

ANTALYA

Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası

Mart 2024



ANTALYA

Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası

06 MART 2024

Katkıda Bulunanlar:

Prof. Dr. Bilgehan Gülcan

Prof. Dr. Beykan Çizel

Prof. Dr. Burçin Cevdet Çetinsöz

Doç. Dr. Halil Burak Sakal



Sosyal ve Stratejik Çalışmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi katkılarıyla hazırlanmıştır.

Kapadokya Üniversitesi

50420 Mustafapaşa, Ürgüp, Nevşehir

İÇERİK

1.	GİRİŞ	1
2.	Küresel Turizmin Analizi ve Hedefler	2
3.	Türkiye Turizminin Analizi ve Ulusal Hedefler	2
4.	Antalya Turizm Analizi	3
4.1.	İLİN ZİYARETÇİ ANALİZİ VE HEDEFİ	3
4.2.	İLİN TURİZM GELİR ANALİZİ VE HEDEFİ	4
4.3.	İLİN KONAKLAMA ANALİZİ VE HEDEFİ	4
4.4.	İLİN MEVSİMSELLİK DURUM ANALİZİ	5
4.5.	İLİN TURİZM TÜRLERİ ANALİZİ	6
5.	Destinasyon Risk Analizi	7
6.	Rekabet Analizi ve Rekabet Gücünü Artırma	8
7.	Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarını Geliştirme	9
8.	Gastronomi Kaynaklarını Etkin Kullanma	11
9.	Dijitalleşme ve Akıllı Turizm Uygulamalarını Etkili Kullanma	11
10.	Tematik Rotalar Geliştirme	12
11.	Kent Peyzajını Düzenleme ve Rekreatif Alanları Artırma	13
12.	Deneyimsel Turizm Uygulamalarını Artırma	13
13.	Nitelikli Hediye Eşya Envanterini Geliştirme	14
14.	İnanç Turizmi Kapsamında Antalya İlinin Potansiyelini Geliştirme	14
15.	Antalya'nın "Enleri" ve "Tekleri" Üzerine Tanıtım Kurgusu Yapma	15
16.	Festivallerin Tanıtım Etkinliğini Artırma	15
17.	Antik Kent Rotaları Oluşturma	16
18.	Ürün Geliştirmede Komşu İller Arasında İş Birliği Geliştirme	16
19.	Her şey Dâhil Sistemindeki Misafirlerin Otel Dışı Etkinliklerini Artırma	16
20.	MICE Turizmi Potansiyelini Etkin Kullanma	17
21.	Kültürel Miras Envanterini Turizmde Etkin Tanıtma	18
22.	UNWTO "En İyi Turizm Köyü" Kapsamında Kaleüçağız Köyü'nü Hazırlama	18
23.	Sağlık Turizminde Wellness Odaklı Pazarlama	19
24.	Yat ve Kurvaziyer Turizmini Geliştirme	19
25.	Spor Turizm Faaliyetlerini İl Sathına Yayma	20
26.	Etkili Bir Turizm Yönetimi Oluşturma ve Tanıtımda Bütünleşik Yaklaşımı Benimseme	21

1. GİRİŞ

Antalya; doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri ve bu zenginliklerini ürün haline getirmesiyle 2023 yılında dünyanın en fazla ziyaretçi çeken dördüncü destinasyonu olmuştur. Antalya, plajları, golf sahaları ve lüks tatil köyleriyle dünyada üst segment destinasyonlar kategorisindedir. Kentte hemen her turizm türünün uygulanabilirliği bulunmaktadır. Bu kapsamda öne çıkan turizm türleri, deniz, kültür, spor, macera, golf, gastronomi, MICE, yat, medikal ve ekoturizmdir. Kenti simgeleri Aspendos, Falezler, Hadrian Kapısı ve narenciye ürünleridir.

Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası, ilin doğal ve kültürel kaynak potansiyelini hesaba katarak, başta deniz turizmi olmak üzere kültür, ekoturizm, macera turizmi, gastronomi ve etkinlik turizmi gibi turizm türlerinde Türkiye turizminde bir marka değeri olan Antalya'ya yönelik özet biçimde ve odaklı bir yaklaşımla hazırlanmıştır. Yol Haritası, Covid-19 salgını sürecinde ortaya çıkan, yeni turizm eğilimleri dikkate alınarak güncellenen Türkiye Turizm Ana Planı kapsamında ortaya konan amaç ve hedeflerle uyumlu biçimde hazırlanmış ve Antalya'nın turizmdeki geleceğini inşa edecek yapı taşları niteliğindeki başlıkları ortaya koymayı amaç edinmiştir.

Antalya; 2024 yılında yaklaşık 23,4 milyon yabancı, 5 milyon yerli olmak üzere yaklaşık toplam 28,4 milyon turisti konaklama tesislerinde ağırlamıştır. Bu faaliyetle elde edilen gelir ise yabancı turist için yaklaşık 8 milyar ABD doları, yerli turist için 966 milyon ABD doları olmak üzere yaklaşık toplam 9 milyar ABD dolarıdır. Aynı yılda ortalama geceleme 3,53 gün olarak gerçekleşirken, ortalama tesis doluluk oranı ise yüzde 50 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu veriler, ilin potansiyeli göz önüne alındığında Antalya'nın Türkiye turizmine katkısının daha fazla artırılabilceğini göstermektedir.

Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası kapsamında ilin 2029 yılı turist sayısı hedefi, yabancı turist için yaklaşık 27,8 milyon kişi ve yerli turist için yaklaşık 7 milyon kişi olmak üzere toplamda yaklaşık 34,1 milyon kişi; turizm geliri hedefi ise yabancı turist için yaklaşık 15,2 milyar ABD doları ve yerli turist için yaklaşık 1,6 milyar ABD doları olmak üzere toplamda yaklaşık 16,8 milyar ABD doları olarak tespit edilmiştir. Bu hedeflere ulaşabilmesine destek olacak kısa vadeli politika önerileri, *Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*'nda ortaya konmuştur.

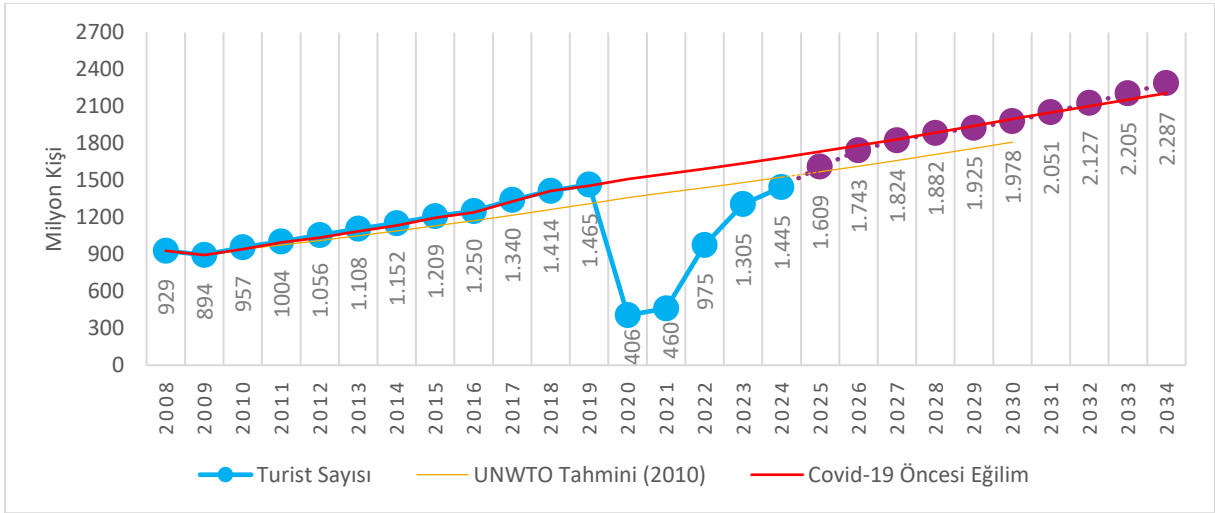
Bir destinasyonun turistik cazibesini koruyarak turizm gelirlerini sürdürebilmesi ve artırabilmesi, turizm kaynakları ve bu kaynakları turizm ürünü olarak sunmadaki gücüne bağlıdır. Günümüzde turizmdeki rekabet gücü gelen ziyaretçi sayısı, gelir, yatak kapasitesi, lüks otellerin sayısı gibi nicel veriler yanında yerine konamayacak doğal, beşerî ve kültürel kaynakların sürdürülebilir yönetimi ve risklere karşı dayanıklılığı ile ölçülmektedir. Buradan hareketle, *Konya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*, sürdürülebilirlik ve dayanıklılık kavramları ilke ve yaklaşımı ile hazırlanmıştır.

Yol Haritası hazırlık sürecinde Antalya İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulu paydaşları ile 19.01.2024 tarihinde çevrim içi arama konferansı gerçekleştirilmiş ve ile özel, öncelikli geliştirme başlıkları ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne dağıtımı yapılan ve önceden hazırlanmış İl Politika Tespit Formu ve İl Risk Analiz Anketi olmak üzere iki adet anket formu da il paydaşlarına elektronik ortamda iletilmiş ve sonuçları analiz edilerek metne eklenmiştir. Bu kapsamda *Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*, ilin destinasyon yönetim sorumluluğunu üstlenen Antalya Tanıtım ve Geliştirme Kurulu için sürdürülebilir ve gelir etkisi yüksek turizm gelişimi kapsamında oluşturulan başlıklarla bir rehber niteliği taşımaktadır.

2. Küresel Turizmin Analizi ve Hedefler

2019 yılında dünya genelindeki turist sayısı, 1,47 milyar kişi ve 1,49 trilyon ABD doları ile rekor düzeye ulaşmıştır. Ancak 2020-2021 yıllarında yaşanan Covid-19 salgını, turizm faaliyetlerini dünya çapında durma noktasına getirmiştir. Salgın sonrası dönemde küresel turizm hacminin 2019 yılı seviyelerine dönmesinin ancak 2025 yılı içerisinde gerçekleşmesi beklenmektedir (Şekil 2.1.).

Ocak 2025 tarihli uluslararası istatistikler 2024 yılında uluslararası turizm faaliyetlerine toplam 1 milyar 445 milyon kişinin katıldığını, aynı yıldaki uluslararası turizm gelirlerinin ise 1 trilyon 610 milyar ABD dolarına ulaştığını göstermektedir. Buna göre, 2024 yılında uluslararası turist sayısında bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 11 artış gerçekleşirken, Avrupa kıtasının uluslararası turizmdeki toplam pazar payı yüzde 51,72; Türkiye'nin uluslararası turist sayısından aldığı pay yüzde 4,31 ve uluslararası turizm gelirinden aldığı pay ise yüzde 3,76 olarak gerçekleşmiştir.



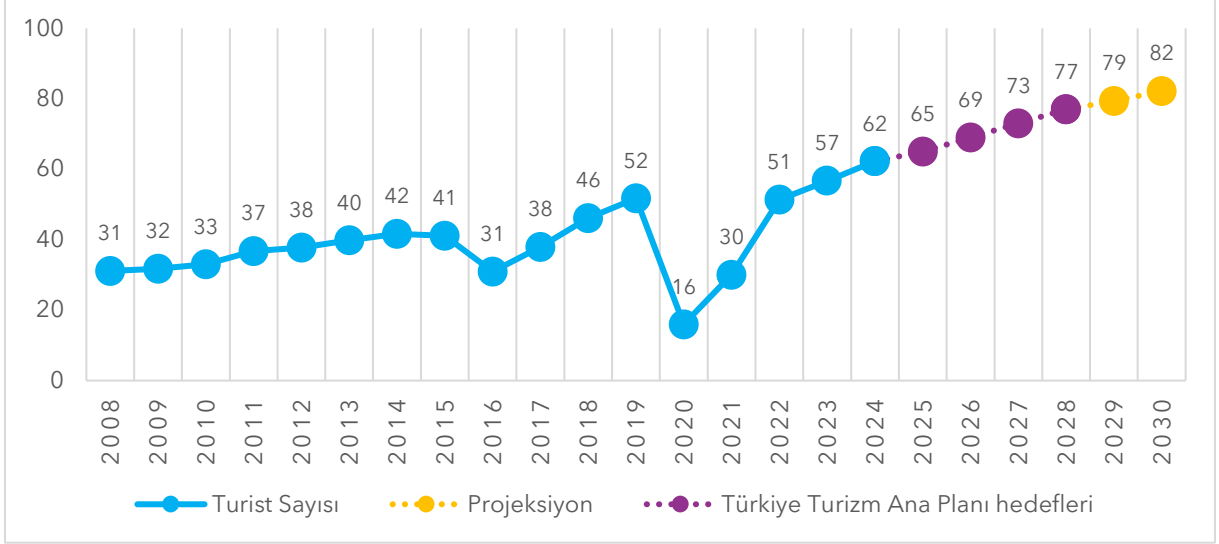
Şekil 2.1. Küresel turist sayıları (milyon kişi): gerçekleştirmeler ve tahminler

Kaynak: UN Tourism Ocak 2025; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Tahminler 2025 yılından başlamakta olup tahminler yapılırken UN Tourism verileri, Avrupa Seyahat Komisyonu öngörülleri ve uluslararası kuruluşların dünya ekonomisine yönelik büyüme beklentileri esas alınmıştır. 2028-2034 dönemi için Kapadokya Üniversitesi tarafından yapılan tahminler kullanılmıştır.

