BATI AKDENİZ KALKINMA AJANSI
(BAKA)

ANTALYA
YATIRIM DESTEK VE TANITIM STRATEJİSİ

(2017)

ANTALYA YATIRIM DESTEK VE TANITIM STRATEJİSİ ÖZETİ

AMAÇ
Antalya'ya Nitelikli Yatırım Çekmek ve Ana Sektör İhracatlarını Geliştirmek

HEDEF 1
İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Çeşitlendirilmesi ve Nitelikli Tanıtımı Geliştirmek

MEVCUT DURUM

HEDEF 2
Stratejik Öneme Sahip Sektörlerde Uluslararası Doğrudan Yatırımın Artırılması ve Hedef Yatırımcılara Yönelik Stratejilerin Geliştirilmesi

HEDEF 3
Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması

HEDEF 4
Yatırıma Uygun Alanların Genişletilmesi

EYLEMLER

MEVCUT DURUM

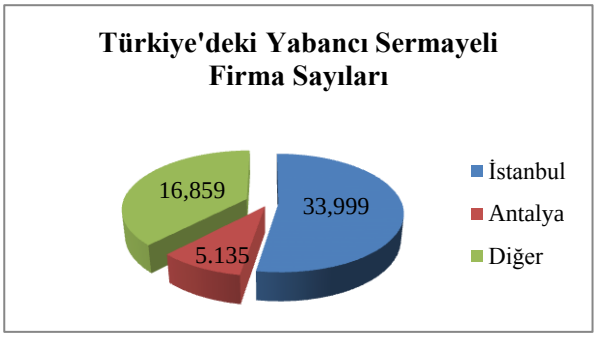
Antalya'da Uluslararası Yatırımlar

2017 Yılı Temmuz ayı sonu itibariyle Türkiye'de toplam 49.217 adet uluslararası sermayeli şirket ve şube kurulmuş olup, 6.776 adet yerli sermayeli şirkete de uluslararası sermaye iştiraki gerçekleşmiştir. Toplamda 55.993 adet uluslararası sermayeli şirket ülkemizde faaliyette bulunmaktadır. *(Ekonomi Bakanlığı)*

Söz konusu şirketlerin sektörel dağılımına baktığımızda, 55.993 adet uluslararası sermayeli şirketin, başta toptan ve perakende ticaret olmak üzere, gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri ve imalat sanayi sektörlerinde faaliyette bulundukları görülmektedir. İmalat sanayiinde faaliyette bulunan uluslararası sermayeli şirketlerde kimyasal madde ve ürünleri imalatı birinci sırada yer alırken, bunu tekstil ürünleri imalatı ve gıda ürünleri, içecek ve tütün imalatı izlemektedir.

2017 yılı itibarıyla Türkiye'de bulunan 55.993 yabancı sermayeli firmanın 5.135 tanesi Antalya'da faaliyet göstermektedir. Antalya, İstanbul'dan (33.999 şirket) sonra yabancı sermayeli firmaların sayı olarak en yoğun olduğu ikinci ildir.

Şekil 1. Türkiye'deki Yabancı Sermayeli Firma Sayıları



Tablo 1. Türkiye'de Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sayılarının Sektörlere Göre Dağılımı – (2017 T*emmuz*)

1954-2017/Temmuz Dönemi Kümülatif Yabancı Sermayeli Şirket Sayısı	
SEKTÖR	**ADET**
Toptan ve Perakende Ticaret	20.939
Gayrimenkul, Kiralama ve İş Faaliyetleri	9.110
İmalat Sanayii	6.786
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama Hizmetleri	5.407
İnşaat	5.039
Oteller ve Lokantalar	2.371
Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	1.667
Elektrik, Gaz ve Su	1.486
Tarım, Avcılık ve Ormancılık	784
Madencilik ve Taşocakçılığı	738
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	713
Eğitim Hizmetleri	527
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	426
Toplam	**55.993**

***Kaynak**: Ekonomi Bakanlığı, 2017*

Tablo 2. Antalya'da Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Faaliyette Bulundukları İlk Beş Sektör (2017)

Sektörler	Firma Sayısı
Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	1.120
Toptan ve Perakende Ticaret	1.088
İnşaat	783
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama Hizmetleri	674
Oteller ve Lokantalar	662

***Kaynak**: Ekonomi Bakanlığı, 2017*

Yabancı sermayenin ilk tercihi olan gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri kapsamında 2017'nin ilk 6 ayında ülke uyruklarına göre en çok konut satışı Suudi Arabistan vatandaşlarına olmuştur. Haziran ayında Suudi Arabistan vatandaşları Türkiye'den 612 konut satın almış, 239 konut ile Irak, 136 konut ile Kuveyt, 115 konut ile Rusya Federasyonu ve 87 konut ile İngiltere vatandaşları, Suudi Arabistan'ın ardından Türkiye konut sektöründe en fazla yatırım yapan yabancı uyruklu vatandaşlardır.

Yabancılara 2017 yılı Haziran ayında 1.926 konut satışı gerçekleşmiştir. Yabancılara yapılan konut satışlarında, Haziran 2017'de Antalya, 408 konut satışı ile İstanbul'un (903 konut satışı) ardından yabancı konut satışında ikinci sırada yer almıştır. Antalya'yı 93 konut satışı ile Bursa, 77 konut satışı ile Aydın, 68 konut satışı ile Ankara ve 60 konut satışı ile Muğla takip etmektedir.

Gayrimenkul yatırımları Antalya için önemli bir alandır. Ancak bu yatırımların istihdam, ekonomik büyüme ve diğer hususlar değerlendirildiğinde, diğer sektörlerin aksine dolaylı katma değer sağladığı için Strateji Belgesinde hedeflenen yatırım alanı olarak ele alınmamıştır. Buna ek olarak, yukarıda verilen rakamlar (gayrimenkul yatırım rakamları) Strateji Belgesinde bahse konu "yerli veya yabancı bir firmanın bölgede yatırım amaçlı tesisler kurarak mal ve hizmet üretmek için istihdam yaratması" şeklinde genel olarak tanımlayabileceğimiz doğrudan yatırım tanımına uymamaktadır. Doğrudan yatırım, yerli veya yabancı bir firmanın Antalya'ya fabrika kurması, hizmet merkezi, satış ofisi, dağıtım merkezi, araştırma ve geliştirme merkezi veya genel merkez kurma faaliyetlerinden birini gerçekleştirmesi ve bunu yereldeki bir firma ile birleşme, onu satın alma veya ortaklık kurma yoluyla gerçekleştirmesi tanımlanabilir.

Dolayısıyla, ortaklık, birleşme veya satın alma yoluyla Antalya'da fabrika veya bir tesis kurmuş olan yerli veya yabancı firmaların incelenmesi daha doğru olacaktır. Buna göre, Antalya Serbest Bölge ve Antalya Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan ve faaliyet gösteren özellikle yabancı sermayeli firmalar doğrudan yatırım tanımına daha yakındırlar. Antalya'nın önemli ticaret merkezlerinden olan Antalya Serbest Bölge'den alınan verilere göre, aktif olan 104 firmadan 35'i %100 yabancı ve yerli/yabancı ortaklı firmalardan oluşmaktadır. Yabancı firmalar ağırlıklı olarak Almanya, Hollanda, İsviçre ve Fransa menşeli firmalar olup, bu firmalar özellikle tekne/yat inşa ve medikal sektörlerinde faaliyet göstermektedirler. Antalya Serbest Bölge'de yatçılık sektörü oldukça gelişmiştir ve 55 yat firmasından 23 tanesi yabancı sermayelidir.

