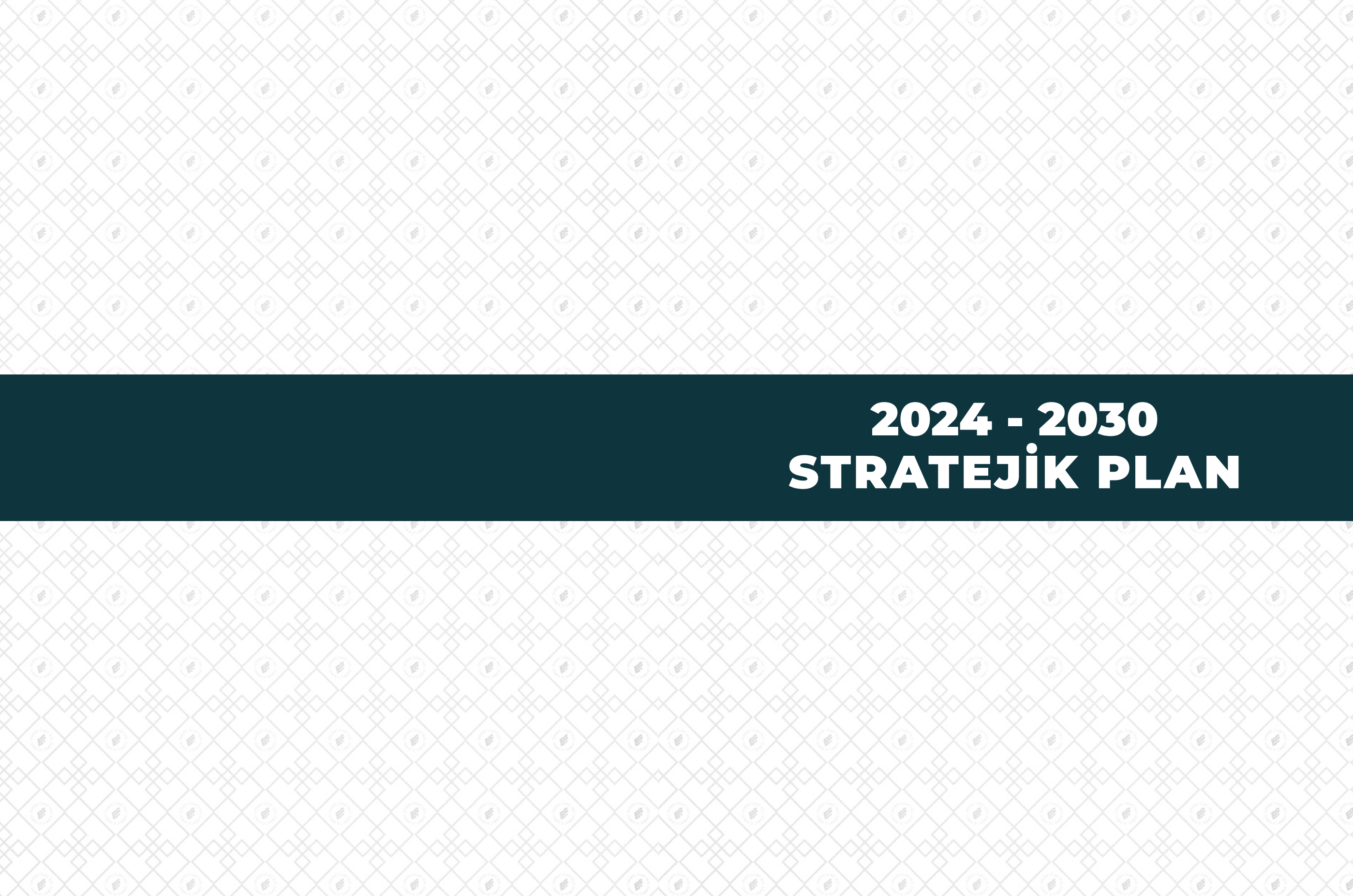




**ESKİŞEHİR TİCARET ODASI**

**2024 - 2030**

**STRATEJİK  
PLAN**



# **2024 - 2030 STRATEJİK PLAN**





Değişen ve gelişen dünyada hizmette ve üretimde kalite ön plana çıkmış, kalite standartlarını en yüksek seviyeye taşıyan kurum ve kuruluşlar rekabette fark yaratmıştır.

Kalitenin ortaya çıkmasında ve devam ettirilmesindeki en önemli unsurlardan biri de geleceğe yönelik yol haritası olan stratejik plandır. İşte bu doğrultuda 130 yıllık köklü ticaret ve sanayi geleneğinin temsilcisi Eskişehir Ticaret Odası olarak hem odamızın stratejilerini belirliyor hem de şehrimizin geleceğinin şekillendirilmesi için gayret gösteriyoruz.