3. Türkiye Turizminin Analizi ve Ulusal Hedefler

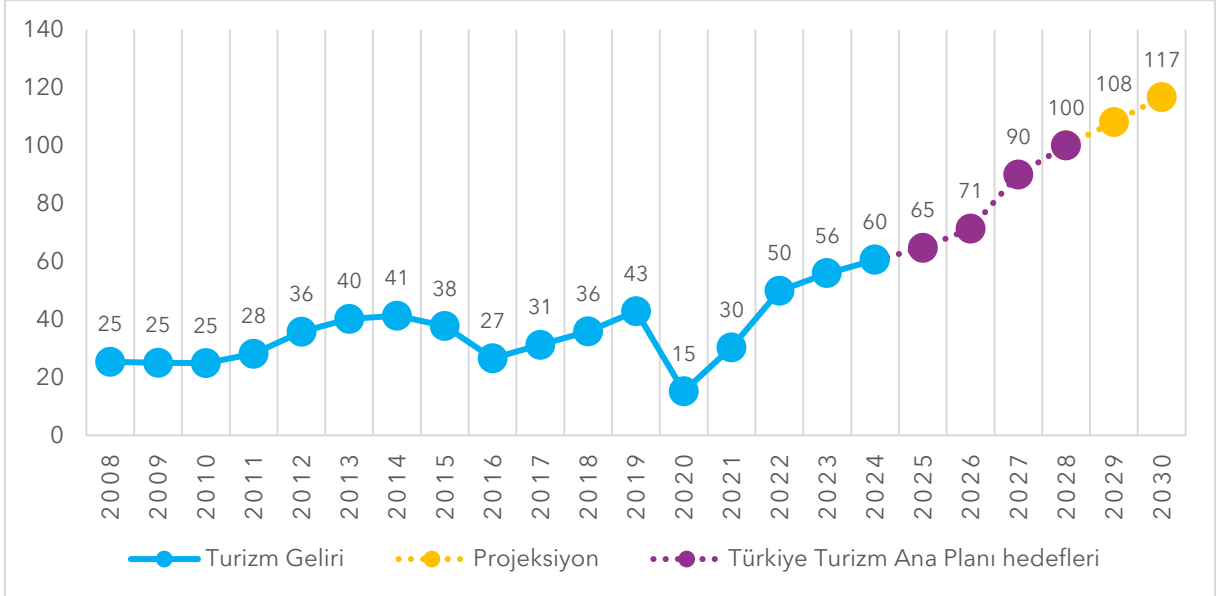
Önemli bir küresel turizm ülkesi olan Türkiye'de, turizm sektörünün gayri safı yurt içi hasılasına doğrudan ve dolaylı katkısı, uzun yıllar ortalamasına göre yaklaşık yüzde 11 seviyesindedir. Covid-19 salgını sonrası TGA tarafından yapılan etkili tanıtım, Güvenli Turizm Sertifika uygulaması ve Türkiye Sürdürülebilir Turizm Programı gibi yaratıcı politikalarla fark yaratan Türk turizmi, "V" çıkışı yakalayarak hızla toparlanmış ve 2023 yılı itibarıyla rekor düzeydeki rakamlara ulaşmıştır. 2023 yılında Türkiye; yaklaşık toplam 57 milyon turist sayısına ve 54 milyar ABD doları gelire ulaşmıştır (Şekil 3.1. ve Şekil 3.2.).

Uyguladığı turizm stratejisi ve yenilikçi politikalar ile yakaladığı büyüme ivmesini devam ettirmeyi amaçlayan Türkiye, 2028 yılında toplam 77 milyon turisti ağırlamayı ve turizmden toplam 100 milyar ABD doları gelir elde etmeyi hedeflemektedir.



Şekil 3.1. Türkiye'nin yıllık ziyaretçi sayıları (milyon kişi): gerçekleştirmeler ve hedefler

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kapadokya Üniversitesi. Hedefler 2025 yılından başlamaktadır.



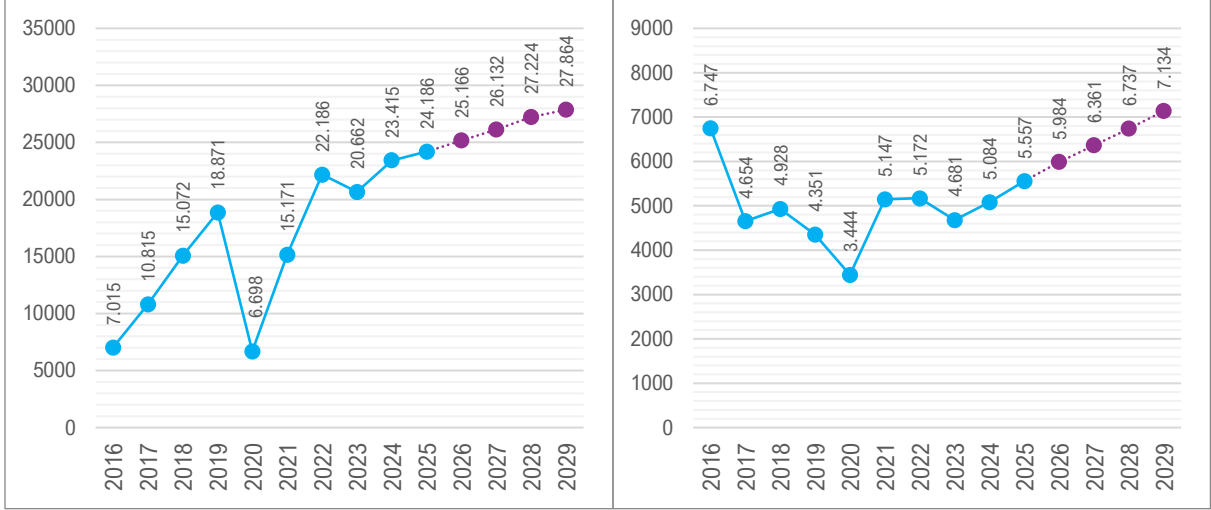
Şekil 3.2. Türkiye'nin turizm geliri (milyar ABD doları): gerçekleştirmeler ve hedefler

Kaynak: TÜİK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kapadokya Üniversitesi. Hedefler 2025 yılından başlamaktadır.

4. Antalya Turizm Analizi

4.1. İlin Ziyaretçi Analizi ve Hedefi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama istatistiklerine göre 2024 yılında Antalya; yaklaşık 23,4 milyon yabancı, 5 milyon yerli olmak üzere yaklaşık toplam 28,4 milyon turisti konaklama tesislerinde ağırlamıştır. Aynı yılda ortalama geceleme 3,53 gün olarak gerçekleşirken, ortalama tesis doluluk oranı ise yüzde 50 olarak hesaplanmıştır. İlin 2029 yılı hedefi, yabancı turist için yaklaşık 27,8 milyon kişi ve yerli turist için yaklaşık 7 milyon kişi olmak üzere toplamda yaklaşık 34,1 milyon kişi olarak hesaplanmıştır (Şekil 4.1.1.).

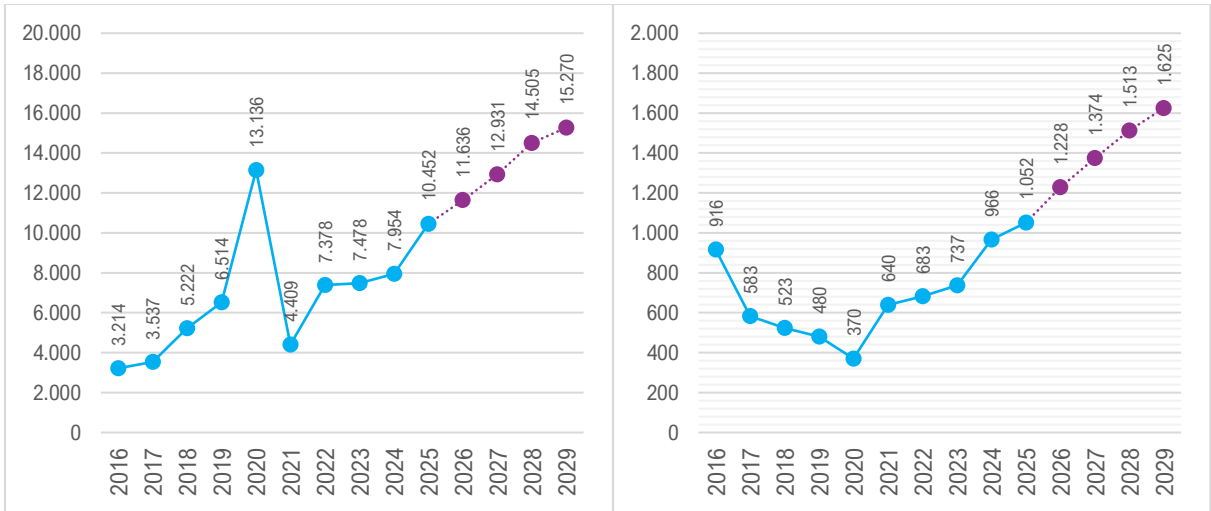


Şekil 4.1.1. Antalya'nın ağırladığı yabancı (sol) ve yerli (sağ) turist sayısı ve tahminler (bin kişi)
Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

4.2. İlin Turizm Gelir Analizi ve Hedefi

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayımlanan turizm istatistikleri temel alınarak yapılan hesaplamalar, Antalya'nın 2024 yılında yabancı turistlerden yaklaşık 8 milyar ABD doları, yerli turistlerden yaklaşık 966 milyon ABD doları gelir elde ederek turizmden bir yıl içinde yaklaşık olarak toplam 9 milyar ABD doları gelir elde ettiğini göstermektedir (Şekil 4.2.1.).

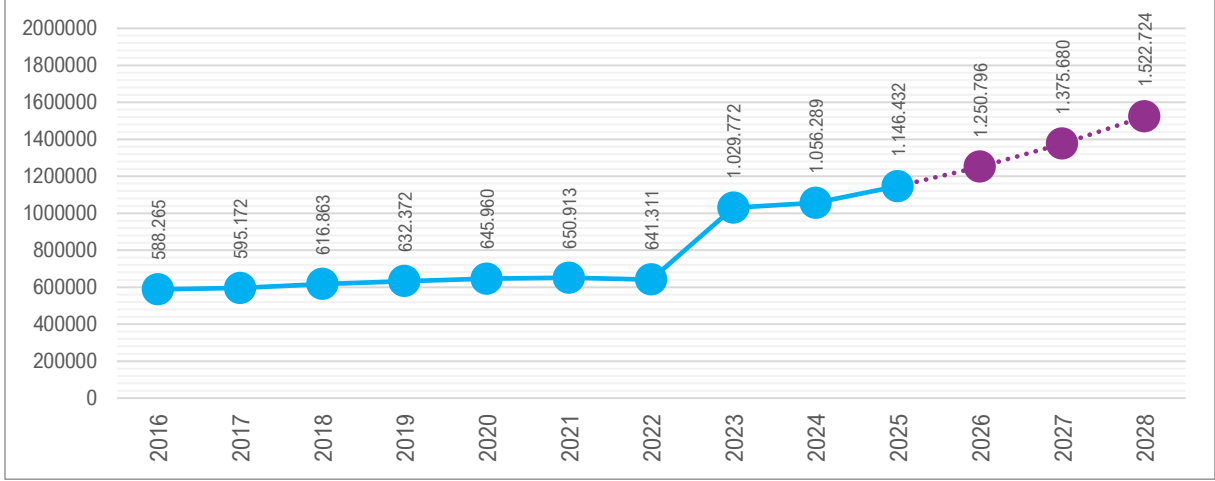
Turizm gelirlerinde Antalya, 2029 yılı itibarıyla yabancı turistlerden yaklaşık 15,2 milyar ABD doları, yerli turistlerden ise 1,6 milyar ABD doları olmak üzere toplamda yaklaşık 16,8 milyar ABD doları gelir elde etme potansiyeline sahiptir.