Antalya Organize Sanayi Bölgesi'nde (OSB), 692 hektarlık (ha) alanda 267 adet firma 8 ana sektörde (Gıda, Kağıt, Tarım-Gübre-Kimya, Plastik-Polyester-Akrilik, Tekstil, İnşaat-Yapı, Ahşap-Mobilya, Enerji-Makine-Metal) aktif olarak faaliyet göstermektedir. 1 No.lu Tevsi Alanı: 84 ha, 2 No.lu Tevsi Alanı: 194 ha, 3 No.lu Tevsi Alanı: 30 ha, 4 No.lu Tevsi Alanı: 43,6 ha ve 5 No.lu Tevsi Alanı: 46 ha'dır. 2016 yılında yıllık bazda 420 milyon dolar ihracat ve 6

milyar TL'lik ticaret hacmine sahip olan Antalya OSB'de 13 bin kişi istihdam edilmektedir. OSB'nin yer seçim aşamasında olan 4'üncü (43,6 ha) ve 5'inci (46 ha) genişleme çalışmalarıyla toplam 89,6 hektar alan daha yatırım için hazır hale getirilebilecektir. OSB'de yatırımcıların yaşadığı en büyük sorun Antalya Limanı'nda liman ve navlun bedellerinin çok yüksek olmasından dolayı üretilen ürünlerin ihracatının zorunlu olarak karayolu ile Mersin ve Kocaeli limanlarından yapılmasıdır. Bu durum Antalya OSB'deki yatırımcılar açısından önemli bir sorun teşkil etmektedir. Limanın kapasitesi yükleme ve boşaltmaya uygun olmakla beraber navlun bedellerinin yüksekliği Antalya'nın ihracatını olumsuz etkilemektedir. Antalya Organize Sanayi Bölgesinin ihtiyaçları arasında ihracat potansiyelinin artırılması, ortak bir Ar-Ge ve inovasyon merkezinin kurulması, ürün kalite ve çeşitliliğinin artırılması, sanayicilerin yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda tanıtımının yapılması ve ihracatta hedef pazar çeşitliliğinin sağlanması bulunmaktadır.

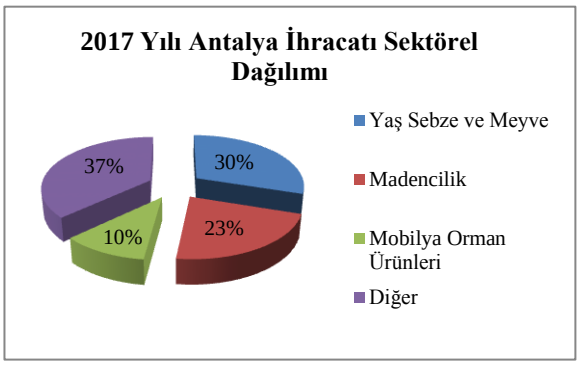
Antalya OSB, düşük enerji ve arazi maliyetleri, vergi muafiyeti, alt ve üst yapı hizmetleri sunması, havaalanı, serbest bölge ve ana karayolu arterlere bağlantısı, enerji, su ve doğalgaza yakınlığı, tarım ve turizme kapalı bir alanda yer alması ve sektörel olarak çeşitlilik sunmasından dolayı yatırımcılar için cazip bir yatırım yeridir. OSB'ye Almanya, Hollanda, İngiltere, Fransa, İsviçre, Belçika, İtalya, İspanya, Lübnan ve Suriye'den yabancı sermayeli firmalar yatırım yapmıştır.

Yabancı sermayeli yatırımlar ülke ve bölge ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadırlar. Bu tarz yatırımlar istihdam yaratmakta, teknoloji transferi sağlamakta, işçiye ve mühendise nitelik kazandırmakta, yeni iş fırsatları-istihdam yaratmakta, ihracata katkı, know-how transferi ve döviz girdisi sağlamakta, yerli tedarikçi firmaları desteklemekte dolayısıyla da yerel ekonomiyi güçlendirerek ulusal ekonomide pozitif etki yaratmaktadırlar. Global olarak gelişmiş ülkelerin çok uluslu şirketleri tarafından yapılan yatırımlarda birleşme ve satın almaların oranı %67 iken, yeni yatırımların oranı %33 olmuştur.

Antalya'nın İhracat Verileri

Batı Akdeniz'in (Antalya, Isparta, Burdur) 2017 Eylül sonu itibariyle 1,18 milyar dolarlık ihracatındaki en büyük payı alan sektörler sırasıyla 467 milyon dolar ile tarım, 359 milyon dolar ile sanayi ve 358 milyon dolar ile madencilik olmuştur. Tarımın içerisinde 346 milyon dolarlık ihracatla en büyük payı tutan bitkisel üretimin içerisinde yaş sebze ve meyve ihracatı 276 milyon dolardır. Sanayinin içerisinde ise sanayi mamulleri 208 milyon dolar ve kimyevi maddeler 127 milyon dolardır.
(TİM İhracat Raporları)

Şekil 2. 2017 Yılı Antalya İhracatı Sektörel Dağılımı



Isparta ve Burdur illerini dışarıda bıraktığımızda, Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) rakamlarına göre 2017 Eylül sonu itibariyle Antalya'nın toplam ihracatı 858 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatın yaklaşık %30'luk kısmını yaş sebze ve meyve, % 23'lük kısmını madencilik, %10'luk kısmını ise mobilya ve orman ürünleri oluşturmuştur. Antalya Serbest Bölge'de faaliyet gösteren 23'ü yabancı sermayeli toplam 55 yat firması, 10 - 63 metre arasında lüks yat üretmektedir. Antalya Serbest Bölgesi'nde 2000 yılında başlanan yat yapım faaliyetleri ile bölgede 17 yılda toplam 382 adet yat inşa edilmiştir. Antalya Serbest Bölge'de 2017 yılı ilk 9 ayında toplam 518 metre uzunluğunda 22 yatın yapımı tamamlanmıştır. Toplam satış geliri 97 milyon dolar olan 22 yat ağırlıklı olarak

Katar, Hollanda, Fransa ve ABD'ye gönderilmiştir. Antalya Serbest Bölge'de 2000 yılından 2017 yılı Ekim ayına kadar 60'a yakın firma tarafından büyük bölümü ultra lüks olmak üzere toplam 361 yat denize indirilmiştir. Yatların uzunluklarının toplamı 6 bin 538 metre olup, satış bedelleri toplamı 882 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Antalya'da Var Olan Kümeler Temelinde Yatırıma Uygun Öncelikli Sektörler

Yatırım çekme ve tanıtım stratejisini, yatırımı ekonomiye katkısı yüksek olabilecek alanlara kanalize etmeye dönük olarak yapılandırabilen ülkelerde bir birim yabancı yatırımın ekonomiye katkısının daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sebepten ötürü ekonomiye katkısı yüksek olabilecek sektörler Birleşmiş Milletlerin Antalya Pilot Projesi kapsamında oluşturulan Antalya'daki Öncelikli Sektörlerin Sektör Taraması çalışması ve bölgesel hazırlanan diğer raporlar temelinde belirlenerek aşağıda verilmiştir.

Yatçılık: Antalya Serbest Bölge'de yatçılık sektöründe doğal bir kümelenme mevcuttur. Antalya Serbest Bölge İş Adamları Derneği (ASBİAD) tarafından yürütülen yatçılık kümelenme çalışmaları Ekonomi Bakanlığı UR-GE programı kapsamında desteklenmiştir. Lüks yat üretimi katma değeri çok yüksek bir sektördür. Serbest Bölge'deki yat firmaları yerel yan sanayiyi destekleyerek üretimde gerekli olan yan sanayiyi Antalya içinden karşılamaktadır.

