



MARMARİS TİCARET ODASI

2019 YILI

FAALİYET RAPORU

ŞUBAT 2019

İÇİNDEKİLER

BAŞKANIN MESAJI.....	3
A. Marmaris Ticaret Odası Üye Algısı Analizi.....	4
B. Odamızın Başlıca Faaliyetleri.....	15
C. Sayılarla Odamız.....	16
D. İş Planı Gerçekleşme Raporu.....	22
1. MTO'nun Kurumsal Yapısını Çalışanlar, Üyeler ve Paydaşların Fikirlerini ve Faydasını Gözeterek Eğitimlerle Güçlendirmek	
2. Marmaris'in Turizm, Alternatif Turizm ve Ticaret Kapasitesini Sürdürülebilirlik İlkesi Çerçevesinde Yeni Trendleri Göz Önünde Tutarak Geliştiren Projeler Üretmek ve Yürütmek	
3. Marmaris'in Yerel Değerlerini, Tarımsal Ürün ve Faaliyetlerini Özne Alarak Coğrafi İşaret, Markalaşma Gibi Konulara Öncülük Etmek	
E. İş Planı Performansı.....	42

BAŞKANIN MESAJI

Değerli üyelerimiz, Saygıdeğer paydaőlarımız,

Őahsım ve Marmaris Ticaret Odası adına hepinize sağlık ve baőarılar dilerim. Bu yıl faaliyet raporumuzun yapısında değişiklik yaparak, rapora sizlerin Odamız hakkında görüşlerini analiz edip raporladığımız çalışmamızla başlıyoruz. Bu çalışmada amacımız, hem sizlerin sektörel geçmiş ve yapınızı öğrenerek sizleri daha iyi tanımak hem de Odamız hakkında görüş ve önerilerinizi alarak geleceğimizi daha etkin ve hedefe uygun şekillendirmektir. 2019 yılı boyunca üyelerimiz, kurumsal gelişimimiz, paydaőlarımız ve Marmaris için yaptıklarımızı sizlerin takdirine sunuyoruz. Odamızın 2020 yılı faaliyet ve projeleri için önerilerinizi ve görüşlerinizi bekliyoruz.

Sezon öncesinde tüm üyelerimize başarılı bir çalışma dönemi dilerim.

SÜLEYMAN MUTLU AYHAN
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

SAYGILARIMLA;

A. MARMARİS TİCARET ODASI ÜYE ALGISI ANALİZİ

Üyelerin Demografik Özellikleri

Odamız ve Muğla Üniversitesi iş birliğinde meslek gruplarındaki yoğunluğa göre örneklem alınan 183 üyemize yüz yüze görüşme yöntemiyle anket uygulanmıştır. Anket esnasında üyelerimize Odamız birimleri, faaliyetleri, proje ve eğitimleri ile sosyal medya hesapları hakkında bilgi verilmiştir. Tablolar SPSS yardımıyla oluşturulmuştur.

Üyelerin Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sayı	Yüzde (%)
Erkek	152	83.1
Kadın	31	16.9
Toplam	183	100

Görüşmecilerin %83.1'i erkektir. Bu sayı, Marmaris'te erkeklerin kadınlardan daha fazla ticaret hayatına atıldıkları ve/veya kadınların erkek mülkiyeti üzerinden ticaret hayatında oldukları sonucu çıkarılabilir. Odamız üyeleri arasında 483 kadın girişimcinin olduğu düşünülürse, bu araştırmada kadınların genele göre (%15.9) daha yüksek oranda temsil edildiği söylenebilir.

Üyelerin Yaş Aralıkları

Yaş	Sayı	Yüzde (%)
Belirtilmemiş	4	2.2
18-25	2	1.1
26-33	8	4.4
34-41	63	34.4
42-49	55	30.1
50 ve üzeri	51	27.9
Toplam	183	100

Araştırmaya konu olan 183 üye/üye temsilcisinin önemli bir kısmı (%64.5) 34-49 yaş aralığındadır. Bu durum Marmaris'te ticaret hayatının görece genç bir kitle üzerinden yürütüldüğünün bir göstergesidir.

Odamızda 405 genç girişimcinin aktif olarak yer aldığı görülmektedir. Genel oran içerisinde düşük olmakla birlikte bu araştırmada da gençlerin yüksek oranda katılımı görülmektedir.

Üyelerin Eğitim Durumu

Eğitim Düzeyi	Sayı	Yüzde (%)
Belirtilmemiş	12	6.6
İlköğretim	16	8.7
Lise	46	25.1
Lisans	99	54.1
Lisansüstü	10	5.5
Toplam	183	100

Katılımcıların yarısından fazlasının lisans ve üstü mezunu oldukları görülmüştür. Bu durum Marmaris'te ticaret hayatının eğitim seviyesinin yüksek olduğunu göstermiştir.

Üyelerin Marmaris'te yaşam süreleri

Süre (Yıl)	Sayı	Yüzde (%)
1-5	19	10,4
6-10	34	18,6
10 ve üzeri	130	71
Toplam	183	100

Üyelerin %71'inin 10 yıldan fazla süredir Marmaris'te yaşıyor olmaları, katılımcıların hem bölgeye olan aidiyetlerini hem de bölgenin ticari hayatının kurumsal ve kültürel kimliğine olan aidiyetlerini belirlemesi açısından önemlidir.

Üyelerin Sektörleri

Sektör	Sayı
Tarım, Hayvancılık ve İmalat	5
İnşaat	31
Toptan-Perakende	24
Gıda	29
Tekstil	9
Otomotiv, Akaryakıt, Taşıma	6
Kuyumcu, Saatçi	16
Konaklama	25
Restoran, Yiyecek-İçecek	43
Bilgi, Basın, Mühendislik	7
Banka, Sigorta, Emlak	5
Eğitim, Sağlık, Spor	3
Denizcilik	12
Turizm, Seyahat, Acente	27
Toplam	242

* Toplamın görüşmeci sayısından fazla olmasının nedeni, bazı görüşmecilerin birden fazla seçeneği işletmesidir.

Görüşmecilerin sektörlerini belirlemelerine ilişkin soruya bazı katılımcılar birden fazla yanıt verdiklerinden toplam sayı 242 olarak çıkmıştır. Buradaki dağılımın, araştırmanın başında ortaya konulmaya çalışılan tabakalı örneklem modeline uygun olarak gerçekleştiğini göstermektedir.

Bu veri özellikle Marmaris'e has ticaretin kimliğinin ortaya konulması için önemlidir. Bu veriler muhtemelen Ordu Ticaret Odası ya da Diyarbakır Ticaret Odası'nda farklı şekillerde seyredecektir. Marmaris bu anlamda turizmle eşdeğer tutulan, diğer bütün sektör kollarının

bir şekilde turizmle bağlantılandırıldığı bir yapıdadır. Alandaki görüşmeler de ortaya koymaktadır ki, ülke turizminin herhangi bir sorunu Marmaris ticaret hayatını da bazen dolaylı ancak çoğu zaman doğrudan etkilemektedir.

Örneğin son yaşanan Birleşik Krallık merkezli Thomas Cook şirketinin iflasını açıklaması, Marmaris'teki sadece konaklama ya da turizm seyahat işkollarını değil, gıda, restoran, toptan-perakende ve hatta kuyumcu, saatçileri de etkilemektedir. Bu yüzdendir ki bazı üyelerimiz alan araştırması esnasında, Marmaris'in alternatif turizm kanallarına (sağlık turizmi, spor turizmi gibi) yoğunlaşması gerekliliğinin altını çizmektedir.

Üyelerin Şu Anki Sektörlerinde Çalışma Süreleri

Süre (Yıl)	Sayı	Yüzde (%)
1-5	23	12.6
6-10	43	23.5
10 ve üzeri	117	63.9
Toplam	183	100

Üyelerimizin önemli bir kısmı (%63.9) 10 yıldan fazla bir süredir bu sektörde çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Kurum Aidiyeti ve Kurumsal İletişim

Üyelerimize 5'li Likert Tipine göre ölçeklendirilmiş, kurumsal aidiyet ve iletişimi ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur.

Sorular, Odanın yerel ve bölgesel kalkınmada oynadığı rol, kurumun üyeleriyle olan teması, kurumun sorunları çözümedeki yetenekleri, üyeliğin zorunluluk-gönüllülük esasına göre şekillenmesi, üyelerin kurumun etkinliklerinden ve/veya sektöre ilişkin gelişmelerden haberdar olup olmaması gibi farklı soruları içermektedir.

Üyelerin kurum, kuruma aidiyetleri ve kurumla iletişimlerine dair görüşleri

	Boş		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
MTO, bölge ekonomisinin kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır.	1	0.5	22	12.0	53	29.0	20	10.8	59	32.4	28	15.3
MTO, yerel kalkınma konusunda üzerine düşeni yapmaktadır.	1	0.5	28	15.3	36	19.5	18	9.7	65	35.7	35	19.3
MTO, her sektörün ihtiyaçlarını kendi içinde değerlendirmektedir.	2	1.1	31	16.9	47	25.7	12	6.8	61	33.5	30	16.0

MTO, bölgesel ihtiyaçların devletin ilgili kademelerine iletilmesinde etkilidir.	3	1.6	30	16.4	24	13.0	27	15.1	63	34.0	36	19.8
Bir üye olarak aktif bir şekilde MTO bünyesindeyim.	4	2.2	58	31.7	58	31.7	14	7.7	35	19.1	14	7.7
Zorunlu olmasaydım dahi gönüllü bir şekilde üye olurum.	2	1.1	52	28.4	46	25.1	26	14.2	34	18.6	23	12.6
MTO talep ve ihtiyaçlarımı düzenli şekilde takip etmektedir.	3	1.6	23	12.4	51	27.9	15	8.6	57	31.3	34	18.2
MTO kitle iletişim araçlarını etkin kullanmaktadır.	3	1.6	26	14.2	45	24.6	28	15.3	55	30.1	26	14.2
MTO proje ve faaliyetlerinden haberdarım.	2	1.1	32	17.5	71	38.8	14	7.7	39	21.3	25	13.7
Beklenti ve ihtiyaçlarımı MTO'ya rahatlıkla iletebilmekte ve çözüm önerisi alabiliyorum.	3	1.6	24	13.1	45	24.4	10	5.3	72	39.7	29	15.8
MTO, bölge işletmecileri ve halkı ile daha yakın bir temas halinde olmalıdır.	2	1.1	11	6.0	13	7.1	23	12.6	68	37.2	66	36.1
Sorunlarımı MTO'dan başka kurumlarla çözmeyen olanaklıdır.	6	3.3	23	12.6	43	23.5	75	41.0	23	12.6	13	7.1
MTO, Marmaris'in sorunları açısından yetersiz kalmaktadır.	5	2.7	36	19.8	69	38.0	27	15.1	25	13.0	21	11.5
MTO, şeffaflığını arttırmalıdır.	3	1.6	22	12.0	20	10.9	29	15.8	68	37.2	41	22.4
Toplam	183	100	183	100	183	100	183	100	183	100	183	100

Tablo incelendiğinde üyelerin %63,4'ü aktif olarak Oda bünyesinde yer almadıklarını belirtmişlerdir. Halihazırda katılımın bu kadar düşük seyretmesi, aidiyeti zayıflatmakta ve gelişmelerden de haberdar olma oranlarını düşürmektedir. Ki aynı tabloda görüleceği üzere, katılımcıların %56,3'ü MTO'nun proje ve faaliyetlerinden haberdar olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum Odamızın 2019 ve 2020 iş planları ile çözümlenmek üzere dikkate alınmıştır.

Buna karşılık katılımcıların yarısından fazlası (%55,5) beklenti ve ihtiyaçlarını Odaya rahatça iletebildiklerini ve çözüm önerisi alabildiklerini belirtmişlerdir. Yine katılımcıların %49,5'i ise, Odanın talep ve ihtiyaçlarını düzenli şekilde takip ettiğini belirtmişlerdir.

TOBB'un öncelikli hedeflerinin arasında ticaret odalarının, bölgesel ve yerel kalkınma konusunda önemli birer aktör olmalarının altı önemle çizilmektedir. Buna göre katılımcıların

%47,7'si Odamızın bölge ekonomisinin, %55'i ise yerel ekonominin kalkınmasında önemli ve aktif bir rol oynadığını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılanların yarıya yakını bu anlamda MTO'nun yerel ekonomi alanında aktif rol oynadığını düşünmektedirler.

Yine tabloda dikkat çeken verilerden biri de, katılımcıların Odanın kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanıp kullanmadığına ilişkin sorulan soruya verilen cevaplardır. Katılımcıların %38,8'i Odanın medyayı etkin kullanmadığını, %15,3'ü ise bu konuda kararsız olduklarını bildirmişlerdir. Raporun sonlarına doğru yer alan katılımcıların önemli bir kısmının (%69,4) Odamızın sosyal medya hesaplarını takip etmediği düşünülürse, soruya verilen yanıtlardaki çelişki dikkat çekmektedir. Ancak Odamız, 2019-2022 Stratejik Planında ve iş planlarında sosyal medya ve dijitalleşme konusunda çalışmalarını öncelikli gelişme alanına aldığından, Odamız açısından dezavantaj oluşturan bu konunun avantaja çevrilmesi yönünde faaliyetler planlanmaktadır.

