



MUT TİCARET ve SANAYİ ODASI

2014 – 2017

STRATEJİK PLANI

(Yönetim Kurulunun 14/09/2015 tarih ve 116 sayılı revize kararı ile onaylanmıştır)

YÖNETİM KURULU BAŞKANI SUNUŞU

Mehmet Gürsel AYDIN

Odamız, üyelerimizin talebi ve bakanlığın izni ile 1984 yılında kurulmuştur. 5174 sayılı kanun ve bu kanuna istinaden çıkartılan yönetmeliklerle faaliyetini sürdürmektedir.

Ayrıca oda bünyesinde Ticaret Sicili Müdürlüğü 27/01/2013 tarih ve 28541 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan yönetmelik hükümlerine uygun olarak üyelerimize hizmet vermektedir.

Odamızın vizyonu; İlçemizin ekonomik, sosyal, kültürel yönden gelişmesi için gerekli faaliyetleri yürütmektir.

Bunun için;

İlçenin üretmiş olduğu tarım ve sanayi ürünleriyle ilgili tanıtım projeleri hazırlanarak, ilçemizin markalaşması ve tanıtımı için yurtiçi ve yurt dışı ve diğer etkinliklere iştirak edilmektedir.

Odamızda hizmet kalitesinin yükselmesi için 2013 yılında ISO 9001-2008 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi alınmıştır. Ayrıca 11. Dönem Akreditasyon sürecine dahil edilerek bu yönde çalışmalar devam etmektedir.

İlçemiz ekonomisinin gelişmesi, yaşam standardının yükseltilmesi için üyelerimize rehber ve danışmanlık hizmeti vermeye devam edeceğimizi belirterek huzurlu, mutlu ve bol verimli bir yaşam diliyorum.



Mut Kayısı



Mut Zeytinyağı



Mut Zeytini



Mut Eriği

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	7
1. STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİ	7
2. STRATEJİK PLANLAMA EKİBİ	8
3. DURUM ANALİZİ	9
3.1. MUT İLÇESİNİN ANALİZİ.....	9
3.1.1 İlçemizin Tarihçesi.....	9
3.1.2 Coğrafi Yapı.....	10
3.1.3 Ekonomik Yapı	11
3.2 MUT TİCARET ODASININ ANALİZİ.....	12
3.2.1 Örgütsel Yapı.....	12
3.2.2 Fiziksel Yapı.....	13
3.2.3 İnsan Kaynakları.....	13
3.2.4 Mali Yapı.....	13
3.2.5 Üyelerimiz.....	13
3.2.6 Yasal Yükümlülükler ve Mevzuat Analizi.....	14
3.2.7 Faaliyet Alanları ile Ürün ve Hizmetler.....	14
3.3 PAYDAŞ ANALİZİ.....	15
3.3.1 Paydaş Matrisi.....	17
3.3.2 Paydaş etki önem matrisi.....	17
3.3.3 Paydaşların Görüş ve Önerilerinin Alınması.....	19
3.4 ÇEVRE ANALİZİ.....	19
3.4.1 Dış Çevre Analizi.....	19
3.4.2 İç Çevre Analizi.....	21
3.5 SWOT ANALİZİ VE TOWS MATRİSİ.....	22
3.5.1 Swot Analizi.....	22
3.5.2 Tows Matrisi.....	24
4. GELECEĞE BAKIŞ	29

4.1.MİSYON, VİZYON VE TEMEL DEĞERLER.....	29
4.1.1 Misyon.....	29
4.1.2 Vizyon.....	29
4.1.3 Temel Değerler.....	29
5. STRATEJİK AMAÇ ve HEDEFLER.....	29
6. MALİYETLER.....	33
7. İZLEME VE DEĞERLENDİRME.....	35

GİRİŞ

Mut Ticaret ve Sanayi Odası 1984 yılında kurulmuştur. Odamız üyelerimizin gelişmesine, ilçemiz ürünlerinin katma değer kazanmasına katkıda bulunarak başta Mut olmak üzere ülke ekonomisine katkıda bulunmak için çaba sarf etmektedir.

Odamız bugüne kadar gerçekleştirdiği çalışmalarını bundan sonra daha da geliştirerek devam ettirmeyi hedeflemektedir. Bu hedefe ulaşmak için stratejik planlama çalışmalarına başlanmıştır.

Bu çalışma kapsamında Yönetim Kurulu tarafından yönetim ve personelden oluşan bir Stratejik Planlama Ekibi oluşturulmuştur. Stratejik Planlama Ekibi önderliğinde stratejik planlama çalışmaları başlatılmıştır.

1- STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİ

Mut Ticaret ve Sanayi Odası 2014 yılı haziran ayında stratejik planlama için ekip oluşturmuş ve çalışmalara başlamıştır.

Stratejik Planlama Ekibi çalışmalarını aşağıda belirtilen başlıklar altında yürütmüştür

- ✓ Stratejik Planlama Ekibi oluşturulması
- ✓ Stratejik Planlama Ekibinin çalışma yönteminin belirlenmesi
- ✓ İlçemizin tarihi, sosyo ekonomik durumunun araştırılması
- ✓ Kurumumuzun tarihçesi, yasal yükümlülükleri, sunduğu hizmetlerin kaleme alınması,
- ✓ Paydaşların belirlenmesi ve paydaşlara paydaş Analiz Formu gönderilmesi
- ✓ SWOT (GZFT) analizi çalışması
- ✓ Misyon, vizyon ve ilkelerimizin belirlenmesi
- ✓ Stratejik Amaç, hedefler, faaliyetlerimiz ve performans göstergelerinin belirlenmesi
- ✓ Faaliyetlere yönelik maliyetlendirmenin yapılması
- ✓ İzleme ve değerlendirme yönteminin belirlenmesi

Durum analizi kapsamında PEST ve SWOT analizleri, Stratejik Planlama Ekibinin yanı sıra odaamız üyeleri ile yapılan anketler neticesinde yapılmıştır.

Stratejik Planlama Ekibi elde edilen verileri birleştirerek stratejik amaç ve hedefleri belirleyerek Stratejik Plan Taslağını oluşturmuş, oluşturulan taslak 28/05/2014 tarih ve 49 sayılı Yönetim Kurulu Kararı ile onaylanmıştır.