Eskişehir Ticaret Odası olarak 2024-2030 yıllarını kapsayan stratejik planımız ile Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'nde üyelerimizin iş ağını ve ticaretini geliştirecek faaliyetler düzenleyerek, 2030 yılına kadar yıllık 1.000.000 tekil ziyaretçiyi ağırlayabileceğimiz bir yapı kurmak istiyoruz.

Bu kapsamda düzenleyeceğimiz kültürel, sanatsal ve sportif faaliyetler ile şehrin dinamizmine katkı sunmayı, kent ekonomisine ve özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren üyelerimizin ticaretlerine katkı sağlamayı planlıyoruz. Bu zorlu yolda da yerel ve ulusal paydaşlarımızın, kültür ve sanat, sportif faaliyetler ve iş dünyasına hitap eden organizasyonlar düzenleyen kuruluşların iş birliğinden faydalanmayı öngörüyoruz.

Bu vesileyle ETO olarak 2024-2030 yıllarını kapsayan stratejik planımıza katkı sağlayan yönetim kurulumuza, stratejik plan ekibimize ve tüm paydaşlarımıza içtenlikle teşekkür ederiz.

Saygılarımla,



**Metin GÜLER**

Eskişehir Ticaret Odası  
Yönetim Kurulu Başkanı

# İÇİNDEKİLER

## ESKİŞEHİR TİCARET ODASI 2024 - 2030 STRATEJİK PLAN

|           |                                                            |
|-----------|------------------------------------------------------------|
| <b>9</b>  | 1. GİRİŞ                                                   |
| <b>11</b> | 1.1. Kurumsal Tarihçe                                      |
| <b>13</b> | 2. STRATEJİK PLAN SÜRECİ                                   |
| <b>17</b> | 3. UYGULANMAKTA OLAN STRATEJİK<br>PLANIN DEĞERLENDİRİLMESİ |
| <b>19</b> | 4. GELECEĞE BAKIŞ                                          |
| <b>19</b> | 4.1. Misyon                                                |
| <b>19</b> | 4.2. Vizyon                                                |
| <b>19</b> | 4.3. Temel Değerler                                        |

|           |                           |
|-----------|---------------------------|
| <b>21</b> | 5. HAZIRLIK               |
| <b>22</b> | 5.1. Stratejik Plan Ekibi |
| <b>24</b> | 5.2. İç Paydaş Analizi    |
| <b>25</b> | 5.3. Dış Paydaş Analizi   |
| <b>28</b> | 5.4. Mevcut Durum Analizi |
| <b>31</b> | 6. STRATEJİK PLAN         |

## ESKİŞEHİR TİCARET ODASI 2024 - 2030 STRATEJİK PLAN



# 1 GİRİŞ

Stratejik Planlama; bir kurumun mevcut durumu ile gelecekte ortaya çıkması muhtemel gidişatını inceleme, hedeflerini belirleme, bu hedeflere ulaşmak için strateji geliştirme ve uygulama sonuçlarını ölçümleme sürecidir.

Stratejik düşünce;

- Şuan neredeyiz?
- Nereye ulaşmak istiyoruz?
- Oraya nasıl ulaşacağız?
- Oraya ulaşmak için aksiyon planları neler?
- İlerleme ve sonucu nasıl ölçer ve değerlendiririz?

sorularına uygun yanıtlar taşımaktadır.



## 1.1 Kurumsal Tarihçemiz

Osmanlı Devleti'nde XIX. yüzyıla kadar esnaf ve zanaatkarlar, yani tarımsal faaliyetler dışındaki iktisadi faaliyetler ile uğraşanlar, 'Lonca' adı verilen mesleki kurumlar dahilinde örgütlenmişlerdir. İslam uygarlığı içinde Osmanlı Devleti'nden önce kurulmuş diğer İslam devletlerinde de "Fütüvvet-ahilik" kurumu doğrultusunda Lonca benzeri kurumlar vardır. Sanayi devrimi ve özellikle 1838 Balta Limanı Anlaşması ile Osmanlı dış ticaret rejiminde yaşanan değişim yerli zanaatların çöküşünü hızlandırmıştır. Loncalar önce işlevlerin yitirmiştir. Daha sonra Loncaların varlığı hukuken sona ermiştir.

Tanzimat'tan (1839) sonra ticaret hukukundaki batılılaşma süreci çerçevesinde Ticaret ve Sanayi Odaları kurulmuştur. İlk kurulanlar yabancı devletlerin ticaret odaları olmuştur. Osmanlı Devletinde ilk yerli Ticaret Odasının kuruluşundan on üç yıl sonra Eskişehir Ticaret ve Ziraat Odası faaliyete başlamıştır. Daha önce yapılan akademik çalışmalarda hicri tarihi miladi tarihe çevirirken yapılan hatalar nedeniyle bu tarih 1895 olarak belirtilmesine rağmen, yapılan arşiv çalışmalarında 1893 tarihi tespit edilmiştir. Bu tarihteki ilk yönetim (1311 / 1893 tarihli Salnameye göre) Zeytunzade Tefik Efendi (Başkan), Karnik Agopyan, Humbo Efendi, Katip Süleyman Efendi'den (Azalar) oluşmuştur.

