

Antalya YENİ ROTASINI ÇİZDİ

Tarım ve turizm sektörleri ile öne çıkan Antalya artık sanayi, kültür-sanat ve çevrede Türkiye'nin lider kenti olmak için yeni projeler geliştiriyor. Tarım ve turizme bağlı ekonomiye sanayinin entegre edilmesini isteyen Antalya, bunun için de özellikle lojistikte yaşanan sorunların çözülmesini bekliyor.

Tarımın başkenti, turizmin de kalesi olarak bilinen Antalya, bu iki sektörde yaşanan sıkıntılar yüzünden alternatiflere yöneldi. Kolları sıvayan Antalya, artık sanayi, kültür-sanat ve çevrede Türkiye'nin lider kenti olmak için yeni projeler geliştiriyor.

Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Davut Çetin, "Tarımda ve sanayide katma değeri artıracak bilgi temelli gelişmeye gidilmesi, ulaşım ve lojistik imkânlarının geliştirilmesi son derece önemli. Dünya sanayide 4.0'ı konuşurken bizim buna seyirci kalmamamız gerekiyor" derken, Antalya Organize Sanayi Bölgesi Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bahar ise "Tarım ve turizme bağlı ekonomiye sanayi gibi dev bir sektörün entegre edilmesi, bu iki sektörde yaşanacak her türlü sorunun daha az hasarla atlatılmasında önemli bir rol oynayacak" diye konuşuyor.

Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ali Çandır da markalaşma yolunda ancak ve ancak illere özgü ürünlerle, değerlerlere sahip çıkarak ilerlenebileceği önerisinde bulunuyor.



Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi ve TOBB Fotoğraf Servisi

Vizyonumuzda kültür ve sanat ile çevreyi ilk sıralara koyduk



Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Davut Çetin, "Çağımızda zenginlik GSYH ile değil, kültür, çevre, estetik, konfor gibi unsurları içeren yaşam kalitesi ile ölçülüyor. Antalya'nın vizyonunda bu nedenle kültür ve sanat ile çevreyi ilk sıralara koyuyoruz" diye konuştu.

Bir turizm kenti olan Antalya'da ekonomik gelişmenin ancak kültürel ve sanatsal gelişme ile desteklendiği takdirde sürdürülebilir olacağını söyleyen Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Davut Çetin, Antalya'nın vizyonunda bu nedenle kültür-sanat ve çevreyi ilk sıralara koyduklarını belirtti.

"Tarımda ve sanayide katma değeri artıracak bilgi temelli gelişmeye gidilmesi, ulaşım ve lojistik imkânlarının geliştirilmesi son derece önemli" diyen Çetin sorularımızı yanıtladı.

Antalya'nın markalaşması konusunda odanız bir çalışma yürütüyor mu? Bu çalışmalar çerçevesinde siyasi yönetimden bir isteğiniz var mı?

Antalya isminin tanınırlığı bugün oldukça iyi bir noktadadır. Bu ismi veya markayı kalite algısıyla, imajıyla özdeşleştirmek ve Antalya markasını kalite simgesi haline getirmek gerekiyor. Bunun için öncelikle Antalya markasını tam olarak tanımlayıp, kapsamlı bir markalaşma programı ile yola çıkılmalı. Nasıl ki bir marka mağazada dış ve iç mimari, personelin hizmet kalitesi, ürün kalitesi ve fiyatları markanın bir parçasıysa kent için de binaların mimarisi, kent estetiği, kentsel hizmetlerin kalitesi, kent ve yaşam kültürü, çevre kalitesi, kentte üretilen ürünlerin marka değerleri, sunulan hizmetlerin kalitesi birer marka unsurlarıdır. Kısaca kentin markalaşması çok sayıda değişkenin bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Her bir marka unsuru konusunda oda olarak çeşitli çalışmalarımız bulunuyor. Bunların tamamını burada dile getirmem mümkün değil. Öne çıkan birkaç projemizden bahsedeceğim.

Antalya'da, ATSO öncülüğünde Kaş'tan Gazipaşa'ya kadar tüm destinasyonu bütüncül bir bakış açısı ile tanıtacak şirket kurduk. Antalya Tanıtım A.Ş. adındaki bu şirket belediye, bölge odaları, bölge turizm birliklerin katılımı ile kısaca kamu-özel sektör birlikteliği ile kurulmuş bir yapı. Artık tüm Antalya ilindeki tüm destinasyonlar her platformda, fuarlarda tek bir çatı altında tanıtılıyorlar. Kentin tüm değerlerini tanıtan kitaplar, broşürler hazırlanıp dağıtılıyor. Böylece tanıtım bütçeleri bütüncül bir yaklaşım ile etkin kullanılmış oluyor. Ayrıca kentin marka değerine katkı koyacak etkinlikler yapılıyor. Örneğin Antalya'da ilk kez büyük ölçekli bir alışveriş festivali ATSO'nun ana sponsorluğunda Tanıtım A.Ş. organizasyonunda hayata geçirilecek.