Antalya Serbest Bölge'de 2000 yılından 2017 yılı Ekim ayına kadar 60'a yakın firma tarafından büyük bölümü ultra lüks olmak üzere toplam 361 yat denize indirilmiştir. Yatların uzunluklarının toplamı 6 bin 538 metre olup, satış bedelleri toplamı 882 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ağırlıklı olarak sipariş üzerine yapılan yatların % 95'i yurt dışına satılmaktadır. 2017 yılı ilk 9 ayında toplam 518 metre uzunluğunda 22 yatın yapımı tamamlanmış olup, Serbest Bölgede faaliyet gösteren yat firmalarınca, İtalya, İngiltere, ABD, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin içinde yer aldığı onlarca ülkeden yat siparişi alınmaktadır. 2017 yılı ilk 9 ayında satılan ve toplam satış geliri 97 milyon dolar olan 22 yat ağırlıklı olarak Katar, Hollanda, Fransa ve ABD'ye gönderilmiştir.

Tekne üretiminin gelişmesi ile birlikte bu sektöre hammadde sağlayan tedarikçi firmalar ve yan sanayi üreticileri de bölge içerisinde gelişmiştir. Bu durum katma değer yaratan bir durumdur. Yatçılık sektörünün Serbest Bölge içerisinde yoğunlaşmış olması ve kendine has bir tedarikçi ağını (yat elektrik işleri, yat mobilyası gibi) yine Serbest Bölge'de ve hinterlandında geliştirmiş olması son derece önemli bir ekonomik gelişme örneğidir.

İklimin uygun olması, arazi, enerji ve işçilik maliyetlerinin düşük olması ve lojistik açıdan limanın hemen yanında yer almasından dolayı Antalya Serbest Bölgesi yatırımcıların tercihi olmaktadır. Ulaştırma maliyeti (yani yakıt ve kaptan giderleri) ve işgücü maliyetleri aynı hizmet için ABD veya AB maliyetleri ile karşılaştırıldığında Türk denizcilik sektöründe çok daha düşüktür. Lüks yat üretimi Antalya'da yatırıma uygun bir sektördür. Buradaki en büyük sorun Antalya Serbest Bölge'de yeni yatırımlar için yer olmaması, genişleme alanına ihtiyaç duyulmasıdır.

Tohumculuk: Antalya'da yürütülen bir diğer kümelenme çalışması tohumculuktur. Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB) tarafından yürütülen tohumculuk kümelenme çalışmaları Ekonomi Bakanlığı UR-GE programı kapsamında desteklenmiştir. Tohumculuk, aynı zamanda Birleşmiş Milletlerin Antalya'da yapmış olduğu "Öncelikli Sektörlerin Stratejik Taraması"nda da öne çıkan sektörler arasında yer almaktadır.

2016 yılı Aralık ayı itibarıyla Türkiye'deki sebze tohumu üretimi yapan 170 firmanın 75'i ve Türkiye'de bulunan 105 adet fide üreticisi firmanın 60 adedi (%57) Antalya'da faaliyet göstermektedir. Antalya'daki 60 fide üreticisi firma

toplam 957 dekar arazide seralarda sağlıklı ve kaliteli fide yetiştirerek Antalya ve Türkiye çiftçisinin ihtiyacını karşılamaktadır. Türkiye'deki örtüaltı tarım alanlarının %39'u Antalya'da bulunmaktadır. Antalya, Türkiye cam sera alanının %83'üne ve plastik sera alanının ise %53'üne sahiptir. Fakat şirketler Ar-Ge için çok fazla kaynağa sahip değildir. ABD, Hollanda veya İsrail'deki uluslararası teknoloji ve yenilik merkezleri ile karşılaştırıldığında yeterli değildir. Monsanto ve Nunhems gibi yabancı tohum şirketlerinin olduğu Antalya'da tohumculuk sektörü uluslararası yatırımcının teknoloji ve yenilik transferini yapması açısından yatırım yapılabilir sektörlerden biri konumundadır. Sektörün sorunlarının başında mevcut tarım arazilerinin miras yoluyla bölünmesiyle işletmelerin küçük ve parçalı yapıda bulunmasına ve dolayısıyla ürün veriminin ve maliyetlerin olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Bunun önüne geçmek amacıyla arazi toplulaştırmasının gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda tarım alanlarının parçalanmasının engellenmesine yönelik yasa ile toplulaştırma faaliyetlerine hız kazandırılmalıdır.

Kesme Çiçek: Antalya, ekolojik koşullarının uygun olması, ısıtma maliyetinin düşük olması ve aydınlanma süresi açısından kış boyu üretime uygun olması nedenleri ile kesme çiçek üretimine oldukça elverişlidir. Orta Anadolu Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından Antalya'da gerçekleştirilen kesme çiçek kümelenme çalışmaları Ekonomi Bakanlığı UR-GE programı kapsamında desteklenmiştir. Antalya ili ihracat amaçlı kesme çiçek yetiştiriciliğinde birinci sıradadır ve büyük pazar durumunda olan ülkelere ulaşım kolaylığı bulunmaktadır. Türkiye süs bitkileri üretim alanının % 12'si, kesme çiçek üretiminin % 35'i, karanfil üretiminin ise % 54'ü Antalya'dadır. İhracat değerleri açısından incelendiğinde Türkiye süs bitkileri ihracatının % 43'ü, kesme çiçek ihracatının % 96,7'si, yaş sebze ve meyve ihracatının % 22,7'si ve biyolojik mücadele yöntemlerinde üretimde kullanılan bir milyon koloni bombus arısı üretimi, bu üretimden yapılan 880 bin kraliçe arı ve 20 bin koloni ihracatının tamamı Antalya'dan yapılmaktadır.

Antalya kesme çiçek sektörü kaynaklar bakımından yeterli; ancak işbirliği bakımından yetersiz durumdadır. Antalya kesme çiçek sektörü, işbirlikçilik açısından rekabet üstünlüğüne katkı sağlayamamaktadır. Yeni kurulan firma sayısında yıllar itibarıyla artışlar sektörün dışa açık bir gelişme içinde olduğunu gösterse de firmaların stratejisine yönelik bulgularda Türkiye'deki zengin çiçek çeşidi potansiyelinin sektöre tam anlamıyla girmediği, yeni tür ve çeşitlere yönelik yaygın bir üretim çalışması yapılmadığı, pazarlama dağıtım kanallarının toptan satıcılar düzeyinde yoğunlaştığı, Ar-Ge harcamalarının firmalar genelinde yaygın olmadığı belirlenmiştir. Yine de kesme çiçek üretimi, yatırıma açık bir sektördür.

Sağlık Turizmi: Turizm sektörü, Antalya'nın tarımsal üretim ile birlikte en rekabetçi olduğu sektördür. Türkiye'ye gelen her 3 turistten 1'i Antalya'ya gelmektedir. Antalya'daki turizm yatırımlarının hemen hemen tamamı yerli yatırımcıdır. Yabancı yatırımcı sayısı yavaş da olsa artmaktadır. Antalya turizmde önemli bir destinasyon olmasına ve ilk sıralarda yer almasına karşın, turizm geliri açısından rakiplerine göre dezavantajlıdır. Turist sayısına oranla turizm gelirinin düşük olması önemli bir sorundur.