Türkiye'nin yakın dönem tarihinde olduğu gibi ekonomik ve toplumsal tarihinde de bir dönüşümün başlangıcını ifade eden II. Meşrutiyet döneminde, ticaret odalarının sayısı artarak devam etmiştir. Bu dönemdeki oda sayısı 160'ın üzerindedir. 14 Haziran 1910 tarihinde Ticaret ve Sanayi Odaları Nizamnamesi kabul edilmiştir. Yayınlanan nizamname çerçevesinde Eskişehir Ticaret Odası (ETO) da kendine özel bir nizamname hazırlanmıştır. Ali Ulvi (Bayraktar) oda başkanlığına seçilmiştir.

Birinci Dünya Savaşı'nın ekonomik koşulları, savaşan ulusları derinden etkilemiştir. Mondros Mütarekesi ve sonrasında başlatılan haksız işgallere karşı Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde başlatılan Milli Mücadele sürecinin finansmanına oda üyeleri önemli katkılar sağlamıştır. Eskişehir'in önce İngiliz, daha sonra da Yunan işgaline uğraması kente ağır hasarlar vermiştir. Özellikle Yunan ordusunun çekilmesi sırasında yapılan tahribattan Eskişehir Ticaret Odası da etkilenmiştir. Birçok evrak çıkarılan yangınlarla kül olmuştur.

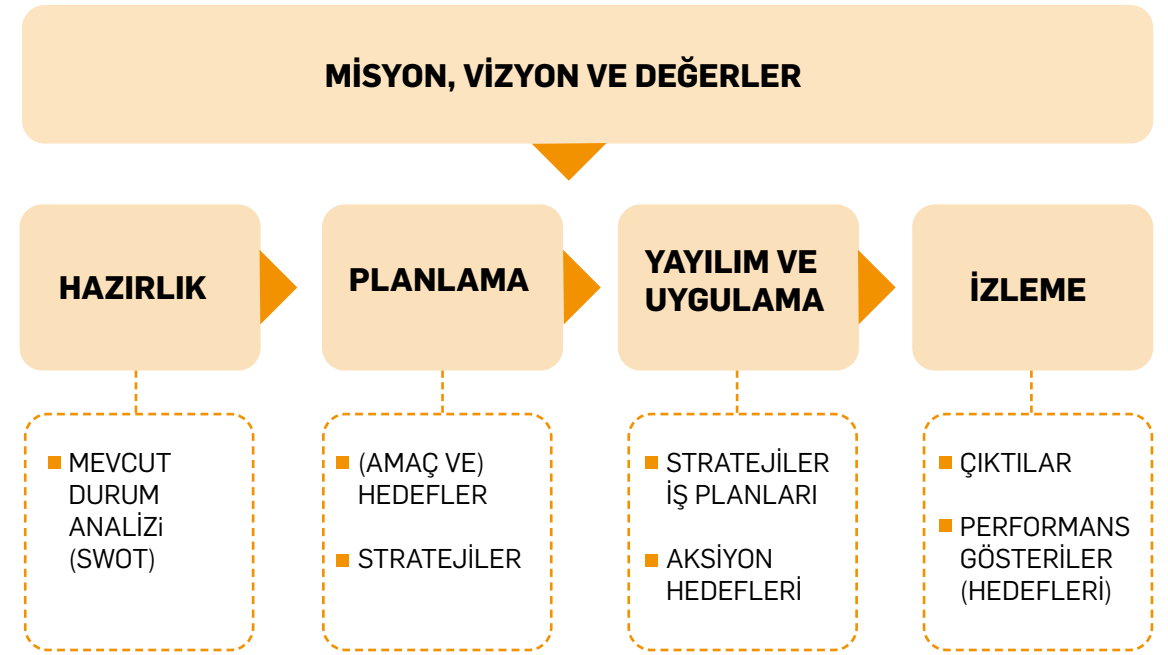
Cumhuriyet dönemi ile birlikte, önceleri Ankara'ya bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren Eskişehir Ticaret Odası, daha sonra bağımsız olarak çalışmalarını sürdürmüştür. Kentte sanayinin gelişmesiyle birlikte Eskişehir Ticaret ve Sanayi Odası olarak faaliyet alanını genişleten oda, 1968 yılında sanayici üyelerinin isteği, Odanın muvafakati ve Ticaret Bakanlığı'nın izniyle Sanayi Odası'nın kurulmasına olanak sağlamıştır. Bu tarihten sonra da oda unvanı Eskişehir Ticaret Odası olarak değiştirilmiştir.



# 2

## STRATEJİK PLAN SÜRECİ

Stratejik plan süreci, aşağıdaki tabloda yer alan stratejik planlama çevrimine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.