STRATEJİK PLANLAMA EKİBİ

Mehmet Gürsel AYDIN	Yönetim Kurulu Başkanı
Şahin SEZER	Meclis Başkanı
Mustafa Kumru	Yönetim Kurulu Üyesi
Ahmet Özkan	Yönetim Kurulu Üyesi
Mustafa Devam	Genel Sekreter
Erdal Keskin	Ticaret Sicil Müdürü
Ersan Can	Akreditasyon Sorumlusu

İLETİŞİM

Adres : Meydan Mahallesi Kıyı Sokak Dere Üstü Blokları No:2 Kat 2 33600 Mut/Mersin
TÜRKİYE

Tel : + 90.324. 774 27 73 - + 90. 324. 774 64 99

Faks : + 90. 324. 774 64 99

e. mail : muttso@tobb.org.tr

1. DURUM ANALİZİ

1.1. MUT İLÇESİNİN ANALİZİ

1.1.1. İLÇEMİZİN TARİHÇESİ

Mut'ta MÖ 2000 yıllarında ilk yerleşimlerin başladığı tahmin edilmektedir. Dağlık ve ovalık Kilikya olarak iki bölüme ayrılan Kilikya'nın Dağlık bölümünde, tarihte çok önemli olaylara sahne olmuş Sertavul geçidinin hemen güney ağzında kurulmuştur. Denizden ortalama yükseltisi 250-300 metre civarındadır. Bir süre Venedikli ve Kilikyalı korsanlar tarafından elden ele geçtiği, sonrasında Roma hükümetince burada uzun süreli bir hakimiyet sağlandığı söylenir. Mut ve çevresindeki Toros Dağlarının M.S. 700-800 yıllarından itibaren Orta Asyadan kopup gelen Yörük boylarına da ev sahipliği yaptığı bildirilir. Ancak bu yıllardan sonra bölgede kurulan ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki çoğu ili de kapsayacak şekilde hakimiyetini sürdüren Kilikya Ermeni Prensiğinin de 1375 yılına kadar varlığını devam ettirdiği bilinmektedir. Hatta Toros Dağlarının adının bu prensliğin başında bulunman Thoros isimli prenslerden geldiği de ileri sürülür. Ama bu yanlıştır.

Selçuklu Sultanı I. Alaeddin Keykubad zamanında Karamanoğulları beyliğinin kurucusu olan Nur-e Sofi Bey, bölgeden Ermenileri 1228 yılında kovarak Ermenek , Mut, Gülnar ve daha sonra da Silifke'yi hakimiyeti altına almıştır. Bölgenin Karamanoğlu beyliğinin eline geçmesinden sonra, Karamanoğulları Mut ve çevresini mamur etmişlerdir. Karamanoğlu Mesut bey zamanında Mut, 5 sene Beyliğe başkentlik yapmıştır. La'al Paşa Camii, Kızılminare ve bazı başka yapıların Karamanoğulları zamanında yapıldığı bilinmektedir.

1483 yılı yazında Kasım Bey yanında üç oğlu, otuz yiğit beyi ile Kestel (Dağpazarı) yaylasına gelir. Koyunlar kesilir, kavurmalar, pilavlar, helvalar pişirilir, şerbetler ezilir. Bu ziyafet sırasında Hocantı oğlu zehiri gizlice şerbete katar. Şerbeti içenler Kasım Bey' le beraber otuz dört kişi birden ölürlür. (1483) Kasım Bey'den sonra Karamanlılar' ın bazı çırpınışları oldu ise de devlet olabilme özelliği taşıyor. 1502 Yılından sonra Karamanlılar'ın topluca doğuya (İran'a) göçmeleriyle Karaman toprakları da tamamen Osmanlılar eline geçer.

1.1.2. Coğrafi Yapı

İlçe doğu'dan Silifke, batı'dan Ermenek, güney'den Gülnar ve kuzey'den Karaman İli ile çevrilidir. Mut, ilin kuzey batısında Mersin'e 165 km. uzaklıkta İç Anadolu'yu Akdeniz'e bağlayan Mersin-Konya karayolu üzerinde kurulmuştur. Mut'un yüzölçümü 2554 kilometrekaredir. Denizden yüksekliği 300 m.dir. Denizden yüksekliği 200-2000 m. arasında değişen ilçe arazisinin batı kesimi Göksu ırmağının kolları olan akarsu ve dereler tarafından parçalanmıştır. Bu engebelerden başka ilçenin kuzeyinde Karaman sınırını meydana getiren orta Toroslar yükselir. Burada İç Anadolu'ya geçit veren ve denizden yüksekliği 1610 m. olan Sartavul (Sertavul) geçidi vardır. İlçenin kuzeyindeki orta Toroslar'a bağlı dağlar engebelidir. Bu dağlık alan Hadim Göksuyu ve Ermenek Göksuyu ile yer yer derin vadiler şeklinde parçalanmıştır. Bu iki çay Mut yakınlarında Suçatı köyümüzde birleşerek Göksu nehrini oluştururlar.

Şehir güneye doğru 700-800 m. kuzey ve batıya doğru 1500-2000 m. yükselen dağlar arasında bir çanak ortasına benzer. Başlıca yükseklikleri : Yerlikaya, Mahvaç (1390), Yaylacık, Kızıldağ (2260), Akoluk, Avlağıdağı (1889), Karga ve Adras, (1421) Kestel (1813), bunun güneyinde haritalarda Sivri dağ adıyla gösterilen daha çetin, engebeli Meleşiren dağı (1665), bunun doğusunda kuzeyi Karıcıklar beli ciheti geniş çam, katran ve köknar ormanlarıyla kaplı, güneyi daha ziyade ardıcılık olanı, üzerinde iyi ot yetişen, yaylaları bulunan, eteğinde Mut şehrinin yaylası kurulmuş bulunan Kozlar (1450), bazı yerleri sert şekilli Büyük Eğre dağı (2025), bunun doğusunda Gez Beli'nden ötede aynı durumda Küçük Eğre dağı (1926) bulunur. Toroslar'dan Göksu'ya doğru uzanan bu geniş kabarıklar arasında uzanan vadiler ve buna yakın etekler tarım bakımından, yerleşme. bakımından enteresandır. Burada nüfus gruplaşmasını sağlamış olan iki vadi görülür. Pirinç suyunun yukarısında Dağpazarı köyü vardır. Henüz çetin engebeli olmayan, tabanları bazen düz, birçok suları bir toplanma (kollektör) durumunda olan burada pek sarp Kestel kapısına girmeden önce birleşirler. Bunlardan her birisi içinde bulunan bir köyün adını almıştır: Kavaközü, Navdalıözü, İmrenözü, Çiviözü bunlardan başlıcalarıdır. Buraları yüksektir 1250 ile 1500 metre civarındadır. Grubun diğeri de Mut'un doğusunda Kurt Suyu'nun baş taraflarını bir nevi toplanma havzasını oluşturur. Buralara da Sarıkavak köyü veya sadece Dere köyleri denir. Bu taraf Dağpazarı köylerine göre daha engebeli ve daha az yüksektir (1000-1250) . Bu engebeli kısımlar yer yer ormanlıktır.

İlçenin nüfusu, 2013 genel nüfus sayımı sonuçlarına göre toplam 62,534'dür.

Ovalar;

İlçemizin batısında Göksu Vadisi boyunca uzanan "Mut Ovası" bulunmaktadır. 150 - 600 kotları arasında yer almaktadır.