Şekil 4.2.1. Antalya'nın yabancı (sol) ve yerli (sağ) turistlerden turizm geliri ve tahminler (milyon ABD doları)
Kaynak: TÜİK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kapadokya Üniversitesi.

4.3. İlin Konaklama Analizi ve Hedefi

Antalya'da 2024 yılı itibarıyla toplam 2.697 konaklama tesisi bulunmaktadır. Konaklama tesislerinin toplam yatak kapasitesi ise 1 milyon 56 bin'dir. Tesis doluluk oranı yüzde 50 ve ortalama geceleme 3,53'tür. İlin mevcut istatistikleri incelendiğinde, mevcut ivmenin devam etmesi koşuluyla 2028 yılında yatak kapasitesinde yaklaşık yüzde 44'lük bir artış göstereceği öngörülmektedir (Şekil 4.3.1.).

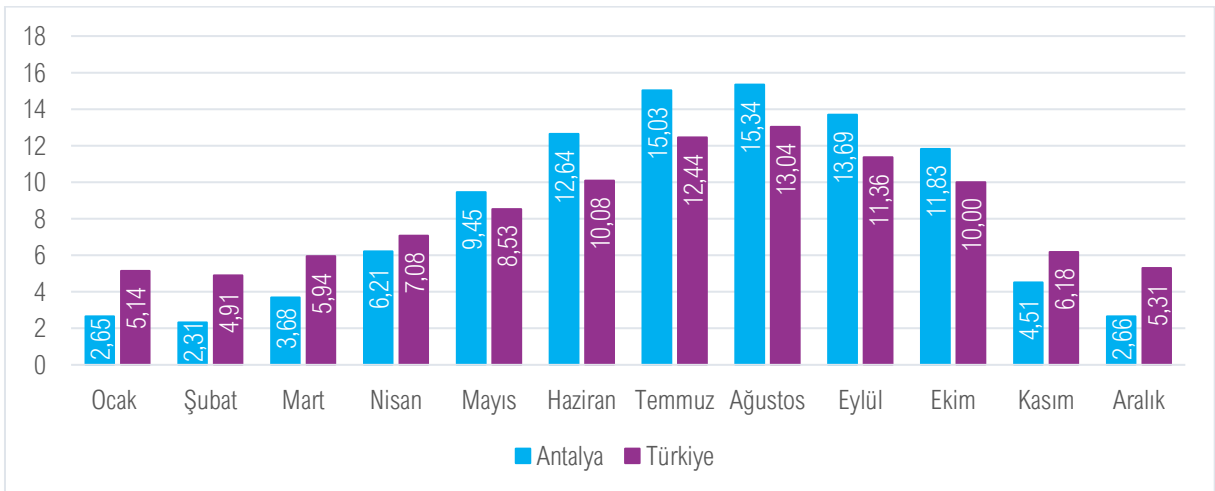


Şekil 4.3.1. Antalya'nın yatak kapasitesi ve tahminler

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

4.4. İlin Mevsimsellik Durum Analizi

Turizmin 12 aya yayılma hedefi, turizm arz kaynaklarının etkin kullanımı ve etkili tanıtım çabalarıyla doğrudan ilişkilidir. Bu hedef, Türkiye Turizmi Ana Planı'nda üzerinde önemle durulan bir başlıktır. Türkiye turizmi ile Antalya turizminin mevsimsellik analizi Şekil 4.4.1.'de karşılaştırmalı olarak görülmektedir. Buradan, Türkiye ile Antalya'nın mevsimsellik dağılımında farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim ayları arasında Antalya'daki tesislerin Türkiye ortalamasının üzerinde seyrettiği dikkati çekmektedir. Antalya'nın bazı aylarda Türkiye ortalamasının altında olmasının ildeki mevsim şartlarına ve mevcut turizm türlerine bağlı olduğu düşünülmektedir. Antalya ve Türkiye genelindeki mevsimsel turizm trendlerinin, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ve turizm planlamacılarının pazarlama stratejilerini ve işletme planlarını belirlediği düşünüldüğünde, destinasyonların mevsimsel faktörleri dikkate almaları önem arz etmektedir. Dolayısıyla ildeki turizm hareketliliğinin ve buna bağlı oluşacak talebin yıl içine dengeli yayılması için ildeki turizm türlerinin çeşitlendirilmesi ve bazı turizm türü başlıklarındaki etkililiğin artırılması gerekmektedir.



Şekil 4.4.1. Türkiye ve Antalya karşılaştırmalı mevsimsellik durumu

Not: Veriler, destinasyondaki yıllık toplam konaklama sayısının yüzdesel dağılımı olarak verilmiştir. Hesaplama yapılırken normal eğilim dışında değerlendirilen salgın dönemi çıkarılmış; 2017, 2018, 2019, 2022, 2023 ve 2024 yıllarına ait yerli ve yabancı turistlerin toplam tesise geliş verileri esas alınmıştır.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

4.5. İlin Turizm Türleri Analizi

Antalya doğusundan batısına, kuzeyinden güneyine tüm ilçelerinde farklı turizm türlerine ait gelişme potansiyeline sahiptir. Kent, bir bütün olarak değerlendirildiğinde doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve kültürel etkinlikleri ile oldukça zengin bir turizm kentidir. Diğer taraftan bu zenginlik özellikle tatil turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Antalya, modern bir büyükşehir olarak hem kültür hem sanat hem de deniz turizminde küresel bilinirliği yüksek ve bu özellikleriyle 2023 yılında dünya turizm kentleri içinde en fazla turist ağırlayan 4. şehir olmuştur.

Kent merkezi de dahil olmak üzere, alt destinasyonlar olan Alanya, Side, Manavgat, Kemer, Kundu/Lara, Belek gibi turizm bölgeleri, özellikle deniz turizminde kumsalları ve bu kumsallarda konumlanan resort otel yatırımları ile öne çıkmaktadır. 231 adet mavi bayraklı plaj ve 6 adet marina ve 14 adet turizm teknesi ile kent küresel anlamda bir deniz turizmi merkezidir. 640 km'lik sahil şeridi içinde Kemer ve Kaş aynı zamanda ülkenin önemli dalış merkezleri durumundadır. Sayılan bu alt destinasyonlar aynı zamanda kültürel miras turizmi ve golf, bisiklet dostu otel ve futbol yatırımları ile de spor turizminde küresel turizmde öne çıkmaktadır. Kent doğal ve kültürel mirasının ve bunların haricinde modern kültür, geleneksel ve modern spor, macera, sanat ve gastronomi gibi unsurlarının değerlendirildiği bir festival kentidir. Bu kapsamda, Türkiye'nin en uzun soluklu festivallerinden biri olan Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali, Uluslararası Antalya Yörük Türkmen Festivali, Aspendos Uluslararası Opera ve Bale Festivali, Side Uluslararası Dünya Müzik, Kültür ve Sanat Festivali gibi il geneline yayılmış 30'dan fazla birçok festivale ev sahipliği yapmaktadır.

Antalya aynı zamanda Türkiye'nin önemli bir MICE destinasyonudur. Yurt içinde İstanbul ile rekabet eden Antalya, donanımlı ve modern uygun toplantı ve sergi salonları, uygun iklim, makul fiyat düzeyi, iyi düzenlenmiş EXPO'nun varlığı, farklı büyüklükte kongre merkezlerine sahip konaklama tesisleri ve dünyanın birçok ülkesiyle doğrudan uçuşa sahip havayolu ulaşım ağı ile öne çıkmaktadır. UNESCO kesin ve geçici listesinde yer alan birçok antik kent ve ören yerleri ile eşsiz bir kültürel mirasa sahip ve bunun yanında modern kültürel etkinliklere ev sahipliği yapmasıyla Antalya, zengin bir kültür turizmi destinasyonudur. Bu kapsamda Alanya Kalesi, Phaselis Antik Kenti, Antik Side Kenti, eski şehir niteliğindeki Kaleiçi Bölgesi, Aspendos Tiyatrosu ve Karain Mağarası gibi eşsiz kültürel varlıklar ve bu varlıkları kapsama alan kültür rotaları ile küresel anlamda sayılı kültür destinasyonlarından biridir.

Kentin bir diğer çekici unsuru doğal varlıklardır. Bu kapsamda, Damlatış Mağarası gibi mağaralar, Üçoluk gibi yaylaları, Manavgat gibi şelaleleri, Dimçayı gibi akarsuları, macera sporlarına imkân veren dağları ve kanyonları, Konyaaltı gibi doğal plajları ve falezleri gibi çok sayıda varlığa sahiptir. Tek başına cazibe değeri olan bu doğal varlıklar Antalya'nın toplam turizm ürünü içinde aynı zamanda zenginleştirici unsurlar durumundadır. Bu unsurlar cazip ürün haline gelmiş ve bu unsurlara bağlı olarak hava, kara ve su macera rekreasyonları ile kırsal bölgelerdeki ekoturizm etkinlikleri kentin cazip turistik ürünleri haline gelmiştir. Bu kapsamda Likya Yolu yürüyüşü, Köprüçay'daki rafting ve mavi tur gibi etkinlikler markalaşmıştır. Sağlık turizmi kent için bir diğer önemli başlıktır. Bu kapsamda modern konaklama tesisleri kapsamındaki SPA ve wellness merkezleri ile kentin tıbbi hizmetler altyapısına bağlı olarak medikal turizm de önemli sağlık turizmi ürünlerinin sunulmasına imkân vermektedir. Gastronomi kentin bir diğer gelişmiş turizm alt sektörüdür. Yerel gastronomi festivaller, Uluslararası franchising, bağımsız restoran işletmeleri bu kapsamda öne çıkmaktadır. Kent aynı zamanda özellikle yabancı turistler için bir alışveriş destinasyonudur. Başta AVM'ler olmak üzere ayrıca diğer işletmeler ile turistlere tekstil, ayakkabı, deri vb. ürünlere etkili erişim sunmaktadır.

Antalya aynı zamanda bir inanç turizm merkezi konumundadır. Bölgede bulunan antik tapınaklar, kiliseler ve camiler ziyaretçilerin ilgi merkezleridir. Özellikle Demre’de bulunan Noel Baba olarak bilinen Aziz Nikolaos, Hristiyan turistlerin en çok ziyaret ettikleri yerlerden biridir. Ayrıca milattan sonra 46 yılında Aziz Paul ve arkadaşlarının Hristiyanlığı öncelikle Anadolu’ya ve oradan da Dünya’ya yaymak için yaptıkları yolculukta kullandıkları ve günümüzde “St. Paul Yolu” olarak adlandırılan Antalya’dan başlayıp Eğirdir gölü üzerinden Isparta Yalvaça ulaşan güzergah, doğaseverlerin olduğu kadar “hacı olmak” isteyen Hristiyanlarca da kullanılmaktadır. Şehir merkezine 45-50 km’lik bir mesafede bulunan “Akdeniz’e ve Ekvator’a en yakın” kayak merkezlerinden biri olan Saklıkent kayak merkezinde “10 Aralık-10 Nisan tarihleri arasında 120 gün boyunca kaliteli kayak yapma imkanı bulunmaktadır. Ortalama 100-200 cm. olan kar kalınlığı zirvede 4 metreye ulaşmaktadır.