2024-2030 dönemi stratejik plan hazırlık süreci aşağıdaki takvime göre gerçekleştirilmiştir.

| STRATEJİK PLANLAMA HAZIRLIK SÜREÇLERİ |                                                                                                                                                          | AĞUSTOS                                             | EYLÜL | EKİM | KASIM | ARALIK |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------|------|-------|--------|
| 1                                     | UYGULANMAKTA OLAN STRATEJİK PLANIN DEĞERLENDİRİLMESİ                                                                                                     |                                                     |       |      |       |        |
|                                       | - 2021-2025 Dönemini Kapsayan Stratejik Planın Değerlendirilmesi                                                                                         |                                                     |       |      |       |        |
| 2                                     | GELECEĞE BAKIŞ                                                                                                                                           |                                                     |       |      |       |        |
|                                       | - Vizyon<br>- Misyon<br>-Temel Değerler gözden geçirilmesi                                                                                               |                                                     |       |      |       |        |
| 3                                     | HAZIRLIK                                                                                                                                                 |                                                     |       |      |       |        |
|                                       | - Stratejik Plan Ekibinin Oluşturulması<br><br>- İç Paydaş (Personel, Meclis, Meslek Komitesi) Analizinin Yapılması<br>- Dış Paydaş Analizinin Yapılması |                                                     |       |      |       |        |
| 4                                     | PLANLAMA                                                                                                                                                 |                                                     |       |      |       |        |
|                                       | - (Amaç ve) Hedeflerin Belirlenmesi<br>- Stratejilerin Belirlenmesi                                                                                      |                                                     |       |      |       |        |
| 5                                     | YAYILIM VE UYGULAMA                                                                                                                                      |                                                     |       |      |       |        |
|                                       | -Yıllık İş Planının Hazırlanması (Faaliyet, Faaliyet Sorumlusu, Performans Göstergesi, Performans Hedefi, Maliyet Analizi, Risk Analizi, Faaliyet Adımı) |                                                     |       |      |       |        |
| 6                                     | STRATEJİK PLANIN NİHAİ HALE GETİRİLMESİ                                                                                                                  |                                                     |       |      |       |        |
|                                       | - Stratejik Planın Yönetim Kurulu ve Meclis Tarafından Onaylanması                                                                                       |                                                     |       |      |       |        |
| 7                                     | İZLEME                                                                                                                                                   | 3 Aylık Periyotlarla İlerlemeler Takip Edilecektir. |       |      |       |        |
|                                       | - Çıktıların ve Performans Göstergeleri ve Hedeflerinin Takip Edilmesi                                                                                   |                                                     |       |      |       |        |



# 3

## UYGULANMAKTA OLAN STRATEJİK PLANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

2021-2025 dönemi stratejik planı kapsamında “Üyelerimizin bilgiye ulaşmak için tercih ettikleri ilk kurum olmak” vizyonu belirlenmiştir. Bu vizyonu gerçekleştirmek için yıllık iş planları oluşturulmuş ve üçer aylık dönemler halinde bir yazılım sistemi aracılığı ile ilgili birimlerden elde edilen uygulama sonuçlarına göre göstergeler bazında sonuçlar izlenmiş ve üst yönetime sunulmuştur.

“Üyelerimizin bilgiye ulaşmak için tercih ettikleri ilk kurum olmak” vizyonunun ölçülebilir hedefi; üyelerimizin %50'sinden fazlasının bilgiye ulaşmak için ilk sırada ETO'yu tercih etmesi olarak belirlenmiştir. Bu vizyonun gerçekleşme oranının takibi için üyelerimize anket çalışması uygulanmış ve bilgiye ulaşmak için ETO'yu kaçınıcı sırada tercih ettikleri sorulmuştur. 2023 yılı ağustos ayında uygulanan son anket çalışması ile üyelerimizin %53'ü bilgiye ulaşmak için ETO'yu ilk kurum olarak tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Böylece 2021-2025 dönemi stratejik plan kapsamında belirlenen vizyonumuz 2023 yılı Ağustos ayında tamamlanmıştır.



# 4

## GELECEĞE BAKIŞ

### 4.1. Misyon

#### Eskişehir Ticaret Odası Misyonu

Üyelerimizin, paydaşlarımızın ve toplumun gelişimi için memnuniyet odaklı ve sürdürülebilir hizmetler üretmek

### 4.2. Vizyon

#### Eskişehir Ticaret Odası Vizyonu

Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'ni iş ve sanatı buluşturan yaşam merkezi haline getirmek

• 19.09.2023 tarihli, 51 nolu toplantının 8 nolu yönetim kurulu kararı ile belirlenmiştir.

### 4.3. Temel Değerler

**Eşitlik:** Eskişehir Ticaret Odası, kendisini tüm üyelerine eşit mesafede konumlandırmıştır.

**Tarafsızlık:** Eskişehir Ticaret Odası tüm faaliyetlerini tarafsız bir şekilde yürütür.

**Çağdaşlık:** Eskişehir Ticaret Odası, modern dünyanın gerekliliklerini yerine getirerek üyelerine örnek teşkil etmektedir.