Üyelerin Bölge Ekonomisine Etki Eden Faktörlerin Önemine İlişkin Görüşleri

	Boş		1		2		3		4		5	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Turizm hizmetlerinin fiyatı ve fiyat politikaları	4	2.2	11	6.0	8	4.4	20	10.9	67	36.6	73	39.9
İşletme maliyetleri	3	1.6	10	5.5	7	3.8	23	12.6	66	36.1	74	40.4
Kaliteli turist arzı	5	2.7	13	7.1	8	4.4	21	11.5	34	18.6	102	55.7
Döviz kuru	3	1.6	7	3.8	3	1.6	32	17.5	31	16.9	107	58.5
Genel fiyat artışları	5	2.7	10	5.5	12	6.6	28	15.3	44	24.0	84	45.5
Planlı etkinlikler (Fuar, Sergi vb.)	5	2.7	9	4.9	13	7.1	34	18.6	37	20.2	85	46.4
Siyasi-politik ortam	3	1.6	10	5.5	13	7.1	33	18.0	35	19.1	89	48.6
Yatırım hizmetleri	4	2.2	10	5.5	15	8.2	27	14.8	48	26.2	79	43.2
Pazarlama faaliyetleri	3	1.6	8	4.4	17	9.3	28	15.3	40	21.9	87	47.5
İşgücü ve hizmet kalitesi	4	2.2	10	5.5	8	4.4	18	9.8	39	21.3	104	56.8
Dış tehditler (Savaş, Doğal Afet vb.)	6	3.3	19	10.4	12	6.6	31	16.9	22	12.0	93	50.8
Toplam	183	100	183	100	183	100	183	100	183	100	183	100

Uygulanan anket çalışmasında, Marmaris'in ekonomik faaliyet alanlarına etkisi olduğu düşünülen faktörler sıralanmış ve görüşmecilerden bu faktörlere dair bir önem derecesi (en önemsiz 1'den en önemli 5'e kadar) belirtmeleri istenmiştir.

Dolayısıyla sağlıklı bir çözümlene yapmak adına, tüm faktörlerin oldukça önemli olduğu göz önünde bulundurularak, 5 numara içinde hangi faktörlerin ön plana çıktığı irdelenmelidir. Buna göre; sırasıyla döviz kuru (%58.5), işgücü ve hizmet kalitesi (%56.8), kaliteli turist arzı (%55.7), dış tehditler (%50.8) ve siyasi-politik ortam (%48.6), ekonomik faaliyet alanına en çok etkisi olduğu düşünülen faktörler olarak ön plana çıkmaktadır. Bu faktörler bazında düşünüldüğünde, döviz kuru ve dış tehditler hususu Marmaris Ticaret Odası'nın müdahil edemeyeceği iki alan olarak göze çarpmakla birlikte; işgücü ve hizmet kalitesi, kaliteli turist arzı ve siyasi-politik ortam faktörleri ise direkt olarak Ticaret Odası'nın faaliyet alanına dahil olmalarıyla ön plana çıkmaktadır.

Üyelerin Aldıkları hizmete İlişkin Memnuniyetleri

	Sayı	Yüzde (%)
Boş	12	6.6
Çok memnunum	41	22.4
Memnunum	63	34.3
Kararsızım	11	6
Memnun değilim	33	18.0
Hiç memnun değilim	23	12.6
Toplam	183	100

Katılımcılara Odadan aldıkları hizmeti düşündüklerinde ne kadar memnun kaldıkları sorulmuştur. Çıkan sonuçlara göre, katılımcıların %56.7'si aldıkları hizmetten memnun olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %30.6'sı memnun olmadıklarını belirtirken bu soru için kararsızlık %6 şeklindedir.

Üyelerin Odamızın sosyal medya hesaplarını takip etme durumu

	Sayı	Yüzde (%)
Evet	56	30.6
Hayır	127	69.4
Toplam	183	100

Birçok yeniliği, haberi, gelişmeyi, icraatlarını sosyal medya üzerinden paylaşan Odamızın üyelerinin önemli bir kısmının takipte olmaması, bu haberleşme ağından da eksik kaldıklarını göstermektedir.

Anket çalışması esnasında, üyelerimizin kendilerini sınırlandırmadan, bölgeye dair görüşlerini anlatabildiği, sorun alanlarını belirleyebildiği açık bir alan bırakılmıştır. Görüş ve eleştirilerin doğrudan alındığı bu bölümde sorun ve talepler üç başlık altında kategorilendirilmiştir. Bunlar (1) sektörlere yönelik sorun ve talepler, (2) MTO'ya ilişkin sorun ve talepler ve (3) genel sorun ve taleplerdir.

Sektörlere Yönelik Sorun ve Talepler

- *İstihdam edilen personellerin performans ölçümlerinin yapılması ve bunların kaydının tutulması.*

Özellikle turizm sektöründe çalışanların büyük bir çoğunluğunun sadece turizmin yoğun olduğu dönemlerde (Mayıs-Eylül) istihdam edilmesi, yine pek çoğunun salt çalışmak amaçlı Marmaris'e gelmelerinden dolayı bu işgücünün sürekli bir değişim içinde olması standart bir performans ölçümüne engel olmaktadır.

Bu bağlamda, özellikle otel ve restoran gibi hizmet kullanımı ağırlıklı, işgücü sirkülasyonun ise yoğun olduğu sektörde faaliyet gösteren görüşmeciler, işgücüne yönelik standart performans ölçümüne ve uygulanmasına yönelik, her sektör temsilcinin ortak görüşleri alınarak belirlenecek bir yöntemin hayata geçirilmesini talep etmektedir.

- *Fason üretime engel olunmalı ve faaliyet alanlarının denetimi sağlanmalı.*

Marmaris'te ticaret ile uğraşan ve bu araştırmanın aktörleri konumundaki hemen her görüşmecinin, iktisadi gelişmeye yönelik en belirgin majör taleplerinden biri "markalaşma" olmuştur. Onlara göre bu markalaşma ile sadece Marmaris bölgesinin salt coğrafi statüsünün yahut ön plana çıkarılmış belirli ürünlerinin değil, ayrıca ürün ve hizmet kalitesinin de bir marka seviyesinde olması kastedilmektedir.

Piyasadaki ürünlerin büyük bir bölümünü oluşturan ve özellikle turistlerin de ilgisini çeken ürün alanlarından biri olarak tekstil, sadece bu yönüyle değil, fason üretimin de yoğun olduğu bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Dünya çapında bilinen markalara ait ürünlerin, merdiven altı üretimle piyasaya sürülen imitasyon ürünleri, fiyat bazında daha uygun olmaları bakımından cazip gibi görünürken, bu ürünlerin özellikle yabancı turistlere maliyetinin çok üzerindeki fahiş fiyatlarla satışa sunulması, görüşmeciler açısından büyük bir problem olarak belirtilmiştir. Nitekim bu noktada, sadece ürün ya da Marmaris ticaretinin marka değerinin tahrip edilmesi değil, bunun yanında yine bu değerleri hem arttıracak hem de yurtdışında yayılmasını sağlayacak en önemli aktör olarak turistlerin güvenlerinde de bir tahrip etkisi yaratmakta olduğu dile getirilmektedir.

Bu doğrultuda görüşmeciler, tekstil başta olmak üzere, mal ve hizmet üreterek Marmaris'in turizm ekonomisinde önemli olan diğer tüm faaliyet alanlarının denetim altında tutulması gerektiğini ifade etmekle birlikte, resmi bir organ olarak Ticaret Odası'nı da bu denetim mekanizmasında yer alacak başlıca kurum olarak görmektedirler.

- *Sektörlerin kendi içindeki fiyat dengesi sağlanmalı.*

Görüşmecilerin yoğunlukla dile getirdikleri sorun alanlarından bir diğeri de ürün ve hizmetlerin fiyatlarının belirlenmesine ilişkin belirli bir standardın olmamasıdır. Konaklama, gıda, yiyecek-içecek ve tekstil sektörlerinde faaliyet gösteren görüşmecilerin daha sık dile getirdiği ile karşılaşılan bu sorunun temelinde, Marmaris turizmine ilişkin devlet organlarınca belirlenen resmi bir fiyat politikasının bulunmaması yer almaktadır. Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin, ürettikleri ürün ve hizmetlerin fiyatını belirlerken sadece kendi kar marjlarını düşünerek fiyatları çok yukarıya ya da çok aşağıya çekmeleri sektörün kendi içinde büyük bir dengesizlik ve işletme sahipleri arasında da sorunlar yaratmaktadır.

Marmaris'in turizmi açısından en kilit noktada yer alan özellikle otel ve restoranların, ağırladıkları ya da potansiyel olarak ağırlayacakları turistlerin demografik niteliklerine göre belirledikleri fiyatların kısa vadede bu sektörlerde faaliyet gösteren diğer işletmelerle aralarında kopukluk olmasına neden olduğu görülürken, bu kopukluğun ise sektörün bir bütün şeklinde hareket etmesine engel olarak uzun vadede Marmaris turizmine zarar vereceği düşünülmektedir.

MTO'ya İlişkin Sorun ve Talepler

- *Mesaj yolu ile sık sık cenaze bildirim yapılması.*

Görüşmecilerin en çok dile getirdiği sorun alanının işletme sahipleri ile Ticaret Odası arasındaki iletişim kopukluğu olduğu verisiyle birlikte, bu kopukluğun daha sık ve olabildiğince yüz yüze görüşme ile giderilmesi talebi doğrultusunda ele alındığında, Ticaret Odası'nın "cenaze" bildirimlerinin görüşmecileri oldukça rahatsız ettiği verisine ulaşılmıştır.

Bu amaçla Odamız, üyelerimize özel bir SMS ile cenaze mesajı almayı isteyip istemediklerini sormuş, SMS'te verilen link üzerinden mesajlaşma sistemimizde üye ayrıştırması yapılmıştır.

- *Evrak işleri ve prosedürün hafifletilmesi (interaktif iletişim).*

Görüşmecilerin sıklıkla dile getirdiği bir diğer sorun ise Ticaret Odası'na ilişkin gerçekleştirilen işlemlerin bürokrasisine ilişkindir. Üyelik işlemlerine dair pek çok işlemin kendileri için vakit alan prosedürlerden oluştuğunu belirten ve bu sürecin sağaltılması yönünde talebi olan görüşmeciler, bu tarz işlemlerin online bir sistem üzerinden interaktif bir şekilde gerçekleştirilebilmesini beklemektedir.

Üyelerimizden gelen bu yorum, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğimizin yoğun emek ve çalışmalarıyla üyelik işlemlerini 1 güne indirilmesi sürecinden habersiz olduğunu göstermektedir. Bu konuda, üyelerimizin Odamızın yönetmelik ve yasal mevzuatlarla ilgili yaptığı bilgilendirmelerden haberdar olmadığını göstermektedir. **Bu amaçla Odamız sosyal medya hesaplarının “tanınırlığını” artırmak için billboard ve raketler hazırlayarak Marmaris’in en işlek caddelerine yerleştirmiş, sponsorlu tanıtımlara çıkmıştır.**

- *Hukuki sorunlarda çözüm önerisi sunacak danışmanlar.*

Görüşme gerçekleştirilen işletme sahipleri, ticari yaşamlarında karşılaştığı problemlerin büyük bir kısmının hukuksal zemini olduğunu ifade etmiştir. Kamusal ya da özel bankalarla kurulan kredi ilişkileri başta olmak üzere, ticaret alanına ve işgücü ilişkilerine dair hukuki bağıntısı olan tüm konularla ilgili yetersizliklerini belirten görüşmeciler, bu gibi durumlarla karşılaştıklarında kendilerine bilgi ve prosedür bakımından bilgi verecek, kendilerini yönlendirecek uzman hukukçulardan destek almak istediklerini vurgulamışlardır.

Yine Odamızda 10 yıldır görev yapan ve her türlü iletişim mecrasında dile getirdiğimiz Hukuk Biriminden üyelerimizin haberdar olmaması iletişim stratejimizi güçlendirmemiz yönünde çalışmalarımızı hızlandırmıştır.

- *Yetersiz tanıtım ve özellikle yurtdışı fuarlarında aktif yer alma ve markalaşma ihtiyacı*

Yukarıda ifade edilen “markalaşma” gereksinime paralel olarak görüşmeciler, bu markalaşmanın ortaya çıkarılması ve kalıcı hale getirilebilmesi adına Ticaret Odası’nın özellikle yurtdışındaki faaliyet alanını genişletmesi gerektiğini dile getirmiştir.