Bununla birlikte, turizmde ürün ve pazar çeşitlendirilmesi ve turizmin 12 aya yayılması sektörün en önemli hedefleri arasındadır. Antalya'da alternatif bir turizm çeşidi olan Sağlık Turizmi yatırımcı çekilebilecek bir yatırım alanıdır. Sağlık Turizmi'nde kümelenme çalışmaları BAKA tarafından başlatılmış, yürütülmüş ancak herhangi bir destek alınamamıştır. Hem var olan turistin sağlığı kapsamında hem de Sağlık Turizmi kapsamında yerli ve yabancı yatırımcı için Antalya kayda değer fırsatlar sunmaktadır. Kaliteli ve yüksek teknolojili tedavinin etik hizmetle sunulması noktasında yabancı yatırımcının kalite standartlarını, yüksek teknolojiyi ve kendi pazarını beraberinde

getirmesi beklenmektedir. Yurtdışındaki yabancı hastane gruplarıyla ortak girişimlerin (joint ventures) yapılmasının yabancı hastalar için hem güven oluşturacağı hem de Antalya'ya daha fazla hasta getireceği düşünülmektedir.

Antalya, Geriatri ve İleri Yaş Turizmi'nde de yerli ve yabancı yatırımcıya fırsatlar sunmaktadır. İkliminden ötürü özellikle İskandinav ülkeleri gibi yaşlı nüfusu fazla ve iklimi soğuk bölgeler için önemli bir alternatif oluşturmaktadır. Antalya'da kurulacak olan ileri yaş bakım köyleri yerli ve yabancı yatırımcı için fırsatlar sunmaktadır. Emeklilerin barındırılması amaçlı bir endüstri henüz kurulmamıştır ve şehir bu açıdan iyi tanınmamaktadır. Antalya, Avrupalıların emeklilik zamanlarını geçirmeleri konusunda kaliteli yaşam standartları ve yaşam maliyetlerinin düşük olması sebebiyle yüksek potansiyele sahiptir. Yatırım amacıyla turizmin çeşitlendirilmesi ve hedef ülkelerin çeşitlendirilmesi, Antalya'nın yatırım tanıtım stratejileri arasında olması gereken konular arasındadır.

İşlenmiş Gıda (Meyve Sebzelerin İşlenmesi): Antalya kendi nüfusunun yanı sıra yıllık 12 milyon yabancı ve yerli turistin beslenmesini sağladığı için gıda sektörü önemli bir yatırım alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği (BAİB) tarafından yürütülmekte olan tarım ve gıda kümesi ile Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) tarafından gıda kümesi ve tarım kümesi Ekonomi Bakanlığının Ur-Ge projeleri kapsamında desteklenmiştir. Antalya'nın rekabetçiliğini koruyabilmesi, tarımsal üretimde verimliliğin artırılmasına ve uluslararası pazarın talepleri doğrultusunda kaliteli ürün üretilmesine bağlıdır. Bu açıdan, tarımsal üretimin gelişmesi için ileri teknoloji mekanizasyonun sağlanması, yeni ve sürdürülebilir yöntemlerin kullanılması ve böylelikle rekabetçi üretim yapısının geliştirilmesi gerekmektedir.

Antalya'da tarımsal ürünlerin işlenmesine yönelik imalat sanayinin yeterince gelişmemiş olması, orta-ileri ve ileri teknoloji kullanımının zayıf olması ürünlerin büyük ölçüde işlenmeden bölge dışına satılmasına neden olmaktadır. İleri teknoloji konusunda yabancı sermaye yatırımları, yeni üretim tekniklerinin ve gelişmiş teknolojilerin yerli firmalara aktarılması hususlarında kritik öneme sahiptir.

Antalya'da tarım sektörünün gelişmesini yavaşlatan faktörler arasında tarım işletmelerinde sermaye birikiminin yetersiz olması, ürün işleme ve depolama tesislerinin yetersizliği, işletmelerin teknolojik altyapılarının yetersizliği, genç nüfusun başta turizm olmak üzere diğer sektörlere kayması ve tarımsal Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına yeterli önemin verilmemesi bulunmaktadır. Tarımsal üretimde vergilendirme sisteminin üretimi cazip hale getirecek düzeye çekilmesi de önem arz etmektedir.

Bu sektörde uluslararası pazar olanakları mevcuttur ve birçok yeni girişimcinin bu sektörde en azından ambalaj yapan işletmeler açması beklenebilir. Hâlihazırda Antalya'da üretici hizmetleri vardır ancak ambalajlama, pazarlama ve uluslararası ticaret konularında yeni yatırımlar yapılabilir ve yeni işler yaratılabilir. Pazarlama, kutulama, konserve, meyve suyu, meyve özü ve konsantresi şirketleri Antalya'ya yatırım yapabilir. Yüksek kaliteli taze girdiler, büyük bir pazar, çeşitli ürün yelpazesi ve uygun iklimi nedeniyle Antalya'nın yatırımcıları çekmek konusunda yüksek bir potansiyeli vardır.

Antalya'da hâlihazırda üretici hizmetleri vardır, ancak soğuk zincir lojistiği ve uluslararası ticaret alanlarında daha fazla iş olanağı yaratılması beklenebilir. Türkiye'de bulunan 105 adet fide üreticisi firmanın 60 adedi (%57) Antalya'da faaliyet göstermektedir. Antalya'daki 60 fide üreticisi firma toplam 957 dekar arazide seralarda sağlıklı ve kaliteli fide yetiştirerek Antalya ve Türkiye çiftçisinin ihtiyacını karşılamaktadır. Türkiye'deki örtüaltı tarım

alanlarının %38'i Antalya'da bulunmaktadır. Antalya, Türkiye cam sera alanının %83'üne ve plastik sera alanının ise %52'sine sahiptir. Antalya dünyadaki gelişmelerin doğrultusunda üretim yönteminde ve sera teknolojilerinde modernizasyona dayalı yatırımlara da açıktır. Küresel olarak nüfus artışı ve gıda yetersizliği tohum ve fideye olan talebin artacağını ve sektörün yüksek bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Yazılım Sektörü: OECD ülkeleri içerisinde bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında diğer sektörlere en fazla katma değer yaratan teknolojinin yazılım teknolojisi olduğu tespit edilmiştir. OECD ülkelerinde yazılım sektörü hasılasının toplam GSMH içindeki payı ülkeden ülkeye % 1,5 - 3 arasında değişmektedir. Yazılım sektöründeki gelişmenin istihdama olan yansımasının en çarpıcı örneklerinden biri Hindistan'dır. 80'li yılların ikinci yarısında yazılım sektöründeki iş gücü 6 bin 800 kişi iken, bu rakam 2000'li yılların başında yaklaşık kırk sekiz kat artarak 284 bin kişiye ulaşmıştır. Günümüzde bu rakam bir milyon kişiye ulaşmıştır. Nitelikli ve inovatif kapasitesi yüksek işgücü istihdamı, yazılım sektörünün işgücü piyasasını farklılaştırmaktadır. Bu farklılık, yeni girişimlerin doğuşuna ve bu alandaki işgücü piyasasının ve sektörün yenilikçi ve rekabetçi olmasına yol açmaktadır.

Türkiye'de yaklaşık 1.600 adet yazılım üreten yerli firma yer almaktadır. Bu firmaların yaklaşık %35'i, teknoloji geliştirme merkezlerinde yer almaktadır ve %87,2'si KOBİ yapısındadır. Türkiye'de yazılım sektörü teknolojileriyle; üretim ve otomasyon, telekom, enerji, elektrik ve elektronik, finans, lojistik, tekstil, eğitim, medya, savunma, sağlık, turizm, inşaat, kamu alanlarında yazılım geliştirilmektedir. Bu kapsamda hem Antalya'da istihdamın artırılması hem de turizm hizmet kalitesinin artırılması ve değişen müşteri taleplerine ayak uydurulabilmesi için yine yazılım sektörü yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. 2017 yılı itibariyle Antalya Teknokent'te faaliyet gösteren 108 şirketten 41'i yazılım ve bilişim üzerine çalışmaktadır. Bu şirketlerin tamamında 570 personel çalışmaktadır. Antalya'da teknokentler, teknoparklar, teknoloji mükemmeliyet merkezleri kurularak mevcut yapının güçlendirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Yazılım sektöründe Antalya'nın ihracat rakamlarını ve istihdamını artırmak için Bölgesel Eylem Planı'nda yer verilmesi ve bu sektörde güdümlü projeler gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir.