**Üye Odaklılık:** Eskişehir Ticaret Odası, üyelerin beklentileri ve geri bildirimleri doğrultusunda üyelerinin gelişimi için hizmet üretmektedir.

**Paylaşım:** Eskişehir Ticaret Odası; üyelerin, paydaşların ve şehrin gelişimini sağlamak amacı ile sahip olduğu bilgileri ilgi taraflar ile paylaşmayı önemsemektedir.

**Şeffaflık:** Eskişehir Ticaret Odası, faaliyetlerini ve mali yapısını düzenli aralıklarla kamuya paylaşmaktadır.



# 5

## HAZIRLIK

2024-2030 dönemini kapsayan stratejik plan için öncelikli olarak “Eskişehir Fuar Kongre Merkezi’ni iş ve sanatı buluşturan yaşam merkezi haline getirmek” vizyonu belirlenmiştir. Ardından bu vizyona ulaşmak için oluşturulacak stratejik plan hazırlık çalışmalarında kimlerin yer alacağı kararlaştırılmıştır. Sonrasında iç ve dış paydaş analizleri yapılarak hazırlık süreci tamamlanmıştır.

## 5.1. Stratejik Plan Ekibi

2024-2030 dönemini kapsayan stratejik plan hazırlık çalışmalarında görev almak için aşağıdaki tabloda yer alan Stratejik Plan Ekibi 26.09.2023 tarihli, 51 nolu toplantının 8 nolu yönetim kurulu kararı ile oluşturulmuştur.

| STRATEJİK PLAN EKİBİ |                                  |
|----------------------|----------------------------------|
| AD-SOYAD             | ÜNVAN                            |
| Metin GÜLER          | Yönetim Kurulu Başkanı           |
| Özgür ALP            | Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı |
| Ali ATEŞ             | Yönetim Kurulu Üyesi             |
| Yasin BAKILAN        | Yönetim Kurulu Üyesi             |
| Kerem Can APAYDIN    | Meclis Üyesi                     |
| Özgür ERSOY          | Meclis Üyesi                     |
| Ali YÜCE             | Meclis Üyesi                     |
| Cem SAĞLAM           | Meclis Üyesi                     |
| İbrahim ELDEM        | Meclis Üyesi                     |
| Ali VAROL            | Genel Sekreter                   |
| Arda GENÇ            | Genel Sekreter Yardımcısı        |
| Okan ADIYAMAN        | Genel Sekreter Yardımcısı        |
| Duygu AKPINAR        | Kalite Ve Akreditasyon Sorumlusu |
| Serkan AYAZ          | EFKM Pazarlama Sorumlusu         |
| İsmail İLKSELVİ      | Medya İlişkileri Sorumlusu       |
| Levent ERTAN         | Bilgi İşlem Müdürü               |
| Hidayet Peker        | Mali Müşavir                     |
| Gökhan GÜÇLÜ         | Grafik Tasarımcısı               |
| Hakan KURU           | Arkeolog                         |
| Burhan TOKSAN        | Meslek Komiteleri Sorumlusu      |
| Ahdem Evren KÖSE     | Özel Kalem                       |
| Seda SONGUR          | ETO Akademi Sorumlusu            |
| Göktaş ERSAYIN       | Üye İlişkileri Temsilcisi        |
| Gökhan Can ÇOBANSOY  | AB Bilgi Merkezi Koordinatörü    |



## 5.2. İç Paydaş Analizi

İç paydaş analiz çalışması için Eskişehir Ticaret Odası meclisine, personeline ve vizyon ile ilgili meslek komitelerine iç paydaş anket çalışması uygulanmıştır.

19.09.2023 tarihinde stratejik plan ekibinde yer alan personelin katılımı ile iç ve dış çevre analiz raporlarının hazırlanması ile ilgili toplantı gerçekleştirilmiş ve 05.10.2023 tarihinde iç ve dış çevre analiz raporları hazırlanmıştır.

03.10.2023 tarihinde tüm personele online olarak iç paydaş anket çalışması uygulanmış ve anket çalışmasına 18 personel katılım sağlamıştır.

26.09.2023 tarihli meclis toplantısında yönetim kurulu başkan yardımcısı tarafından vizyon duyurusu yapılmış ve vizyon ile ilgili yapılan/yapılacak olan çalışmalar hakkında meclis üyelerine bilgilendirmede bulunulmuştur. Ayrıca 02.10.2023 tarihinde meclis üyelerine online olarak uygulanacak olan iç paydaş anket çalışmasının duyurusu yapılmıştır. 02.10.2023 tarihinde de meclis üyelerine online anket çalışması uygulanmış ve anket çalışmasına 18 meclis üyesi katılım sağlamıştır.