Dünyaca ünlü kongreleri kentimize çekiyoruz

ATSO olarak Kongre Bürosu'na ev sahipliği yapıyoruz, dünyaca ünlü kongreleri

kentimize çekiyoruz. Kırsal turizm konusundaki projemizin ilk ayağını tamamladık ve tüm köyleri tek tek dolaşarak profillerini oluşturduk. Önümüzdeki süreçte otel-köy eşleştirmelerini yaparak otele gelen müşterileri kırsala da çekmeyi hedefliyoruz. Sağlık kümesi oluşturma çalışmalarımız devam ediyor. Antalya Botanik EXPO'ya ev sahipliği yapacak. EXPO'nun alınma sürecindeki tüm çalışmalar ATSO EXPO Ofisi bünyesinde yürütüldü. Bu süreçte kentimizin ulaşılabilirliğini artırmak amacı ile "EXPO 2016'ya Hızlı Tren ile Gelin" kampanyası düzenledik ve yüz bine yakın imzayı Ulaştırma Bakanımıza teslim ettik. Direkt havayolu seferlerinin artırılması, otoyol bağlantısının kurulması ve çevreyollarının tamamlanması konusunu da sürekli dile getiriyoruz.



"Product of Antalya" projesi hayata geçti

Kentimizin markalarının "Antalya" isminin tanınırlığı ile değer kazanması için "Product of Antalya" projesini hayata geçirdik. Pilot çalışmasını domates ile yaptığımız projeyi diğer sektörlere de yaygınlaştıracağız. Bu kapsamda Antalya'da üretilen ve satılan ürünler üstlerine yapıştırılacak "Product of Antalya " etiketleri ile değer kazanacaklar. Biz de bu logonun reklamını etkin şekilde yapacağız.

Antalya'nın marka değeri için kent estetiği, mimari kimlik, çevre kalitesi, kentsel hizmetler, kent kültürü konularında da mesafe almamız gerekiyor. Bu noktada Antalya Ticaret ve Sanayi Odası olarak 2 vizyon projeyi hayata geçirdik. Bir turizm kenti olan Antalya'da ekonomik gelişmenin ancak kültürel ve sanatsal gelişme ile desteklendiği takdirde sürdürülebilir olacağının bilincindeyiz.

Bu vizyon doğrultusunda kent merkezindeki eski hizmet binamızı odamıza nakit akışı sağlayacak ticari bir anlayışla değerlendirmek yerine, yıkıp hem kent ekonomisine hem de kent estetiğine değer katacak bir mimari ile Kültür Sanat Merkezi olarak yeniden inşa ettik. Antalya bugün, dünyaca ünlü ressamların ve sanatçıların eserlerine ev sahipliği yapabilen standartlarda bir kültür sanat merkezine sahiptir. Merkezimizde, çocuklara kültür sanat eğitimleri verilirken yetişkinler için de eğitim programlarımız sürüyor. Merkezimiz ilgi çekici dış cephesi ve mimarisi ile de turistlerin ilgi odağı durumunda. Yine bu proje ile eşzamanlı olarak uygulamaya geçirdiğimiz bir başka proje kapsamında Antalya'nın cazibe noktası Kaleiçi'ndeki metruk bir evi satın alarak restore ettirdik. Buradaki amacımız hem Antalya'da hizmet veren büyük markalara öncü olmak ve onların da Kaleiçi'ne sahip çıkmaları için teşvik etmek, hem de kente yeni bir cazibe noktası kazandırmaktı. ATSO Kaleiçi Evini önümüzdeki günlerde açacağız.

> *"Bir turizm kenti olan Antalya'da ekonomik gelişmenin ancak kültürel ve sanatsal gelişme ile desteklendiği takdirde sürdürülebilir olacağının bilincindeyiz."*

Antalya ulaşılabilirlik noktasında geri durumda

Bir kentin marka unsur olarak lanse edilmesinde en önemli değişkenlerden birisi de ulaşılabilirliğidir. Maalesef Antalya ulaşılabilirlik noktasında geri kalmış durumdadır. Oysa ki Antalya'nın hızlı tren ve otoyol ağına dahil olması, liman kapasitesinin artırılması, kruvaziyer liman ve havayolu direkt tarifeli seferlerin artırılması çalışması ile hem marka gücünü artıracak hem de zenginliğini iç kesimlere aktaracak potansiyeldedir. Bu noktada siyasilerin desteği büyük önem taşımaktadır.