5. Destinasyon Risk Analizi

	Olasılık					Şiddet					Skor
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Küresel Riskler											
Ukrayna – Rusya Savaşının Uzaması			X					X			9
Avrupa Enerji Krizi			X					X			9
Çin-Tayvan Arası Soğuk Savaş’ın Sıcak Çatışmaya Dönme İhtimali			X						X		12
Kuzey Kore- Güney Kore Çekişmesi		X					X				4
Küresel Durgunluk				X					X		16
Yeni Bir Salgın Hastalık			X						X		12
Gıdaya Erişim Zorluğu/Kıtlık			X					X			9
İklim Değişikliği				X					X		16
Doğal Kaynak Krizleri (Su/Enerji Kaynakları)			X						X		12
Biyocoşunluluk Kaybı ve Ekosistem Çöküşü			X						X		12
Büyük Ölçekli Gönülsüz Göç				X					X		16
Yaygın Siber Suç ve Siber Güvensizlik			X						X		12
Yaşam Maliyeti Krizi				X					X		16
Ülkesel Riskler											
Doğal Afetler					X					X	25
Yeni Bir Salgın Hastalık		X						X			6
İklim Değişikliği ve Çevre Sorunları					X				X		20
Bölgesel Savaş ve Terör Riski					X				X		20
Uluslararası Ekonomik, Sosyal ve Politik Gündem				X					X		16
Siber Güvenlik Açıkları			X					X			9
Seyahat Güvenliği / Asayiş – Turiste Yönelik Tehdit			X					X			9
Enflasyon				X				X			12
Rakip Ülke Söylemi			X				X				6
Yerel Riskler											
Terör Riski		X							X		8
Sağlık (Hasta Tedavisi, Acil Müdahale)		X						X			6
Nitelikli Personel İstihdamı				X					X		16
Dolandırıcılık			X						X		12
Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Uyum Sorunu		X						X			6
Bazı Alt Destinasyonlarda Aşırı Turizm Talebi				X					X		16
Çevre Kirliliği ve Temiz Su Kaynaklarının Azalması				X					X		16
Radikal Akımlar		X						X			6
Deprem Riski			X						X		12
Yapı Güvenliği			X					X			9
Heyelan/Kaya Düşmesi		X					X				4
Doğal Güzelliğin Yok Olması ve Çarpık Yapılaşma				X					X		16
Tek Pazara Bağımlılık			X						X		12
Kaçak Göçmenler			X					X			9

Güvensiz Şehir Algısı			X						X			6
Somut Kültürel Mirasın Tahrifatı			X						X			12
Endemik Türlerin Yok Olma Tehlikesi				X					X			16
Katı Atık Bertaraf ve Su Arıtma Problemi					X					X		25
Sel/Taşkın			X						X			12
Yangın				X						X		20
Meteorolojik ve İklim Değişikliği Kaynaklı Afetler				X					X			16
Trafik ve Altyapı				X					X			16
Enerji Kaynaklarının Kıtlığı				X					X			16

Risk Skoruması ve Risk Puanı Sonucu

		Şiddeti					RİSK SKORU	EYLEM
		Çok Ciddi 5	Ciddi 4	Orta 3	Hafif 2	Çok Hafif 1		
Olasılık	Çok Yüksek 5	Yüksek 25	Yüksek 20	Yüksek 15	Orta 10	Düşük 5	25, 20, 16, 15	KABUL EDİLEMEZ RİSK: Bu risklerle ilgili hemen çalışma yapılmalıdır.
	Yüksek 4	Yüksek 20	Yüksek 16	Orta 12	Orta 8	Düşük 4		
	Orta 3	Yüksek 15	Orta 12	Orta 9	Düşük 6	Düşük 3	12, 10, 9, 8	DIKKATE DEĞER RİSK: Bu risklere mümkün olduğu kadar çabuk müdahale edilmelidir.
	Düşük 2	Orta 10	Orta 8	Düşük 6	Düşük 4	Düşük 2		
	Çok Düşük 1	Düşük 5	Düşük 4	Düşük 3	Düşük 2	Düşük 1	6, 5, 4, 3, 2, 1	KABUL EDİLEBİLİR RİSK: Acil tedbir gerektirmeyebilir. Orta vadede çalışma yapılmalıdır.

6. Rekabet Analizi ve Rekabet Gücünü Artırma

Destinasyon rekabetçiliğini ilin konumu, destinasyon yönetimi, turizm kaynak ve çekicilikleri ve kentin turizm altyapı ve üstyapısı ele alınarak değerlendirilebilir. Türkiye'nin turizm sektörü içerisinde Antalya ili önemli bir yer tutmaktadır. Toplam ziyaretçi sayıları, geceleme miktarları, yatak kapasitesi gibi istatistikler incelendiğinde Antalya Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonudur. Antalya'nın önde gelen turizm türü deniz, kum ve güneş turizmidir. Ancak, benzer ürüne sahip yeni destinasyonların ortaya çıkması ve mevcut gelişmiş turizm destinasyonlarının sahip olduğu avantajlar, Antalya'nın sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde edebilmek için yeni stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Turizmin 12 aya yayılması ve mevsimselliğin yarattığı sorunların azaltılması için turizmin çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesine önem verilmelidir.

Antalya güçlü ve benzersiz bir konuma sahiptir. Sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel kaynakları, mükemmel kalite deneyimi sunan yüksek standartta konaklama tesisleri, hava ulaşımı ağı ve kümelenmiş turizm sektörü yüksek koordinasyonlu turizm ürün ve hizmeti sunulmasına olanak sağlamaktadır. Bunun yanında her şey dahil pansiyon türünde sunmuş olduğu ürün ve hizmet kalitesi ve rekabetçi fiyatlar ile Avrupa ülkeleri başta olmak üzere tüm coğrafyalarda talep gören bir turizm destinasyonudur.

Rekabette öne çıkarıcı unsurlar olarak kentte doğrudan tarifeli uçuş sayılarının artırılması, şehir içi ve alt turizm bölgeleri arasında kara ve raylı ulaşım altyapısına yatırım yapılması, yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımının artırılması, taksi şoförleri, restoran ve yerel esnafa turizm bilinci kazandırılması ve turistlere davranış standartları konusunda eğitim verilmesi öncelikli konulardır. Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırımların artırılması ve akıllı turizm kenti altyapısı ve sistemlerinin iyileştirilmesi gerekmektedir. Bütünleşik turizm yönetimi, turizm aktörleri arasındaki iş birliğinin artırılması destinasyon yönetiminde önem arz etmektedir. Farklı ürün gruplarına göre pazar bölümlendirme ve etkin ve koordineli tanıtım çabalarının önceliklere göre geliştirilmesi gerekmektedir.

Antalya, sahip olduğu turistik çekicilikleri sebebiyle Muğla, Aydın, İzmir ve İstanbul ile Türkiye içinde rekabet etmektedir. Söz konusu kentlerin her biri benzersiz turizm potansiyellerine sahiptir. Antalya ve Muğla, Aydın ve İzmir kum, güneş, deniz turizminde önemli avantajlara sahipken,

İstanbul ise sahip olduğu kültürel varlıkları, toplantı imkanları, tarihi zenginlikleri ile turizm faaliyetleri için önemli potansiyele sahiptir. Antalya gibi deniz turizminde ünlü olan Muğla'ya bağlı Bodrum, Marmaris ve Fethiye gibi turizm merkezleri rakip alt destinasyonlardır. Ayrıca bu alt destinasyonlar önemli bir mavi yolculuk ve yat turizmi potansiyeline sahiptir. Muğla'nın yat turizmi ve mavi yolculuk açısından üstünlüğü varken, Antalya daha çok geniş hizmet yelpazesi ve altyapısıyla öne çıkar.

Aydın'da bulunan Kuşadası, Didim ve Söke gibi bölgeler sahip olduğu deniz, tarih ve kültür turizmi imkanları sayesinde hem yerli hem de yabancı turistleri çekmektedir. Mavi bayraklı plajları ile deniz, güneş kum tatilinde olduğu kadar, Milet ve Didyma ve Pirene Antik Kentleri sayesinde de kültür turizminde Antalya'nın rakibi konumundadır. Ayrıca bölgedeki milli parklar yoluyla da alternatif destinasyon konumundadır.

İzmir, sadece sahip olduğu çok yönlü turizm imkanlarıyla değil, aynı zamanda Türkiye'nin en büyük 3. ili olması ve yıl boyunca uluslararası uçuş bağlantılarının çok olması bakımından da Antalya'nın rakibi konumundadır. Yine sahip olduğu deniz, kültür, sağlık turizmi, kongre merkezi ve toplantı salonları, alışveriş imkanları ve gastronomisiyle Antalya'nın en önemli rakibi konumundadır.

Bu iller ile sahip olunan ortak özellikler her ne kadar dezavantaj gibi gözükse de akıllı bir turizm planlaması sayesinde oluşturulacak iş birlikleri bunu bir avantaja çevirme potansiyeline sahiptir. Şöyle ki; yukarıda adı geçen illerin sahip olduğu zengin gastronomik değerler aracılığıyla bu bölgeleri içeren "Gastronomi Rotaları" oluşturulabilir. Ayrıca yine sahip olunan antik kentler sayesinde bölgeyi kapsayan bir "Birleşik Kültür Rotası" oluşturulabilir. Bölgenin sahip olduğu kruvaziyer turizmi potansiyeli sayesinde güçlerin birleştirilmesiyle uluslararası kruvaziyer rotasından daha fazla pay alması sağlanabilir. Yine bölgenin ortak sahip olduğu doğal güzellikler ve çekicilikler sayesinde "Eko-turizm" ve "bisiklet" rotaları oluşturulabilir. Özellikle İstanbul'un sahip olduğu uluslararası uçuşlardaki HUB niteliğinin bağlantılı uçuşlar ile ortak oluşturulacak paketler aracılığıyla Antalya'nın da pay alması ve böylelikle turizm sezonunun 12 aya yayılması sağlanabilir. Tüm bu iller ile geliştireceği tüm iş birliklerinde komşu illeri olan Burdur ve Isparta'nın sahip olduğu doğal ve tarihi güzellikleri de planlamaya dahil ederek daha da çekici bir hale getirilebilir.

7. Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarını Geliştirme

Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası'nda yer alan tüm başlıklar, sürdürülebilir turizm anlayışını kapsayan ilkeler ve uygulamalar ile uyumlu olacak şekilde hazırlanmıştır. Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı ile yerel ekonomiye katkı sağlayarak yerel halkın refahını artırmak, kültürel ve sosyal çeşitliliğin devamlılığını sağlamak, turizmin hem çevre hem toplum üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek, doğal ve kültürel mirasın korunmasını sağlamak ve ziyaretçilerin yaşam kalitelerini artırmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda *Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*'nda il turizminin gelişmesi için;

- a. Turizmin doğal çevre üzerindeki negatif etkilerini azaltmak ve faydasını artırmak,
- b. Turizmin kültürel miras üzerindeki negatif etkilerini azaltmak ve faydasını artırmak,
- c. Turizmin yerel halkın sosyal ve ekonomik yaşamı üzerindeki negatif etkilerini azaltmak ve faydasını artırmak,
- d. Etkili sürdürülebilir bir turizm yönetimi geliştirmek, ilkeleri benimsenmektedir.

Antalya'nın mevcut değerleri ve fırsatları sürdürülebilir turizm prensipleri kapsamında değerlendirildiğinde çevresel koruma açısından plajlar, milli parklar ve doğal alanlar için taşıma kapasiteleri belirlenmelidir. Bu kapsamda, özellikle Olimpos ve Phaselis gibi yoğun ilgi gören alanların ziyaretçi sayılarını kontrol edecek ve gerektiğinde müdahale edecek dijital takip

sistemleri kurulmalıdır. Ayrıca bölgede bulunan başta oteller olmak üzere tüm turistik tesislerin yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı teşvik edilmelidir. Ayrıca bölgedeki toplu ulaşım altyapısı genişletilerek yaygınlaştırılmalıdır. Bisiklet, elektrikli scooter gibi çevre dostu ulaşım araçlarının kullanımı için bisiklet yolları yapılmalıdır. Her şey dahil sisteminin ortaya çıkarmış olduğu gıda atıkları ile ilgili merkezi otoriteler tarafından oluşturulacak projeler ile atık sayısı azaltılmalı ve oluşacak olası atıkların köpek maması ve kompost üretiminde kullanılabilmesini sağlayacak alt yapılar kurulmalıdır.

