısı | 100 |
|  |  |  |  | Sempozyum/eğitim başarı oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sempozyum/eğitim etkinlik başarı oranı | 100% |
| 2.3.1.2 | Üyelerin karbon ve su ayak izi ölçümlerinin yapılmasınn sağlanması |  |  |  |  | Karbon ayak izi ölçülen firma sayısı | 20 |
| 2.3.1.3 | Üyelerin yeşil dönüşüme hazırlanması için AB, bakanlık ve yerel fonlara en az 1 proje hazırlanması |  |  |  |  | Yazılan ya da ortak olunan proje sayısı | 1 |
|  |  |  |  | Kabul edilen proje sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Olumlu kapatılan proje oranı | 100% |
| **AMAÇ 3:** | **KURUMSAL KAPASİTENİN GELİŞTİRİLMESİ** |  |  |  |  | Hedeflerin performans ortalaması | 100% |
| **HEDEF 3.1** | **Borsanın Ar-ge İnovasyon Merkezi Olması Çalışmaları** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.1.1** | **Gıda Analiz Laboratuvarının Kurulumu ve İşletilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| **3.1.2** | **Mükemmeliyet Merkezinin Kuruluşu ve İşletilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| **3.1.3** | **Satış Salonunun Modernizasyonu ve Aktif Hale Getirilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| **HEDEF 3.2** | **Borsa organlarının daha etkin ve verimli biçimde çalışması** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.2.1** | **İlçelerdeki Üyelerle Borsa Organlarını belirli aralıklarla bir araya getirmek** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.2.1.1 | İlçelerde bulunan üyelerle borsa organ üyelerinin bir araya getirileceği ve mesleki sorunların tartışılacağı toplantılar yapmak |  |  |  |  | Gerçekleştirilen toplantı sayısı | 20 |
|  |  |  |  | Toplantı katılım oranı | 100% |
| **3.2.2** | **Kotasyon miktarı yüksek olan süt, zeytinyağı ve bal sektörleri ile ilgili ihtisas çalışma gruplarının oluşturulması** |  |  |  |  | Gerçekleştirilen toplantı sayısı | 40 |
|  |  |  |  | Toplantı katılım oranı | 100% |
| **3.2.3** | **Borsa faaliyetlerine üyelerin katılımını sağlamak için komite başkanlarınca davet edilmesinin sağlanması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.2.3.1 | Borsa faaliyet planını sürekli olarak gözden geçirilerek meslek komite toplantılarında sunulması ve ilgili faaliyetlere Meslek komite başkanlarının üyeleri birebir çağırması ve onlara SMS sistemi desteği sağlanması |  |  |  |  | Cep telefonu olan üye oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sms atılan üye oranı | 100% |
|  |  |  |  | Faaliyet planının gözden geçirilme sayısı | 16 |
|  |  |  |  | Faaliyet planlarının MK'lerinde sunulma oranı | 100% |
| **HEDEF 3.3** | **İnsan kaynaklarının daha etkin ve verimli biçimde yönetilmesi** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.3.1** | **Borsa personeline yönelik kişisel gelişim eğitimleri verilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.3.1.1 | Yıl boyunca plan dahilinde çalışanlara kişisel gelişim eğitimleri verilmesi |  |  |  |  | Alınan Kişi Başı Eğitim Saati | 8 |
|  |  |  |  | Eğitim Başarı Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranı | 100% |
| 3.3.1.2 | Çalışanların motivasyon ve takım becerilerini geliştirilmesi için senede bir kez outdoor eğitimi verilmesi |  |  |  |  | Eğitime katılım oranı | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Başarı Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranı | 100% |
| **3.3.2** | **Çalışanlar arası sosyal faaliyetlerin artırılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.3.2.1 | Çalışanların takım ruhu ile hareket edebilmesi için aileli ve ailesiz olmak üzere organizasyon yapılması |  |  |  |  | Gerçekleştirilen etkinlik sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Etkinlik memnuniyet oranı | 100% |
| 3.3.2.2 | Çalışanların Borsa aidetinin artırılması için yönetim kurulu ile sosyal etkinlik düzenlenmesi |  |  |  |  | Gerçekleştirilen etkinlik sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Etkinlik memnuniyet oranı | 100% |
| **3.3.3** | **Belirli zamanlarda anket yapılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.3.3.1 | Çalışanlara yönelik memnuniyet anketinin gerçekleştirilmesi |  |  |  |  | Yapılan Çalışan Memnuniyet Anketi | 4 |