Ticaret Odası’nın, turizm alanında gerçekleştirilen uluslararası fuar ve etkinliklere katılıp katılmadığı, katılıyorsa dahi bunun ne sıklıkla ve hangi alanlarda gerçekleştiği gibi konularda bilgi sahibi olmadıklarını (burada bilgilendirilmediklerinin altını çizmektedirler) dile getirmişlerdir. Özellikle kendi sektörlerinin de tanıtım faaliyetleri doğrultusunda uluslararası fuarlara etkin katılımın önemine vurgu yapan görüşmeciler, bu faaliyet ve organizasyonlara kendilerinin de dâhil edilmelerini talep etmektedir.

Odamız, fuar giderlerindeki artış nedeniyle, 2019-2020 döneminde sosyal medya üzerinden sponsorlu tanıtımlara çıkmayı iş planlarına almıştır. Hem Marmaris tanıtımı hem de sektörel bazda tanıtım materyalleri kullanılarak hedef ülke ve yaş aralığına özgü tanıtımlar gerçekleştirilmektedir.

- *Diğer odalarla iletişim içinde olunması ve tüm turizm sektörü için bu odaların ortak hareket etmesi ve STK’lar ile iş birliği içinde yürütülecek proje ve faaliyet gerekliliği.*

Alan araştırması sürecinde karşılaşılan en belirgin sorunlardan birinin Ticaret Odası ile üyelerinin arasındaki iletişim eksikliği olduğu hususuna değinmekle birlikte, görüşmeciler iletişim eksikliğini sadece oda ile üyeler arasında değil, Marmaris'te faaliyet gösteren odaların kendi içinde de olduğunu belirtmiş ve bunun Marmaris'in gelişiminde önemli bir eksiklik olarak özenle vurgulamışlardır.

Yine sıklıkla dile getirilen, Marmaris'in ekonomik, kültürel, coğrafi ve ürün bazlı temel bir markalaşma ve tanıtımı ihtiyacının gerçekleştirilememesinin başlıca nedenlerinden biri, görüşmecilere göre bu alanlarda faaliyet gösteren tüm kurum, kuruluş ve kişilerin birlik içinde hareket etmemesidir.

2019-2022 Stratejik Plan döneminde Odamız, öncelikle ilçedeki kurum ve kuruluşlarla birlikte çalışarak, üyelerimizin ve Marmaris'in sorunlarına ortak akılla ortak hedef doğrultusunda projeler üretmeyi hedeflemiştir. Bu amaçla 2020 yılı için Odamız meslek komiteleri ile Marmaris Belediyesi ve Marmaris Kaymakamlığı ile ilgili ilçe müdürlüklerinin katılımının sağlanacağı sektör-kamu kurumu buluşmaları planlanmıştır.

- *Kredi talebi ve kullanımları başta olmak üzere özel ve kamusal bankalar ile iş birliği yapılması.*

Ticarete konu olan en önemli unsur sermaye, ticaret alanında faaliyet gösteren tüm kişiler için ise en önemli unsur bu sermayenin sağlanması ve sürdürülebilir hale getirilmesidir. Doğal olarak Marmaris'te faaliyet gösteren tüm ticari işletmeler için de bu önerme geçerli olup, bunun önemi sektöre ve faaliyet alanına göre daha belirgin hale gelebilmektedir.

Özellikle daha küçük ölçekli işletmeler açısından ticari faaliyet konusunda hayati öneme sahip olan sermaye olgusu, bu işletmeler tarafından çoğunlukla "kredi" yolu ile sağlanmaktadır. Görüşülen bahsi geçen küçük ölçekli işletme sahiplerinden hemen hepsi, görüşme yapılan dönemde kredi kullanmış olduklarını ve kredi borcu süreçlerinin devam ettiğini dile getirmişlerdir.

Odamız, her yıl çeşitli bankalarla düşük faizli kredi anlaşmaları imzalamaktadır. 2019 yılında Şeker Bank, Halk Bankası, FibaBank ve TEB ile düşük faizli destek kredilerine yönelik anlaşma imzalanmıştır. Ancak üyelerimizin bu konuda talepleri dikkate alınarak daha çok banka bu sürece dahil edilecektir.

- *Yatırımcılara teknik ve mali destek verilmeli.*

Yukarıda ifade edilen, işletme sahiplerinin banka kredilerinin talebi ve kullanılması aşamasında bekledikleri uzman desteğinin bir diğer uzantısı ise yatırım aşamasında

bekledikleri destektir. Görüşmeciler, salt sermaye ihtiyacının karşılanması sürecinde değil, bu sermaye kullanımının hem kendilerine hem de Marmaris'e uzun vadede nasıl daha iyi yarar sağlayabileceği hususunda da uzman bir desteğe ihtiyaç duyduklarını belirtmektedirler.

Odamızın, KOSGEB, Eğitim Proje Danışmanlık ve Dış Ticaret Birimleri bu alanlarda danışmanlık ve destek vermektedir. Ancak üyelerimizin talepleri doğrultusunda birimlerimizin tanıtımına önem verilecektir.

- *Üyelerin ve ailelerinin faydalanabileceği sağlık ve sosyal hizmet faaliyetleri oluşturulmalı (bakım hizmeti, kreş, sağlık desteği vb.).*

Görüşmecilerin, Marmaris Ticaret Odası ile Esnaf Odası arasında yaptığı iletişim, üyelerle ilgilenme ve sahaya aktif katılım şeklinde başlıklandırılan kıyaslamalara dahil olan bir diğer alan ise sosyal hizmet alanlarına yöneliktir. Esnaf Odası'nın üyelerine sunduğu özellikle sağlık hizmeti başta olmak üzere, bakım evi ve kreş gibi uygulamalarının Ticaret Odası tarafından da hayata geçirilmesini beklediklerini ifade eden görüşmeciler, bu tarz uygulamaların hem kendileri açısından odayla ilişkilerini güçlendireceğini, hem de sektörde faaliyet gösteren işletmeler açısından olumlu sonuçlar yaratacağını dile getirmektedirler.

Ancak Odamızın, bu süreçte üyeleriyle rekabet etmeme ilkesi kapsamında, kar getirici bir faaliyet yürütmesi düşünülemeyeceğinden, Odamız hastane, kargo, akaryakıt, özel okul ve kreşlerle indirim anlaşması imzalayarak belirli oranlarda üyelerimize indirim imkanı sunmaktadır.

Genel Sorun ve Talepler

- *Turizmin sadece yaz döneminde sınırlı kalması ve kış turizminin de işlerliğini arttırarak turizm faaliyetlerinin yılın tüm dönemlerine yayılması.*

Görüşme yapılan tüm işletme sahipleri, Marmaris'in "turizm sezonundaki" hareketliliğinden memnun olduklarını dile getirmekle birlikte, yine büyük bir çoğunluğu bu turizmin Marmaris adına yeterli olmadığı konusunda da hemfikirdir.

Yukarıda belirtilen "markalaşma" ihtiyacı başta olmak üzere, ticari faaliyet alanlarının belirli bir dönemle sınırlı kaldığını belirten görüşmeciler, bu dönemin genişletilmesinin Marmaris turizminin marka haline gelmesinde en önemli etkenlerden biri olduğunu ifade etmektedirler. Bu bağlamda, kış turizmi ve buna yönelik etkinlikler üzerinde proje geliştirmenin ise Marmaris Ticaret Odası'nın öncelikli alanı olması gerektiği hususu, neredeyse tüm katılımcılar tarafından sıklıkla tekrarlanmaktadır.

Odamız 2009 yılından bu yana Marmaris turizminin çeşitlendirilmesi için Beşi Bir Yerde adını verdiği projeleri yürütmektedir. Nitekim 2018 yılında Odamız üyesi, Odamızın analiz ve araştırmalarını yaptığı kaplıca sağlık turizmi için tesisini dönüştürmüş ve kışın da hizmet verir hale gelmiştir. Ayrıca Odamız, Rota Marmaris projesi ile hem yurtiçinde hem de yurtdışında yüz yüze ve sosyal medya tanıtımları yapmaktadır.

▪ *Toptancı hali kurulmalı.*

Görüşmeciler, Marmaris'in ticari faaliyet alanındaki en önemli eksikliklerden birinin toptancı halinin yer almadığı olduğunu belirtmektedirler. Konaklama, restoran ve yiyecek-içecek sektörlerinin ticari hayatın başını çektiğini ifade eden görüşmeciler, bu alanlarda kullanılan gıda ürünlerinin Marmaris dışından getirilmesinin kendilerine ekstra bir maliyet yarattığını ve kurulacak bir toptancı halinin bu maliyetleri aşağı çekeceği ifade etmektedirler. Bununla birlikte görüşmeciler, bu uygulamanın aynı zamanda da gıda ürünlerine ait yeni ticaret alanları yaratarak Marmaris'in katma değer üretimine katkıda bulunacağını konusunda da ortak fikre sahiptirler.

B. ODAMIZIN BAŞLICA FAALİYETLERİ

Odamız, üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak amacıyla ilgili kanunla belirlenmiş mevzuatlar çerçevesinde çalışmalarını yürütmektedir. Odamızın başlıca hizmetlerini şöyle sıralayabiliriz:

1. Tescil İşlemleri
2. Tasdik İşlemleri
3. Sigorta Acenteleri İşlemleri
4. Kapasite Raporu-Ekspertiz Raporu ve İş Makinesi Tescil İşlemleri
5. KOSGEB Sinerji Odağı
6. İhracat Devlet Teşvikleri Konularında Danışmanlık
7. Rayiç Bedel Belirleme
8. Marmaris Ticaret Odası Gelişim Akademisi
9. Vize Hizmetleri- Schengen Vize Ofisi
10. Günlük ve İmece Dergileri
11. Mesleki Yeterlilik Belgesi Danışmanlığı
12. İş Geliştirme Danışmanlığı

C. SAYILARLA ODAMIZ

Müdürlüğümüz faaliyet raporu, belge ve tescil sayıları, açılış ve kapanış sayıları, açılışların ve kapanışların meslek gruplarına göre dağılımı, ticaret sicil harcı tahsilâtları ve 2018 ile 2019 yılları karşılaştırması başlıkları altında ele alınmıştır.

1. 2019 YILI BELGE VE TESCİL SAYILARI:

2019 yılında Müdürlüğümüze tescil ve belge talebiyle başvurup, kanuni harç tutarını Odamız veznesine ödeyen ve tescil işlemi için gerekli belgeleri tam, eksiksiz ve düzgün olan üyelerimizin gerçekleştirmiş olduğu işlemlere ait veriler şöyle gerçekleşmiştir:

a- Tescil ve Belge Sayıları: 2019 yılında Müdürlüğümüzde 1298 adet tescil işlemi gerçekleştirilmiştir. **Müdürlüğümüze gelen evrak sayısı 3678, Müdürlüğümüzden giden resmi evrak sayısı ise 3301 adet olarak gerçekleşmiştir.**

2. 2019 YILI AÇILIŞ VE KAPANIŞ SAYILARI:

Müdürlüğümüzde 2019 yılında yeni kayıtlar ve kapanışlara ilişkin veriler aşağıdadır.

a. Kuruluşlar: 176 limited şirket, 19 anonim şirket ve 81 şahıs işletmesi kuruluşu gerçekleştirilmiştir. 81 şahıs işletmesinin 32'si tekneci olduğundan oda kaydını Deniz Ticaret Odası' na, kalan 49 şahıs işletmesi ise Odamıza kaydını yaptırmıştır. 13 firma merkez nakli, 100 firma şube açılışı yaparak Müdürlüğümüze kaydolmuştur. Nakil gelen 13 firmanın 10'u limited, 2'si anonim şirket, 1'i de şahıs işletmesi, açılan 100 şubenin 33'ü anonim şirket, 56'sı limited şirket ve 11'i ise şahıs işletmesi şubesidir. Buna göre **toplam yeni kayıt sayısı 391** olmuştur.

b. Kapanışlar: 2019 yılında 80 şahıs ve 49 şube işletmesinin kapanış tescili gerçekleştirilmiştir. 29 işletme tasfiye sürecini tamamlayarak, 14 işletme merkezini başka bir sicil müdürlüğüne taşıyarak ve 2 işletme ise birleşme sonucu ticaret sicilden terkin edilmiştir. Böylelikle **toplam kapanış sayısı 174** olarak gerçekleşmiştir.

3. MESLEK GRUPLARINA GÖRE AÇILIŞ VE KAPANIŞLARIN DAĞILIMI:

Burada belirtmemiz gereken önemli husus, Müdürlüğümüze kayıt yaptıran veya Müdürlüğümüzden kaydını sildiren, Deniz Ticaret Odası' na bağlı işletmelerin 12.meslek grubunda olduğudur. Bu sebeple Odamız ile Müdürlüğümüzün bu meslek gruplarındaki verilerinde farklılık oluşmaktadır.

a. 2019 Yılında Yeni Kayıtların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı:

2019 yılı yeni kayıt sayısı Odamız verilerine göre 358, ticaret sicili verilerine göre ise 391 adet olup, aradaki 33 adet fark Müdürlüğümüzden ticaret sicili kaydı alarak Deniz Ticaret Odası' na yapılan kayıtlardır.