Bölgenin sahip olduğu Aspendos, Side, Perge vb. birçok antik kentin sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları oluşturulmalı, bölge ziyaretçilerinin olası yükleri bu deneyimler yoluyla azaltılması sağlanabilmelidir. Bölgede yer alan Likya yolu, Aziz Paul rotası gibi yürüyüş rotaları sürdürülebilirlik kapsamında yeniden ele alınarak rota üzerindeki köylere ekonomik fayda sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmelidir. Tarihi mekanlarda oluşabilecek “aşırı yoğunlukların” önüne geçebilmek için dijital altyapı kurularak izlenmeli ve yönetilmelidir.

Bölge genelinde var olan yerel kooperatiflerin özellikle kadınlar tarafından kurulmuş olanlar başta olmak üzere üretilen ürünlerin bölgedeki otel, turistik tesisler ve yol üzerinde oluşturulacak özel mekanlar aracılığıyla satılması sağlanmalıdır. Bu amaçla yerel üreticilere yönelik eğitimler düzenlenmeli ve gerekiyorsa kooperatifleşmeleri konusunda destekler sağlanmalıdır. Turizm kaynaklı yaşanan konut fiyatları ve kiralardaki artışın bölgede yaşanamaz hale gelmesi sebebiyle sosyal konut projeleri geliştirilmeli, başta turizm çalışanları olmak üzere bölge halkının bu projelerden faydalanması sağlanmalıdır.

Bu kapsamda Antalya’da tüm turizm faaliyetlerini tek bir elden yürütecek ve gerektiğinde denetleyecek bir Destinasyon Yönetim Örgütü kurulmalıdır. Bu yapı da kamu, özel sektör ve yerel halk eşit bir şekilde temsil edilmeli ve ortak iş birliği içinde hareket edilmelidir. Sürdürülebilir Destinasyon belgesi almak için öncelikle alt destinasyonlardan başlayarak bölge geneli için uluslararası geçerli “Sürdürülebilir Destinasyon Sertifikası” alınması sağlanmalıdır. Bu kapsamda Akdenizdeki diğer destinasyonlar ile (Örneğin; Barselona, Dubrovnik) iş birliği yaparak ortak projeler geliştirmelidir. Bölgenin tüm ziyaretçi bilgilerinin takip edildiği, harcamalarının izlendiği, olası çevresel etkilerin takibi amacıyla dijital bir takip sistemi kurulmalı ve bölgenin sürdürülebilirlik hedeflerine yönelik analizler yapılmalıdır. Yerel halkında temsil edildiği “Turizm Danışma Kurulları” kurularak bölgede turizm ile ilgili yapılacak faaliyetlerde kurulun fikir görüş ve önerileri alınmalıdır.

Antalya’da turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak, bütüncül bir yaklaşım gerektirir ve tüm paydaşların (yerel yönetimler, turizm işletmeleri, yerel halk ve turistler) iş birliği ve koordinasyonunu sağlanmalıdır. Bu bağlamda sözü edilen paydaşlar arasında vizyon birliği, amaç birliği ve yönetim önemli konulardır. Antalya’nın doğal ve kültürel zenginliklerini korurken aynı zamanda ekonomik büyümeyi destekleyecek ve bölgenin uzun vadeli refahını sağlayacak makro planlamaya ihtiyaç vardır.

Antalya’nın sürdürülebilir turizm yönetiminde çevre koruma öncelikli bir konudur. Burada atık yönetimi ve geri dönüşüm programları, eko turizm faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve turistlerin yöreyi ziyaretlerinde koruma kullanma dengesi ve taşıma kapasitesi prensiplerine uyulması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm uygulamalarını benimseyen işletmelere teşviklerin ve desteklerin artırılması gerekmektedir. Ayrıca, turistlerin ve yerel halkın turizmde sürdürülebilirlik konuları ile ilgili bilgilendirilmesi ve çevrenin korunmasında aktif rol oynamaları sağlanmalıdır.

Ekonomik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik için yerel kültürün ve geleneklerin korunması, yerel halkın turizm faaliyetlerine dahil edilmesi ve turizmin yarattığı katma değerden yararlanmasını sağlamak öncelikli konulardır. Turizmin ekonomik katkılarının artırılması için sezon dışı turizm faaliyetlerinin (spor turizmi, MICE turizm, kültür turizmi vb.) desteklenmesi gerekmektedir.

Antalya ve bölgesinin ulaşım altyapısının iyileştirilmesi en öncelikli işlerden birisidir. Deniz, kara ve demiryolu ulaşımı dengeli olarak planlanmalıdır. Bu bağlamda, hafif raylı sistem yatırımları öncelikli konular arasında yer almalı ve bu sayede ulaşımın doğal çevre üzerindeki etkileri en aza indirilmelidir.

8. Gastronomi Kaynaklarını Etkin Kullanma

Antalya'nın gastronomi kültürü bitkisel beslenme ağırlıklı Girit göçmenleri, et ve baharat ağırlıklı Arap kültürü ve Torosların yerel halkı olan yörüklere dayanmaktadır. Toroslarda kekik gibi yöresel otlarla beslenen keçi etiyle yapılan et yemekleri ve buğday ürünlerinden oluşan pilav ve çorbalar ön plandadır. Bunun yanında susamdan elde edilen tahin ve harnup pekmezinden oluşan yemek ve tatlılar de sofralarda kendisine yer bulmaktadır. Antalya'nın tanıtımında ön plana çıkarılması gereken yemekleri olarak Antalya Piyazı, Cive, Hibeş, Sedik Aşı, Şilofta, Enginarlı Girit Kebabı, Bergamot Reçeli sayılabilir. Coğrafi işaretli ürünlerin yerel yemeklerde kullanılmasının teşvik edilmesi gerekmektedir. Yerel ve coğrafi işaretli ürünlerin turizm tesislerinde menülerde kullanılması ve yerel üreticilerle iş birliği yapılması önemli konulardır. Bu bağlamda GastroAntalya Uluslararası Antalya Gastronomi Festivali, Uluslararası Sokak Yemekleri Festivali, Antalya Meze Festivali ve Enez Bal Festivali gibi etkinliklerin görünürlüğünün artırılması gerekmektedir.

Antalya uluslararası bir destinasyon olarak gastronomideki franchisingler ile uluslararası mutfaklara ev sahipliği yaparken, yerel mutfağın temsil edildiği restoran sayısının ve sokak lezzetlerinin artırılmasına ihtiyaç duymaktadır. Başta yol üzeri güzergahlar olmak üzere havaalanı, terminal ve şehir merkezindeki çeşitli noktalarda ilin öne çıkan gastronomi ürünlerinin Take-Away (Al ve Götür) konseptine uygun olarak erişilebilirliğinin artırılması gerekmektedir.

Her şey dahil sisteminde konaklayan ziyaretçileri otelden çıkarma stratejilerinden bir tanesi olarak 2016 yılında düzenlenen Expo alanında 81 ilin gastronomisinin tanıtıldığı ve turistlere sunulduğu stantların 81 ilin belediyeleri tarafından işletilmesi projesinin hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Bu proje ile ilin gastronomi çekiciliğinin artırılmasını sağlayabilir. Ayrıca bu alan yerel halk ve turistler tarafından 12 ay boyunca ziyaret edilebilir ve yerel halk ile turistler arasındaki etkileşimi sağlayabilir. Bunun yanında gastronomi başlığında değerlendirmek üzere il merkezinde ve ilçelerde "Fine-dining" restoranlar yaratmak ve yerel ve dünya mutfağının turistlere sunulmasını sağlamak şehir turizmini hareketlendirebilir. Ayrıca kent için Michelin yıldızı restoran ve şef sayısının artırılması öncelikli bir hedef olmalıdır.

9. Dijitalleşme ve Akıllı Turizm Uygulamalarını Etkili Kullanma

Antalya için öncelikli yatırım yapılması gereken bilgi teknolojileri, şehrin turizm potansiyelini artıracak akıllı ulaşım sistemleri, turistler için kişiselleştirilmiş mobil rehber uygulamaları, yerel kültürü tanıtan AR/VR deneyimleri ve turist hareketlerini analiz edip şehir yönetimi için stratejik veriler sağlayacak büyük veri platformları olabilir. Antalya için akıllı turizm sistemlerine yatırım yaparken, şehrin tarihi, doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleri dikkate alınmalıdır. Örneğin, Kaleiçi gibi tarihi alanlarda AR (Augmented Reality) turları, Konyaaltı Sahili gibi doğal güzellikler için interaktif bilgi kioskuları ve şehir genelinde etkin navigasyon için akıllı ulaşım sistemleri özelleştirilebilir. Ayrıca, turistlerin deneyimlerini geliştirmek için lokal tatlar ve el sanatları hakkında bilgi sunan mobil uygulamalar da düşünülebilir. Dijital dönüşümde hedef dijital destinasyon yönetim sistemini kurmak olmalıdır. Antalya gibi bir turizm başkenti, akıllı turizm aşamasına geçmeli, turizmi büyük veri ve yapay zekâ sistemiyle yönetmelidir. Ayrıca Antalya için Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yarışmasına hazırlanmak kısa vadede bir hedef olmalıdır.

10. Tematik Rotalar Geliştirme

Dünyanın sayılı tünel akvaryumlarından biri olan Antalya Aquarium, Lara Birlik Plajı'nda bulunan Kum heykel Müzesi ve Kepez'de yer alan Anadolu Oyuncak Müzesi'ni kapsayan rota kent içi günübirlik rota için iyi bir seçenek olabilir. Ayrıca Antalya'daki seyahat acenteleri özel tur otobüsleri kiralayarak sadece tema park ve müzeleri içeren tur programları oluşturmalıdırlar. Antalya iline ait sosyal medya hesaplarında da bu tur programının içerikleri paylaşılmalıdır.

Yörük kültürünü turistlere tanıtmak için Antalya'nın Kemer ilçesinde Folklorik Yörük Parkı Açık Hava Müzesi'nde kıl çadırları kurulmuştur. Bu yörük parkta kadınların yaptığı el sanatları ürünleri sergilenmekte ve yörük lezzetlerin sunumları yapılmalıdır. Bu yörük kültürünün ilin önemli kültürel çekiciliği haline gelmesi için Kemer dışında şehir merkezi başta olmak üzere farklı ilçelerde de yörük çadırının sayısı artırılmalıdır. Bu yörük çadırlarında geleneksel el hediye ürünlerinin satışının yanı sıra yörük halk oyunları gösterileri de düzenlenmelidir.

Antalya'da macera severlere yönelik çeşitli macera rotaları oluşturulabilir. Bu rota Köprülü Kanyon ve Göynük Kanyonu'nda yürüyüş, tahtalı dağında yamaç paraşütü, Tahtalı ve Tünektepe'de teleferik aktivitelerini kapsayabilir. Ayrıca macera severlere adrenalin yaşatmak için Manavgat'taki yapay göllerde kablolu su kayağı (wakeboard) deneyimini sağlayan Hip-Notics Cable Park'ta macera rotası kapsamına eklenebilir. Kaşta Uçarsu Şelalesi ve Yeşilgöl'de yürüyüş rotalarının güzergahlarına dahil edilebilir. Bu şelalelerin etrafında yürüyüş yapan yerli ve yabancı turistlerin dinleneceği kafeterya ve tuvaletler hizmete girmelidir.