Antalya'nın Yatırım Ortamı

Antalya'da karayollarının ihtiyacı karşılamayışı ve demiryolu ulaşımının bulunmayışı tarım ve turizm faaliyetlerinin artırılması ve çeşitlendirilmesi önünde engel teşkil etmektedir. Karayolu ağının nitelik ve kapasitesinin iyileştirilmesi, havayolunun daha etkin kullanımının sağlanması, denizyolu ulaşımının geliştirilmesi ve demiryolu ağının yaygınlaştırılması hem yatırım ortamının iyileşmesine, hem de bölgesel kalkınmaya ve işletmelerin rekabet gücünün artırmasına katkı sağlayacaktır. Limana bağlanan yolların yetersizliğinden dolayı Antalya limanı kapasitesinin altında çalışmaktadır. Lojistik açıdan bu sorun yaratmaktadır çünkü demiryoluyla taşınması gereken ağır tonajlı ürünlerin ticareti Mersin limanı gibi çevre limanlardan yapılmaktadır. Ancak Antalya hava taşımacılığı açısından üstün avantajlara sahiptir.

Dünya Bankasının hazırlamış olduğu Bölgesel Yatırım Ortamı Değerlendirme Projesine göre, Antalya'da yerli iş yeri sahipleri ve üst düzey yöneticiler iş ortamındaki en önemli iki engelin vergi oranları ve finansa erişim olduğunu belirtmişlerdir. Vergi oranlarının yüksek oluşu, imalat-üretim ve hizmetler sektörlerindeki yerli firmalar için en büyük sorunu teşkil etmektedir. Mikro ve küçük firmalar için en büyük engel vergi oranları olurken, orta ölçekli firmalar için işgücü piyasası düzenlemeleri, büyük firmalar için ise eğitimsiz işgücü olmaktadır.

Bölgede bulunan firmalar işletme sermayesinin %85'ini öz kaynaklardan karşılamaktadırlar. Ama aynı zamanda yatırım için dış kaynaklara da açıklardır. Dünya Bankasının raporuna göre, Antalya'da bulunan kurumlar, izin ve ruhsat konularında Türkiye'nin diğer bölgelerine oranla daha hızlı hizmet vermektedirler. Bu durum yatırımcılar için avantaj oluşturmaktadır.

Diğer taraftan, önlenebilir masrafların varlığı, belirsizlikler ve rekabetin engellenmesi yatırım ortamının iyileştirilmesine engel oluşturmaktadır.

Antalya'da işgücünün üçte ikisi hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Küçük (%37) ve orta büyüklükteki işletmeler (%37) bölgedeki istihdamın en büyük kısmını oluşturmaktadırlar. Antalya'daki işsizlik seviyesi Türkiye'nin diğer illeri ile karşılaştırıldığında daha düşük seviyelerde bulunmaktadır.

Rapora göre, bölgenin uluslararası pazarlarla olan ticaret serbestliği sistematik bir şekilde düşme eğilimi göstermiştir. İhracatın teknoloji yoğunluğu ise değişkenlik göstermektedir. İhracatta orta ve düşük teknolojili ürünlerin katkısı %30'dur. Sınıflandırılamayan ürünler %35'den fazladır. Orta-yüksek teknolojili ürünlerin payı ise %10'dur. Antalya'da ihracat için gümrükten geçme süresi 3,5 gün iken Türkiye ortalaması ise 4,5 gündür. Bu husus Antalya'nın yatırım ortamı için pozitif bir durumdur.

Dünya Bankasının raporuna göre, Antalya'da ihracat yapan firmaların hayatta kalma oranı, Türkiye'deki firmalara oranla daha düşüktür. Uluslararası pazarlarda ticaret yapma maliyetleri bölgesel pazarlarda ticaret yapmaktan daha fazla olduğundan ve dış pazarlarla ilgili bilgi eksikliği ve yaşanan dil problemleri yüzünden uluslararası ihracat yapan firmaların hayatta kalma zamanları görece daha kısa olmaktadır. İhracat piyasasında firmaların hayatta kalma oranları 2,4 sene olurken, özellikle kaynak-yoğun ürünler ihraç eden ve EU28 ve MENA ülkelerine ihraç eden firmaların ihracat piyasasında hayatta kalma oranları çok daha yüksek olmaktadır. Uluslararası ihracat yapmaya devam eden firmalar çoğunlukla 6 senelik veya daha eski firmalar olmaktadırlar. Deneyim, bilgi ve sermaye açısından güçlü olduklarından dolayı ihracat yapmaya devam edebilmektedirler.

Antalya'da hangi sektörde olursa olsun iş yapma ortamının fırsatları ve engelleri belirlenerek yatırım ortamının kalitesini artıcı etkili stratejiler ve hedefler formüle edilmelidir. Kapsamlı bir araştırma ile yerel pazar yapısı, rekabet ortamı, yeni ve gelişen ekonomik dinamizm, geçmiş ve şu anki üretim trendleri, ekonomik verimlilik, üretim gelişimi, ticaret serbestliği ve ihracat büyümesi konularında veri bankalarının hazırlanması gerekmektedir. İş ortamının güçlü ve zayıf yönleri hakkında bilgi vermek amacıyla, altyapı, finansa erişim, iş gücü, teknolojiye erişim ve adaptasyonu ve idari engeller konularında kullanıcı dostu dataların oluşturulması gerekmektedir. Antalya'da, iş ve yatırım ortamı ile ilgili izleme ve değerlendirme mekanizmasının geliştirilmesi amacıyla göstergelerin geliştirilmesi de yapılması gerekenler arasındadır.

SORUN ALANLARI

Hâlihazırda Yaşanılan Sorunlar

Yukarıda belirtilen sektörler özelinde ortaya çıkan sorunlara ek olarak var olan ana sorunlar aşağıda verilmiştir. Buna göre, Antalya ihracatta hedef pazarlarını yeterince çeşitlendirememiştir. Aynı şekilde uluslararası pazarın istekleri doğrultusunda ürünlerini de çeşitlendirememiştir. Bu durum, Antalya'nın en önemli iki sektörü olan tarım ve turizmde yaşadığı bir sorun olmakla birlikte, bu sorunun çözümü yerli ve yabancı yatırımcı için fırsat oluşturmaktadır. Ürün ve pazar çeşitlendirilememesi yukarda bahsettiğimiz gibi turizm alanındaki en büyük

sorunlardandır. Özellikle firmaların yeni pazarlara girmesi ve ürün çeşitliliğinin artırılması hususu Antalya'nın geleceği için büyük önem arz etmektedir. Antalya'nın en büyük iki pazarından Rusya ile 2015 ve 2016 yıllarında ve Almanya'yla 2016 yılında yaşanan sorunlar neticesinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre 2016 yılı sonunda Türkiye'ye gelen turist sayısı 31 milyon 365 bine gerilemiş, Alman turist sayısında 2015'e göre %30'a yakın kayıp yaşanmıştır. Bu gelişmeler ışığında, turizmde ve ticari ekonomik işbirliğinde pastanın büyük çoğunluğunun tek bir ülke ile paylaşılmasının bütün sektörlerin geleceğini olumsuz etkilediği görülmektedir. Bunun önüne geçmek için özellikle turizm ve ticaret konularında bölgesel hedef pazarlar belirlenmeli, ürün-ülke eşleştirmesine gidilerek ürün çeşidi artışı ile sırf bu pazarlara yönelik olarak etkin pazarlama ve tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.