2019 yılında en çok yeni kayıt 68 yeni kayıtla cafe-bar-restaurant işletmelerinin bulunduğu 9.meslek grubuna yapılmıştır. 2.sırada 50 yeni kayıtla konaklama işletmelerinin bulunduğu 8.meslek grubu bulunmaktadır. 3.sırada ise 37 adet yeni kayıtla inşaat işletmelerinin bulunduğu 2. meslek grubu bulunmaktadır.

b. 2019 Yılı Kapanışların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı:

2019 yılı kapanışları incelendiğinde en çok kapanışın 15 adet kapanışla tekstil satışı yapan işletmelerin bulunduğu 5.meslek grubunda olduğu görülmektedir. Ardından 14 adet kapanışla kafe-bar-restaurant işletmelerinin bulunduğu 9.meslek ve 10 adet kapanışla market işletmelerinin bulunduğu 4. meslek grubu gelmektedir.

2019 YENİ KAYITLAR	
MESLEK GRUBU	
1.MESLEK GRUBU	11
2.MESLEK GRUBU	37
3.MESLEK GRUBU	11
4.MESLEK GRUBU	36
5.MESLEK GRUBU	21
6.MESLEK GRUBU	26
7.MESLEK GRUBU	4
8.MESLEK GRUBU	50
9.MESLEK GRUBU	68
10.MESLEK GRUBU	21
11.MESLEK GRUBU	33
12.MESLEK GRUBU	44
13.MESLEK GRUBU	29
TOPLAM	391

2019 KAPANIŞLAR	
MESLEK GRUBU	
1.MESLEK GRUBU	0
2.MESLEK GRUBU	6
3.MESLEK GRUBU	5
4.MESLEK GRUBU	10
5.MESLEK GRUBU	15
6.MESLEK GRUBU	3
7.MESLEK GRUBU	3
8.MESLEK GRUBU	7
9.MESLEK GRUBU	14
10.MESLEK GRUBU	4
11.MESLEK GRUBU	0
12.MESLEK GRUBU	13
13.MESLEK GRUBU	0
TOPLAM	174

4. 2019 YILI TİCARET SİCİLİNDEN GELİRLER:

Ticaret sicili belge ve tescil işlemleri için 2019 yılında Odamız veznesine 967.640.TL ticaret sicili harcı ödenmiş olup, 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu' nun 1532.maddesi gereği bunun 212.576,89.TL. kısmı Odamıza gelir olarak aktarılmıştır. Buna göre 2019 yılında Odamıza ticaret sicili harçları üzerinden 212.576,89.TL. ve ticaret sicili işlemleri üzerinden 768.810.TL hizmet geliri olmak üzere toplam 981.386,89.TL gelir sağlanmıştır.

5. 2018 – 2019 KARŞILAŞTIRMALI İNCELEME:

2018 ve 2019 yılları arasındaki karşılaştırma ticaret sicili harcı tahsilâtları ve yeni kayıtlar ve terkinler açısından karşılaştırma olarak iki başlık altında ele alınacaktır.

a. Ticaret Sicilinden Gelirler Açısından:

2018 yılında toplam 778.142,40.TL olan ticaret sicili harç tahsilâtları, **2019 yılında ise yaklaşık %24,4 artarak toplam 967.640.TL** olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında 464.540.TL olan ticaret sicili işlemleri üzerinden hizmet gelirleri 2019 yılında %65,5 oranında artarak 768.810.TL olmuştur.

b. Ticaret Siciline Yeni Kayıtlar ve Ticaret Sicilinden Terkinler Açısından:

2018 yılında 319 olan ticaret siciline yeni kayıt sayısı 2019 yılında %22 oranında artış göstererek 391 olarak gerçekleşmiştir. Ticaret sicilinden terkinler açısından bakıldığında ise 2018 yılında 201 adet olan ticaret sicilinden terkin sayısı, 2019 yılında ise %13 oranında azalış göstererek 174 adet olarak gerçekleşmiştir.

**2018 VE 2019 YILLARI YENİ KAYITLAR
AÇISINDAN YILLIK KARŞILAŞTIRMA**

MESLEK GRUBU	2018	2019
1.MESLEK GRUBU	14	11
2.MESLEK GRUBU	31	37
3.MESLEK GRUBU	5	11
4.MESLEK GRUBU	26	36
5.MESLEK GRUBU	18	21
6.MESLEK GRUBU	29	26
7.MESLEK GRUBU	9	4
8.MESLEK GRUBU	29	50
9.MESLEK GRUBU	40	68
10.MESLEK GRUBU	25	21
11.MESLEK GRUBU	39	33
12.MESLEK GRUBU	39	44
13.MESLEK GRUBU	15	29
TOPLAM	319	391

**2018 VE 2019 YILLARI TERKİNLER
AÇISINDAN YILLIK KARŞILAŞTIRMA**

MESLEK GRUBU	2018	2019
1.MESLEK GRUBU	9	0
2.MESLEK GRUBU	17	6
3.MESLEK GRUBU	14	5
4.MESLEK GRUBU	28	10
5.MESLEK GRUBU	24	15
6.MESLEK GRUBU	7	3
7.MESLEK GRUBU	5	3
8.MESLEK GRUBU	14	7
9.MESLEK GRUBU	18	14
10.MESLEK GRUBU	25	4
11.MESLEK GRUBU	17	0
12.MESLEK GRUBU	15	13
13.MESLEK GRUBU	8	0
TOPLAM	201	174

6. ÜYE İSTATİSTİKLERİ

2019 YILI MESLEK GRUPLARINA GÖRE ÜYE SAYILARI	
MESLEK GRUBU	SAYI
TARIM VE HAYVANCILIK VE İMALAT	74
İNŞAAT	294
TOPTAN PERAKENDE	114
GIDA	268
TEKSTİL	216
OTOMOTİV AKARYAKIT TAŞIMA	230
KUYUMCU VE SAATÇİLER	99
KONAKLAMA	477
RESTORAN-YİYECEK-İÇECEK	277
BİLGİ-BASIN-MÜHENDİSLİK	248
BANKA SİGORTA VE EMLAK	229
EĞİTİM SAĞLIK SPOR	82
DENİZCİLİK	240
TOPLAM	2848

7. MALİ İSTATİSTİKLERİ

Kuruluşun bütçesi, yılbaşından sonuna kadar bir yıla ait gelir ve gider tahminlerini gösteren, gelirlerin toplanmasına, hizmetlerin yapılmasına ve harcamalara izin veren bir meclis kararıdır. Bütçe; oda plan ve programlarının gerekleri ile fayda ve maliyet unsurları göz önünde tutularak verimlilik, tutumluluk ilkelerine ve hesap dönemine göre hazırlanır ve uygulanır.

5174 Sayılı Kanunun Ön Gördüğü Oda Gelir Ve Giderleri;

5174 sayılı kanun çerçevesinde Oda Gelirleri;

- 1) Kayıt ücreti.
- 2) Yıllık aidat.
- 3) Munzam aidat.
- 4) Yapılan hizmetler karşılığı alınan ücretler.
- 5) Belge bedelleri.
- 6) Yayın gelirleri.
- 7) Bağış ve yardımlar.
- 8) Para cezaları.
- 9) Gemilerden alınacak ücretler.
- 10) Misil zamları.
- 11) Faiz gelirleri.
- 12) Kira gelirleri.
- 13) Kambiyo gelirleri.
- 14) Menkul kıymet satış gelirleri.
- 15) Finansman gelirleri.
- 16) Tarife tasdik ücreti.
- 17) Şube ve temsilcilik gelirleri.
- 18) Sair gelirler.

5174 sayılı kanun çerçevesinde Oda Giderleri;

- 1) Personel giderleri.
- 2) Huzur hakkı giderleri.
- 3) Genel yönetim giderleri.
- 4) Seyahat ve yol giderleri.
- 5) Eğitim ve fuar giderleri.
- 6) Basın ve yayın giderleri.
- 7) Bağış ve yardımlar.
- 8) Birlik aidatı, kanuni aidat, pay ve fonlar.
- 9) Dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler.
- 10) Vergi, resim ve harçlar.
- 11) Faiz giderleri.
- 12) Kira giderleri.
- 13) Kambiyo giderleri.
- 14) Menkul kıymet satış giderleri.
- 15) Finansman giderleri.
- 16) Sabit kıymetler gideri.
- 17) Şube ve temsilcilik giderleri.
- 18) Sair giderler.

YILLARA GÖRE BİLANÇOSU

YILLAR	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BİLANÇO	7.782.895,05 ₺	8.482.690,33 ₺	9.035.123,56 ₺	8.673.133,43 ₺	9.176.356,37 ₺	10.495.708,50 ₺

YILLAR İTİBARI İLE MTO GELİR ve GİDER BÜTÇESİ

YILLAR	BÜTÇE	TAHMİN EDİLEN BÜTÇE	FİİLİ GERÇEKLEŞME	GERÇEKLEŞME ORANI
2014	GELİR	2.967.000,00 ₺	2.324.296,37 ₺	78,34%
	GİDER	2.967.000,00 ₺	2.094.930,61 ₺	70,61%
	GİDER	1.100.000,00 ₺	970.883,47 ₺	88,26%
2015	GELİR	2.877.000,00 ₺	2.355.116,00 ₺	81,86%
	GİDER	2.877.000,00 ₺	2.326.363,00 ₺	80,86%
2016	GELİR	2.975.000,00 ₺	2.704.794,88 ₺	90,91%
	GİDER	2.975.000,00 ₺	2.216.016,79 ₺	74,48%
2017	GELİR	3.444.000,00 ₺	2.120.207,77 ₺	61,56%
	GİDER	3.444.000,00 ₺	2.792.567,15 ₺	81,08%
2018	GELİR	3.205.375,00 ₺	2.895.427,87 ₺	90,42 %
	GİDER	3.205.375,00 ₺	2.437.069, 78 ₺	76,03 %
2019	GELİR	4.200.000,00 ₺	3.748.078,72 ₺	89,23 %
	GİDER	4.200.000,00 ₺	3.170.859,53 ₺	75,49 %

MARMARİS TİCARET ODASI					
2019 YILI FASIL BAZINDA GİDER BÜTÇESİ GERÇEKLEŞME RAKAMLARI			2019 YILI FASIL BAZINDA GELİR BÜTÇESİ GERÇEKLEŞME RAKAMLARI		
FASIL KODU	FASIL ADI	GERÇEKLEŞME	FASIL KODU	FASIL ADI	GERÇEKLEŞME
002.01	PERSONEL GİDERLERİ FASLI	1.736.824,53 TL	001.01	KAYIT ÜCRETLERİ FASLI	136.040,00 TL
002.02	HUZUR HAKKI GİDELERİ FASLI	0,00 TL	001.02	YILLIK AİDATLAR FASLI	1.481.573,22 TL
002.03	GENEL YÖNETİM GİDERLERİ FASLI	12.026,25 TL	001.03	MUNZAM AİDATLAR FASLI	841.661,13 TL
002.04	SEYEHAT VE YOL GİDERLERİ FASLI	80.172,49 TL	001.04	YAPILAN HİZMETLER KARŞILIĞI ALINAN ÜCRETLER FASLI	1.001.005,92 TL
002.05	EĞİTİM VE FUAR GİDERLERİ FASLI	63.827,19 TL	001.05	BELGE BEDELLERİ FASLI	28.830,00 TL
002.06	BASIN YAYIN GİDERLERİ FASLI	98.439,13 TL	001.06	YAYIN GELİRLERİ FASLI	0,00 TL
002.07	BAĞIŞ VE YARDIMLAR FASLI	9.283,86 TL	001.07	BAĞIŞ VE YARDIMLAR FASLI	0,00 TL
002.08	BİRLİK AİDATI, KANUNİ AİDAT PAY VE FON FASLI	336.836,30 TL	001.08	PARA CEZALARI FASLI	0,00 TL
002.09	DIŞARIDAN SAĞLANAN FAYDA VE HİZMETLER FASLI	588.882,19 TL	001.09	MİSİL ZAMLARI FASLI	0,00 TL
002.10	VERGİ RESİM VE HARÇLAR FASLI	12.139,33 TL	001.10	FAİZ GELİRLERİ FASLI	234.270,67 TL
002.11	FAİZ GİDERLERİ FASLI	0,00 TL	001.11	KİRA GELİRLERİ FASLI	15.200,56 TL
002.12	KİRA GİDERLERİ FASLI	0,00 TL	001.12	KAMBİYO GELİRLERİ FASLI	0,00 TL
002.13	KAMBİYO GİDERLERİ FASLI	0,00 TL	001.13	MENKUL KIYMET SATIŞ GELİRLERİ FASLI	0,00 TL
002.14	MEKUL KIYMET SATIŞ GİDERİ FASLI	0,00 TL	001.14	FİNANSMAN GELİRLERİ FASLI	0,00 TL
002.15	FİNANSMAN GİDERLERİ FASLI	384,62 TL	001.15	TARİFE TASTİK ÜCRETLERİ FASLI	2.640,00 TL
002.16	SABİT KIYMET GİDERLERİ FASLI	230.603,70 TL	001.16	SAİR GELİRLER FASLI	6.857,22 TL
002.17	SAİR GİDERLER FASLI	1.439,94 TL			3.748.078,72 TL
		3.170.859,53 TL			