Antalya'da Akseki, İbradı ve Ormana'yı kapsayan bir alternatif yürüyüş rotasının da etkin tanıtımı yapılmalıdır. Özellikle bu yürüyüş rotasında birçoğu endemik olmak üzere çok zengin bitki türü bulunmaktadır. Bu nedenle yürüyüş rotasında botanik bahçeleri oluşturulması faydalı olabilir. Bu botanik bahçelerinde ot festivali gibi bitkileri de içinde bulunduran festivaller ya da farklı etkinlikler düzenlenebilir. Özellikle botanik bahçelerini ziyaret eden yerli turistlere yönelik bahçivanlık veya teraryum yapımı gibi çeşitli mesleki eğitimler verilebilir. Bunların dışında yürüyüş rotalarında seyir terasları kurulmalı ve turistlerin selfie çekeceği özel alanlar oluşturulmalıdır. İbradı yaylasında bulunan geleneksel düğmeli evlerinden tahribata uğrayanlar restorasyon edilerek turistlerin ziyaretlerine açılmalıdırlar. Bu evlerin magnetleri, maketleri ve evlerin görsellerinden çeşitli hediyelik eşyalar yapılmalı ve evlerin çıkışında turistlere satışı gerçekleştirilmelidir. Antalya'da macera ve yürüyüş rotalarını kapsayan merkezlerde foto safari turizmi de geliştirilebilir.

Antalya'da Beydağları, Güllük Dağı, Köprülü Kanyon, Altınbeşik Mağarası Milli Parkları, Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı, Alacadağ, Dibek ve Çıglıkara Tabiatı Koruma Alanları, Korkuteli, İbradı, Akseki, Gündoğmuş ve Gazipaşa yayları foto safari alanları için uygun yerler arasında yer almaktadır. Antalya'daki diğer turizm türleri ile foto safari birlikte pazarlanmalı, fotoğraf yarışmaları veya bu merkezlerde foto safari festivalleri düzenlenmelidir.

Antalya'da mağara turizmi de alternatif turizm rotaları arasında değerlendirilebilir. Bu kapsamda Antalya'da Türkiye'nin en büyük mağara galerisine sahip Kocain Mağarası turizme kazandırılmalıdır. Bu mağaranın etrafında hediyelik eşya dükkanları, tuvalet ve kafeteryalar hizmete kazandırılmalıdır. Bu mağara dışında Karain Mağarası, Geyikbayırı Mağarası, Beldibi Mağarası, Peynirdeliği Mağarası, Molla Deliği Mağarası, Aya İni Mağarası, Zeytintaşı Mağarası, Mahrumçalı Mağarası, Dim Mağarası, Çimenini Mağarası, Yalandünya Mağarası ve Altınbeşik Mağaraları'nı kapsayan mağara tur rotası oluşturulmalıdır. Bu mağaraların içinde turistlerin rahat dolaşımını sağlamak için gezi amaçlı güvenli yollar oluşturulmalıdır. Ayrıca Antalya'daki mağaraların

tanınırlığının artırılması için ulusal ve uluslararası sporcuların katılımı teşvik edilerek mağara tırmanma yarışmaları düzenlenmelidir.

Ayrıca Antalya'nın Geyikbayırı bölgesi, sahip olduğu uluslararası standartlardaki doğal kaya oluşumlarıyla hem profesyonel hem de amatör sporcular için önemli bir kaya tırmanışı destinasyonu haline gelmiştir. Bu alanda düzenlenecek tırmanış kampları ve uluslararası yarışmalar sayesinde bölge, macera turizmi kapsamında daha fazla ziyaretçi çekebilir. Tırmanış alanlarının tanıtımı için özel broşürler ve dijital haritalar hazırlanmalıdır.

11. Kent Peyzajını Düzenleme ve Rekreatif Alanları Artırma

Kaleiçi, Balbey, Haşımışcan Mahalleleri, Karaalioğlu Parkı ve Hanlar Bölgesi gibi alanların Antalya'nın merkezi şehir dokusu içinde entegrasyonu ve yeniden gelişimi için kapsamlı bir planlama yapılmalıdır. Ayrıca, yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde sürdürülebilir ve erişilebilir bir kentsel dönüşüm hedeflenmelidir.

Antalya'nın tarihi ve kültürel dokusunu koruyarak şehir merkezindeki önemli bölgelerin geliştirilmesi için çeşitli adımların atılması gerekmektedir. Bu adımlar arasında, bölgesel mimari ve kültürel mirasın korunması, altyapı ve erişim olanaklarının iyileştirilmesi, yerel halkın ve turistlerin kullanımını için açık ve yeşil alanların entegrasyonu gibi konular yer almaktadır.

Antalya'nın Kaleiçi, Karaalioğlu Parkı, Atatürk Parkı Konyaaltı, Mermerli Plajı, Cumhuriyet meydanı, Antalya müzesi, Yat Limanı ve çevresi, Zeytin Park, Kepez Kent Ormanı, Düden Şelalesi gibi alanların yenileme ve düzenleme çalışmaları için kaynak ayrılmalıdır. Bunun için öncelikle kullanıcı ihtiyaç ve taleplerinin belirlenmesi, yeni oyun alanları, spor sahaları, yürüyüş yolları ve kent meydanları yapılmalıdır. Ayrıca doğal peyzajı korumak ve rekreasyon alanlarının tüm yerel halk tarafından ulaşılabilir olmasını sağlamak gerekmektedir. Bisiklet ve yürüyüş yollarının sayısının artırılması öncelikli projelerden olmalıdır. Rekreasyon alanlarının düzenlenmesi çevreye duyarlı olmak, estetik ve tasarıma önem vermek, kültürü ve tarihi yansıtan tasarım öğelerini kullanmak önem arz etmektedir. Engellilere yönelik düzenlemelerin yapılması öncelikli işlerdendir. Peyzaj konusunda ise şehir içindeki park ve bahçelerdeki yeşil alanların artırılması, bölgeye özgü bitki ve ağaçların peyzaj çalışmalarında kullanılmasına dikkat edilmelidir. Ayrıca Antalya'nın önde gelen kamusal açık alanlarından birisi olan ve yerli ve yabancılar tarafından ziyarete edilen ve başarılı bir kamusal alan düzenlemesi olan Konyaaltı gezinti yolu ve kıyı düzenlemesinde sanatsal objelerin sayısı artırılmalıdır.

12. Deneyimsel Turizm Uygulamalarını Artırma

Bu kapsamda Antalya ilinde yerli ve yabancı turistlerin antik kent ziyaretleri sırasında farklı deneyimler kazanması için o dönemin insanların giydikleri kıyafetler antik kentlerin girişinde ücret karşılığı verilmeli ve turistlerin bu kıyafetlerle anlık görüntü vermeleri teşvik edilmelidir. Ayrıca Antalya'da yer alan çok sayıda antik kentte ziyaretçi sayılarının yoğun olduğu dönemlerde turistlerin deneyimlemesi için o dönemin insanların yaptığı yöresel lezzetler ve el sanatları atölyeleri yapılmalıdır. Turistlerin de bu düzenlenecek atölyelere katılımı özendirilerek eğitmenler eşliğinde antik dönem yöresel yemek veya çeşitli el sanatı ürünlerini yaparak otantik bir deneyim kazanması sağlanmalıdır. Ayrıca antik dönemlerde yaşayan insanların geleneksel dans ve çeşitli dini ritüel gösterileri gün yüzüne çıkarılarak tekrar antik kentlerde turistlerin de katılımı ile düzenlenmelidir. Antik dönem kültürü dışında Antalya'da bir diğer önemli kültür yörük kültürüdür. Antalya'da 2022 yılından beri uluslararası düzeyde gerçekleştirilmeye başlayan Uluslararası Antalya Yörük Türkmen Festivali'ne katılan yerli ve yabancı turistlere at binme, ok atma, yörük ateşi dans grubu halk oyunları

gösterilerine katılma ve yöruk yöresel yemeklerini pişirmeleri teşvik edilmelidir. Antalya’da yerli ve yabancı turistlerin, Tilkiler Mağarası, Kızlar Sivrısı, Uçansu Şelaleleri, Yalan Dünya Mağarası, Sapadere Kanyonu, Güver Uçurumu ve Üçoluk Yaylası’nda yürüyüş, kaya tırmanışı, bungee jumping ve akarsu raftingi gibi macera dolu etkinlikleri deneyimlemesi teşvik edilmelidir.

Özellikle kırsal bölgelerde kurulacak glamping alanlarında yoga inzivaları, meditasyon programları ve doğa yürüyüşü gibi sağlık ve spor temelli sürükleyici turizm deneyimleri sunulmalıdır. Ayrıca deneyim turizmi kapsamında Antalya’da bulunan ekolojik tarım çiftliklerinin sayısı artırılmalı ve bu çiftliklerin kırsal, tarım ve eko turizm tanıtma faaliyetleri ile birlikte etkin tanıtımları yapılmalıdır. Ekolojik tarım çiftliklerinde turistlere muz, avokado, portakal, mandalina ve mango gibi Antalya iline özgü yöresel ürünlerin toplama aktivitelerine katılımları sağlanmalıdır.

13. Nitelikli Hediyeelik Eşya Envanterini Geliştirme

Olgunlaşma Enstitülerini ve yerel yönetim paydaşlarını kullanarak somut ve somut olmayan kültürel miras öğelerine ait nitelikli hediyeelik eşya üretimi artırılmalıdır. Akdeniz Havzası’nda rekabette öne çıkmayı sağlayacak özgün Türk kültürü unsurlarının spor ürünleri, atıcılık ürünleri, el sanatları, dokuma ürünleri, müzik aletleri, halılar, gastronomi, takı, cam ürünleri gibi hediyeelik eşyalarının üretilmesi ve turistlere satışı belediyeler, ATSO, TGA ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenmelidir. Hediyeelik eşyaların geri planındaki hikayeler ürünle bütünleştirilerek sunulmalı, bu sayede ürünün değer algısı zenginleştirilmelidir. Bu zenginleştirilmiş algı fiyata yansıtılmalıdır. Bu kapsamda Döşemealtı bölgesi ve Expo’nun SOKÜM alanı olarak kullanılması, coğrafi işaretli ürünler kapsamında girişimciler, kadın kooperatifleri ve yerel paydaşların desteğiyle Antalya ilinin potansiyelini ortaya koymak, katma değer yaratmak ve mevcut envanteri geliştirerek çekici ürünler oluşturmak önemli faydalar sağlayabilir.

Şehir merkezinde özgün bir dokuya sahip olan Kaleiçi bölgesinde yukarıdaki açıklamaya uygun konseptteki yöresel kültüre özgü hediyeelik ürünler satan işletmelerin sayısı artırılmalıdır. Bu bölgedeki işletmelerin vitrinlerinde ithal ürünler ile söz konusu ürünlerin ayrıştırılması için, yerel ürünlere “made in Antalya” etiketi konulmalıdır. Bu bağlamda Antalya yöresel el işçiliği (kaşıkçılar, yorgancılık, sepetçilik, halı, kilim, heybe, otantik takılar, vb.), yöresel kültürü ön plana çıkaran deri ve cam ürünlerin üretim ve satış süreçlerinde yerel halkın, özellikle dezavantajlı grupların desteklenmesi gerekmektedir. Bu noktada özellikle kadın kooperatifleri ve kadın girişimcilerin desteklenmesi, ayrıca Olgunlaşma Enstitüleri’nin faaliyetlerinin bu yönde geliştirilmesi sağlanmalıdır.

14. İnanç Turizmi Kapsamında Antalya İlinin Potansiyelini Geliştirme

Antalya’da inanç turizmi kapsamında tanıtılabileceğinin yerler arasında Yivli Minare Cami, Kesik Minare Cami, St. Nicholas (Noel Baba) Kilisesi ve Perge Antik Kenti gibi önemli dini ve tarihi mekânlar bulunmaktadır. Ayrıca, Belek’teki Dinler (Hoşgörü) Bahçesi, farklı dinlerin ibadethanelerini bir araya getirerek hoşgörü ve barış mesajı veren benzersiz bir merkez olarak dikkat çekmektedir. Antalya’nın inanç turizmi potansiyelini yansıtmakta ve ziyaretçilere çeşitli kültürel deneyimler sunmaktadır.