Antalya limanı hem yük hem de yolcu taşıma amaçlı kullanılmaktadır. İhracat ve kruvaziyer turizmi kapsamında limanı kullanan yolcu sayısı son beş yılda artış göstermiştir. Ancak Limanın hinterlandı ile arasında nitelikli bir ulaştırma altyapısının bulunmaması limanın etkinliğini sınırlandırmaktadır. Buna ek olarak, liman ve navlun bedellerinin yüksek oluşundan dolayı Antalya OSB'deki firmaların çoğu karayolunu kullanarak il dışındaki limanlardan ihracat yapmaktadırlar. Bu durum ürün pazarlama maliyetlerini artırmakta ve ildeki firmaların il dışındaki firmalar ile olan rekabet güçlerini zayıflatmaktadır. Diğer taraftan, Antalya Limanının derinliğinin yetersiz olması nedeniyle de büyük tonajlı kruvaziyer gemiler limana yanaşamamaktadır. Antalya Limanının büyük kruvaziyer gemilerin yanaşmasına uygun hale gelecek şekilde derinleştirilmesi, hinterlandı ile ulaşımının sağlanması ve navlun bedellerinin ödenmesinde devlet teşvikinin sağlanması veya uygun seviyeye çekilmesi için gerekli çalışmaların yapılması hem ihracatın hem de turizmin gelişimi için son derece önemlidir. Söz konusu çalışmaların tamamlanması potansiyel yabancı yatırımcılar açısından da önemli olacaktır.

Sektörlerle ilgili ortaya çıkan bir diğer ortak sorun mevcut üretimde teknoloji yoğunluğunun düşük olmasıdır. Kullanılan teknolojinin yükseltilmesi ve kilit teknolojilerin geliştirilmesi, geleneksel üretim yapan sektörlerde yenilikçi ve katma değeri yüksek ürünlere geçilmesi gerekmektedir. Özellikle tarımsal ürünlerin hasadından, toplanması, tasnifi, ambalajlanması, depolanması ve taşınmasıyla ilgili mekanik ve teknolojik yatırımların eksikliği göze çarpmaktadır. Bu durum, yatırımcı açısından da önemli bir gereksinimdir. Yabancı sermayeli firmaların ülkemizde operasyonlarını ağırlıklı olarak teknoloji seviyesi orta yüksek sektörlerde gerçekleştirdikleri (%34,78) gerçeğinden yola çıkarsak, yüksek teknolojinin transferi ve kullanımının yaygınlaştırılması en önemli gereksinimler arasında yer almaktadır.

Tablo 3. Antalya Ekonomisinde Yaşanan Temel Sorunlar

No	Sorun Alanları	Yaşandığı Sektör
1	İhracatta ve turizmde ürün ve pazarın yeterince çeşitlendirilmemiş olması ve tanıtım eksikliği	Turizm, Tarım
2	Stratejik öneme sahip sektörlerde uluslararası doğrudan yatırımların bulunmaması	Tüm sektörler
3	Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması	Turizm, Tarım, İşlenmiş Gıda, Lüks Yat İmalatı, Yazılım
4	Yatırıma uygun alanların yetersiz olması	Tüm sektörler

Strateji Döneminde Yaşanması Muhtemel Sorunlar (Riskler)

Strateji döneminde yaşanması muhtemel sorunlar yani riskler genel olarak kontrol edilmesi zor belirsizlikler ve mevzuatlarda yaşanabilecek çelişkilerden oluşmaktadır.

Tablo 4. Strateji Döneminde Yaşanması Muhtemel Sorunlar

No	Sorun Alanları	Yaşanması Muhtemel Sektörler
1	Siyasi ve ekonomik olası belirsizlikler	Tüm sektörler
2	Mevzuatlarda yaşanabilecek muhtemel sorunlar, yatırıma yönelik konularda birbiri ile çelişen mevzuatların bulunması	Tüm sektörler
3	Kurumlar arası iletişim, eşgüdüm eksikliği ve yetki sorunu	Tüm sektörler

HEDEFLER

Antalya ekonomisinin 4 temel sorunu kapsamında, birinci sorun olan "İhracatta ve turizmde ürün ve pazarın yeterince çeşitlendirilmemiş olması ve tanıtım eksikliği" karşısında gerçekleştirilecek hedefler:

- 2017 yılı sonu itibariyle çekimlerine başlanan Antalya'nın tanıtımına yönelik 6 adet tanıtım filmi ile Antalya'nın alternatif pazarlarda tanıtımı ve marka değerinin artırılması çalışmalarına devam edilecektir. Avrupa Pazarı, Rusya ve BDT Pazarı, Hindistan Düğün Turizmi ve Kongre Turizmi Pazarı, Çin Pazarı, Arap ve Ortadoğu Pazarı ve Spor Turizmi pazarlarında çekilen 6 adet film ile hedef pazarların geliştirilmesi, bu filmlerin yabancı heyetlere uluslararası programlarda sunulması, yurtdışı fuarlarında gösterilerek, ilgili yerli ve yabancı kurum ve kuruluşlara gönderilerek çeşitli sosyal medya mecralarında yayınlanması sağlanarak Antalya'nın bilinirliğinin artırılması hedeflenmektedir.
- Deniz, kum, güneş olarak tanımlanan kitle turizminin, sağlık turizmi, spor turizmi, kültür turizmi, eko turizm, kongre turizmi, düğün turizmi, gastronomi turizmi, kruvaziyer turizmi başta olmak üzere çeşitlendirilmesi ve on iki aya yayılması hedeflenmektedir.
- Antalya'ya gelen turist rakamlarının yaklaşık %55'ini oluşturan Rusya ve Almanya pazarlarının payının Hindistan, Çin, Körfez ve Ortadoğu gibi alternatif pazarların payının artırılması ve kaynak pazarların tamamından gelen turistlerin niteliğinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.
- UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne Antalya'nın kültürel varlık ve değerlerinin alınması konusunda değerlendirme heyetinin Antalya'da ağırlanması, Antalya'nın hâlihazırda UNESCO geçici miras listesinde bulunan 9 adet kültürel ve doğal varlığının yurtdışı fuarlarında tanıtımının yapılması ve uluslararası lobi çalışmaları ile kesin listeye alınması hedeflenmektedir.
- Antalya'da yetiştirilen tarımsal ürünlerin ihracattaki paylarının artırılması ve hedef pazarların çeşitlendirilmesi için tanıtım ve markalaşma çalışmalarının yapılması planlanmaktadır. Ayrıca belirlenen rekabeti yüksek her bir ürünün pazarlamaya yönelik ayrı ayrı tanıtım faaliyetlerinin yapılması hedeflenmektedir.

İkinci sorun olan "Stratejik öneme sahip sektörlerde uluslararası doğrudan yatırımların bulunmaması" karşısında gerçekleştirilecek hedefler:

- Yurtdışından yatırımcı çekmek, Antalya'da hakim sektörlerin tanıtımını yapmak amacıyla, Büyükelçilikler ve Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (ISPAT) işbirliğinde Avrupa, Asya ve Ortadoğu'da yatırım imkanları hakkında bilgilendirici toplantılar, resepsiyonlar ve benzeri etkinliklerin gerçekleşmesi planlanmaktadır.
- Ajans yatırım ve tanıtım faaliyetlerini yerine getirirken ticaret ve sanayi odaları, ticaret borsaları, iş adamları dernekleri, federasyon ve konfederasyonlar, Dış Ekonomik İlişkiler Kurumu (DEİK), Büyükelçilikler,

Konsolosluklar ve Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (ISPAT) ile işbirliği içerisinde çalışılması hedeflenmektedir.