Dağlar;

İlçemizin merkezi, güneyden kuzeye ve batıya doğru yükselen dağlar arasında çanak görünümünde bir düzlükte kurulmuştur. Bu özelliğinden dolayı bölgede “Mut Çukuru” adı sık kullanılır.

Güneyinde 700-800m, kuzey ce batı yönünde ise 1500-2000 m yüksekliklerde çok sayıda dağ vardır. Bu dağların önemli olanları:

- 1- Yaylacık, Kızıldağ: İlçenin kuzeyinde olan dağlar, kalker yapılıdır ve yükseklikleri 2260m dir.
- 2- Yerlikaya, Mahvaç: 1390 m yüksekliktedirler.
- 3- Büyük Eğre Dağı: Kozlar yaylası tarafındaki dağın yüksekliği 2025 m olup, bazı yerleri sert şekillidir.
- 4- Meleşiren (Sivri) Dağı: İlçenin güneyinde olup, 1665 yüksekliktedir.
- 5- Küçük Eğre Dağı: 1926 m yükseklikte olup, sert şekillidir.
- 6- Akoluk ve Avlağı Dağı: İlçenin kuzeyinde, 1898 m yükseklikte olup, kalker yapılıdır.
- 7- Kestel Dağı: 1813 m yüksekliktedir.

Ayrıca İlçemizin kuzeyinde Bozdağ, Oyuklu, Göktepe Dağları bunların hemen batısında Mağras Dağı (1161 m) yer almaktadır.

Yeryüzü Şekilleri;

Mut, ilin en dağlık kesimlerinde yer almaktadır. Çevresi, 200-2000 m arasında değişen yükseltilerle çevrelidir. İlçemizin çok yerinde Miyosen devri kıvrımlı tabaklar ve özellikle kalkerler geniş yer tutar. Bu kalkerli arazide çeşitli karstik şekiller (düdenler, obruklar, mağaralar, yer altı su akışları) olmuştur. Dağlık yerlerde derin ve dar vadiler, güç geçilen boğazlar açılmıştır.

Toros Dağları eteklerinde Göksu Nehri kıyılarında kurulan ilçemiz topraklarının batı kesimi, ırmağın kolları olan akarsu ve dereler tarafından parçalanmıştır.

Mut – Karaman ve Mut – Ermenek yollarının Göksu’ya bakan yamaçları yükseklik farkları çok olan uçurumlu yerlerdir. İlçemiz kuzeyinde Karaman sınırını meydana getiren Orta Toroslar yükselir. Burada İç Anadolu’dan Akdeniz’e geçit veren ve denizden yüksekliği 1650 m olan Sertavul Geçidi vardır. İlçemiz kuzeyindeki Orta Toroslar’a bağlı sağlar engebeldir. Bu dağlık alan Hadim Goksuyu ve Ermenek Goksuyu ile yer yer derin vadiler şeklinde parçalanmıştır.

1.1.3. Ekonomik Yapı

Mut'ta Akdeniz ve karasal iklimin birlikte görülmesi nedeniyle sebze ve meyve çeşidi boldur. İç Anadolu'yu Akdeniz'e bağlayan bir noktada olan konumu ve iklimi sayesinde yılın 12 ayında tarımsal ürün alınabilen Mut'ta, geçim tarıma dayalıdır. İlçe halkı geçimini meyvecilik, sebzecilik, zeytincilik ve hububat üretiminin yanı sıra orman işlerinde çalışarak ve hayvan ürünlerini değerlendirerek sağlar. En önemli tarım ürünleri zeytin ve kayısıdır.

İlçede, son yıllarda ticaret ve küçük sanatlarla uğraşanların sayısı artmaya başlamıştır. İlçe merkezinde un ve bulgur değirmenleri, yağ presleri, çeşitli onarım, demirci, marangoz, hızar ve briket atölyeleri vardır.

İlçede, diğer bir ekonomik uğraş dokumacılıktır. Kıl ve yünden dokunulan, heybe, kilim ve çullar önemli bir ekonomik girdi oluşturmaktadır.

İlçedeki zeytin varlığına son yıllarda dikilen zeytin fidanlarının eklenmesiyle 10 milyon ağacı bulan zeytin varlığı oluşmaktadır. Bu da gerek Akdeniz Bölgesi gerekse ülke zeytin varlığı açısından ilçenin önemli bir noktaya gelmesine neden olmaktadır.

3.2 MUT TİCARET ve SANAYİ ODASI'NIN ANALİZİ

İlçemiz sanayicilerinin ileri gelenleri ilçemizde ticaret ve sanayi odası kurulması için çalışma başlatmışlar ve TOBB, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile görüşmelerde bulunarak, odanın kurulması için TOBB'den heyetin getirilmesini sağlamıştır. Heyetin yaptığı incelemeler sonucu 1984 yılında Mut' a Ticaret ve Sanayi Odasının kuruluşu onaylanmıştır.

21.04.1984 tarihinde ilk seçimler yapılarak, Oda Meclisi ve Yönetim Kurulu oluşturulmuş ve ilk Genel Sekreter Yunus ÖZEN atanmıştır.

1999 Ekim ayından buyana Odamız 412 m² alana sahip kendi hizmet binasında faaliyetlerini sürdürmektedir. Kurum ve Kuruluşlarla işbirliği içinde olup oda bünyesinde KOSGEB ve Mersin Ticaret Borsası Tescil Bürosu faaliyet göstermektedir.

3.2.1 Örgütsel Yapımız

Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın yönetim ve organizasyonu 5174 Sayılı Kanunla belirlenmiştir. Meclis Başkanı, üyeleri, meclisin görev ve yetkileri ile Yönetim Kurulu Başkanı, üyeleri, Yönetim Kurulunun görev ve yetkileri, 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanununda belirlenmiştir.

Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın üst karar organı meclistir; oda protokolde Meclis Başkanı ile temsil edilmektedir. Meclis, odanın denetim ve karar organıdır. Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın yürütme organı, Yönetim Kuruludur. Yönetim Kuruluna bağlı olarak bir genel sekreter bulunmaktadır. Dört yılda bir Meclis ve Yönetim Kurulu Üyeleri seçimleri yapılmaktadır.

3.2.2 Fiziksel Yapımız

Mut Ticaret ve Sanayi Odası 412 m² kapalı alanı mevcut olan kendi binasında üyelerine hizmet vermektedir.

3.2.3 İnsan Kaynakları

Odamız 1 Genel Sekreter, 1 Ticaret Sicil Müdürü, 2 sözleşmeli Personel olmak üzere toplam 4 kişi ile hizmet vermektedir. Odamız personelinin dördü de üniversite mezunudur.