Özelikle Noel baba olarak Aziz Nikola’nın Antalya’nın Demre ilçesinde yaşamı, Alanya’da Hristiyanlar için Aya Yorgi Kilisesi ve Müslümanlar için de Antalya’da Yivli Minare hikayeleri ile sunularak etkili ürünler haline getirilmelidir. Ayrıca Aziz Nikola Kilisesi’nde ayinler ve koro dinletileri yapılarak kiliseye yurt dışından daha çok Hristiyan turistlerin ziyaret etmesi teşvik edilmelidir. 2004 yılında faaliyete geçirilen ve üç semavi dinin mabetlerini tek bir bahçede

buluşturan Dinler (Hoşgörü) Bahçesi de Türkiye’de bir ilk olmakla birlikte kendisinden sonra faaliyete geçen benzer projelere de örnek teşkil etmektedir. Bu çekicilik unsurunun etkili tanıtılması ile Antalya inanç turizmüne daha yüksek katkı yapması sağlanmalıdır.

15. Antalya’nın “Enleri” ve “Tekleri” Üzerine Tanıtım Kurgusu Yapma

Antalya ilinin marka imajının yükseltilmesi için “tek” veya “en” özelliğine sahip turizm ürünlerinin tanıtım faaliyetlerinde ön plana çıkarılması gerekmektedir. Bu kapsamda ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinde toplamda 18 km uzunluğa sahip Akdeniz’in en uzun plajı (Patara Plajı), Türkiye’nin önemli dijital sanat merkezlerinden “Digiverse”, Türkiye’de en çok antik kenti olan şehir, Türkiye’nin en eski ve en uzun soluklu film festivali (Antalya Altın Portakal Film Festivali), Türkiye’de en fazla otel yatağı olan şehir, Türkiye’nin ilk ve tek 45 delikli golf tesisi (Gloria Golf Club Belek), Türkiye’nin en zengin dalış noktası (Kaş), Türkiye’nin en büyük akvaryum kompleksi (Antalya Aquarium), 2023 yılında Türkiye’nin en çok mavi bayrağa sahip plajları (231), Avrupa’nın ve Türkiye’nin en büyük kongre merkezi (EXPO 2016 Antalya Kongre Merkezi), Türkiye’nin en büyük doğal mağarası (Karain Mağarası), Türkiye’nin en büyük sualtı mağarası (Suluin Mağarası) ve Türkiye’de tek üç büyük dinin yapılarını buluşturan merkez (Dinler Bahçesi) gibi Antalya’nın en ve tek özelliklerine sahip turizm ürünlerine odaklanılmalıdır. Bu ürünleri Antalya iline ait resmi sosyal medya hesaplarından paylaşarak etkili dijital pazarlama faaliyetleri yürütülmelidir.

16. Festivallerin Tanıtım Etkinliğini Artırma

Antalya birçok önemli ulusal ve uluslararası festivale ev sahipliği yapmaktadır. Bu festivaller hem yerli halk hem de kültür, sanat ve spora ilgi duyan ziyaretçiler için çok çeşitli seçenekler sunmaktadır. Kimisi antik tiyatrolarda yapılarak çekici bir atmosfer desteğiyle markalaşmış etkinlikler çok sayıda yerli ve yabancıyı ilgisini çekmektedir. Diğer taraftan modern ve klasik sanat ve spor kapsamı dışında ilin somut olmayan kültürel mirasına dayalı ve daha çok yerel düzeyde ilgi çeken kültür, sanat ve sporla ilgili etkinlikler de bulunmaktadır.

İlkbaharda başlayan festival ve etkinlik sezonu Ekim ayına kadar devam etmektedir. Bu sayede festival etkinliklerinin dengeli dağılımı sağlanmış görülmektedir. Diğer taraftan festival etkinliklerinin il geneline yayılmış olması sadece merkezin değil kırsalın da festivallerin çıktısından yararlanılmasını sağlamaktadır. İlde marka değeri yakalamış başlıca festival ve etkinlikler, Aspendos Uluslararası Opera ve Bale Festivali, Antalya Altın Portakal Film Festivali, Side Uluslararası Dünya Müzikleri Kültür ve Sanat Festivali, Uluslararası Antalya Piyano Festivali, Antalya Kum Heykel Festivali, Akra Caz Festivali, Uluslararası Manavgat Motosiklet Festivali, Tour of Antalya, Turkish Airlines Challenge ve Turkish Airlines Open golf turnuvaları, Gökbel ve Elmalı’da düzenlenen geleneksel yağlı güreşler bunlardan sadece birkaçıdır.

İlin geniş festival envanteri içinde ve yukarıda bazı örnekleri sunulan etkinlikler hem yerel halk hem de yabancı ziyaretçiler tarafından oldukça ilgi görmektedir. Söz konusu festivallerin tanıtım etkinliğinin artırılmasında fayda görülmektedir. Diğer taraftan bu zengin festival envanteri içinde küresel çapta markalaşma düzeyi birçoğu için yetersiz görülmektedir. Bu noktada Münih’teki Oktoberfest, Pamplona’daki San Fermin, Rio de Janeiro’daki Rio Karnavalı, Hindistan genelinde yaygın olarak kutlanan HoliFest gibi sadece ilgili festivale yönelik büyük bir ziyaretçi talebine konu olan bir adet marka festivalin Antalya’da yaratılması uygun görülmektedir. Yukarıda küresel marka değeri olan festival örneklerinde olduğu gibi, Antalya için odaklanılacak bir adet festivalin ziyaretçi etkileşiminin yüksek olması ve sadece bu festivale özel bir turizm hareketliliğinin sağlanması gerekmektedir. Antalya, böyle bir marka festival için uluslararası ziyaretçiye kolay erişebilecek fırsata sahiptir.

17. Antik Kent Rotaları Oluşturma

Antalya'nın merkezinde bulunan Lyrboton Kome Arkeopark alanı Antalya'da antik kent gezi rotalarına kazandırmalıdır. Bu antik kent zeytinyağının önemli üretim merkezleri arasında yer almaktadır. Bu antik kentin gerek sosyal medya da gerek fuarlarda tanıtımlarına ağırlık verilerek bilinirliği arttırılmalıdır. Aynı zamanda bu antik kent zeytinyağının önemli üretim merkezleri arasında yer aldığından turistlere deneyim sağlamak amacı ile turizm sezonunun yüksek olduğu dönemler ünlü zeytinyağı tadımcılara davet edilerek turistlere zeytinyağı tadım etkinlikleri düzenlenebilir. Ayrıca bu antik kentin yakınlarına zeytinyağı müzesi açılarak antik kentten çıkarılan zeytinyağı ile ilgili eseler sergilenmelidir. Yine antik kentin yakınlarına zeytin taş baskı soğuk sıkım atölyesi açılarak turistlerin kendi elleriyle zeytinyağı yapımına katılması teşvik edilmelidir. Bu antik kent dışında Syedra Antik Kenti içerisinde turistlere yönelik kafeteryalar, hediyelik eşya dükkânı ve lavabolar hizmete açılmalıdır. Bu antik kent alanlarında sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik uygulamaları kullanılarak turistlerin antik kentlerin ilk inşa edilmiş mimarilerini görmesi sağlanabilir. Diğer bir taraftan Antalya'nın Kaş ilçesinde Patara Antik Kenti'nin yakınında bulunan Osmanlı döneminden günümüze kalan telsiz telgraf istasyonunun restorasyonu da tamamlanarak yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açılmalıdır. Bölgenin yaz aylarında oldukça sıcak olduğu düşünüldüğünde antik kentlerin gece de gezilmesine imkân sağlanarak yeni başlatılan gece müzeciliği uygulamalarının zenginleştirilmesine destek verilebilir.

18. Ürün Geliştirmede Komşu İller Arasında İş Birliği Geliştirme

Antalya'ya komşu olan illerle ortak ürün paketleri geliştirmek hem Antalya'nın turistik ürün çeşitlendirmesine hem de ilin kitle turizm potansiyelinden komşu illerin de faydalanmasını sağlayarak karşılıklı bir kazanç ve turist memnuniyeti doğurabilir. Bu kapsamda Burdur, Isparta, Konya ve Karaman'ın ürün envanteri çeşitlilik sağlayabilecek durumdadır. Oluşturulacak tur rotalarıyla Isparta'nın lavanta tarlaları, Konya'nın inanç turizmi ve Antalya sınırına yakın doğal cazibeleri, Burdur'un Salda Gölü ve Sagalassos Antik Kenti, Karaman Ermenek ilçesinin bakir ve cazip doğal coğrafyası fırsatlar sunmaktadır. Bu kapsamda ekoturizm, yayla turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, macera rekreasyonları gibi turizm türlerinde ürün ve rota geliştirme potansiyeli yüksek görünmektedir.

Söz konusu illerle belirlenecek ürün ve rotalar üzerinde tanıtım ve pazarlamada iş birliği yapmak, iller arasında ulaşım altyapısını iyileştirilmek, ortak etkinlik ve festivaller düzenlemek öncelikli iş birliği gerektiren konu başlıklarıdır. Diğer taraftan iş birliği yapılacak illerde konaklama, yeme-içme, eğlence gibi turizm alt yapısını geliştirecek yatırım kararları netleştirilmelidir. Bu kapsamda Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Mevlâna Kalkınma Ajansı ve iş birliği yapılacak illerdeki İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulları koordinasyonunda yerel yönetimler ve yatırımcıların ortak akıl ve hedef belirlemeleri ve cazip projelerin ortaya konarak desteklenmesi gerekmektedir.

19. Her şey Dâhil Sistemindeki Misafirlerin Otel Dışı Etkinliklerini Artırma

Her şey dahil sistem Antalya otellerinde en fazla uygulanan pansiyon türüdür. Antalya bu sistemi dünyada en iyi uygulayan destinasyonlardan biridir. Antalya'ya tatile gelen misafirler bu sistemde, tatil ücretlerindeki tüm hizmetleri önceden peşin ödemekte ve bu sayede tatilleri esnasında ödeme yapma kaygısı taşımadan, ekstra harcamalardan uzak bir tatil geçirme imkânı bulmaktadır. Bu durum birtakım avantajlar sağlarken diğer taraftan özellikle otel müşterisinin yerel esnaf ve yerel halkla temasını ve il geneline yayılmış çekiciliklerin deneyimlenmesini sınırlandırmakta ve bu durum turist harcamaları, otel dışı cazibelerin turistlerle buluşmasını ve yerel halkın kazancını olumsuz etkilemektedir.

Bu olumsuzlukları azaltmak için her şey dahil sistemle gelen turistlerin yerel halk, esnaf ve otel dışı cazibeler ile buluşturabilmek ve turistleri otelden dışarı çıkarabilecek hamleler geliştirilmelidir. Bu hamlelerin geliştirilmesinde yerel yönetimler etkin rol almalıdır. Bu kapsamda otel dışında konforlu vakit geçirilebilecek rekreatif alanların, cazip etkinliklerin, yürüyüş ve bisiklet rotalarının geliştirilmesi; yerel festivaller, etkinlikler ve semt pazarları gibi yerel cazibelerinin artırılması ve bu ürün ve lokasyonlara turistlerin erişiminin kolaylaştırılması gerekmektedir. Bu noktada cazibe değeri artırılmış ürün ve etkinliklerin turistlere doğrudan duyurulması için kent portallarının etkililiği artırılmalı, bu kapsamdaki info-boardlar yaygınlaştırılmalı ve özellikle sosyal medya üzerinden etkili tanıtımları yapılmalıdır. Bu kapsamda oteller ile şehir merkezine erişimde yaşanan toplu ulaşım sorunu ivedilikle çözümlenmeli ve otellerde konaklayan ziyaretçilerin kolaylıkla şehire erişimleri sağlanmalıdır. Hatta oteller ile oluşturulacak iş birliği programları ile otellerin ulaşım sponsorluğunda konaklayan misafirlerin şehir içine ücretsiz erişimi sağlanmalıdır.

Antalya bölgesinin yerel seyahat acentaları tarafından günlük olarak düzenlenen turların niteliğinin artırılması ve ürün çeşitliliğine gidilmesi bu noktada önemlidir. Ayrıca Antalya ve bölgesini tanıtan mobil uygulamaların QR kodlarla otellerde, havaalanlarında ve transfer araçlarında tanıtılması sağlanmalıdır. Şehir kartları oluşturulup veya Türkiyecard uygulamasına Antalya'nın dahil edilip kentteki otel dışı cazibelere yönelik erişim ve satın alma kolaylığı sağlanmalıdır.