Kentinizde turizm yanında hangi sektörler öne çıkarılmalı?

Antalya ekonomisinin lokomotifi turizmdir. Ancak kentimiz, ülkemizin turizm başkenti olmasının yanı sıra tarımsal üretiminin de başkenti konumundadır. Türkiye örtüaltı üretiminin yarısı Antalya'da yapılmaktadır. Turizm ve tarıma dayalı ekonomi nedeni ile kentimize ağır sanayi girememektedir. Ancak sanayimiz de çevreci yapısı ile fark yaratmaktadır. Antalya OSB, "en çevreci OSB" ödülünü defalarca almaya hak kazanmıştır. Antalya ekonomisi mevcut hali ile ülke bütçesine artı değer yaratan birkaç ilden birisi konumundadır.

Bundan sonraki süreçte turizm, tarım ve sanayi sektörlerinin katma değerini artıracak çalışmalara odaklanılmalıdır. Mevcut Antalya turizmi büyük oranda deniz-kum-güneş odağına sıkışmış durumda. Böyle olunca da kış sezonunda otellerimizin önemli bir kısmını kapatmak durumunda kalıyoruz. Oysa ki elimizde turizm çeşitlendirmesine gidecek yeterince zenginlik mevcut. Antalya, binlerce yıllık geçmişi, doğası, iklimi, coğrafyası, tarihi ve kültürel birikimi ile son derece zengin bir destinasyon. Antalya belirli altyapı ve ulaşım yatırımları ile kongre, sağlık, spor, kültür turizmi çeşitlendirmesine kolayca gidebilecek durumdadır.







> *Turizm sektöründeki düşüşün etkileri tarımdan ulaştırmaya, ticaretten mobilyaya kadar hemen hemen tüm sektörlere yansıyor.*

Tarımda ve sanayide ise katma değeri artıracak bilgi temelli gelişmeye gidilmesi, ulaşım ve lojistik imkânlarının geliştirilmesi son derece önemli. Dünya sanayide 4.0'ı konuşurken bizim buna seyirci kalmamamız gerekiyor. Bu noktada hangi noktada Ar-Ge yatırımlarının yapılması gerektiğinin tespiti, vizyonun oluşturulması ve gerekli desteklerin verilmesi gerekiyor.

Antalya'da öncelik neye verilmeli?

Bugüne kadar Türkiye ve Antalya olarak gelecek hedeflerine hep rakamları koyduk. 2023'de 25 bin dolar kişi başı gelir, 50 milyon turist, EXPO'ya 8 milyon ziyaretçi gibi hedefler telaffuz ettik. Oysa, Stockholm 2040 vizyonunda çocuklara eşit şans, organik gıda, çevre, ve demokrasi hedefleri var. Sidney 2030 vizyon belgesinde üç kelime var. "Yeşil", "global" ve "ağ", Ağ derken kent merkezi ulaşım ağı, sosyal, kültürel ağları kastediyorlar. Barselona vizyonunda daha yeşil Barselona sloganı var. Küresel iddiası olan bütün kentlerin dilinde hep aynı kelimeleri görüyoruz. Bizimde gelecek hedeflerimizde rakamların yerini değerler almalıdır.

Çünkü artık çağımızda zenginlik GSYH ile değil, kültür, çevre, estetik, konfor gibi unsurları içeren yaşam kalitesi ile ölçülüyor. Antalya›nın vizyonunda bu nedenle kültür-sanat ve çevreyi ilk sıralara koyuyoruz.

5 milyondan fazla turist kaybı yaşayabiliriz

Rusya ile yaşanan gerginlik ticari hayata nasıl yansıdı? Bu yıl turizm sektörü için beklentilerinizi öğrenebilir miyiz?