3.2.4 Mali Yapımız

Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın 2013 yılı gerçekleşen rakamlarına göre ; Oda gelirlerinin % 50'si üye aidatları, %18'i hizmet karşılığı alınan ücretler, %6'sı kayıt ücretleri, %3'ü faiz gelirleri,%10'u Ticaret Sicili Harç Gelirleri Payı, %13'ü de belgelendirme ücretleri ve diğer gelirlerinden oluşmaktadır.

Odanın giderlerinin % 72'si Personel ücret ve giderleri, % 15,5'i dışarıdan sağlanan fayda ve hizmet satın alımları, %8,5'i birlik aidatı, kanuni aidat, pay ve fonlar,% 1,6'sı seyahat ve yol giderleri , % 0,3'ü bağış ve yardımlar, % 2,1'i ise vergi resim ve harçlardan ve diğer giderlerden oluşmaktadır.

3.2.5 Üyelerimiz

Odamızda 2013 yılı verilerine göre 639 faal üye bulunmaktadır. Üyelerimizin meslek gruplarına göre dağılımı aşağıda verilmiştir.

Mut Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinin Sektörel Dağılımı			
	MESLEK GRUBU	ÜYE SAYISI	DAĞILIM (%)
1. GRUP	MESLEK KOMİTESİ	162	22,3
2. GRUP	MESLEK KOMİTESİ	175	24,2
3. GRUP	MESLEK KOMİTESİ	110	15,2
4. GRUP	MESLEK KOMİTESİ	151	20,8
5. GRUP	MESLEK KOMİTESİ	127	17,5
	TOPLAM	725	100

3.2.6 Yasal Yükümlülükler ve Mevzuat Analizi

Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın sorumluluklarının yasal dayanağı 18.05.2004 tarihli 5174 sayılı kanun ve bu kanunla çıkarılan yönetmelikler. Bunun dışında odanın iç yönetmeliği, Odanın üst birliği Türkiye Odalar ve

Borsalar Birliği tarafından odalar için oluşturulmuş diğer mevzuat Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın faaliyetlerinin kapsam ve kurallarını belirlemektedir. Mevzuat hükümleri çerçevesinde üyelerinin yerel nitelikli talepleri ve üst birliğin tevdi ettiği görevler ve diğer görevlerin meslek ahlakı kamu yararı iyi yönetim ilkeleri çerçevesinde yerine getirilmesi Mut Ticaret ve Sanayi Odası'nın Faaliyetlerinin kapsamını belirlemektedir.

Faaliyet	İlgili Mevzuat
Meclis-Yönetim Kurulu	5174 Sayılı TOBB Odalar ve Borsalar Kanunu ile Kanun Uyarınca Çıkarılan Yönetmelikler
Genel Sekreterlik	5174 Sayılı TOBB Odalar ve Borsalar Kanunu ile Kanun Uyarınca Çıkarılan Yönetmelikler
Ticaret Sicili	Türk Ticaret Kanunu ile diğer Kanunlar ve Ticaret Sicili Tüzüğü
Muhasebe	TOBB Bütçe Muhasebe Yönetmeliği
Oda Sicil	TOBB Oda Muamelat Yönetmeliği

3.2.7.Mut Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin ihtiyaçları doğrultusunda 5174 sayılı kanunun belirlediği ilgili hizmetleri yerine getirmektedir. Bu hizmetler;

- 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,
- Ticaret ve sanayiye ait her türlü incelemeleri yapmak, bölgeleri içindeki iktisadî, ticarî ve sınaî faaliyetlere ait endeks ve istatistikleri tutmak,
- Meslek faaliyetlerine ait konularda resmî makamlara teklif, dilek ve başvurularda bulunmak,
- 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,
- 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, olarak belirlenmiştir.

3.3 PAYDAŞ ANALİZİ

Stratejik Planı hazırlama aşamasında göz önünde bulundurduğumuz önemli unsurlardan birisi de etkileşim içinde bulunduğumuz paydaşlarımızdır. Paydaşlarımız odamız faaliyetlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen, faaliyetlerimizden etkilenen ve Odamız için tehdit veya fırsat oluşturan kişi, kurum ve kuruluşlardır.

Odamız paydaşları iç paydaş ve dış paydaş şeklinde tanımlamıştır.

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 : Mut Ticaret ve Sanayi Odası İç ve Dış paydaşları

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

DIŞ PAYDAŞLARIMIZ
TOBB
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
TBMM
Mersin Valiliği

DIŞ PAYDAŞLARIMIZ
Mut Kaymakamlığı
Mut Belediyesi
Mut İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü
Çevre Oda / Borsalar
Sivil Toplum Kuruluşları (üretici kooperatifleri ve birlikleri)
Siyasi Partiler İlçe Temsilcilikleri
Sağlık Kurumları
Ulusal Görsel ve Yazılı Basın
Çukurova Kalkınma Ajansı
Mut Banka Şubeleri
Tedarikçiler

3.3.1 PAYDAŞ MATRİSİ

İÇ PAYDAŐLAR	Hizmet Alan	Çalışanlar	Temel Ortak	Stratejik Ortak	Tedarikçi
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Meslek Komiteleri			X		
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu			X		
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Meclisi		X			
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Çalışanları	X				
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Üyeleri	X				
DIŞ PAYDAŐLAR	Hizmet Alan	Çalışanlar	Temel Ortak	Stratejik Ortak	Tedarikçi
TOBB			X		
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı			X		
TBMM			X		

DIŞ PAYDAŐLAR	Hizmet Alan	Çalışanlar	Temel Ortak	Stratejik Ortak	Tedarikçi
Mersin Valiliği				X	
Mut Kaymakamlığı				X	
Mut Belediyesi				X	
Mut İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü				X	
Çevre Oda / Borsalar				X	
Sivil Toplum Kuruluşları (üretici kooperatifleri ve birlikleri)				X	
Siyasi Partiler İlçe Temsilcilikleri				X	
Sağlık Kurumları				X	
Ulusal Görsel ve Yazılı Basın				X	
Çukurova Kalkınma Ajansı				X	
Mut Banka Şubeleri				X	
Tedarikçiler				X	
Ulusal Görsel ve Yazılı Basın				X	
TSE				X	
Tedarikçiler					X

3.3.2 PAYDAŞ ETKİ ÖNEM MATRİŐİ

Paydaşlarımızın Odamızın 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 paydaŐlarının beklenti ve taleplerinin karŐılanması konusunda verdiği önceliği ifade etmektedir.