- Yatırımcıların yatırım süreçlerinde karşılaştıkları ve özellikle doğrudan yabancı yatırımcıların Antalya'ya gelmelerini engelleyen bürokratik süreçlerin ve mevzuat kaynaklı sorunların uygulamada tespit edilerek Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu'na (YOİKK) iletilmesi suretiyle çözüm yollarının aranması hedeflenmektedir.

Üçüncü sorun olan "Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması" karşısında gerçekleştirilecek hedefler:

- Turizmde kitle turizminin dışında turizm çeşitlendirilmesi ve on iki aya yayılmasına ilişkin çalışmalar yürütülmesi planlanmaktadır.
- Turizmde "destinasyon odaklı" tanıtım stratejileri geliştirilerek yurtiçi ve yurtdışı tanıtımların nitelikli tanıtım materyalleri ile yapılması hedeflenmektedir.
- Turizmde hedef pazar odaklı, sektörel ve tematik tanıtımların geliştirilmesi hedeflenmektedir.
- Yazılım firmalarının Antalya'da kümelenmesi, Ar-Ge, ihracat ve istihdamlarının artırılması konusunda güdümlü projeler, eylem planları, kümelenme faaliyetleri planlanmaktadır. Bu kapsamda Antalya Valiliği, Antalya Organize Sanayi Bölgesi, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası, üniversiteler ve diğer kamu kurumlarıyla ortak girişim ve çalışmalarla gelişmiş teknokent, teknopark, teknoloji mükemmeliyet merkezleri kurulmasında destek verilmesi planlanmaktadır.
- YDO'lara gelen fikirlerin, ileride melek yatırımcılar ile eşleştirilmesi ya da kamu kurum ve kuruluşlarına mevcut yatırım fikir ve talepleri konusunda bilgi sağlama amacıyla bir veri tabanı oluşturulup saklanması konusunda bir yazılım ya da benzer çalışma hazırlatılması planlanmaktadır.
- Bölgemizden yapılacak ihracatın (yaş sebze-meyve, mermer, gıda ürünleri, mobilya vb.) artırılmasına yönelik olarak alım heyetleri ve iş ve yatırım fırsatları zirveleri bölgedeki ticaret ve sanayi odaları ve ihracatçı birlikleri ile işbirliğinde düzenlenmesi planlanmaktadır.
- 2016 yılı verilerine göre 5.590 dekarlık üretim alanı büyüklüğü ile iller arasında süs bitkisi üretiminde 3. sırayı alan Antalya'da, kesme çiçek sektörünü de içeren süs bitkileri sektörüne yönelik kümelenme çalışmalarına destek verilmesi planlanmaktadır. Sektör için verimlilik ve rekabet avantajı sağlayacak organize tarım bölgeleri oluşturulması konusunda çalışmalar yürütülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Dördüncü sorun olan "Yatırıma uygun alanların yetersiz olması" karşısında gerçekleştirilecek hedefler:

- Yatırıma Uygun Arazi Bilgi Sistemi (YATBİS) ile ulusal yatırım yeri ve atıl tesis envanteri, parsellerin anlık kadastral durum ve mülkiyet yapısı, imar planı bilgileri gibi bilgilerin tek portalda toplanarak yerli ve yabancı yatırımcılara bilgilendirmede bulunarak yatırım kararı noktasında destek verilmesi planlanmaktadır.

Tablo 5. Hedefler ve Göstergeler

No	Hedef	Gösterge
1	İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarı Çeşitlendirmek ve Nitelikli Tanıtımın Geliştirilmesi	2016 yılı sonu itibariyle ortalama 705 $ olan turist *(yabancı turist ve yurtdışında ikamet eden vatandaşlar)* harcamasının %10 artırılması, Turizmde alternatif pazarlar olarak Hindistan, Çin ve Ortadoğu pazarına yönelik çalışma sayısı, bu bölgelerden Antalya'ya gelen turist sayısının %10 artırılması,

		Körfez ve Ortadoğu pazarlarından gelen turist rakamlarının 500 bine çıkarılması, Tarımda alternatif ihraç pazarı olarak belirlenen Körfez ve Ortadoğu pazarında tarım ihracatının 10 milyon dolara yükseltilmesi, Nitelikli tanıtım materyallerinin oluşturulması,
2	Stratejik Öneme Sahip Sektörlere Yönelik Uluslararası Doğrudan Yatırımların Artırılması	Antalya'da yatırım yapan yabancı sermayeli firma sayısının yıllık %10 artırılması, 2018 yılında ISPAT ile yurtdışında 2, Antalya'da 2 tanıtım toplantısı, lobi faaliyeti ve benzer çalışmalar düzenlenmesi, Yatırım süreçlerini olumsuz etkileyen ve çözümü için Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu'na (YOİKK) iletilen sorun sayısı (yıllık 2 adet)
3	Antalya'nın Karşılaştırmalı Rekabet Avantajının Olduğu Sektörlerde (Turizm, Tarım, İşlenmiş Gıda, Lüks Yat İmalatı, Yazılım Sektörü vb.) Markalaşma, Uluslararası Pazarlara Açılma, Kümelenme ve Akıllı İhtisaslaşma, Endüstri 4.0, Ar-Ge ve İnovasyon ve Girişimcilik Ekosistemi Kapasitesinin İstenilen Seviyelere Yükseltilmesi	Coğrafi işaret alan ürün sayısının %50 artırılması, UR-GE ve kümelenme kapsamında yürütülen çalışmaların yılda 4'e çıkarılması, Tarım, turizm ve yazılım alanlarında yıllık 2 çalıştay, toplantı ve benzeri etkinlik düzenlenmesi, Yazılım ve bilişim sektörlerinde Antalya firmalarına yönelik 1 adet güdümlü proje ön hazırlık çalışması yürütülmesi, Teknokent yazılım firma sayısının %10 artırılması, Antalya'nın orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün ihracatının teknoloji yoğun ürün ihracatı içerisindeki payının %25'e çıkarılması, Lüks yat üretim adedinin yıllık %20 artması, Sağlık turizmi ve turistin sağlığı kapsamında hizmet verilen turist sayısının Antalya toplam turist rakamlarının %1'inin üzerine çıkarılması, UNESCO Dünya Mirası Listesi için lobi faaliyetleri yürütülmesi, listedeki 9 kültürel mirastan ilk etapta en az birinin asil listeye alınmasının sağlanması,
4	Yatırıma uygun alanların genişletilmesi	Yatırımcılara uygun yatırım alanlarının tespitine ilişkin bir online veri sistemi oluşturulması,

EYLEMLER

2017 YILI EYLEM PLANI GERÇEKLEŞMELERİ

Tablo.6 Geçmiş Yıl (2017) Eylem Planı Gerçekleşmeleri Tablosu

No	Eylemler	Yöneldiği Sorun Alanı	Sorumlu Kuruluş	Tahmini Maliyet (TL)	Gerçekleşme Zamanı (Ay Olarak)	Tamamlanma Durumu (Tamamlandı/ Tamamlanmadı)
1	Körfez İşadamları Antalya Tarım Programı (Kuveyt ve Suudi Arabistan'dan Antalya'ya Davet Edilen 50 İş Adamıyla Yaş Meyve ve Sebze ve Diğer Tarım Ürünlerinde Alternatif İhraç Pazarların Geliştirilmesi İçin Etkinlik)	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, ANFAŞ, BAİB, Yaş Meyve Sebze Komisyoncuları Derneği, Antalya Ticaret Borsası, ISPAT	10 Bin TL	Şubat 2017	Tamamlandı
2	Antalya-Körfez Ülkeleri Gıda, Yaş Meyve ve Sebze Ticari Heyeti Programı (Antalyalı İşadamları ile Kuveyt ve Suudi Arabistan'da Tarım İhracatı İçin Toplantılar ve	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, BAİB, Yaş Meyve Sebze Komisyoncuları Derneği,	40 Bin TL	Mayıs 2017	Tamamlandı