Rusya pazarı Antalya turizminin 3'de 1'ini, tarım ihracatının ise 3'de 2'sini temsil eden bir pazardı. Geçen yıl Rusya'da ekonomik kriz ve Ruble'deki değer kaybından dolayı turizmde ilk darbeyi almıştık. Bu yıl Rusya ile yaşanan gerilim hem tarımı hem turizmi vurdu. Tarımda 2016 yılının ilk 3 ayında ihracat düşüşü %26 oranında gerçekleşti. Biber dışında, domates, elma, narenciye ihracatımız çok etkilendi. İhracat kaybı oldu, ama daha önemlisi son günlerde fiyat düşüşleri başladı. Bunun etkisini şöyle anlatayım; Antalya'da yılda 2.3 milyon ton domates üretiliyor. Kilogramda 50 kuruş fiyat düşüşü 1 milyar lira demek. Turizmde Mart ayı itibariyle Antalya'ya gelen toplam turist sayısında düşüş % 25, Rusya pazarında ise % 80 düzeyinde. Ama bu rakamlar bir gösterge değil çünkü yüksek sezon henüz başlamadı. Bu olaylar ortaya çıkmadan önce Rusya'dan sadece Antalya'ya ziyaret etmesini beklediğimiz turist sayısı 3,5 milyon idi. Bugün bu rakamdan 2.5 milyon kayıp riski var. Diğer taraftan Avrupa pazarında da rezervasyonlar % 40 düştü. Böyle giderse 5 milyondan fazla turist kaybı yaşama ihtimali söz konusu.

10 milyar dolarlık kayıp yaşanabilir

Bu gidişatın kent ekonomisi üzerindeki olumsuz etkileri görülmeye başladı. İlk etkilere göre 9 bin civarında turizm çalışanı işsiz kaldı. Bu sayının 60-70 binleri bulabileceğinden korkuyoruz. Bazı oteller de sezonu kapalı geçirecekler. Turizm sektöründeki düşüşün etkileri tarımdan, ulaştırmaya, perakende ticaretten mobilya sektörüne kadar hemen hemen tüm sektörlere de yansıyor. Tüm etkileri hesap ettiğimizde kentin ekonomik kaybı 10 milyar dolara ulaşabileceğini görüyoruz. Kısacası Antalya ekonomisini zor bir süreç bekliyor. Hükümetimiz de bu süreci yakından izliyor. İlgili Bakanlarımız ile olası kriz senaryolarını paylaştık ve kendileri de destek paketleri konusunda çalışıyorlar. Hükümetimizin de desteği ile Antalya ekonomisi bu süreci de atlatacaktır.



Antalya EXPO ile dünya vitrininde

"Dünya Botanik Expo"su EXPO 2016 Antalya'ya evsahipliği yapan Antalya dünya vitrinine çıktı. EXPO'yu 5 milyon turistin ziyaret etmesi, bunun 2 milyonunun sadece EXPO amacıyla Türkiye'ye gelmesi bekleniyor.





Dünyanın en önemli organizasyonlarından biri olarak kabul edilen "Dünya Botanik Expo"su "EXPO 2016 Antalya" adıyla ülkemizde düzenleniyor. EXPO alanının sergi sonrasında da sürekli ziyarete açık kalacak olması bu alanın 21. yüzyıl boyunca turizm ve tanıtım faaliyetleri için kullanılmasını mümkün kılacak. Bu sayede, kültür turizmi açısından Antalya ve Türkiye'ye büyük bir katkı sağlayacak. EXPO'ya katılan 100'den fazla ülke ve kuruluşların oluşturacakları temalı bahçeler için yapılan çeşitli yatırım ve giderler; EXPO süresince düzenlenen kongre, forum sempozyum, sosyal ve kültürel etkinlikler vb. 20 bin civarında organizasyon, hem Antalya ve komşu illere hem de ülke ekonomisine olumlu etkileri olacak.

Bu arada EXPO'ya 5 milyon yabancı, 3 milyon da yerli turistin gelmesi tahmin ediliyor. EXPO organizasyonu, şehrin ve ülkemizin tarım ve turizm potansiyelinin daha farklı ve geniş kitlelere tanıtımında önemli rol oynayacak. Bunun yanı sıra Uluslararası Sergiler Bürosu (BIE) ve Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticiler Birliği (AIPH) gibi uluslararası kuruluşların önemli toplantılarına ev sahipliği yapılacak.

Dünyada yapılan EXPO organizasyonlarına bakıldığında bu organizasyonlar düzenlendikleri kentlerin kimliğine itibar kazandırdıkları görülüyor.

Faydaları neler olacak?