PAYDAŞ ADI	PAYDAŞ TÜRÜ	Kuruluşun paydaşın beklentilerine verdiği önem (önemli / önemsiz)	Paydaşın kuruluşu etkileme gücü (zayıf / güçlü)	Önceliği
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Meslek Komiteleri	İç Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu	İç Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Meclisi	İç Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Çalışanları	Hizmet Alan	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Mut Ticaret ve Sanayi Odası Üyeleri	Hizmet alan	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
TOBB	İç Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı	Dış Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
TBMM	Dış paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Mersin Valiliği	Dış Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış
Mut Kaymakamlığı	Dış Paydaş	Önemli	Zayıf	Çıkarlarını gözet çalışmalara dahil et
Mut Belediyesi	Dış Paydaş	Önemli	Zayıf	Çıkarlarını gözet çalışmalara dahil et
Mut İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü	Dış Paydaş	Önemsiz	Zayıf	izle
Çevre Oda / Borsalar	Dış Paydaş	Önemsiz	Zayıf	izle
Sivil Toplum Kuruluşları (üretici kooperatifleri ve birlikleri)	Dış Paydaş	Önemsiz	Zayıf	izle
Sağlık Kurumları	Dış Paydaş	Önemsiz	Zayıf	izle
Ulusal Görsel ve Yazılı Basın	Dış Paydaş	Önemli	Güçlü	Birlikte Çalış

PAYDAŞ ADI	PAYDAŞ TÜRÜ	Kuruluşun paydaşın beklentilerine verdiği önem (önemli / önemsiz)	Paydaşın kuruluşu etkileme gücü (zayıf / güçlü)	Önceliği
Çukurova Kalkınma Ajansı	Dış Paydaş	Önemsiz	Zayıf	izle
Mut Banka Şubeleri	Dış Paydaş	Önemsiz	Zayıf	izle
Tedarikçiler	Dış Paydaş	Önemli	Zayıf	Çıkarlarını gözet çalışmalarına dahil et
Siyasi Partiler İlçe Temsilcilikleri	Dış Paydaş	Önemli	Zayıf	Çıkarlarını gözet çalışmalarına dahil et

Tablo II - Paydaş/Hizmet Matrisi

3.3.3 Paydaşların Görüş ve Önerilerinin Alınması

Mut Ticaret ve Sanayi Odası paydaşların görüş ve önerilerini almak için aşağıdaki yöntemleri kullanmıştır;

- Mülakat,
- Anket uygulaması (iç /dış),
- Öneri İstek Formları,
- Web sayfamızda bulunan iletişim bölümü

Paydaşlarımızın görüş ve önerilerini değerlendirmemiz sonucunda elde ettiklerimiz;

- Üyelere eğitim,
 - Fuar
 - Odanın Tanıtımı,
 - Ulusal ve uluslararası düzeyde fuar ve kongrelere katılım sağlanması.
- şeklinde sıralanmıştır.

3.4 ÇEVRE ANALİZİ

3.4.1 DIŞ ÇEVRE ANALİZİ

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.

Dış çevre, uzak ve yakın çevre olmak üzere iki bölümde incelenir:

Uzak Çevre

- Politik
- Ekonomik
- Sosyo-Kültürel
- Teknolojik

Yakın Çevre

- Hizmet alanlar
- Rakipler
- Tedarikçiler

Mut Ticaret ve Sanayi Odasını 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. Mut Ticaret ve Sanayi Odası PEST Analizi aşağıda Tablo V'de yer almaktadır.

POLİTİK HUKUKİ

- ✓ Teşviklerde artış
- ✓ Yeni Türk Ticaret Kanunu
- ✓ Erken Seçim kararının alınması
- ✓ Seçim hükümetinin kurulması

EKONOMİK

- ✓ Turizmin gelişmesi
- ✓ Cari açığın düşmesi
- ✓ İşsizliğin azalması
- ✓ İnşaat sektörünün gelişmesi
- ✓ Tarımsal ürün çeşitlerinin geliştirilmesi
- ✓ Hayvancılığın gelişmesi (bal arıcılığı, kafes balıkçılığı, Toroslarda küçük baş hayvancılık vb.)
- ✓ Suriyeli mültecilerin ilçemize yerleşmesi

SOSYAL KÜLTÜREL

- ✓ Teknoloji kullanımının yaygınlaşması
- ✓ Sosyal paylaşım siteleri üzerinden iletişimin yaygınlaşması
- ✓ Köyden kente göç
- ✓ Kuraklığın artması
- ✓ İnanç turizminin gelişmesi
- ✓ Suriyeli mültecilerin ülkemize yerleşmesi

TEKNOLOJİK

- ✓ Teknoloji kullanımının artması
- ✓ Teknolojik gelişmelerin hızla artması
- ✓ İletişime yönelik teknolojilerin gelişmesi
- ✓ Teknolojinin mutsuzluğu desteklemesi
- ✓ Teknolojinin insan ilişkilerini zayıflatması
- ✓ Bürokrasinin azalması
- ✓ Teknolojinin gelişmesi ile işsizliğin artması
- ✓ Bilgi ihtiyacının artması

BEN HAYATIMIN HİÇBİR ANINDA KARAMSARLIK NEDİR TANIMADIM

M. Kemal Atatürk

3.4.2 İÇ ÇEVRE ANALİZ

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 GZFT (SWOT) matrisinde sınıflandırılarak toplanır.

İç çevre analizi diğer bir deyimle kurum içi analiz, kurumun mevcut durum ve geleceğini etkileyebilecek iç ortamdan kaynaklanan 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.

3.5 GZFT (SWOT) ANALİZİ ve TOWS MATRİSİ

3.5.1 GZFT (SWOT) ANALİZİ

Mut Ticaret ve Sanayi Odasının Kurumsal SWOT Analizi (Tablo VI) aşağıdaki gibidir.

Güçlü Yönler

1. Güçlü mali yapısı
2. Personelin birbiri ile olan uyumu
3. Eğitim salonunun bulunması
4. Kurum personelinin fedakar çalışması
5. ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesinin bulunması
6. Yöneticilerimiz ile çalışanlar arasındaki iyi ilişkiler
7. Oda bünyesinde Mersin Ticaret Borsası Mut Tescil Bürosu bulunması, Mersin KOSGEB Müdürlüğü Mut Temsilciliği, Mersin İŞKUR Hizmet Noktası bulunması
8. Yabancı dil bilen personelin bulunması

Zayıf Yönler

1. Üyelerin ilgisizliği
2. Teknolojik yetersizlikler
3. Meslek Komitelerinin yeterli çalışmaması
4. Oda faaliyetlerini yeterince dışarıya yansıtamamak

Fırsatlar

1. Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması
2. Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması
3. İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması
4. İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması
5. İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması
6. İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması
7. Teknik destek projelerinin sürekli olması

Tehditler

1. İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması
2. Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları

3. İlçemizde sosyal hayatın yetersizliği
4. İlçemizin il merkezine uzaklığı

Tablo VI – Swot Analizi

3.5.2 TOWS MATRİSİ

SWOT Analizi sonucunda, kurumun stratejik kararlarını vermesi ve stratejilerini belirlemesi için gerekli olan TOWS Matris hazırlanır.

S-O Stratejileri; Kurum çeşitli fırsatlarla karşı karşıyadır ve bu fırsatları teşvik edecek çeşitli içsel üstünlüklere sahiptir. Bu durum ortamdan yararlanma yönünde büyüme amaçlı stratejiler gerektirebilir.