T.C.MARMARİS TİCARET ODASI		2019
YILI FİİLİ GELİR DÖKÜMÜ(TL)		
GELİRİN NEV'İ	TUTARI	
KAYIT ÜCRETİ	136.040,00	
YILLIK AİDAT	1.481.573,22	
MUNZAM AİDAT	841.661,13	
MUAMELE TESCİL ÜCRETİ	0,00	
HİZMET KARŞILIĞI ALINAN ÜCRETLER	1.001.005,92	
BELGE BEDELLERİ	28.830,00	
YAYIN GELİRLERİ	0,00	
BAĞIŞ VE YARDIMLAR	0,00	
MİSİL ZAMLARI	0,00	
PARA CEZALARI	0,00	
FAİZ GELİRLERİ	234.270,67	
KİRA GELİRLERİ	15.200,56	
KAMBİYO GELİRLERİ	0,00	
MENKUL KIYMET GELİRLERİ	0,00	
FİNANSMAN GELİRLERİ	0,00	
TARİFE VE TASDİK ÜCRETİ	2.640,00	
ŞUBE VE TEMSİLCİLİK GELİRLERİ	0,00	
SAİR GELİRLER	6.857,22	
2019 YILI FİİLİ GELİR YEKÜNÜ	3.748.078,72	
ŞARTLI BAĞIŞLAR (-)	0,00	
2020 YILI BİRLİK AİDATINA ESAS ALINACAK FİİLİ GELİR	3.748.078,72	

D. İŞ PLANI GERÇEKLEŞME RAPORU

Yasal Mevzuat ve Kuruluşumuz

Marmaris Ticaret Odası üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, mesleki disiplin, ahlak ve dayanışmayı korumak ve ilgili mevzuatla odalara verilen görevleri yerine getirmek amacıyla kurulan tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşudur. Marmaris Ticaret Odası'nın sorumlulukları ve yükümlülükleri Anayasa'nın 135'inci maddesine dayanmaktadır. Bu kapsamda toplumsal yaşam açısından taşıdığı önem ışığında odanın temel nitelikleri normlar hiyerarşisinin en üst basamağı olan Anayasa'da düzenlenmektedir. Bu doğrultuda, mesleki örgütlenmenin birincil kaynağı Anayasa'dır.

Muğla Ticaret Odası'nın Marmaris Ticaret Ajanlığı'na kayıtlı 884 tacir üyemizin oda hüviyeti kazanma istemleriyle 13.05.1994 tarihinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na müracaatları ve tetkik ve incelemeler sonucunda Sanayi ve Ticaret Bakanlığının 25.07.1994 tarih ve 1994/50 sayılı kuruluşuna izin veren yazı ile Marmaris Ticaret Odası olarak kurulmuştur.

Tüm üyelerin Adalet Bakanlığı nezdinde Marmaris'te Ticaret Sicil Memurluğu kurulmasına yönelik müracaatları Adalet Bakanlığının Hukuk İşler Genel Müdürlüğü'nce 29.02.1995 tarih ve BO3OHİ600000-76225-T-S2253 sayılı yazı ile kabul edilerek Marmaris Ticaret Sicil Memurluğu kurulmuştur. Kuruluşların akabinde 09.10.1994 tarihinde oda organ seçimleri yargı gözetiminde yapılarak tüm üyelerin oda ve ticaret sicili dosya ve defterleri Muğla'dan devir alınmış, oda faaliyetlerine ve sonrasında 14.02.1995 tarihinde ticaret sicil işlemlerine başlanmıştır.

Üyelerimize vereceğimiz hizmet standardının artırmak için, Odamız 2013 Şubat ayında Kalite Yönetim Sistemi Belgesi için başvurusunu yapmış ve Türk Standartları Enstitüsü'nün yapmış olduğu denetimin ardından ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi Belgesini almaya hak kazanmış olup, üyelerine verdiği kaliteli hizmeti tescilletmiş olmanın haklı gururunu yaşamıştır.

2009 yılında TOBB Oda/Borsa Akreditasyon Sistemin etkinliğinin gözden geçirilmesi ve İngiltere Odalar Birliğinin hazırladığı "2008 Akreditasyon Kılavuzu" nun tüm Oda/Borsalar tarafından uygulanabilirliğinin tespiti amacı ile İngiltere Odalar Birliği ve TOBB uzmanları 9 ay süren bir çalışma yapmış, bu çalışma sonucunda da "2010 Akreditasyon Kılavuzu" yayınlanmıştır.

Bugüne kadar, 9 Dönemde 110 Oda ve 42 Borsa olmak üzere toplam 152 Oda/Borsa akredite edilmiştir. 10. Dönem 40 Oda/Borsamızın ve 11. Dönem 41 Oda/Borsamızın akreditasyon çalışmalarına ise halen devam edilmektedir. Marmaris Ticaret Odası 10. Dönem Odalar arasında yer almakta olup 1 Aralık 2014 tarihinde gerçekleştirilen Akreditasyon Standardı Denetiminden sonra 55 puanla B kategoride akredite olmuştur. 22.09.2017 tarihinde yapılan belge yenileme denetiminde 60,3 puanla A kategorisine yükselen Odamız, akreditasyon ve kalite standartlarına uygun şekilde üye hizmetleri ve projeler gerçekleştirmeye devam etmektedir.

1 Aralık 2018 tarihinde gerçekleştirilen ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemi revizyonu ardından belge denetiminde başarılı olmuş ve sistemini revize etmiştir.

Üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, meslekî faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, mensuplarının birbirleri ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere meslekî disiplin, ahlâk ve dayanışmayı korumak ve 5174 sayılı kanunda yazılı hizmetler ile mevzuatla odalara verilen görevleri yerine getirmek amacıyla kurulan, tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşudur.

Kurumsal Kimliğimiz: Kalite Politikamız-Misyonumuz-Vizyonumuz- Temel Değerlerimiz

2018 yılı seçimlerinden sonra hazırlanan Stratejik Planımız, Yönetim Kurulumuzda meydana gelen değişiklikten sonra revizyona uğramış 2019-2022 Stratejik Planını olarak yeniden hazırlanmıştır. TS EN ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemini 1 Aralık 2018 tarihinde yenileyen Odamız hem akreditasyon hem de kalite yönetim sistemini çalışanları, üyeleri ve paydaşları ile birlikte kurmuştur. Süreçlerin yönetiminde personelin motivasyonunu baz alan Odamız, 2019-2022 stratejik plan döneminde çevreye duyarlı, üye ve personel memnuniyeti ön planda tutan, dijitalleşme konusunda çağın gereklerine ayak uyduran ve bu konuda üyelerini bilgilendiren, üyelerine danışmanlık konusunda öncü ve paydaşları ile işbirliği içinde çalışarak Marmaris'e katkı koyan bir meslek odası olacaktır.

Kalite Politikamız

1994 yılında kurulmuş olan Odamız, TOBB ve mevzuatlarına bağlı olarak çalışır ve yüzde yüz üye memnuniyetini hedefler. Marmaris'in ekonomik ve sosyal hayatının gelişmesine yönelik özellikle turizm ve tarım sektörlerine katkıda bulunmayı, tarihimize ve kültürümüze sahip çıkmayı kalite politikası olarak benimser. Çalışanların bilgi ve deneyimlerini paylaşabileceği, takım çalışmalarına uygun bir ortam oluşturulmuş olup Üst Yönetim, toplam kalite kurallarına önem vermeleri için çalışanları sürekli eğitir. Üyelerine hizmet sunumunda standart bir performans seviyesi elde edilmesine çalışılarak eğitim, danışmanlık ve proje hizmetleri üretir. Üyelerin Oda hizmetleri kapsamındaki taleplerini gerçekleştirmeyi ve hizmetlerini belirlenen periyotlarda gözden geçirerek sürekli iyileştirmeyi sağlar.

Misyonumuz

5174 sayılı TOBB yasası ile kurulmuş olan Marmaris Ticaret Odası sürekli gelişen katma değer yaratan ve özgün bir kentleşme için mevcut yasa ve mevzuatlar çerçevesinde görevlerini yerine getirir. Üyelerine kaliteli hizmet ilkelerinden ödün vermeden % 100 Üye memnuniyetini hedefleyen odamız misyonu:

- Akredite oda olarak her alanda hizmetlerini verirken dünya standartlarına ulaşmak,
- Üyelerine, müşterilerine ve paydaşlarına kaliteli hizmet sunmak,
- Marmaris Yarımadasında ticari faaliyetlerin artırılmasına katkı sağlayarak ticareti geliştirmek,
- Üyelerinin sektördeki ulusal ve uluslararası rekabet edebilirliğini artırmak,
- Üyelerine Hukuki ve Mali konularda danışmanlık yapmak,
- Üyelerin yerel ve uluslararası ölçekte tanıtımını yapabilmek,

- Çalışanlarının ve üyelerinin eğitim, proje, ARGE, inovasyon, dış ticaret, girişimcilik gibi konularda ihtiyaçlarını karşılamak
- Üyelerinin bulunduğu bölgelerden “her üyeye bir proje” sloganıyla proje üretmelerini sağlamak, böylelikle her sektörde katma değer yaratacak projeler üretmek.

Vizyonumuz

Muğla ili Marmaris ilçesinde kurulan Marmaris Ticaret Odası yörenin doğal kültürel ve tarihi zenginliklerini koruyarak ekonomik büyümeyi sağlamayı benimser ve üyelerinin ekonomik durumunun gelişmesine yardımcı olarak yaşam kalitesini yükseltmeyi sürekli önde tutar. Bu ilkeleri koruyarak üye memnuniyetini esas alırken meslek ahlakı ve güveni tesis eden sosyal sorumluluk bilinci içerisinde bölgesinde lider bir oda olmayı amaçlayan Odamızın vizyonu;

- Marmaris’e ait tüm değerleri ortaya çıkararak, koruyucusu olan, kente ait ticari hayatın gelişimini sağlayan, üyelerinin ve tüm paydaşlarının gözünde değerli ve sosyal sorumluluk bilinci içerisinde bir kurum olmak,
- Ticari ortaklıklara öncülük etmek,
- Küresel gelişmeleri yakından izlemek ve üyelerine aktarmak,
- Yönetişim kavramını üyeleriyle birlikte uygulayan bir oda olmak,
- Akreditasyonunu tamamlamış, AB normlarında uluslararası bir oda olmak,
- Girişimciliği özendirilen ve destekleyen bir oda olmak,
- Odamızın ve Marmaris’in marka değeri olmasını sağlamak
- Üyelerinin katılımını arttırmak için faaliyetler düzenleyen bir oda olmaktır.

Temel Değerlerimiz

Marmaris Ticaret Odası’nın hizmetlerini sunarken göz ardı etmediği değerleri şunlardır:

- Sosyal sorumluluk
- Toplumsal duyarlılık
- Eğitime duyarlılık
- Tanıtım ve markalaşma stratejileri
- Farkındalık
- Öncü olmak
- Hizmet odaklılık
- Müşteri memnuniyetini önde tutmak
- Kamu yararını gözetmek
- Kolaylaştırıcılık
- Yenilikçi olmak
- Güven uyandırmak
- Girişimci olmak

- Çevreye duyarlılık
- Kalite odaklılık
- Ayrımcı olmamak

STRATEJİK PLAN

Odamız Stratejik Plan çalışmalarına 2012 yılında Ege Üniversitesi İBBF ile başlamış ve 2013-2016 Marmaris Ticaret Odası Stratejik Planı olarak yayınlamıştır. Ancak bu plan TOBB Akreditasyon Standardına uymadığından revizyon çalışmalarına başlamış yeniden yaptığı iç paydaş ve dış paydaş analizlerinden sonra 2014-2017 Stratejik Planını hazırlamıştır. Bu plan uygulama döneminin sonlanmasının ardından 2018-2022 Stratejik Planı için çalışmalara başlanmış; eski plana uyulması görüşüne varılmıştır. Ancak 2018 yılında Yönetimde meydana gelen değişiklik sebebiyle 14.06.2019 66 nolu Yönetim Kurulu kararıyla Stratejik Planda revizyonu kararı alınmıştır. Bu süreçte Muğla Üniversitesi ile işbirliği yapılarak üyelerimizden görüş ve öneri alınması kararlaştırılmıştır. 14.09.2019 23 nolu Yönetim Kurulunda ise yeni görüş ve önerilerle hazırlanan 2019-2022 Stratejik Planı onaylanmıştır.