|  |  |  |  | Memnuniyet anket sonucu | 80% |
| 3.3.3.2 | Çalışan memnuniyet anketinden öneriler çıkarılması |  |  |  |  | Konuyla İlgili Açılan İyileştirme Sayısı | 16 |
|  |  |  |  | Konuyla İlgili Açılan İyileştirme Kapatma Oranı | 100% |
| **HEDEF 3.4** | **Borsanın tanıtımının etkin biçimde gerçekleştirilmesi** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.4.1** | **Borsa web sitesinin geliştirilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.4.1.1 | İhracat yapan üyelerin bilgilerinin ve ürünlerinin yer aldığı bir bölümü siteye eklemek |  |  |  |  | Sistemin Tamamlanma Oranı | 100% |
| 3.4.1.2 | Web sitesinde üyelerin sorularını cevaplama için kapalı devre danışmana sorun bölümünün yapılması |  |  |  |  | Sistemin Tamamlanma Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sisteme gelen Soru Sayısı | 40 |
|  |  |  |  | Gelen Soruların cevaplanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Gelen Soruların cevaplanma süresi (gün) | 1 gün |
| 3.4.1.3 | Web sitesiyle senkronize çalışan bir mobil uygulamanın yapılması |  |  |  |  | Çalışmanın tamamlanma oranı | 100% |
| 3.4.1.4 | Etkinlik takviminin yer alması |  |  |  |  | Çalışmanın tamamlanma oranı | 100% |
| **3.4.2** | **Sosyal medyayı aktif kullanarak tanıtımı yaygınlaştırmak** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.4.2.1 | Borsa üyelerinin kayıt esnasında sosyal medya hesaplarının alınarak etkileşimin artırılması |  |  |  |  | Sahip olunan üye sosyal medya hesabı oranı | 100% |
| 3.4.2.2 | Sosyal medya ve iletişim planı yapılması ve senelik revize edilmesi |  |  |  |  | İletişim planının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sosyal medya planı tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | İletişim planı gerçekleştirilme oranı | 100% |
|  |  |  |  | Sosyal medya planı gerçekleştirme oranı | 100% |
|  |  |  |  | İletişim planı gözden geçirilme sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Sosyal medya planı gözden geçirilme sayısı | 4 |
| **3.4.3** | **Borsa faaliyetlerinin üyelere etkin bir şekilde ulaştırılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.4.3.1 | Her yıl SMS ve mail bilgilerinin güncellemesi için üyelerinin tamamının aranması |  |  |  |  | Üye bilgileri güncellenme oranı | 100% |
| 3.4.3.2 | Üyelerin Borsadan aldığı hizmetlerin takip edilmesi ve daha fazla hizmetten faydalanmalarını sağlamak için program altyapısının geliştirilmesi |  |  |  |  | Gerçekleştirilen çalışma sayısı | 2 |
|  |  |  |  | Çalışma sonucu üye memnuniyet derecesinin artış oranı | 20% |
| 3.4.3.3 | Yerel basından Borsa faaliyetlerinin duyurulması için destek alınması |  |  |  |  | Yerel basında yayınlanan faaliyet sayısı artış oranı | 25% |
|  |  |  |  | Yerel basınla yapılan aktivite sayısı | 4 |
| **HEDEF 3.5** | **Üye ilişkilerinin etkin biçimde yönetilmesi** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.5.1** | **Üyelerin katılabileceği daha fazla etkinlik düzenlemek** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.5.1.1 | Üyelerinin güncel kamu kurum ve kuruluşlarından bilgi almasını ve özel görüşmelerini sağlamak |  |  |  |  | Yapılan organizasyon sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Organizasyon Başarı oranı | 100% |
|  |  |  |  | Organizasyon Etkinlik Başarı Oranı | 100% |
| **3.5.2** | **Üye iş yeri ziyaretlerini artırmak** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.5.2.1 | Üye ziyaretleri sonrasında ziyaret eden kişi tarafından rapor tutularak genel sekreterliğe sunulması |  |  |  |  | Ziyaret sonrası tutulan rapor oranı | 100% |
| 3.5.2.2 | Üye ziyaretlerinin sosyal medyada görünürlüğünü artırmak |  |  |  |  | Üye ziyaretinin sosyal medyada yayınlanma oranı | 100% |
| 3.5.2.3 | Meclis toplantılarında üye ziyaretleri sonuç raporunun sunulması |  |  |  |  | Üye ziyaret sonuç raporlarının mecliste sunulma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Ziyaretler sonucu alınan şikayet oranı | 2% |
|  |  |  |  | Alınan şikayet kapatma oranı | 100% |
| **3.5.3** | **Üyelere ödül verilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.5.3.1 | Vergi ödül törenlerinin her yıl gerçekleştirilmesi |  |  |  |  | Gerçekleştirilen organizasyon sayısı | 4 |