Ekim ayı içerisinde stratejik plan ekibinde yer alan üyelerimizin meslek komitelerinde stratejik plan ekibinde yer alan üyelerimizin yöneticiliğinde iç çevre ve dış çevre analiz çalışması yapılmıştır.



## 5.3. Dış Paydaş Analizi

Dış paydaş analiz çalışması için ilk olarak dış paydaşların tespiti ve önceliklendirmesi yapılmıştır. Öncelik durumuna ve vizyon ile ilişkisine göre dış paydaşlar belirlenerek 03.10.2023 tarihli, 53 nolu toplantının 8 nolu yönetim kurulu kararı ile ziyaret edilerek yüz yüze dış çevre analizi çalışması yapılması kararlaştırılmıştır.

01.10.2023-25.10.2023 tarihleri arasında yönetim kurulu üyeleri ile dış paydaş ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Ziyaretler esnasında; 2024-2030 dönemini kapsayan stratejik plan kapsamında belirlenen vizyon ile odamızın yeni ve güncel faaliyetleri hakkında bilgilendirmede bulunulmuş ve dış çevre analizi gerçekleştirilmiştir.



Eskişehir Tepebaşı Belediyesi



Eskişehir Odunpazarı Belediyesi



Eskişehir Osmangazi Üniversitesi



Anadolu Üniversitesi



Eskişehir Teknik Üniversitesi



Eskişehir Sanayi Odası



Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi



Türkiye Kalite Derneği



Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

## 5.2. Mevcut Durum Analizi

Mevcut durum analiz çalışması için stratejik plan ekibinde yer alan personel uzmanlık alanına göre raporlar (Türkiye'nin durumu, dünyadaki gelişmeler, odanın yasal yükümlülükleri, hizmet performansı vb.) hazırlamıştır. İç paydaş ve dış paydaş analizleri gerçekleştirilerek iç çevre ve dış çevre analizleri tamamlanmıştır. İç çevre analizindeki değerlendirmeler uzmanlık alanına göre hazırlanan raporlar esas alınarak yapılmıştır. Dış çevre analizindeki değerlendirmeler ise dış paydaş ziyaretleri esas alınarak yapılmıştır.

Mevcut durum analizi "Eskişehir Fuar Kongre Merkezi'ni iş ve sanatı buluşturan yaşam merkezi haline getirmek" vizyonuna uygun olarak 08.11.2023 tarihli, 57 nolu toplantının 8 nolu yönetim kurulu kararı ile tamamlanmıştır.

| İÇ ÇEVRE ANALİZİ                                                                                                     |                                                                                                            | DIŞ ÇEVRE ANALİZİ                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GÜÇLÜ                                                                                                                | ZAYIF                                                                                                      | FIRSAT                                                                                                                                              | TEHDİT                                                                                                                                                                                        |
| EFKM'nin OSB çevre yolunda ve Şehir Hastanesi'nin karşısında yer alması sebebi ile görünürlülüğünün yüksek olması    | EFKM yerleşkesinde cafe/restoran/banka vb. olmaması sebebi ile EFKM'nin yaşam merkezi olarak algılanmaması | Şehirde aktif voleybol takımlarının (Peyman, Tepebaşı Belediyesi vb.) olması sayesinde şehirde voleybol organizasyonlarının düzenlenebilecek olması | Ülkedeki enflasyon artışıyla beraber etkinliklerin maliyetinin artması sebebi ile halkın etkinliklere olan talebin azalması                                                                   |
| EFKM'nin kongre binasının dış cephesinin görünürlülüğünün yüksek olması sayesinde reklam faaliyetlerine uygun olması | Etkinlikler için reklam faaliyetlerinin etkili yürütülememesi                                              | TR Voleybol Altyapı Turnvası'nın 30-40 gün sürmesi sayesinde şehir ekonomisine katkı sunması                                                        | Toplum tarafından bilinen kişilerle (sanatçı, bilim insanı vb.) yapılan iş dünyasına yönelik etkinliklerin maliyetlerinin çok yüksek olması sebebi ile ses getiren etkinliklerin yapılamaması |
| EFKM'nin OSB ve sanayi sitelerine yakın olması sayesinde 3500 civarında üyenin komplekse kolay erişim sağlaması      | Bütçe kısıtı sebebi ile EFKM hizmet binasının tamamlanamaması                                              | TURSAB ile yürütülen iş birliği sayesinde TURSAB'ın etkinlikleri için EFKM'yi tercih etmesi ve EFKM etkinlik duyurularına destek vermesi            | Eskişehir'de havaalanı olmaması sebebi ile uluslararası organizasyonlarda şehrin tercih edilmemesi                                                                                            |
| EFKM'deki etkinlik ve ziyaretçi sayılarının yıl bazlı artması                                                        | Sanatsal etkinlikler için odanın kurumsal bilgisinin yeterli olmaması                                      | Şehirdeki otel ve pansiyon kapasitesinin yüksek olması sayesinde büyük etkinlikler için şehirdeki yatak kapasitesinin yeterli olması                | Yaz döneminde düzenlenen etkinliklerde katılımcı sayısının düşük olması                                                                                                                       |
| EFKM'nin 750 kişi salon kapasitesi ile şehirdeki en büyük 2. salon olması sayesinde etkinlikler için tercih edilmesi | ETO üyelerinin toplantı vb. için EFKM kongre alanını kullanabileceğini bilmemesi                           | Çocuklara yönelik düzenlenen etkinliklerde direkt ya da dolaylı yoldan aile bireylerinin de etkilenmesi sayesinde daha fazla kitleye ulaşılması     | Kentte yapılan diğer kurum/kuruluş etkinlikleri ile EFKM'de yapılan etkinliklerin tarihinin çakışması sebebi ile etkinliklere katılımcı sayısının düşük olması                                |