Stratejik Planımızın izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla kurulan Stratejik Plan Yürütme Kurulunun görevleri 2014 yılında TOBB Akreditasyon Standardı gereği kurulan Akreditasyon İzleme Komitesine (AİK) aktarılmıştır. AİK, alınan kararlar her ayın son Yönetim Kurulu toplantısından önce toplanmaya başlamıştır. Her yıl düzenli olarak yapılan AİK toplantıları 2019 yılında da dört adet gerçekleştirilmiştir. Bu toplantıların ana gündemi, faaliyet raporları, iş planı maddelerinin gerçekleşme analizinin yapılması, değerlendirilmesi, revize maddelere karar verilmesi ve uygulanması ile personelin standarda uyum çalışmalarını takip etmektir.

1. GELİŞİM ALANI: MTO'NUN KURUMSAL YAPISINI ÇALIŞANLAR, ÜYELER VE PAYDAŞLARIN FİKİRLERİNİ VE FAYDASINI GÖZETEREK EĞİTİMLERLE GÜÇLENDİRMEK

1.1 ODAMIZIN ÇALIŞAN VE YÖNETİM ÜYELERİNİN EĞİTİMLERLE GÜÇLENDİRİLMESİ

1.2 ÜYELERİN KURUMSAL KİMLİKLERİNİN- İNSAN KAYNAKLARININ VE ODAYA KURUMSAL AİDİYETKERİNİN EĞİTİMLERLE VE TOPLANTILARLA GÜÇLENDİRİLMESİ

MTO GELİŞİM AKADEMİSİ EĞİTİMLERİ

Yönetim Kurulu üyelerimiz, Odamızın projeleri çerçevesinde mesleki konularda çeşitli bilgilendirmeler almakla birlikte iş geliştirme ve kişisel gelişim konularında da eğitimlere katılmaktadır. 2019 yılı Ekim ayında Turkcell Akademi ile imzaladığımız sözleşme ile 1000'den fazla online eğitim yöneticilerimize ve personelimize açılmıştır.

Yönetim Kurulu üyelerimiz, meslek komitelerinde aktif bir şekilde yer alarak, üyelerimizden gelen sorun ve fikirlerin doğrudan Yönetim Kuruluna aktarılmasında aktif çalışmaktadır.

MTO Gelişim Akademisi Yönetici Eğitimleri

EĞİTİM ADI	SÜRE	KATILIMCI SAYISI	TARİH
MTO SOSYAL MEDYA HESAPLARI YÖNETİMİ	2 SAAT	12	20.03.2019
MESLEK KOMİTELERİNE BİLGİLENDİRME	3 SAAT	57	27.03.2019
TOBB GENEL KURUL	8 SAAT	6	02.05.2019
MESLEKİ YETERLİLİK- EMLAK DANIŞMANLIĞI	2 SAAT	3	17.05.2019
KAGİK ÜYELERİ İÇİN SOSYAL MEDYA EĞİTİMİ- MUTSO	6 SAAT	4	03.07.2019
JAPONYA VE ALMANYA'DA İŞ GİRİŞİMCİLİK KONULARI	3 SAAT	30	31.07.2019
TOBB MECLİS ÜYELERİ BİLGİLENDİRME SEMİNERİ	4 SAAT	3	15.10.2019
2 VE 13. MESLEK KOMİTE ÜYELERİ ORYANTASYONU- APİTERAPİ VE APİTURİZM	2 SAAT	10	24.10.2019
AKREDİTASYON STANDARDI ORYANTASYONU	2 SAAT	35	25.10.2019
MARMARİS ÇAM BALI COĞRAFI İŞARET YÖNETİMİ	4 SAAT	6	13.12.2019

Tokyo ve Roma Büyükelçisi Dr.Umut Arık'ın Meclis Üyelerimize Sunumu



Marmaris Çam Balı Coğrafi İşaret Yönetimi Bilgilendirmesi



Yönetim Kurulu Üyelerimizin Görevleri

7 NİSAN 2017 TARİHİNDE YAPILAN ODAMIZ ORGAN SEÇİMLERİ SONUCU OLUŞAN YÖNETİM KURULU GÖREV ÇİZELGESİ

ADI SOYADI	GÖREVİ	SEÇİLDİĞİ MESLEK KOMİTESİ
SÜLEYMAN MUTLU AYHAN	YÖNETİM KURULU BAŞKANI	09.09. MESLEK KOMİTESİ
ÖZGÜR DERVİS	YÖNETİM KURULU BŞK.YARD.	03.03. MESLEK KOMİTESİ
ÖMER ERDEN	YÖNETİM KURULU BŞK. YARD.	03.03. MESLEK KOMİTESİ-ÜYE TEMSİLCİSİ
ENİS BİLGİÇ	YÖNETİM KURULU ÜYESİ	02.02. MESLEK KOMİTESİ
ÖZGECAN ÇETİNKAYA	YÖNETİM KURULU ÜYESİ	13.13. MESLEK KOMİTESİ
ONUR TOKMAK	YÖNETİM KURULU ÜYESİ	08.08. MESLEK KOMİTESİ
MUSTAFA KODAMAN	YÖNETİM KURULU ÜYESİ	05.05. MESLEK KOMİTESİ
GÖRKEM İNAL	YÖNETİM KURULU ÜYESİ	02.02. MESLEK KOMİTESİ
İBRAHİM TEKİN	YÖNETİM KURULU ÜYESİ	08.08. MESLEK KOMİTESİ

Odamız Personelinin Kurumsal Kimliğinin Güçlendirilmesi

Odamızda aktif çalışan 18 personelimiz ve 10 birimimiz bulunmaktadır. Birimlerimiz, sorumluluk ve görev tanımlarına göre istihdam edilmiştir.

Personelimizin eğitim düzeyi ve mesleki yeterliliği, Odamızın hizmet kalitesini artırmıştır.

5590'a Göre Çalışan		5174'e Göre Çalışan			Toplam	Bay	Bayan
5		13			18	10	8
Öğrenim Durumu							
İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	
1	-	4	2	9	1	1	
Görev Süresi							
0-5 yıl	6-10 yıl	11-20 yıl		21-30 yıl	31 ve Fazlası		
2	5	8		3	-		
Ofis Programları Kullanma Düzeyi				Çok İyi: 12 İyi: 5 Az:1			

Personel Görüşleri ve Arkadaşım Sen Anlat Toplantıları

Personelimizden 2019 yılında Genel Sekreterliğe 12 adet görüş bildirilmiş, bunlardan 10'u Yönetim Kurulunda görüşülmüştür.

Arkadaşım Sen Anlat personel toplantı sistemi kurulduğundan bu yana her ay toplanan personelimiz, bunu bir sistematığe bağlamıştır. Yapılış şeklini kendileri belirleyen personelimiz her ayın ilk Pazartesi günü saat 16:30'da gündemli olarak Genel Sekreter başkanlığında toplanır ve görüşlerini iletir. Genel Sekreter uygun görülen görüşleri ve toplantı kararlarını Yönetim Kuruluna iletir.

Ayrıca yine Kalite Yönetim Sistemimizde tanımlı olduğu şekliyle, personelimiz Genel Sekreterimizin ofisinde bulunan Personel Görüş/Öneri Dosyasına, bir üst yazı ile fikir, öneri ve taleplerini her Yönetim Kurulundan en az 2 gün önce ekler ve Genel Sekreteri bilgilendirir. Genel Sekreter uygun gördüğü görüşleri ve talepleri Yönetim Kuruluna iletir.

Personel Memnuniyetimiz Önceliğimiz

Kalite Yönetim Sistemimizde yılda en az bir defa olarak tanımlanmak üzere, 2015 yılında defa yapılan memnuniyet anketlerimiz, analiz edilerek Yönetim Kurulumuz ile her yılsonunda paylaşılır. Buradan çıkan oranlara göre Yönetim Kurulumuz iyileştirmeler yapar.

Odamız Yönetim Kurulu, Performans Yönetim Sistemini kurma ve 2015 yılında çalışmalar yapma hususunda 14.11.2014 Tarih ve 74 sayılı oturum ile karar vermiştir. 2015 yılı

iş planlarına ve hedeflerine dahil edilen sistem 2015 yılı Haziran ayında gerçekleştirilen eğitim ve uygulamalarla kurulmuştur.

Personel Memnuniyet Oranlarımız

2014	2015	2016	2017	2018	2019
66,38	84,7	89,26	84,05	%90,97	86,53

2014-2019 Yılı Personel Memnuniyet Anketleri Dağıtım ve Katılım Performansı

YIL	TARİH	DAĞITIM SAYISI	DÖNEN ANKET SAYISI	KATILIM ORANI
2014	20.02.2014	15	10	%66,6
2014	18.09.2014	15	11	%73,3
2015	05.02.2015	15	10	%66,6
2015	22.07.2015	15	14	%93,3
2016	18.06.2016	18	15	%83,3
2016	24.12.2016	18	16	%88,8
2017	30.05.2017	18	15	%83,3
2017	07.12.2017	18	11	%84,8
2018	03.05.2018	18	15	%89,65
2018	06.12.2018	18	16	%92,3
2019	24.06.2019	18	14	%77,77
2019	04.12.2019	18	17	%94,44

MTO Gelişim Akademisi Personel Eğitimleri

EĞİTİM ADI	SÜRE	KATILIMCI	TARİH	EĞİTMEN
MTO ENTEGRE YÖNETİM SİSTEMİ RISK YÖNETİMİ EĞİTİMLERİ	12 SAAT	TÜM BİRİMLER	20.03.2019	İLKER GÖKAY
KAGİK ÜYELERİ İÇİN SOSYAL MEDYA EĞİTİMİ- MUTSO	6 SAAT	EĞİTİM PROJE BİRİMİ	03.07.2019	HABİTAT
JAPONYA VE ALMANYA'DA İŞ GİRİŞİMCİLİK KONULARI	3 SAAT	EĞİTİM PROJE DIŞ TİCARET BİRİMİ	31.07.20219	EMK. BÜYÜKELÇİ UMUT ARIK
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM	1 SAAT	EĞİTİM PROJE BİRİMİ	05.12.2019	PROF. DR. ABDULLAK TANRISEVDİ- ADNAN MENDERES ÜNİV.
TANITIM VE PAZARLAMADA DİJİTAL ÇAĞ	1 SAAT	EĞİTİM PROJE BİRİMİ	05.12.2019	İRFAN ÖNEL- VİSİTAFYON KOOR.
REZERVASYONA DÖNÜŞEN ONLINE KAMPANYALAR	1 SAAT	EĞİTİM PROJE BİRİMİ	06.12.2019	UĞURSAL UĞUR- IDA CONCLUTING
MARMARİS ÇAM BALI COĞRAFI İŞARET YÖNETİMİ	4 SAAT	EĞİTİM PROJE DIŞ TİCARET HUKUK BİRİMİ	13.12.2019	ÜLKE PATENT YK BAŞKANI ÖMER AVCI, PATENT VEKİLİ HAKAN KAYA
ELEKTRONİK BELGE UYGULAMALARI	2 SAAT	ODA SİCİL HUKUK EĞİTİM PROJE BİRİMLERİ	24.12.2019	MARMARİS V.D TUNCER TURGUT NAZIM ALDEDE
KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNUN	2 SAAT	HUKUK BİRİMİ	26.12.2019	AV. CAN KASABOĞLU



MTO Gelişim Akademisi Üye Eğitimleri

Odamız, üyelerimizden aldığı görüş ve öneriler ile yasal mevzuatta ve uygulamalarda meydana gelen değişiklikleri göz önünde bulundurarak üyelerimizin faydasına olacak eğitim ve faaliyetleri düzenlemeyi iş planlarının ana stratejik amaçları içerisine almıştır. Bu amaçla, 2019 yılında eğitim, bilgilendirme toplantıları düzenlemiş ve faaliyetler gerçekleştirmiştir.

Üyelerimizin her zaman danışmanlık alabileceği Oda personellerimiz, sektörel ve iş geliştirme konulu raporlar hazırlayarak web sayfamız üzerinden üyelerimizin bilgilerine sunmaktadır.

Muğla odaları başta olmak üzere, sorunların ve sektörel sıkıntıların çözümü için diğer odalarla ve kurumlarla işbirliği içinde çalışan Odamız, özellikle Thomas Cook firmasının iflasını açıklamasının ardından gerek Ankara’da gerekse yurtdışında lobi faaliyetleri sunmuş, bu süreçte zarar gören üyelerimizin desteklenmesi amacıyla TOBB ve Turizm Bakanlığı’na zararın raporlarını ve çözüm önerilerini sunarak yoğun bir şekilde çalışmıştır.