	Etkinlik)	**Sorun3.** Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması	ISPAT			
3	Antalya Büyükşehir Belediyesi Kruvaziyer Limanı Projesi (Turizmin Çeşitlendirilmesi Çalışmaları Kapsamında Yapılan Kruvaziyer Limanı Çalışmalarında Limanın İhale ve İnşaat Sürecinde ve Tanıtım Çalışmalarında Gerekli Destek ve Koordinasyonun Sağlanması)	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği **Sorun3.** Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması	Antalya Büyükşehir Belediyesi, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Antalya Valiliği, BAKA	905 Milyon TL	2016	Devam Ediyor
4	Antalya Büyükşehir Belediyesi Boğaçayı Projesi (4 Ayrı Etabı Olan ve Yat Limanı, Yaşam Merkezleri, Rekreasyon Alanları ve Sinema Platolarından Oluşan Projenin İhale ve İnşaat Sürecinde ve Tanıtım Çalışmalarında Gerekli Destek ve Koordinasyonun Sağlanması)	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	Antalya Büyükşehir Belediyesi, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Antalya Valiliği, BAKA	97 Milyon TL	2017	Devam Ediyor
5	Inflow Sosyal Medya Fenomenleri Programı (Özel Sektör İşbirliğinde, Birçok Farklı Ülkeden 60 Sosyal Medya Fenomeni ile Antalya Tanıtımı)	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, Inflow Travel Summit, Kültür ve Turizm Bakanlığı,	10 Bin TL	Nisan 2017	Tamamlandı

			Antalya Valiliği, Antalya Büyükşehir Belediyesi			
6	Antalya Tarımsal Sulama Amaçlı Fotovoltaik Güneş Santrali Güdümlü Projesi: Antalya'da Mevcut 47 Sulama Kooperatifinin Elektrik İhtiyacının Giderilebilmesi İçin, Antalya'da Tarımsal Sulamadan Kaynaklı Elektrik Maliyetlerinin Azaltılmasına Yönelik Güdümlü Proje ile 2.82 MW Gücünde Güneş Enerjisi Santrali Kurulumunun Gerçekleştirilmesi	**Sorun3.** Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması	BAKA, Antalya Büyükşehir Belediyesi, Sulama Kooperatifleri	12 Milyon 500 Bin TL	Ekim 2017	Devam ediyor
7	Turizm sektöründe Avrupa Pazarı, Rusya ve BDT Pazarı, Hindistan Düğün Turizmi ve Kongre Turizmi Pazarı, Çin Pazarı, Arap ve Ortadoğu Pazarı ve Spor Turizmi tematik ve sektörel filmlerin hazırlanması	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, Antalya Valiliği, Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	740 Bin TL	Aralık 2017	Devam ediyor
8	JTTX7 Cidde Uluslararası Turizm Fuarı'nda 84m2 stant alanında 14 Antalya Turizm Firması ile Antalya Tanıtımı	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	195 Bin TL	Şubat 2017	Tamamlandı
9	Dünya Sağlık ve Spor Turizmi Fuarı'na (HESTOUREX) BAKA Bölgesi'nden 16 Sağlık ve Turizm Firması ile Katılım	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, TÜRSAB Akdeniz Bölgesel Yürütme Kurulu	80 Bin TL	Nisan 2017	Tamamlandı
10	Antalya'nın yurtdışında tanıtımına yönelik BAKA tarafından yürütülen Antalya Tanıtım Projesi *(Almanya, Hollanda, Ukrayna, İsrail ve Polonya ülkelerinde imaj artırımı odaklı olarak Antalya'nın tanıtımının yapılabilmesi amacıyla yurtdışı halka İlişkiler (PR), sosyal medya tanıtımı ve yabancı basın mensupları, tur operatörleri, seyahat acenteleri ve turizm kanaat önderlerine yönelik yurt dışı ve yurt içi*	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği **Sorun3.** Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası	BAKA, Antalya Valiliği, Antalya Büyükşehir Belediyesi, ATSO, AKTOB, Antalya Tanıtım Vakfı, ICF Airport Antalya	999 Bin TL	Ocak-Ağustos 2017	Tamamlandı

	tanıtım programları düzenlendi)	pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması				
11	Kazakistan Sağlık Turizmi Programı (Kazakistan Konsolosluğu, Antalya Turizmi Özel Sektörü ve BAKA işbirliğinde 15 Kazak Doktorla Antalya Sağlık Turizmi Etkinliği)	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, Antalya Valiliği, Kazakistan Antalya Konsolosluğu	5 Bin TL	Ocak 2017	Tamamlandı
12	Kazakistan Tarım Programı (Antalya'nın ve Tarım Ürünlerinin Tanıtımı ve İhracat İçin 15 Kişilik Kazak Tarım Heyetiyle Antalya'da Etkinlik Düzenlenmesi)	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, Antalya Valiliği, Kazakistan Antalya Konsolosluğu	15 Bin TL	Şubat 2017	Tamamlandı
13	İstanbul EMITT – Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na Antalya Turizm Firmaları ile Katılım	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA, Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Antalya Valiliği, AKTOB	100 Bin TL	Ocak 2017	Tamamlandı
14	Dubai, Arabian Travel Market'e Kültür ve Turizm Bakanlığı Standında BAKA Koordinasyonunda 10 Antalya Turizm Firması ile Katılım	**Sorun1.** İhracatta ve Turizmde Ürün ve Pazarın Yeterince Çeşitlendirilmemiş Olması ve Tanıtım Eksikliği	BAKA Kültür ve Turizm Bakanlığı	5 Bin TL	Nisan 2017	Tamamlandı
15	Antalya Turizmi ve Tarımının Marka Değerinin ve Bilinirliğinin Artırılması Amacıyla, Alanında Tanınmış Dünyaca Ünlü Kişiler ile Antalya'da Tanıtım Programları Düzenlenmesi (2 adet)	**Sorun3.** Antalya'nın karşılaştırmalı rekabet avantajının olduğu sektörlerde (turizm, tarım, işlenmiş gıda, lüks yat imalatı, yazılım sektörü vb.) markalaşma, uluslararası pazarlara açılma, kümelenme ve akıllı ihtisaslaşma, endüstri 4.0, Ar-Ge ve inovasyon ve girişimcilik ekosistemi kapasitesinin istenilen seviyenin altında olması	BAKA, Antalya Valiliği, Antalya Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Antalya Valiliği, AKTOB, THY, Özel Sektör	150 Bin TL	Kasım 2017 Aralık 2017	Yapılacak

Kaynaklar:

- Birleşmiş Milletler, "Antalya'daki Öncelikli Sektörlerin Sektör Taraması", Herkes İçin Uygun İşlerle Büyüme: Antalya'da Ulusal Gençlik İstihdam Programı ve Pilot Uygulaması Projesi, Kasım 2010
- Yatırım Tanıtım Stratejisi ve Eylem Planı (2013 - 2015), Başbakanlık Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Ocak 2013
- Dünya Bankası, Regional Investment Climate Assessment Report, TR61 Nuts II Region (Antalya – Isparta – Burdur)
- Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2016 Raporu, Gayrimenkul ve Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği
- TR61 Düzey 2 Bölgesi 2014-2023 *Bölge Planı,* BAKA