EXPO 2016 Antalya kapsamında;

- EXPO'yu 5 milyon turistin ziyaret etmesi, bunun 2 milyonunun sadece EXPO amacıyla Türkiye'ye gelmesi bekleniyor.
- Her bir turistin ortalama 500 Euro'luk turlarla Türkiye'ye geleceği varsayımıyla toplam getirinin 1 milyar Euro olması hedefleniyor.
- EXPO'yu 3 milyon yerli turistin ziyaret etmesi bekleniyor
- EXPO'ya katılacak ülkelerin ve kuruluşların bahçelerini oluşturma maliyetleri ile EXPO sürecinde yapacakları yatırım ve giderlerin ortalama 2.000.000 Euro civarında olacağı öngörülüyor.
- EXPO'ya 100 ülkenin katılacağı beklendiğinden bu faaliyetlerin toplam getirişi 2.000.000x100= 200 milyon Euro olacak.
- Altı aylık süreçte yaklaşık 20 bin sosyal-kültürel etkinlik yapılacak.
- EXPO hazırlık ve faaliyet sürecinde önemli sayılabilecek bir istihdam oluşturulacak.
- EXPO sonrası için Antalya önemli bir çekim ve ziyaret merkezi kazanmış olacağından katkısı yıllarca devam edecek.

Markalaşma yolunda Yöresel Ürünler Fuarı düzenliyoruz

Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ali Çandır, "Tarımsal ürünlerimizin markalaşması için Yöresel Ürünler Fuarı düzenleyerek kıyıda köşede kalmış ürünleri gün yüzüne çıkarıp, ekonomiye kazandırmaya sağlıyoruz. Geleceğe yatırım yapıyoruz" diye konuştu.

Antalya Ticaret Borsası olarak tarımsal ürünlerin markalaşması yolunda Yöresel Ürünler Fuarı düzenleyerek önemli bir başarıya imza atıyor.

"Fuar ile sadece ilimizin değil ülkemizin kıyıda köşede kalmış tüm ürünlerini gün yüzüne çıkarıp, ekonomiye kazandırmaya sağlıyoruz" diyen Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Ali Çandır sorularımızı yanıtladı…



Antalya'da tarım sektörünü değerlendirebilir misiniz?

Uygun iklim yapısı ve ürün çeşitliliği ile birlikte tarımda alternatif üretim tekniklerinin ve modern teknolojinin kullanılarak ülkemizin ve dünya insanının beslenmesine katkıda bulunan Antalya, "Türkiye Tarımının Başkenti' olarak adlandırılmaktadır. Antalya, Türkiye bitkisel üretim değerinin % 8'ini karşılayarak 1. sırada yer almaktadır. İlimizde sebzecilik faaliyetleri örtüaltı alanlarda yoğunlaşmıştır. Türkiye'nin örtüaltı alanlarının % 39'u Antalya'dadır.

Sebze üretiminin % 53'ünü karşılıyor

Ülkemiz örtüaltı sebze üretiminin % 53'ü, domates üretiminin % 20'si, hıyar üretiminin % 26'sı, patlıcan üretiminin % 20'si, biber üretiminin % 14'ü Antalya'da yapılmaktadır. Antalya'nın Korkuteli ilçesi ve çevresinde Türkiye mantar üretiminin % 55'i karşılanmaktadır. Türkiye portakal üretiminin % 28'i, muz üretiminin % 25'i, nar üretiminin % 27'si, avokado üretiminin % 80'i, yenidünya üretiminin % 54'ü, keçiboynuzu üretiminin % 35'i Antalya üretimidir. Yine Türkiye süs bitkileri üretim alanının % 12'si, kesme çiçek üretiminin % 39'u, karanfil üretiminin % 57'si Antalya'dadır.

Ülkemizde geçmiş yıllarda ithalata dayalı olan sebze tohumlarının artık önemli bir kısmı İlimizde üretilmekte ve ihraç edilmektedir. Türkiye'deki sebze tohum firmalarının %52'si, Türkiye'deki fide firmalarının %57'si Antalya'da faaliyet göstermektedir.

Yörük kültürünü yaylalarında yaşatan Antalya'da kıl keçisi, hayvan varlığında en büyük payı almaktadır. İlimizde yaklaşık 1 milyon küçükbaş hayvan varlığı bulunmaktadır. Antalya, arıcılık faaliyetlerinde ideal bir kışlatma bölgesidir. Antalya, 206.352 adet kovan varlığıyla arıcılıkta ülke genelinde 6. sırada bulunmaktadır. Türkiye'deki 7 orkinos işletmesinin 2 tanesi Antalya'da faaliyet göstermektedir. Yaş koza üretiminde Antalya % 15.7 ile Türkiye'de ikinci sırada yer almaktadır.