| İÇ ÇEVRE ANALİZİ                                                                                                                                         |       | DIŞ ÇEVRE ANALİZİ                                                                                                                                                           |                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GÜÇLÜ                                                                                                                                                    | ZAYIF | FIRSAT                                                                                                                                                                      | TEHDİT                                                                                                                                   |
| EFKM fuar alanının metre karesinin yüksek olması sayesinde konser ve spor organizasyonları gibi geniş katılımcılı etkinlikler için EFKM'nin uygun olması | -     | Eskişehir halkının sanatsal etkinliklere yatkın olması sayesinde hedef kitlenin fazla olması                                                                                | Tiyatro, talk show vb. etkinliklerin dijital ortamlarda yaygınlaşması ve takip edilmesi sebebiyle etkinliklere katılımların düşük olması |
| EFKM'nin geniş otopark alanı olması sayesinde etkinlikler için tercih edilmesi                                                                           | -     | Eskişehir'in bulunduğu coğrafi konum ve karayolu ulaşım imkanları sayesinde farklı şehirlerden de kolay ulaşım sağlanması                                                   |                                                                                                                                          |
| ETO'nun STK olması sayesinde faaliyetlerinin medya tarafından takip edilmesi ve medyada yer alması                                                       | -     | Eskişehir Teknik Üniversitesi'nin kendine ait salonunun olmaması sebebi ile etkinlikler için salon ihtiyacının olması                                                       |                                                                                                                                          |
| ETO Akademi faaliyetleri ile geniş katılımcılara ulaşılması                                                                                              | -     | Eskişehir Teknik Üniversitesi'nin ülkede pilot yetiştiren tek üniversite olması sayesinde havacılık sektörüne yönelik düzenlenen etkinliklerde geniş katılımcıya ulaşılması |                                                                                                                                          |
| ETO'nun önceki yıllarda meslek fuarları tecrübesinin olması                                                                                              | -     | Anadolu Üniversitesi'ndeki Kültür Merkezi'nin etkinlik taleplerini karşılayamaması sebebi ile yeni salonlara ihtiyaç duyması                                                |                                                                                                                                          |
| EFKM mülkünün ETO'ya ait olması sayesinde kira masrafinin olmaması                                                                                       | -     | Eskişehir ekonomisinde hizmet sektörünün %55 oranında olması sayesinde bu vizyonun özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren üyeler tarafından sahiplenilmesi           |                                                                                                                                          |
| ETO'nun yerel, ulusal ve uluslar arası düzeyde kurum/kuruluşları bir araya getirebilme kabiliyetinin yüksek olması                                       | -     | Global olarak gastronomi sektörüne olan ilginin artması                                                                                                                     |                                                                                                                                          |
| -                                                                                                                                                        | -     | Kongre turizminin Antalya ve İstanbul'da yoğunlaşmış olmasından dolayı farklı destinasyon alternatiflerine olan talebin oluşması                                            |                                                                                                                                          |



# 6

## STRATEJİK PLAN

“Eskişehir Fuar Kongre Merkezi’ni iş ve sanatı buluşturan yaşam merkezi haline getirmek” vizyonu için belirlenen stratejik amaç ve hedeflere nasıl ulaşılabileceğini göstermek için vizyon ve misyon ile uyumlu, mevcut durum analizine dayanan stratejiler oluşturulmuştur.