S-T Stratejileri; Kurum tehdit altındadır ancak önemli içsel üstünlüklere sahiptir. Bu durumda, güçlü yönler avantaj olarak kullanılarak tehditleri ortadan kaldıracak stratejiler oluşturulabilir.

W-O Stratejileri; Kurum çeşitli fırsatlarla karşı karşıyadır ancak çeşitli içsel zayıflıklarla engellenmektedir. Burada içsel zayıflıkları ortadan kaldırıp, fırsatlardan daha etkili şekilde yararlanmalarını sağlayacak stratejiler belirlenebilir.

W-T Stratejileri; Kurum önemli çevresel tehditler altındadır ve içsel zayıflıkları bulunmaktadır. Burada, şartlar gözönünde bulundurularak olumsuz durumların üstesinden gelebilecek stratejiler oluşturulabilir.

SWOT MATRİS	Fırsatlar (O)	Tehditler (T)
Güçlü Yönler (S)	S – O Stratejileri Kurumun güçlü yönleri ile çevreden gelen fırsatları eşleştiren stratejiler	S – T Stratejileri Güçlü yönleri kullanarak dış tehditleri bertaraf etmeye yönelik stratejiler.
Zayıf Yönler (W)	W – O Stratejileri Fırsatları kullanmak amacıyla zayıf yönleri ortadan kaldırmaya yönelik stratejiler.	W – T Stratejileri Kurumsal zayıflıkların dış tehditleri etkili kılmasını önleyecek savunma stratejileri.

Stratejik planlama çalışması kapsamında, Kurumsal SWOT Analizi sonucunda elde edilen bilgiler, TOWS Matris çalışması yapılarak, Mut Ticaret ve Sanayi Odası Kurumsal Stratejileri belirlenmiş olup stratejik amaçlar ve hedefler bölümünde yer almaktadır.

GF STRATEJİLERİ

NO	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ İLE HANGİ FIRSATLARDAN YARARLANILACAK
1.	Güçlü mali yapısı	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması Teknik destek projelerinin sürekli olması
2.	Personelin birbiri ile olan uyumu	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması Teknik destek projelerinin sürekli olması
3.	Eğitim salonunun bulunması	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması Teknik destek projelerinin sürekli olması
4.	Kurum personelinin fedakar çalışması	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi

NO	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ İLE HANGİ FIRSATLARDAN YARARLANILACAK
		<p>olunması</p> <p>İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması</p> <p>İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması</p> <p>İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması</p> <p>İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması</p> <p>Teknik destek projelerinin sürekli olması</p>
5.	ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesinin bulunması	<p>Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması</p> <p>Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması</p> <p>İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması</p> <p>İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması</p> <p>İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması</p> <p>İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması</p> <p>Teknik destek projelerinin sürekli olması</p>
6.	Yöneticilerimiz ile çalışanlar arasındaki iyi ilişkiler	<p>Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması</p> <p>Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması</p> <p>İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması</p> <p>İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması</p> <p>İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması</p> <p>İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması</p> <p>Teknik destek projelerinin sürekli olması</p>
7.	Oda bünyesinde Mersin Ticaret Borsası Mut Tescil Bürosu bulunması, Mersin KOSGEB Müdürlüğü Mut Temsilciliği, Mersin İŞKUR Hizmet Noktası bulunması	<p>Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması</p> <p>Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması</p> <p>İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması</p> <p>İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması</p>

NO	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ İLE HANGİ FIRSATLARDAN YARARLANILACAK
		İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması Teknik destek projelerinin sürekli olması
8.	Yabancı dil bilen personel bulunması	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kayısı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması İlçemizde uluslar arası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması

GT STRATEJİLERİ

NO	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ	GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ TEHDİTLER AZALTILACAK
1.	Güçlü mali yapısı	İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları İlçemizde sosyal hayatın yetersizliği
2.	Personelin birbiri ile olan uyumu	İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları İlçemizde sosyal hayatın yetersizliği
3.	Eğitim salonunun bulunması	Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması
4.	ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesinin	İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları
5.	Yöneticilerimiz ile çalışanlar arasındaki iyi ilişkiler	İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları İlçemizde sosyal hayatın yetersizliği
6.	Oda bünyesinde Mersin Ticaret Borsası Mut Tescil Bürosu bulunması, Mersin KOSGEB	İlçemizin il merkezine uzaklığı

Müdürlüğü Mut Temsilciliği, Mersin İŞKUR Hizmet Noktası bulunması	Üyelerimizin teknolojik yeniliklerden geç haberdar olmaları İlçemiz ürünlerinin markalaşmaması
---	---

ZF STRATEJİLERİ

NO	ZAYIF YÖNLERİMİZ	FIRSATLAR İLE ZAYIF YÖNLERİMİZ AZALTILACAK
1.	Üyelerin ilgisizliği	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kaysı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması İlçemizde uluslararası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması Teknik destek projelerinin sürekli olması
2.	Teknolojik yetersizlikler	Teknik destek projelerinin sürekli olması
3.	Meslek Komitelerinin yeterli çalışmaması	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kaysı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması
4.	Oda faaliyetlerinin yeterince dışarıya yansıtılmaması	Zeytinyağında Türkiye genelinde söz sahibi olunması Zeytin, kaysı yetiştiriciliğinde Türkiye genelinde söz sahibi olunması İlçemizde turizme açılacak tarihi yerlerin bulunması İlçemizde uluslararası rüzgar sörfü yarışmasının yapılması İlçemizde rüzgar enerji üretiminin yapılması İlçemizde güneş enerjisi üretimi için güneş panelleri kurulması Teknik destek projelerinin sürekli olması

4.GELECEĞE BAKIŞ

4.1. Misyon,Vizyon ve Temel Değerler

4.1.1.Misyonumuz

Mut Ticaret ve Sanayi Odası Olarak; Rekabetçi bir dünyada, bölgesel kalkınma temelli bir anlayış ile geleceğe ilişkin etkin ve yenilikçi bir bakış açısına sahip olarak; çalışanlarının, girişimcilerinin ve bölge insanının sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmişlik seviyesini artırmak için çözüm odaklı bir yaklaşım ile katkıda bulunmak.

4.1.2.Vizyonumuz

Mut Ticaret ve Sanayi Odası Olarak; Global ekonomide yer almaya çalışan tacir ve sanayicilerine,sadece evrak veren bir kuruluş olmaktan çıkıp, bölgesel gelişmişlik seviyesinin yükseltilmesine katkıda bulunmak için tüm yasal ve ekonomik gelişmelerin takipçisi olmak,yol göstermek, ekonomik ve sosyal gelişmişlik sorunlarının tespit edilerek çözümü noktasında gerekli mercilerle diyaloga geçerek, genel menfaatlerin toplum nezdine yayılmasını sağlamak.