İhracata büyük katkı sağlıyor

Antalyalı çiftçi, sadece halkımız için değil, birçok ülke vatandaşı için de üretmektedir. İlimizden yaklaşık 600 bin ton yaş sebze ve meyve ihracatı gerçekleşmektedir. Bu ihracattan 500 milyon doların üzerinde gelir elde edilmektedir. Bu rakam ülkemiz yaş sebze meyve ihracatının %

20'sinden ilimiz toplam ihracatının da % 50 sinden fazladır.

Son dönemde hangi sorunlarla karşılaştınız?

Tarım sektöründe son dönemde karşılaştığımız sorunların başında dış ticaret gelmektedir. Özellikle son 3 yılda dönemler itibariyle ön plana çıkan ihracat sorunları, tarımsal gelişimimizi olumsuz etkilemekte ve gelişimini aşağı çekmektedir. Bu ivmenin aşağı yönlü hareket etmesinde bizden kaynaklanan ve bizim dışımızda ya da kısmi olarak bizden kaynaklanan nedenler olmak üzere iki nedeni bulunmaktadır. Tarımsal dış ticaret açısından en önemli konu tanımlanmış standartlara uyum sorununun yaşanmasıdır. Özellikle kalıntı, aynı standartta ve süreklilikte üretim, üretimde menşe-i belirleme prosedürleri ve uygulamaları en önemli rekabet ve satış unsurudur ki halen bu konuda eksiklerimiz bulunmaktadır. Komşularımızda yaşanan problemlerin artması da son dönemde karşılaştığımız en önemli sorunlardan. Ana pazarlarımız olması nedeniyle tarımsal ihracat yaptığımız Rusya, Almanya, Ukrayna, Bulgaristan ile komşularımızın birbiriyle yaşadığı ya da komşularımızda yaşadığımız her sorun ticaret erbabına/ihracatçılara olumsuz yansımaktadır.

Yöresel Ürünler Fuarı düzenliyoruz

Markalaşma yolunda kentinizde tarıma yönelik hangi uygulamalar hayata geçirilmeli? Borsa'nızın buna yönelik çalışmaları var mı?

Markalaşma yolunda ancak ve ancak illere özgü ürünlerimize, değerlerimize sahip çıkarak ilerleyebiliriz. Coğrafi işaret sistemi ürünlerin korunması ve devamı için iyi bir araç. Kentlerin kimliği haline dönüşmüş olan bu ürünleri aynı standartta ve süreklilikte üretmeniz, doğru pazarlama kurgusu içerisinde, uygun tarım politikalarıyla desteklemeniz gerekmektedir.

Antalya Ticaret Borsası olarak tarımsal ürünlerimizin markalaşması yolunda Yöresel Ürünler Fuarı düzenleyerek sadece ilimizin değil ülkemizin kıyıda köşede kalmış tüm ürünlerini gün yüzüne çıkarıp, ekonomiye kazandırmaya sağlıyoruz.

Coğrafi işaret çalışmalarımız var

İlimize özgü Antalya Tavşan Yüreği Zeytini'nin coğrafi işaret alması için başvuruda bulunduk. Yine Korkuteli Karyağdı Armudu'na coğrafi işaret alma çalışmamız devam ediyor. Tarımsal ürünlerin markalaşması yönünde derin bir kurumsal hafızaya sahip olan Borsamız, gerek ilimizde gerekse diğer illerde paneller düzenleyerek farkındalık yaratmaktadır.

Antalya kesme çiçekte de marka haline gelen bir kenttir. Borsamız, ülkemiz ihracatına katkı sağlayan, aynı zamanda yarattığı istihdamla işsizliği azaltan kesme çiçek sektörünün ülke içi ve dışında tanıtılması amacıyla her yıl mayıs ayında düzenlenen Antalya Çiçek Festivali'nde etkin rol almaktadır.

Borsamız aynı zamanda, tıbbi aromatik bitkiler konusunda projeler geliştirerek ürün kaybının önüne geçmekte, endüstriyel amaçlı ürünler yetiştirilmesi konusunda da çalışmalar yürütmektedir.

Tarım yoksa ekonomi topal kalır

Antalya Ticaret Borsası'nın 2016 için önceliğini öğrenebilir miyiz?