Her yıl üye anketleri düzenleyerek hazırlanan raporlar doğrultusunda faaliyetlerini planlara döken Odamız, 2019 yılı Haziran- Eylül aylarında, örneklem seçilen 183 üyeyi, yerinde ziyaret ederek, görüş, öneri ve sıkıntılarını almış, Stratejik Planında ve iş planlarında revizyona gitmiştir.

EĞİTİM ADI	SÜRE	KATILIMCI	TARİH	EĞİTMEN
10.12.2018 TARİH VE 30621 SAYILI ÇEVRE KANUNUN DEĞİŞİKLİĞİ HAKKINDA BİLGİLENDİRME	3 SAAT	3 NOLU MES.K 4 NOLU MES.K	08.01.2019 04.01.2019	MİRAY APAK
AMATÖR DENİZCİ BELGESİ EĞİTİMLERİ	6 SAAT	ÜYELER- 173 kişi	18.01.2019	MARMARİS LİMAN BŞK.
İŞKUR TEŞVİKLERİ VE İSTİHDAM SEFERBERLİĞİ	6 SAAT	ORTAK MES.KOM.	28.03.2019	İŞKUR İLYAS SARIYERLİ
MESLEKİ YETERLİLİK BELGE ZORUNLULUĞU	2 SAAT	EMLAK FİRMALARI-36	17.05.2019	MEYBEM- SELEN ERTAN
HALK BANKASI İVME FİNANSMAN KREDİSİ	3 SAAT	ÜYELER-24	26.06.2019	HALK BANK- DENİZ ÇELEBİ
TEMEL YEMEK FOTOĞRAFÇILIĞI VE STYLING EĞİTİMİ	6 SAAT	ÜYELER- 23 kişi	11.10.2019	GÜLEN ÜÇLER
LPG DOLUM ELEMANI	16 SAAT	AKARYAKIT SEKTÖRÜ-24 kişi	24.10.2019	MUĞLA MAK. MÜH. ODASI
ELEKTRONİK BELGE UYGULAMALARI	2 SAAT	ÜYELER-40	24.12.2019	MARMARİS V.D TUNCER TURGUT NAZIM ALDEDE
KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNUN	2 SAAT	ÜYELER-61	26.12.2019	AV. CAN KASABOĞLU

Sertifikalı LPG Dolum Elemanı Eğitimi



Restoran ve Cafe İşletmeleri için Temel Yemek Fotoğrafçılığı Eğitimi



Yerel ve Ulusal Lobi Çalışmaları

TARİH	ETKİNLİK	NEREDE	KATILIMCI	KONU
28.03.2019	TURİZM BAKANI NURİ ERSOY MARMARİS ZİYARETİ	MARMARİS	İLGİLİ KURUM MÜDÜRLERİ, STKLAR VE ODA BAŞKANLARI	TURİZMDE SEKTÖRÜN SIKINTILARI
10.05.2019	İSTİHDAM ÖDÜLLERİ	MARMARİS	ODA YK ÜYELERİ	EN ÇOK İSTİHDAMI SAĞLAYAN ÜYELERE ÖDÜL VE TEŞEKKÜR
23.05.2019	SİGORTA HAFTASI OKULLARA BİLGİLENDİRME	MARMARİS	ODAMIZ 10. MK	KURUM ZİYARETLERİ VE ORTA ÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNE MESLEK TANITIMI
26.07.2019	MUĞLA ODALARI ORTAK TOPLANTISI- MİTSO	MİLAS	ODA/BORSA YÖNETİM VE MECLİS ÜYELERİ- MİLLETVEKİLLERİ- İLGİLİ KURUM MÜDÜRLERİ	ARTAN İŞLETME GİDERLERİ VE TURİZM TANITMA VERGİSİ- THOMAS COOK İFLASI
04.10.2019	TOBB TURİZM KURULU TOPLANTISI	ANKARA	ODA BAŞKANI	THOMAS COOK İFLASININ ARDINDAN MARMARİS
10.10.2019	THOMAS COOK İFLASININ ARDINDAN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	MARMARİS	İNGİLTERE BÜYÜKELÇİLİĞİ KIDEMLİ EKONOMİ UZMANI İPER ARIOĞLU	THOMAS COOK İFLASININ ARDINDAN MARMARİS
04.11.2019	MUĞLA ODALARI ORTAK TOPLANTISI- BODTO	BODRUM	ODA/BORSA YÖNETİM VE MECLİS ÜYELERİ- MİLLETVEKİLLERİ- İLGİLİ KURUM MÜDÜRLERİ	THOMAS COOK İFLASININ ARDINDAN MARMARİS
02.12.2019	MUĞLA BB TURİZM KOMİSYONU	MUĞLA	İLGİLİ KURUM MÜDÜRLERİ- ODA BAŞKANLARI- MİLLETVEKİLLERİ	THOMAS COOK İFLASININ ARDINDAN MARMARİS VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

En Çok İstihdamı Sağlayan Üyelerimize Ziyaretler



Turizm Bakanı Sn. Mehmet Nuri Ersoy'a 2018 Turizm Sektörü Sorunları ve 2019 İçin Öneriler Sunumu



TOBB Turizm Kurulu'nda Thomas Cook İflasının Ardından Marmaris ve Çözüm Önerileri Sunumu



2. MARMARİS'İN TURİZM, ALTERNATİF TURİZM VE TİCARET KAPASİTESİNİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLKESİ ÇERÇEVESİNDE YENİ TRENDLERİ GÖZ ÖNÜNDE TUTARAK GELİŞTİREN PROJELER ÜRETMEK VE YÜRÜTMEK

2.1. MARMARİS'TE TURİZM SEZONUNUN UZATILMASI VE KIŞ TURİZMİNDE DE YER ALABİLMESİ İÇİN ÇALIŞMALAR YAPMAK

2.2. İLÇEMİZDE GİRİŞİMCİLERİN POTANSİYEL YATIRIM KONULARINDA İŞ GELİŞTİREBİLMELERİ İÇİN DESTEKLENMESİ İÇİN DANIŞMANLIK SAĞLAMAK, SEMİNERLER DÜZENLEMELİK

Odamız 2009 yılından bu yana Marmaris'te alternatif turizm faaliyetlerinin uygulanabileceği kaynakları incelemiş, analiz edip tanıtım ve iyileştirme çalışmalarına başlamıştır. Beşi Bir Yerde adını verdiğimiz bu projeler; tarih, sağlık, kültür, doğa üzerine şekillenmiştir. 2014 yılında Güney Ege Kalkınma Ajansı hibesi ile hazırlanan Rota Marmaris projesi tüm bunları içinde barındıran, yayın, web sayfası, akıllı telefon uygulaması, harita ve sosyal medya hesaplarını tanıtım amaçlı kullanan bir projedir. Tarih turizmi için Marmaris'in tarihini anlatan yayınlar hazırlanmaktadır; Karya'dan Cumhuriyete Marmaris, Denizde Efelik Olmaz, Marmaris Şeriyeye Sicilleri, Marmaris Eytam Sandıkları bu yayınlardandır. Yine tarih turizmi için Amos Antik Kenti için yüzey araştırması Muğla Üniversitesi Penn Üniversitesi ile işbirliğinde yapılmıştır. Amos Antik Kenti tiyatro restorasyonu için projelendirme çalışmaları devam etmektedir. Yine 1800 Aralık ayında İngiliz Donanması Mısır Seferi öncesinde Marmaris'e gelerek, dünya üzerindeki ilk planlı tatbikatı yapmıştır. Denizcilik tarihi için de önemli bir yeri olan Marmaris Limanı ve burada vefat eden İngiliz Donanma subayları ile ilgili de araştırma raporu hazırlanmaktadır. Amacımız, Marmaris'in en çok turist çektiği İngiltere destinasyonunda bu alanda tanıtım çalışmaları yaparak turist profilinde kaliteyi artırmaktır.

Kültür turizmi için Marmaris gastronomi, denizcilik ve yöresel değerleri üzerinden hem yayınlarla hem de sosyal medya üzerinden tanıtımlar gerçekleştirmekteyiz.

Amos Antik Kenti Yüzey Araştırması yapan Muğla ve Penn Üniversitesi Akademisyenleri



Sağlık turizmi içinse Marmaris'in temiz havası ve doğa yürüyüşleri ile ilgili yaptığımız tanıtım çalışmalarına ek olarak 2019-2020 stratejik plan döneminde asıl ana temamız apiterapi ve apiturizm olarak belirlenmiştir. Bu amaçla seminer, bilgilendirme, mesleki eğitimlere ağırlık verilmiştir. 8 Kasım 2019 tarihinde Marmaris'te Apiterapi ve Apiturizm Semineri düzenlenmiş Doç. Dr. Oytun Erbaş apiterapiyi, arı ürünlerinin insan sağlığı üzerine etkisini; Öğr. Gör. Dr. Belma Suna ise dünyada apiturizm ve Marmaris'in apiturizm potansiyelini anlatmıştır. Yine sektör raporları da bu başlıklara kanalize edilmiştir.



Nisan-Mayıs ve Ekim- Aralık dönemi Marmaris verilerinden yola çıkılarak Marmaris'in bu dönemlerde de tercih edilir bir turizm destinasyonu olduğu üzerinde rapor hazırlanmış ve 14 Ekim 2019 tarihinde Jet2 Holiday CEO'suna sunulmuştur.

Turizmde dijitalleşmenin sektörde artan önemine binaen Turizm Zirvesi düzenlenerek turizmde dijitalleşme, yöreseli öne çıkaran alternatif turizm destinasyonları, turizmde tanıtımın önemi ve turizmde markalaşma üzerine bilgilendirmeler yapılmıştır. Bahar Akıncı, Bora Özkent, Gökhan Okçu ve Şerif İzgören sunumları ile izleyenleri bilgilendirmiştir.



TURİZM
ZİRVESİ
29
KASIM
SAAT
13.00

Gökhan Okçu
Bahar Akıncı
Bora Özkent
Ahmet Şerif İzgören
Ozan Acar

facebook İstasyon
Yer: Elegance Hotel

İZGÖREN AKADEMİ
İZGÖREN AKADEMİ
İZGÖREN AKADEMİ



Ayrıca Odamız, çeşitli uluslararası fuarlara katılmakla birlikte, 2019-2022 döneminde dijitalleşme hem gündelik hayatımızda hem de iş yaşantımızda öneminin ve etkisinin artması sebebiyle sosyal medya üzerinden sponsorlu tanıtımlar yapmayı iş planları arasına almıştır.

İş Geliştirme ve Tanıtım Faaliyetleri

TARİH	ETKİNLİK	KATILIMCI	KONU
9-13 OCAK 2019	UTRECHT FUARI	HOLLANDA	MARMARİS ALTERNATİF TURİZM KAYNAKLARININ TANITIMI
11-13 EKİM 2019	ECOFEST MARMARİS	TÜM STK, ODA VE KURUMLAR	ODAMIZIN GÜNEŞ ENERJİSİ İLE KENDİ ENERJİSİNİ ÜRETMEŞİ PROJESİ TANITIMI
23-27 EKİM 2019	YÖREX FUARI	TÜRKİYE	MARMARİS ÇAM BALI LOBİSİ VE COĞRAFİ İŞARET TANITIMI
08.11.2019	MARMARİS APİTURİZM ÇALIŞMALARI	ÜYELER VE SEYAHAT ACENTELERİ- 244 KİŞİ	MARMARİS'İN APİTURİZM POTANSİYELİ
29.11.2019	MARMARİS TURİZM ZİRVESİ	ODA ÜYELERİ- 8,9,13 MESLEK GRUPLARI	TURİZM DİJİTALLEŞME, KALİTE VE MARKALAŞMA
04.12.2019	RODOS MÜSLÜMANLARI KÜLTÜR VE KARDEŞLİK DERNEĞİ ZİYARETİ	DERNEK ÜYELERİ- YK ÜYELERİ	MARMARİS VE RODOS ARASINDAKİ İHRACAT KAPASİTESİNİN ARTIRILMASI İÇİN LOBİ ÇALIŞMALARI YÜRÜTÜLMESİ
3-5 ARALIK 2019	İZMİR TRAVEL TURKEY	TÜRKİYE	MARMARİS ÇAM BALI LOBİSİ VE APİTURİZM TANITIMI
TÜM YIL	MARMARİS TARİHİNİN ARAŞTIRILMASI VE TURİZM TANITIMINDA KULLANILMASI; MARMARİS'TEKİ İNGİLİZ MEZARLARI HAKKINDA ARAŞTIRMA	YK BAŞKANI- EPD BİRİMİ	YABANCI VE YERLİ KAYNAKLAR ARAŞTIRILARAK HAZIRLANAN LİSTENİN VE RAPORUN DOĞRULANMASI İÇİN İNGİLİZ ARŞİVLERİNİN TARANMASI

Sosyal Medya İstatistikleri

Başarı Hikayemiz

Kız Kardeşim Projesi kapsamında yerel lezzetler üzerine çalışan girişimci kadınların desteklenmesi amacıyla hayata geçirilen "Yerel Lezzet Girişimciliği Destek Programı" kapsamında düzenlenen yarışmaya katılan Odamız üye Sarma Bahçe Ev Yemekleri sahibi Tuba Alkan Yılmaz, iş geliştirme hibesi almaya hak kazandı. Program kapsamında Türkiye genelinden 29 ilden restoran sahibi olan ve yerel lezzetler üzerine çalışan 114 girişimci kadının başvuruları değerlendirildiği yarışmada, ilk 10'a giren üyemizin, işletmesinin tanıtıldığı bir reklam filmi de çekildi.