4.1.3.Temel Değerler

- Güvenilirlik,
- Yenilikçilik,
- Katılımcılık,
- Kültürel Duyarlılık,
- Ülke Ekonomisine Yararlılık,
- Sürekli İyileştirme,
- Hedef Odaklılık,
- Tarafsızlık,
- Etkin ve Kaliteli Olmak,
- Hoşgörü,

2. STRATEJİK AMAÇ ve HEDEFLER

TEMALAR

1. HİZMETLERİMİZ VE KURUMSAL YAPI
2. ÜYELERİMİZ
3. İLÇEMİZ

HİZMETLERİMİZ ve KURUMSAL YAPI

STRATEJİK AMAÇ 1 : ODAMIZIN ETKİN VE VERİMLİ BİR ŞEKİLDE ÇALIŞMASINI SAĞLAMAK

STRATEJİK HEDEF 1.1 : Personel, yönetim ve meslek komitelerinin kişisel gelişimine katkıda bulunmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Kişisel Gelişim eğitim sayısı	--	--	5	4
Kurum Kültürü Eğitimi	--	--	1	--
Etkili İş İletişimi ve Halkla İlişkiler	--	--	1	1
İş Yaşamında Stres, Öfke ve Çatışma Yönetimi	--	--	1	1
Liderlik Eğitimi	--	--	1	1
İmaj ve Davranış Eğitimi	--	---	1	1

STRATEJİK HEDEF 1.1 : Personelin bilgi ve becerilerini arttırmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Bilgi ve beceriye yönelik verilen eğitim sayısı	7	7	8	8
ISO 9001 :2015 KYS			1	1
ISO 10002 Şikayet Yönetim Sistemi			1	
İç Tetkikçi Eğitimi			1	
Mevzuat Eğitimi			2	2
Web tasarımı				1
Risk Analizi Eğitimi				1
İşgüvenliği Eğitimi			1	
Süreç Yönetimi Eğitimi				
Etkin Tahsilat Yöntemi eğitimi				1
E-ticaret				
Toplantı Yönetimi Eğitimi				1
Protokol Kuralları Eğitimi			1	
Bilgi Güvenliği Eğitimi			1	
Akreditasyon				1

STRATEJİK HEDEF 1.1 : Personelin iyi derecede en az bir yabancı dil öğrenmesini sağlamak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Verilen İngilizce eğitim süresi		--	112 saat	80 saat

STRATEJİK AMAÇ 2 : PERSONELDE AİDİYET HİSSİ OLUŞTURMAK

STRATEJİK HEDEF 2.1 : Personel memnuniyetini arttırmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Personel anketi memnuniyet puanı	97	88	90	91

STRATEJİK AMAÇ 3 : PROJE ODAKLI ÇALIŞMAK

STRATEJİK HEDEF 3.1 : Proje sayısını arttırmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Kurum içinde proje hazırlama ile ilgili verilen eğitim sayısı	--	--	1	2
Yazılan proje sayısı	--	1	1	2

ÜYELERİMİZ

STRATEJİK AMAÇ 4 : ÜYELERİMİZİN SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞİMİNE KATKIDA BULUNMAK

STRATEJİK HEDEF 4.1 : Üyelerimizin teknolojik yenilikleri, sektörel gelişmeleri takip etmesini sağlamak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Üyelerin sektörlerine yönelik ziyaret düzenlenen yurtiçi fuar sayısı		Gıda:1	Gıda:1	Gıda:1 Mobilya:1
Üyelerin sektörlerine yönelik ziyaret düzenlenen yurtdışı fuar sayısı		Gıda:1	Gıda:1	Gıda:2
Hazırlanan Bölgesel ve Sektörel Rapor sayısı		Gıda:1 Yaş Sebze Meyve:1	Yaş Sebze Meyve:1 Süt ve Süt Ürünleri:1 Zeytinyağı:1	Madencilik:1 İnşaat Malzemeleri:1 Zeytin:1

STRATEJİK HEDEF 4.2 : Üyelerin bilgi ve becerilerinin artırılmasına katkıda bulunmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017

Üyelerin bilgi ve becerilerini arttırmaya yönelik düzenlenen Eğitim Sayısı	3	3 Dış Ticaret : 1 Kosgeb Destekleri:1 Kooperatifçilik :1	4 Gıda Güvenliği : 1 Satış teknikleri : 1 İyi tarım Uygulamaları :1 Dış Ticaret, gümrükleme:1	5 ISO 9001 2015:1 Destek /teşvikler:1 Arabuluculuk :1 Dış Ticarete Fiyatlandırma Ve Pazarlama :1 Helal Gıda :1
--	---	--	---	---

STRATEJİK AMAÇ 5 : ÜYE İLİŞKİLERİMİZİ GELİŞTİRMEK

STRATEJİK HEDEF 5.1 : Üyeleri yerinde ziyaret etmek				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Ziyaret edilen üye sayısı	--	%15	%16	%17

STRATEJİK HEDEF 5.2 : Üyelerimize ekonomik katkıda bulunmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Üyeler için indirim yapan işletmeler ile imzalanan Protokol Sayısı	--	2	2	3

STRATEJİK HEDEF 5.3 : Üye memnuniyetini arttırmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Üye anketi memnuniyet puanı	82	90	91	92

İLÇEMİZ

STRATEJİK AMAÇ 6: İLÇEMİZ ÜRÜNLERİNİN MARKALAŞMASINI SAĞLAMAK

STRATEJİK HEDEF 6.1 : İlçemiz ürünlerinin tanıtımını sağlamak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Ürünlerin tanıtımını sağlayacak Stant açılan fuar sayısı	1	2	3	4
Ürünlerin tanıtımı ile ilgili etkinlik sayısı	1	1	2	2

STRATEJİK HEDEF 6.2 : İlçemiz Zeytinyağı için Coğrafi İşaret Tescilini almak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Coğrafi işaret için başvuru yapılacak		x		
Coğrafi işaret alınacak			x	

STRATEJİK HEDEF 6.3 : İlçemiz ürünlerini tanıtıcı katalog, hediyelik eşya, numune ürün gönderimini arttırmak				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Hediye gönderilen kurum sayısı	1	1	2	2

STRATEJİK AMAÇ 7: İLÇEMİZİN EKONOMİK GELİŞİMİNE KATKIDA BULUNMAK

STRATEJİK HEDEF 7.1 : İlçemizde Organize Sanayi Bölgesinin kurulması				
Performans göstergesi 1	2014	2015	2016	2017
Bakanlık Onayının alınması	---	--	X	--
OSB için alınan başvuru sayısı	--	--	--	10