Bizim için tarım yoksa ekonomi topal kalır. Tarımın sürdürülebilir olması, yaşanmakta olan krizin üyelerimize ve şehrimize olan etkilerinin azaltılması için çalışacağımızı kararlılıkla sürdürüyoruz. Üyelerimizden gelen talepler doğrultusunda ekonominin gelişmesi için faaliyetlerimiz devam ediyor. Tarım alanlarının korunması, tarımsal üretim miktarı ve kalitesinin artması konularında da ses oluyor, çalışmalar yürütüyoruz. Antalya Ticaret Borsası'nın proje bazındaki çalışmalarını da 2016'da tamamlamak en öncelikli hedefimiz. 2016 yılında, başvuruda aşamasında bulunan Antalya Tavşan Yüreği Zeytini'ne ve çalışmaları tamamlanmak üzere olan Korkuteli Karyağdı Armudu'na coğrafi işaret kazandırmak önceliklerimiz arasında. 2010 yılından beri Antalya'da düzenlediğimiz ve Anadolu'nun tüm yöresel ürünlerinin tanıtıldığı Yöresel Ürünler Fuarı YÖREX 'in 7'ncisini bu yıl daha geniş katılımla gerçekleştirmek hedefindeyiz.

Zeytinpark Ana Projesi'ni yaşama geçireceğiz

Kent merkezinin en büyük yeşil alanı olan ve şimdilik çocuklarımızı doğayla buluşturmamızı sağlayan Zeytinpark ana Projesi'ni yaşama geçirmek arzusundayız. Bir de yıllardır Antalya gündeminde konuşulan Canlı Hayvan Borsası'nı hizmete sokmak önceliklerimiz arasında yer alıyor.

> *"Yıllardır Antalya gündeminde konuşulan Canlı Hayvan Borsası'nı hizmete sokmak önceliklerimiz arasında yer alıyor."*

Rusya ile yaşanan gerginlik tarım sektörünü etkiledi mi?

Antalya örtüaltı ihracatı, yaklaşık 20 yıllık bir birikimin, çabanın ve ilişkiler derinliğinin ürünü olarak, kaçınılmaz bir şekilde Rusya Federasyonu'na bağlı bulunmaktadır. Her ne kadar toplam büyüklüğü 600 milyon dolar gibi ulusal ihracatımız içerisinde mütevazi bir rakam gibi görünse de Antalya'nın Rusya Federasyonu'na yaş meyve sebze ve kesme çiçek ihracat değeri, nüfusunun çok geniş bir kesimine nüfuz etmesidir. Yani bu gelir, ilimizin kırsal kesimi başta olmak üzere sayıları milyonla ifade edilen insanımıza dağılmaktadır. 2016 yılı ilk üç aylık yaş sebze rakamlarını incelediğimizde 2015 yılı ilk üç aylık dönemine göre % 19 oranında düşüş görülmektedir. Yaş sebze olarak önemli kalemlerimizden olan domateste % 34 ve hıyarda ise % 46 oranında düşüş görülmüştür. Ülkelere göre ihracat rakamlarında ise Rusya'ya yapılan yaş sebze ihracat değerimiz ise % 87 oranında düşmüştür. 2016 yılının ilk üç ayında Rusya Federasyonu ile yaşanan sorun nedeniyle ihracatımızda miktar ve değer olarak net düşüş yaşanmaktadır.

Rusya ile gerginlik bizi darboğaza sürüklüyor

Bundan sonraki dönemde öncelikli olarak üzümde büyük düşüşler yaşanacaktır. Yine biberde de 17 Mart 2016 tarihi itibariyle Rusya Federasyonu'nca yasak getirilmesi nedeniyle düşüş görülecektir. Mart sonrası dönemde hava koşulları dikkate alındığında ürün arzında beklenen artış nedeniyle ürün birim fiyatlarının da ihracata bağlı olarak daha fazla düşmesi olasıdır.

Sonuç olarak Rusya Federasyonu ile yaşanan gerginlik ilimiz tarım sektörü başta olmak üzere tüm sektörleri domino etkisiyle derin bir darboğaza sürüklemektedir. Etkileri ise her geçen gün daha fazla hissedilir hal almıştır.

Tarım ve turizm sektörüne sanayi entegre edilmeli

Antalya Organize Sanayi Bölgesi Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bahar, "Tarım ve turizme bağlı ekonomiye sanayi gibi dev bir sektörün entegre edilmesi, bu iki sektörde yaşanacak her türlü sorunun daha az hasarla atlatılmasında önemli bir rol oynayacak" diye konuştu.



Antalya Organize Sanayi Bölgesi Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bahar Antalya'nın zirveye yerleşmesi için çağrıda bulundu.