|  |  |  |  | Organizasyon başına katılımcı sayısı | 70 |
| 3.5.3.2 | 40 yılını dolduran üyelerin tespit edilerek vergi ödül töreni ile ödüllendirmenin sağlanması |  |  |  |  | Üye tespit çalışmasının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Tespit edilen üyelere ödül verme oranı | 100% |
| 3.5.3.3 | İhracatta, İstihdamda, İlk 500 ve İkinci 500'e girmiş ilk 10 üyeye ödül verilmesi |  |  |  |  | Üye tespit çalışmasının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Tespit edilen üyelere ödül verme oranı | 100% |
| **HEDEF 3.6** | **Kurumsallaşma sürecinin etkin biçimde yönetilmesi** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.6.1** | **Meclis üyelerine TOBB bünyesinde kurumsallaşma adına eğitim verilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.6.1.1 | TOBB'de meclis üyelerine verilen eğitime katılım sağlanması |  |  |  |  | Eğitime katılım oranı | 100% |
|  |  |  |  | Eğitimlerin Başarı Oranı Ortalaması | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranlarının ortalaması | 100% |
| **3.6.2** | **Borsanın görev ve yetkilerinin üyelere doğru şekilde aktarılması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.6.2.1 | Borsa ne işe yarar kitapçığının yapılması |  |  |  |  | El kitapçığının tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | El kitapçıkları basım adedi | 1.000 |
| 3.6.2.2 | Borsa organlarında Borsa görevleri ile ilgili oryantasyon çalışması yapılması |  |  |  |  | Oryantasyon yapılan Borsa organları oranı | 100% |
|  |  |  |  | Oryantasyon başarı oranı | 100% |
| 3.6.2.3 | Borsa organlarında oluşan değişikliklerde yeni göreve gelenlere genel sekreterlikçe oryantasyon yapılması |  |  |  |  | Oryantasyon yapılan yeni organ üyesi oranı | 100% |
|  |  |  |  | Oryantasyon başarı oranı | 100% |
| **HEDEF 3.7** | **Bilişim Teknolojilerinin etkin biçimde yönetilmesi** |  |  |  |  | Hedefe ulaşmak için gerçekleştirilecek ana faaliyetlerin performans ortalaması | 100% |
| **3.7.1** | **Borsanın ilgili personellere bilgi teknolojileri kapsamında eğitim verilmesi** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.7.1.1 | Borsada çalışanlara Excel eğitimi alınması |  |  |  |  | Gerçekleştirilen eğitim sayısı | 2 |
|  |  |  |  | Eğitim Katılım Oranı | 100% |
|  |  |  |  | Eğitimlerin Başarı Oranı Ortalaması | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranlarının ortalaması | 100% |
| 3.7.1.2 | Borsada çalışan personellerin kendi konularında gerekli olan programların alınması ve eğitim verilmesi |  |  |  |  | Alınan program sayısı (izleme) |  |
|  |  |  |  | Eğitimi alınan program oranı | 100% |
|  |  |  |  | Eğitimlerin Başarı Oranı Ortalaması | 100% |
|  |  |  |  | Eğitim Etkinliği Başarı Oranlarının ortalaması | 100% |
| **3.7.2** | **Güvenli bilişim sistemleri kurularak bilgilerin burada saklanması** |  |  |  |  | Alt faaliyetler performans ortalaması | 100% |
| 3.7.2.1 | Borsanın kritik verilerinin belirlenerek Bulut sisteminde tutulması için çalışmalar düzenlenmesi |  |  |  |  | Kritik veri tespit çalışması tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Kritik verilerin bulut sisteminde tutulma oranı | 100% |
| 3.7.2.2 | Borsa firewall sisteminin geliştirilmesi için danışmanlık alınması |  |  |  |  | Danışmanlık çalışması tamamlanma oranı | 100% |
|  |  |  |  | Firewall sisteminin geliştirilmesinin tamamlanması oranı | 100% |

## STRATEJİK PLANIN UYGULANMASI, İZLENMESİ, DEĞERLENDİRİLMESİ

Muğla Ticaret Borsası stratejik planında belirtilmiş olan hedeflere ulaşmak ve optimal faydayı sağlamak için, amaç, hedef ve faaliyetleri akreditasyon izleme kurulu takip edecek, Yönetim Kurulu, gerekli düzeltme, denetim ve iyileştirmeleri sağlayacaktır.

Üç ayda bir yapılan akreditasyon toplantıları ile performans göstergeleri düzenli olarak takip edilecek ve gerekli düzeltmeler ve iyileştirmeler yapılarak sistemin sürekliliği sağlanacaktır. Ayrıca akreditasyon izleme kurulunun 3 aylık raporları yönetim kurulu gündemine alınacaktır.

İzleme ve değerlendirme, “Yıllık Faaliyet Raporları “ile yönetim kurulu ve meclise sunulacaktır. Performans göstergeleri düzenli olarak takip edilecektir.