| 2024-2030 STRATEJİK PLAN |                                                                                                    |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Stratejik Amaç           | 1. İŞ DÜNYASINA YÖNELİK ETKİNLİKLERLE ZİYARETÇİ SAYISININ ARTTIRILMASI                             |
| Stratejik Hedef          | 1.1. 2030 Yılına Kadar İş Dünyasına Yönelik Etkinliklerle 550.000 Ziyaretçinin Katılımını Sağlamak |
| Strateji                 | 1.1.1. Üyelerin bilgi ihtiyacını karşılayacak faaliyetler yapılması                                |
| Strateji                 | 1.1.2. Üyelerin iş ağını ve ticaretini geliştirecek faaliyetler yapılması                          |
| Strateji                 | 1.1.3. Paydaşların fiziki alan ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunulması                            |
| Stratejik Amaç           | 2. SOSYAL ETKİNLİKLERLE ZİYARETÇİ SAYISININ ARTTIRILMASI                                           |
| Stratejik Hedef          | 2.1. 2030 Yılına Kadar Sosyal Etkinliklerle 300.000 Ziyaretçinin Katılımını Sağlamak               |
| Strateji                 | 2.1.1. Kültür ve sanat faaliyetlerinin yapılması                                                   |
| Strateji                 | 2.1.2. Sportif faaliyetlerin yapılması                                                             |
| Stratejik Amaç           | 3. HİZMET ALT YAPISININ GELİŞTİRİLEREK ZİYARETÇİ SAYISININ ARTTIRILMASI                            |
| Stratejik Hedef          | 3.1. 2030 Yılına Kadar Hizmet Alt Yapısını Geliştirerek 150.000 Ziyaretçinin Katılımını Sağlamak   |
| Strateji                 | 3.1.1. EFKM'deki fiziki ve beşeri süreçlerin geliştirilmesi                                        |
| Strateji                 | 3.1.2. EFKM yerleşkesinde sosyal tesis alanlarının oluşturulması                                   |

# **2024 - 2030 STRATEJİK PLAN**



**YÜZYÜZEYKEN KONUŞURUZ**

1 MART SALI SAAT 20:30

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR

UĞUR ASLAN



**BİR ARABESK MÜZİKALİ AFARA**

1 MART SALI SAAT 20:30

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR

UĞUR ASLAN



**KALPTEN KALBE**

5 MART 2022 Saat: 20:00

VEHBI KOÇ KÜLTÜR MERKEZİ

Bilet Satış Noktaları: İnceci Kütüphanesi (Hacılar) Telefon: 0308 311 24 34



**CANOZAN**

18 ARALIK ÇUMARTESİ

ESKİŞEHİR

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ



**ÖZDEMİR STAND-UP**

5 MAYIS

ESKİŞEHİR

VEHBI KOÇ KM

2 ŞUBAT SALI SAAT 20:30

Bilet Satış Noktaları: İnceci Kütüphanesi (Hacılar) Telefon: 0308 311 24 34



**ACTING**

4 NİSAN 19:00

0904 777 1000

Adelvi



**DOĞU DEMİRKOL**

ESKİŞEHİR

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

11 ARALIK SAAT: 20:30



**MİRASŞAHA**

4 MART ÇARŞAMBA 20:30

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR



**TOPRAK İÇİN**

ESKİŞEHİR

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR



**ON KİŞİYDİLER**

19 ARALIK

0904 777 1000

Adelvi



**ACTING**

4 NİSAN 19:00

0904 777 1000

Adelvi

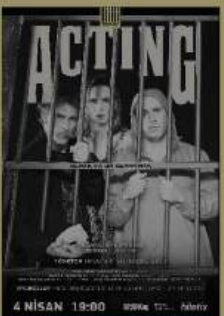


**NEYZEN TEVFIK HIÇ YÜCEL**

15 ARALIK ÇARŞAMBA 20:30

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR



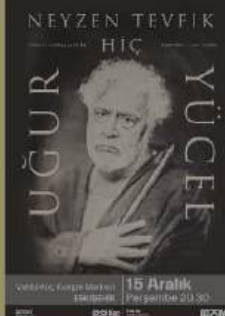
**BİR ARABESK MÜZİKALİ AFARA**

1 MART SALI SAAT 20:30

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR

UĞUR ASLAN



**ON KİŞİYDİLER**

16 NİSAN ESKİŞEHİR



**FESTFABRİK**

15 | 12 | 2023

YÜZYÜZEYKEN KONUŞURUZ



**BURDA OLAN BURDA KALIR**

26 ŞUBAT 2022 ÇARŞAMBA 19:00

0904 777 1000

Adelvi



**HASAN CAN KAYA**

26 ŞUBAT 2022 ÇARŞAMBA 19:00

0904 777 1000

Adelvi



**BERFU YENENLER ESER YENENLER**

GİFT TERAPİSİ

GİFT KİŞİLERİN BÜTÇESİ



**EMLAKÇIYI BEKLERKEN**

1 MART SALI

ARABESK MÜZİKALİ AFARA



**EMLAKÇIYI BEKLERKEN**

16 NİSAN ESKİŞEHİR



**ON KİŞİYDİLER**

16 NİSAN ESKİŞEHİR



**NEYZEN TEVFIK HIÇ YÜCEL**

15 ARALIK ÇARŞAMBA 20:30

VEHBI KOÇ KONGRE MERKEZİ

ESKİŞEHİR



**ACTING**

4 NİSAN 19:00

0904 777 1000

Adelvi

• YAKLAŞAN ETKİNLİKLER •



• YAKLAŞAN ETKİNLİKLER •