"Tarım ve turizme bağlı ekonomiye sanayi gibi dev bir sektörün entegre edilmesi, bu iki sektörde yaşanacak her türlü sorunun daha az hasarla atlatılmasında önemli bir rol oynayacak" diyen Bahar sorularımızı şöyle yanıtladı:

Antalya Organize Sanayi Bölgesi'ni değerlendirebilir misiniz? Diğer OSB'lerden farkınız nedir?

Dünya ve Türk turizm sektörünün en önemli merkezlerinden biri olan Antalyamız'da, turizm sektörünü destekleyecek sanayi yatırımlarının da bulunması kaçınılmaz bir gerekliliktir. Bu gerekliliğin bir sonucu olan Antalya Organize Sanayi Bölgesi insan ve çevre ilişkilerine önem veren, çevre kirliliğine karşı duyarlı bir düşünce ışığında, bölge ve ülke ekonomisine katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilmekte olan büyük bir proje ve tutkudur. Antalya Organize Sanayi Bölgesi, söylemekten her zaman gurur duyuyorum, ilklerin organize sanayi bölgesidir.

Antalya Organize Sanayi Bölgesi, Ekonomi Bakanlığı desteği ile sektörel ticaret heyeti oluşturarak yurtdışı fuarlarına katılan ve oradaki işadamları ile Türk işadamlarının birebir görüşmeler yapmasını sağlayan ilk organize sanayi bölgesidir. Kendi serasında yılda 200 bin adet mevsimlik çiçek üreten ve bunları sanayicilerine bedelsiz bir şekilde dağıtan yine Türkiye'nin ilk organize sanayi bölgesidir. Ayrıca Türkiye'deki organize sanayi bölgeleri içerisinde sanayicisine en ekonomik elektriği, en ucuz suyu, en ucuz enerjiyi kullandıran, bünyesinde ilk kez meslek lisesi açarak eğitime kazandırmış, en çevreci ve en yeşil organize sanayi bölgesi ödüllerine layık görülmüş bir organize sanayi bölgesidir.

> *"Antalya Limanı'nın bir an önce sanayicinin ihtiyaçlarına cevap verir, demiryolu ulaşımının da Antalya'dan sağlanabilir hale gelmesi gerekiyor."*

Tarım sektörü turizmin önünde

Antalya turizm kenti olarak öne çıkıyor. Sanayinin daha da gelişebilmesi için neler yapılmalı?

Antalyamız'ın turizmde olduğu kadar tarımsal üretimde de oldukça önemli bir merkez olduğu, hatta tarımın turizminde önünde seyreden bir sektör olduğunu unutmamak gerekir. Üretimi ve ticareti tarıma dayalı kentlerdeki sanayi, bu tarım ürünlerini değerlendirmeye yönelik kurulur ve geliştirilirse, dışarıya bağlılığı olmayan, kendi kendine yetebilen bir gelişme elde edilir ve daha doğru pazarlarda söz sahibi olunabilir.

Lojistik sektörüne yapılacak yatırımlarda Antalya'yı sanayi alanında bir basamak yukarıya taşıyacaktır. Antalya Limanı'nın bir an önce sanayicinin ihtiyaçlarına cevap verir, demiryolu ulaşımının da Antalya'dan sağlanabilir hale gelmesi gerekmektedir. Sanayicilerinin lojistiğini tek elden yürüten bir sistem kurulması önemli faydalar sağlayacaktır. Taşıma firmaları şu an bu işi tek başına yapıyor ama bu bir merkezden yönetilmeli. Her firmanın deposu olması ve ürünün sevkini kendi başına yapması verimsizlik getirir. Kurulacak böylesi bir lojistik merkezi hem stoklamayı ve sevkiyatı tek elden halletmeli. Böylece maliyetler düşürülebilir.

Ayrıca Antalya OSB'nin genişlemeye ihtiyacı vardır. Şu an yatırımcılardan gelen 200'ün üzerinde tahsis başvurusu, yer olmadığı için bekletilmektedir.

Antalya'da öncelik neye verilmeli?

Antalya'da sanayinin gelişmesinin önündeki engeller bir an önce kaldırılmalı, sanayi sektörü her alanda desteklenmelidir. Çünkü kentimizin tarım ve turizme bağlı ekonomisine sanayi gibi dev bir sektörün entegre edilmesi, bu iki sektörde yaşanacak her türlü sorunun daha az hasarla atlatılmasında önemli bir rol oynayacaktır. Bizim bir hayalimiz var. Antalya'da Nevada-Las Vegas modelini hayata geçirmek. Nevada dünyanın en büyük sanayi bölgelerinden biri ama hemen önünde Las Vegas gibi büyük bir turizm destinasyonu var.