3. MARMARIS'İN YEREL DEĞERLERİNİ, TARIMSAL ÜRÜN VE FAALİYETLERİNİ ÖZNE ALARAK COĞRAFİ İŞARET, MARKALAŞMA GİBİ KONULARA ÖNCÜLÜK ETMEK

3.1. ARICILIĞIN SÜRDÜRÜLEBİLİR OLMASI İÇİN ÇALIŞMALAR YAPMAK

3.2. MARMARIS'İN YEREL DEĞERLERİNİN VE TARIMSAL ÜRÜNLERİNİN MARKALAŞMASI

Odamız 2009 yılından itibaren başlattığı yöresel değerlerin analizi, raporlanması ve markalaşarak turizmde ve ticarete kullanılabilir hale getirilmesi için çalışmalar yürütmektedir. Bu hedef hem bundan önceki stratejik plan döneminde hem de 2019-2022 döneminde iş planlarımızda yer almaya devam etmektedir. Özellikle Marmaris çam balı ve arıcılığına odaklanan Odamız, ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yapmakta; eğitim, seminer ve projeler yürütmektedir.

Marmaris Çam Balının ve arı ürünlerinin kaliteli yapılması ve gelecek nesillerce de bu yöresel iş kolunun devam ettirilmesi için İlçe Tarım Müdürlüğü ile eğitimler düzenleyen Odamız 2019 yılında 50 arıcımıza sertifikalı eğitimler düzenlemiştir.



Arıcılığın bir iş geliştirme konusu olarak ele alınması amacıyla arı ile sağlık anlamına gelen "apiterapi" konusunun en temel yöntemleri olan arı zehri, kovan havası, arı ürünleri ile tedavide "kaliteli üretimin" yerinin yerel üreticiler tarafından daha net algılanması ve aynı zamanda Slovenya örneği üzerinden apiterapinin bir turizm kolu olarak kullanıldığı "apiturizm"de Marmaris potansiyelinin kavranması için 8 Kasım 2019 tarihinde bir seminer düzenlenmiştir. 244 kişinin katıldığı seminerde arıcılarımız ile birebir görüşülmüş, bu konuda girişim başlatmak isteyenlere de Öğr. Gör. Dr. Belma Suna tarafından danışmanlık sağlanmıştır.



Marmaris Çam Balının coğrafi işaret sürecini İlçe Tarım Müdürlüğü, İlçe Sağlık Müdürlüğü ve Marmaris Belediyesi ile ortak yürüten Odamız, 21 Kasım 2019 tarihinde resmi olarak tebliğ edilen yazı ile Marmaris Çam Balını coğrafi olarak tescil ettirmiştir.

Coğrafi işaretin tescilinin ardından bir lansman düzenleyerek hem arıcılara, hem bal satıcılarına hem de bu konuda girişimde bulunmak isteyenlere bir bilgilendirme semineri düzenlenmiştir.



E.İŞ PLANLARI PERFORMANSI

Marmaris Ticaret Odası olarak amacımız, sürdürülebilir bir şekilde sürekli değerlendirme ve gelişimi ilke edinerek, hizmet kalitemizi artırarak devam ettirmektir. Bu amaçla iç ve dış paydaşlarımızla, yani üyelerimiz, yönetimimiz ve personelimizle gerçekleştirdiğimiz toplantı ve çalışmalar neticesinde hazırlamış olduğumuz 2019-2022 stratejik planı ve iş planları çerçevesinde faaliyetlerimizi yürütmekteyiz.

YIL	GERÇEKLEŞEN MAALİYET (%)	GERÇEKLEŞEN FAALİYET (%)
2014	38,14	82,5
2015	46,49	63,73
2016	36,16	38,32
2017	73,69	57,14
2018	32,47	57,14
2019	86,71	96,22

SWOT İyileştirmelerimiz

SWOT ANALİZİNDE YER ALAN MADDELER	İYİLEŞTİRME- AKSİYONLAR	2014-2018 İŞ PLANINDA VE RAPORLARDA YERİ	2019-2022 İÇİN ÇIKARIMLAR
• TEKNOLOJİK ALTYAPIDA YETERSİZLİK	ODAMIZIN FİBER AĞ ÇALIŞMALARI	FAALİYET RAPORLARI- BİLGİ İŞLEM BİRİM RAPORLARI	2019-2022 SP DE WEB SAYFASI ETKİNLİĞİNE AĞIRLIK VERİLMELİ
• KURUMLARIN ORTAK ÇALIŞMA YAPAMAMASI	GETOB, TÜRSAB, MARMARİS BELEDİYESİ ORTAK FUAR ÇALIŞMALARI	MARMARİS TURİZM KONSEYİ TOPLANTILARI VE FUAR RAPORLARI	PAYDAŞ ANALİZİNE GÖRE ORTAK ÇALIŞMALARLA DEVAM EDİLMELİ
• ÜYELERİN ODA HİZMETLERİ VE PROJELERİ HAKKINDA YETERİNCE BİLGİLENDİRİLMEMESİ • ÜYE İLETİŞİM KANALLARININ YETERSİZ OLUŞU	FACEBOOK, TWITTER, PROJE WEB SAYFALARI	www.rotamarmaris.com www.marmarisbalevi.com www.marmarisapiterapi.com @marmaristicaretodasi48 @Marmaris Ticaret Odası @routemarmaris	SOSYAL MEDYA HESAPLARININ ETKİNLİĞİ ARTIRILMALI
• HİZMET BİNASININ VE ARŞİVLEME SİSTEMİNİN YETERSİZLİĞİ	DİJİTAL ARŞİV- COMPACT ARŞİV	FAALİTER RAPORLARI	PLANDAN ÇIKARILABİLİR
• YUNANİSTAN İLE İŞBİRLİĞİ PROJELERİ ÜRETİLMEMESİ	MARMARİS VE RODOS ARASINDAKİ TİCARET HACMİNİN ANALİZİ VE İŞBİRLİĞİ PROJESİ	S.A.2.2_HE.2.2.1	DİĞER ÜLKE VE YURT İÇİNDE İŞBİRLİKLERİ GELİŞTİRİLMELİ – YUNANİSTAN KRİZİ SÜRECİ SONUÇSUZ BIRAKMAKTA
• KURUMSAL ETKİNLİKLERİN AZLIĞI	116 ADET KURUMSAL ETKİNLİK	FAALİYET RAPORLARI	KURUMSAL ETKİNLİKLERE DEVAM EDİLMELİ
• İL ODALARI İLE İLİŞKİLERİN GELİŞTİRİLMEMİŞ OLMASI	MUĞLA ODALARI – BORSALARI ORTAK TOPLANTILARI MUĞLA ODALARI AKREDİTASYON ÇALIŞMA KURULU	FAALİYET RAPORLARI	MUĞLA ODALARI VE KARDEŞ ODALARLA ORTAK ÇALIŞMALAR ARTIRILARAK LOBİ YÖNÜ KUVVETLENDİRİLİP DEVAM ETMELİ
• YÖRESEL DEĞERLERİN KORUNMASI YÖNÜNDE PROJE AZLIĞI	ROTA MARMARİS PROJESİ GASTRONOMİ VE KÜLTÜR ŞENLİĞİ APİTERAPİ SEMPOZUUMU	S.A.2.1_HE.2.1.2; S.A.3.1_HE.3.1.1, S.A.3.2_HE.3.2.1	YÖRESEL DEĞERLER İŞ GELİŞTİRME KONULARINA DAHİL EDİLMELİ
• EĞİTİMLERİN ETKİNLİKLERİNİN ARTIRILAMAMASI	MARMARİS TİCARET ODASI GELİŞİM AKADEMİSİ	S.A.1.1_HE.1.1.1; S.A.1.3_HE.1.3.2	EĞİTİMLERE KATILIM GÖZ ÖNÜNDE TUTULARAK DEVAM EDİLMELİ

SWOT ANALİZİNDE YER ALAN MADDELER	İYİLEŞTİRME- AKSİYONLAR	2014-2018 İŞ PLANINDA VE RAPORLARDA YERİ	2019-2022 İÇİN ÇIKARIMLAR
•			
• ODA İÇİ PERFORMANS DEĞERLENDİRMESİNİN OLMAYIŞI	PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİNİN 2015 YILINDA UYGULAMA KARARI	MTO PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİ UYGULAMASI	PERFORMAN YÖNETİM SİSTEMİ DEVAM ETTİRİLMELİ
• ONLINE ÜYE REHBERİNİN OLMAYIŞI	WEB SAYFAMIZDA ÜYE GİRİŞLERİ, ÜYE ARAMA PORTALI	S.A.1.2_S.A.1.2.1	PLANDAN ÇIKARILABİLİR
• BİLGİ İŞLEM SORUMLUSU/BİRİMİNİN OLMAMASI	BİRİMİN ATANMASI	BİRİM ÇALIŞMALARI	PLANDAN ÇIKARILABİLİR
• ÜYELER İÇİN NİTELİKLİ ELEMAN YETİŞTİRİLMESİNE KATKI VEREMEMEK	MEYBEM VE İŞKURLA ÇALIŞMALAR	FAALİYET RAPORLARI	ETKİNLİKLERE DEVAM EDİLMELİ
• PERSONELİN ÖZEL SAĞLIK SİGORTASININ OLMAMASI	ÖZEL SAĞLIK – TEDAVİ ANLAŞMALARI PERSONELE SUNULAN HALK BANKASI ÖZEL SAĞLIK SİGORTASI İMKAĞI	ODANIN HASTANELERLE ANLAŞMALARI	PLANDAN ÇIKARILABİLİR
• DOĞAL GÜZELLİKLER, ORMAN, DENİZ, İKLİM • KIYILARIMIZ BOYUNCA DENİZ TOPLU TAŞIMACILIĞI • İTURİZM ÇEŞİTLENDİRMESİNE UYGUNLUK	BEŞİ BİR YERDE PROJELERİ	BEŞİ BİR YERDE PROJELERİ TANITIMLARI ROTA MARMARİS	ETKİNLİKLERE DEVAM EDİLMELİ
• TARIMA DAYALI TURİZMDE GELİŞME ALANLARININ OLMASI • MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI • ÇAM BALI VE ÜRETİMİNİN TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİNDE KULLANILYOR OLMASI • KÖY TURİZMİNİN GELİŞTİRİLEBİLECEK OLMASI	MARMARİS BAL EVİ APİTERAPİ ÇALIŞMALARI MARMARİS ÇAM BALI COĞRAFI İŞARET ÇALIŞMALARI	FAALİYET RAPORLARI	ETKİNLİKLERE DEVAM EDİLMELİ
• YABANCI TURİST PAZARINDA SADECE BİR ÜLKEYE (İNGİLTERE) BÜYÜK ORANDA BAĞLI OLUNMASI • DÜŞÜK EKONOMİK GÜCÜ OLAN TURİST PROFİLİ	ALTERNATİF PAZARLARDA FUAR KATILIMLARI	FAALİYET RAPORLARI	ETKİNLİKLERE ETKİLERİ ARTIRILARAK DEVAM EDİLMELİ

<ul style="list-style-type: none">• TURİZMDE ÇALIŞANLARIN BİLGİ VE TECRÜBE EKSİKLİĞİ• NİTELİKLİ İŞ GÜCÜ BULUNAMAMASI• TURİZM İŞLETMELERİNDE KALİTE DÜŞÜKLÜĞÜ• YABANCI TURİSTLERİN RAHATSIZ EDİLMESİ• KURUMSALLAŞMA EKSİKLİĞİ• İŞLETMELERDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ KAVRAMININ ANLAŞILAMAMIŞ OLMASI, EĞİTİMSİZLİK• MESLEKİ EĞİTİM YETERSİZLİĞİ	<p>MEYBEM EĞİTİMLERİ</p> <p>MTO GELİŞİM AKADEMİSİ EĞİTİMLERİ</p> <p>HALK EĞİTİM VE DİĞER KURUMLARLA AÇILAN EĞİTİMLER</p>	<p>FAALİYET RAPORLARI</p> <p>EĞİTİM KAYITLARI</p>	<p>ETKİNLİKLERE DEVAM EDİLMELİ</p>
---	--	---	---

2020 yılında kaliteli, sürdürülebilir, gelişime ve iyileştirmeye açık hizmetlerimizle üyelerimizin ve tüm paydaşlarımızın yanında olacağız. Odamızın kapısı her zaman üyelerimize açık, personelimiz desteği ile her zaman yanınızdadır.