6.MALİYETLER

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	2014	2015	2016	2017
STRATEJİK AMAÇ1 :ODAMIZIN ETKİN VE VERİMLİ ŞEKİLDE ÇALIŞMASINI SAĞLAMAK	3.000	2.500	7.840	8.500
STRATEJİK HEDEF :Personel, Yönetim ve Meslek Komitelerinin kişisel gelişimine katkıda bulunmak	--	---	2.600	3.000
STRATEJİK HEDEF :Personelin bilgi ve becerilerini arttırmak	3.000	2.500	3.000	3.100
STRATEJİK HEDEF :Personelin iyi derecede en az bir yabancı dil öğrenmesini sağlamak.	---	---	2.240	2.400

STRATEJİK AMAÇLAR VE HEDEFLER	2014	2015	2016	2017
STRATEJİK AMAÇ2: PERSONELDE AİDİYET HİSSİ OLUŞTURMAK	1.000	1.250	1.350	1.400
STRATEJİK HEDEF : Personel memnuniyetini arttırmak	1.000	1.250	1.350	1400
STRATEJİK AMAÇ3: PROJE ODAKLI ÇALIŞMAK	1.000	2.000	2.100	2.400
STRATEJİK HEDEF :Yazılan Proje Sayısını arttırmak	---	2.000	2.100	2.400
STRATEJİK AMAÇ4:ÜYELERİMİZİN SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞİMİNE KATKIDA BULUNMAK	---	5.000	6.000	7.000
STRATEJİK HEDEF : Üyelerimizin teknolojik yenilikleri, sektörel gelişmeleri takip etmesini sağlamak	---	2.500	3.000	3.500
STRATEJİK HEDEF : Üyelerin bilgi ve becerilerinin artırılmasına katkıda bulunmak	---	2.500	3.000	3.500
STRATEJİK AMAÇ5:ÜYE İLİŞKİLERİMİZİ GELİŞTİRMEK	---	2.000	2.600	2.800
STRATEJİK HEDEF : Üyeleri yerine ziyaret etmek	---	1.000	1.100	1.200
STRATEJİK HEDEF : Üyelerimize ekonomik katkıda bulunmak	---	---	---	---
STRATEJİK HEDEF: Üye Memnuniyetini arttırmak	---	1,000	1.500	1.600
STRATEJİK AMAÇ6:İLÇEMİZ ÜRÜNLERİNİN MARKALAŞMASINI SAĞLAMAK	1.500	3.500	19.000	5.000
STRATEJİK HEDEF: İlçemiz ürünlerini tanıtımını sağlamak	1.000	2.000	2.500	3.000
STRATEJİK HEDEF: İlçemiz Zeytinyağı için Coğrafi Marka Tescilini almak	--	500	15.000	--
STRATEJİK HEDEF: İlçemiz ürünlerini tanıtıcı katalog, hediyelik eşya, numune ürün gönderimini arttırmak	500	1.000	1.500	2.000
STRATEJİK AMAÇ7:İLÇEMİZİN EKONOMİK GELİŞİMİNE KATKIDA BULUNMAK	----	----	50.000	---
STRATEJİK HEDEF: İlçemizde Organize Sanayi	---	---	50.000	---

STRATEJİK AMAÇLAR VE HEDEFLER	2014	2015	2016	2017
Bölgesinin kurulması				
TOPLAM MALİYET	3.500	13.250	81.050	18.600

Tablo VIII – Maliyet Tablosu

7.İZLEME VE DEĞERLENDİRME

Başarımızın takip edilmesi ve sonuçların değerlendirilmesi sistematik ve düzenli olarak yapılacaktır. İzleme, değerlendirme, hedeflere ulaşılma durumu ve karşılaştırmalar, hazırlanacak raporlar ve tutulacak kayıtlar İzleme Planında belirtilen yöntemlere göre yapılacaktır. Amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesine ilişkin gelişmelerin belirli bir sıklıkta raporlanarak ilgili taraflar ile kurum içi ve kurum dışı paydaşların değerlendirilmesine sunulması izleme faaliyetlerini oluşturur. Performans göstergelerinin izlenmesi, izleme faaliyetinin temelidir. İzleme, İzleme Planda belirtilen birimler tarafından belirlenen periyotlarda yapılacaktır. İzleme ve değerlendirmelerde kaynaklar, faaliyetler ve çıktılar esas alınacaktır.

İzleme ile ilgili doküman ve kayıtlar TS-EN-ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemimiz kapsamında dokümante edilip yayınlanacak ve uygulanacaktır.

İzleme ve değerlendirme süreci sonunda Odamızın öğrenen organizasyon olması ve kurum kültürünün gelişmesi ve buna bağlı olarak faaliyetlerimizde sürekli iyileşmenin kalıcı olması sağlanacak ve hesap vermemiz kolaylaşacaktır.

Her hedef ve performans göstergesinin hesaplanması için gerekli veriler düzenli olarak Akreditasyon sorumlusu tarafından toplanarak rapor halinde üst yönetime sunulacaktır.

Hedeflerin ve performans göstergelerinin gerçekleşme durumları, olumlu veya olumsuz gelişme sonuçları bir sonraki yıllık performans programının hazırlanmasında, faaliyet ve proje önceliklerinin belirlenmesinde, politika ve ilkelerin gözden geçirilmesinde, faaliyet ve süreçlerde yapılacak düzeltici / önleyici / iyileştirici faaliyetlerin belirlenmesinde kullanılacaktır.

Uygulama sonuçlarının, amaçlarımızın gerçekleşip gerçekleşmediği, hedeflerimize ulaşıp ulaşılamadığı hesaplanarak tespit edilecektir. Amaç ve hedeflerin sürdürülebilirliği, tutarlılığı ve uygunluğu bu aşamada görülecektir.

İzleme ve değerlendirme faaliyetleri sonucunda elde edilen bilgiler kullanılarak, stratejik planın tümü gözden geçirilir, hedeflenen ve ulaşılan sonuçlar karşılaştırılır, yeni hazırlanacak stratejik planlama süreci için geri besleme yapılır.

Plan gerçekleştirmeleri, zamanlama ve hedeflere uygunluk bakımından incelenecek ve bunun sonucunda;

- Stratejiler, yıllık performans programı veya iş planları ve faaliyetler planlandığı şekilde gerçekleşiyorsa;
- Stratejik amaçlar ve hedeflere ulaşma yolundaki ilerleme beklentilere uygunsa;

plan teyit edilmiş olacak ve uygulama devam edecektir. Buna karşılık yukarıdaki hususlarda değişiklikler olduğu tespit edilirse, beklenmeyen veya arzu edilmeyen sonuçlar ortaya çıkarsa veya mevcut stratejik amaçlar ve hedefler yeterli/gerçekçi değil ise, plan gözden geçirilecek ve ilgili mevzuata uygun olarak Stratejik Planlama Ekibi tarafından yeniden değerlendirilerek güncellenecek ve Yönetim Kurulu'nun onayına sunulularak yeni şekliyle uygulanmaya devam edilecektir.