20. MICE Turizmi Potansiyelini Etkin Kullanma

Dünya çapında birçok uluslararası etkinliğe ev sahipliği yapan Antalya kentinin 2019 Covid-19 salgını sonrasında daralan MICE turizmi pazarı için tanıtım ve pazarlama çabalarına devam etmesi gerekmektedir. Antalya'yı MICE turizminde rekabetçi kılan etmenler olarak donanımlı ve modern uygun toplantı ve sergi salonları, uygun iklim, makul fiyat düzeyi, iyi düzenlenmiş EXPO'nun varlığı, farklı büyüklükte kongre merkezlerine sahip konaklama tesisleri ve birçok şehirle doğrudan uçuşa sahip havayolu ulaşım ağı sayılabilir. Bu turizm türünün Antalya'nın düşük sezon döneminde daha etkin olarak organize edilebilmesi turizmin 12 aya yayılmasına da fayda sağlayabilir. Nitelikli çalışan, uluslararası standartlarda MICE turizm aktivitelerinin yapılması için konu ile ilgili aktörler arasındaki amaç, vizyon birliği ve koordinasyon eksikliği, şehir ulaşım altyapısındaki yetersizlikler, pazarlamada kaynak eksikliği öncelikli olarak odaklanılması gereken eksikliklerdir.

Covid-19 salgını hayatımıza girişiyle yeni dönemde tüm sektörlerin iş yapma usulleri değişime uğramıştır. Özellikle oteller, etkinlik sektörünün vazgeçilmez ve en önemli oyuncularının başında gelmektedir. Antalya otelcilik sektöründe gelecekte hibrit toplantıların daha fazla düzenleneceği öngörüsü hâkimdir. Bu nedenle dijital teknolojilere yapılan yatırımların giderek artacağı bir döneme girilmiştir. Sanal etkinlik platformları oluşturan şirketler pandemi sonrasında daralan MICE sektöründe kayıplarını teknoloji desteği ile telafi etmeyi amaçlamaktadır. Sanal toplantı konsepti otellere yeni imkânlar yaratmaktadır. Özellikle teknoloji firmalarının sorunlara hızlı çare üretme yeteneği ile MICE sektörü paydaşlarının teknolojiye ve çevrimiçi yaşama uyum sağlamaları sayesinde, dijital etkinlikler çok başarılı bir performans göstermektedir. Bu anlamda oteller, gerek toplantı salonlarındaki mevcut sistemlerini ihtiyaçlar doğrultusunda geliştirip yenileyerek ve gerekse etkinlik sektörünün bir profesyonel teknik hizmet firmasıyla iş birliğine girerek, dünyanın bir ucundan bir ucuna binlerce kişinin katıldığı dijital etkinlikler düzenleyebilirler. Antalya EXPO 2016 Antalya Kongre Merkezi, 5000 kişilik ana salon kapasitesi ile ülkemiz ve Avrupa'nın en büyük kongre merkezlerinden birisidir. Bu merkezin TGA desteği ile büyük etkinliklere ev sahibi yapma potansiyeli bulunmaktadır. 2015 yılında Belek bölgesinde gerçekleştirilmiş ve çok başarılı olarak geçmiş olan G-20 zirvesi Antalya'nın toplantı yapma gücünü göstermek adına tanıtımlarda kullanılmalıdır.

21. Kültürel Miras Envanterini Turizmde Etkin Tanıtma

Somut ve somut olmayan kültürel mirasın Antalya destinasyon tanıtım ve pazarlamasında ön plana çıkarılması önemli konulardan bir tanesidir. Bu bağlamda UNESCO bilinirliğini doğal ve kültürel miras öğelerini etkin kullanarak artırmak ve bu sayede destinasyon mirasının keşfedilmesini sağlayarak ortalama kalışı artırmak gerekmektedir. Bu kapsamda geçici listede uzun yıllardır bulunan varlıkların kesin listeye girmesine odaklanmak ve Kaleiçi'ni de listeye dahil etmek amaçlanmalıdır.

Birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Antalya şehri somut ve somut olmayan kültürel miras açısından da oldukça zengin bir ilimizdir. 2006 yılında UNESCO somut olmayan kültürel miras listesinde Antalya'nın toplam 25 unsuru bulunmaktadır. Bu nedenle somut olmayan kültürel mirasın izinde kültür rotalarının oluşturulması gerekmektedir. Turizm destinasyonu olarak Antalya'nın kültürel süreklilik ve çeşitlilik adına özgün kültür varlıklarını tanıtmasının en önemli yolu kültürel mirasa konu olan ve ilişkili oldukları mekânlar ile ele alınması, turistik ürüne dönüştürülmesi ve tanıtılmasıdır. Ülkemizin tüm somut olmayan kültürel değerleri gibi Antalya'nın kültür değerlerinin de yörenin kimliği ön plana çıkarılarak, turistik ürünler oluşturulması ve turistler ile buluşturulması gerekmektedir.

Turistlerin özgünlük arayışında olduğunu, yerel halkın ise turizm faaliyetlerinden fayda sağlaması gerektiği düşünüldüğünde kültür rotalarının oluşturulması ve turistlere ulaştırılması önemli faydalar sağlar. Bu bağlamda kültürün yapılar bazında değil, sosyal yaşam pratikleri, ritüeller, sosyal temsiller ile birlikte ele alınması ve yörede yaşayanların çıkarları garanti altına alınarak ve özgün yaşayış biçimlerinin devam etmesini sağlayacak sürdürülebilir turizm modelleri ile koruma kullanma dengesi gözetilerek geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Antalya etnografya müzesinin çalışmalarına finansal destek sağlanması Antalya şehrinin somut olmayan kültürünün korunması ve hediyelik eşya olarak turistlerle buluşmasında faydalı olabilir. Somut olmayan kültürel miras eğitimin yaygın eğitim kurumları yolu ile verilmesinin desteklenmesi ve düzenli festivaller ile yerel halkın kültürünü tanıması ve sahip çıkması sağlanmalıdır. Somut olmayan kültürel miras tanıtımında bir başka önemli adım ise, müzelerde etkileşimli (sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, hologram, vb.) teknolojiler aracılığı ile dijital canlandırma ve hikâye anlatımı yolu ile kültürel miras tanıtım etkinliğinin artırılmasıdır.

Antalya'nın yörük kültürü tanıtımında ön plana çıkarılabilecek bir unsurdur. Antalya'nın çeşitli dönemlerde organize edilen festival ve şenlikler (Feslikan Yaylası Festivali, Abdal Musa Şenlikleri vb.) gibi geleneksel festivaller desteklenmelidir. Bu festivaller geleneksel el sanatları olarak demir, bakır ve kalay işçiliği halı, kilim ve heybe dokumacılığı, teke folkloru olarak Mengi, Samah ve Kaşık Oyunları ve yerel gastronominin tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bir başka önemli adım ise otellerde ve şehir merkezindeki animasyon etkinliklerinde yerel ve ulusal somut olmayan kültürel miras değerlerinin dâhil edilmesidir. Bu adım sayesinde rekabet gücü yüksek ve özgün animasyon ürünlerinin ortaya konması sağlanabilecektir.

22. UNWTO “En İyi Turizm Köyü” Kapsamında Kaleüçağız Köyü'nü Hazırlama

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2021 yılından itibaren “en iyi turizm köyü” uygulamasını başlatmıştır. Bu uygulamanın amacı; kültürel değerleri, gelenekleri, doğal varlıkları ve ürünleri korumak, bu kapsamda sürdürülebilir turizm oluşturarak destinasyonun uluslararası tanınırlığını artırmak ve alt yapı, çevre, ekonomi ve sosyal yönden gelişimine katkı sağlamaktır. Programa dâhil olmak isteyen destinasyonlarda 15.000'in altında nüfus olması, balıkçılık ve tarım gibi faaliyetlerin geleneksel yöntemle yapılması, kırsal alanda toplumsal değerlerin paylaşılması gibi özellikler aranmaktadır. Türkiye'den Birgi, Şirince, Taraklı ve Mustafapaşa köyleri programa dâhil olmuştur.

Bu uygulamaya dâhil olmak isteyen ancak istenen nitelikleri henüz karşılamayıp potansiyeli olan destinasyonlar için geliştirme programı uygulanmaktadır. Hali hazırda Cumalıkızık ve Anıtlı köyleri, geliştirme programındadır.

Antalya gibi dünyanın sayılı destinasyonlarından birinin UNWTO “en iyi turizm köyü” etiketine sahip bir köyünün olmayışı eksikliklerdir. Bu bağlamda Kaleüçağz Köyü’nün bu etikete aday olarak konumlanması ve ilgili prosedürleri yerine getirerek, gerekirse öncelikli geliştirme programına alınarak kısa vadede bu etikete sahip olması amaçlanmalıdır. Kaleüçağz Köyü bu ünvanı almak için farklı cazibeler sunmaktadır. Köy, Türkiye’de T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı’na bağlı olarak 19 Özel Çevre Koruma Bölgesi (ÖÇK) kapsamında Kaş-Kekova Özel Çevre Koruma Bölgesi içindedir. Deniz kıyısında konumlu köy ayrıca, Antik Likya medeniyetlerinin olduğu, yerel mimarinin ve somut olmayan kültürel mirasın korunduğu, kimi köy evlerinin mimari yapısının bozulmaksızın butik oteller şeklinde hizmet verdiği ve girintili çıkıntılı sahil bandının doğal yat limanları olarak kullanıldığı bir köydür. Bu özellikleriyle köy Antalya için “en iyi turizm köyü” etiketine aday durumdadır.

23. Sağlık Turizminde Wellness Odaklı Pazarlama

Dünya sağlık turizminde maliyet avantajı, gezme fırsatı ve kaliteli teknolojik altyapı sunan Türkiye, uluslararası sağlık turizmi için önemli bir destinasyondur. Antalya, turizmin 12 aya yayılması, turizm sektörünün sürdürülebilirliği ve karlılığı için önemli bir turizm çeşidi olan sağlık turizminde ciddi bir potansiyeline sahiptir. Öncelikle Antalya’da sağlık turizm hizmeti yapan tüm kurumların belirlenip belgelendirilmesi sağlanmalıdır. Antalya’da bulunan sağlık turizm hizmeti yapan kurumların (özellikle medikal turizm alanında) akreditasyon standartları geliştirilmeli, akreditasyon almaları sağlanarak, almayan kurumlara teşviklerden yararlanmalarının önü kesilmelidir. Sağlık Bakanlığında “sağlık turizmi yetki belgesi” almış sağlık turizm alanında hizmet veren seyahat acentaları sayısı artırılması sağlanmalıdır. Bu konuda seyahat acentaları TÜRSAB tarafından kriterleri bilgilendirilmeli ve teşvik edilmelidir.

Avrupa’da 2050 yılında 60 yaş ve üzeri bireylerin 2,1 milyar kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu büyük nüfus genellikle emekli, ekonomik durumu iyi, yatalak olmayan ancak 2-3 kronik hastalığı olan kişilerdir. Antalya’da bu grup yaşlılar için özellikle bol yeşillikli ve temiz hava olan bölgeler ve altyapısı iyi düzenlenmiş tatil köyleri ve konutlar sağlanabilmelidir. Hatta bu konuda hizmet verebilecek “wellness city” denilen rehabilitasyon ve tedavi merkezleri oluşturulması sağlanmalıdır. Bu hizmet türünün hedef pazarı sadece Avrupa değil, Avrupa ülkelerinin yanı sıra Türkiye’nin turizmdeki başlıca pazarları olan Rusya Federasyonu ve Arapça konuşan ülkeler de olmalıdır. Bu noktada Arapça, İngilizce ve Rusça yabancı dillerini bilen ve sağlık turizmi eğitimi almış nitelikli personel sayısının artırılması sağlanmalıdır. Antalya’nın doğasından faydalanılabilecek ve şehrin yaylalarını kapsayan kırsal bölgelerde de konumlanabilecek yeni spa-wellness merkezleri oluşturulmalı ve burada tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerinin artırılması sağlanmalıdır. Thalasso merkezi olarak adlandırılan yosunla ve deniz suyu ile tedavi merkezleri (spa-wellness) bulunan otellerin sayısı artırılmalıdır. Bu noktada ildeki sağlık kurumlarının Orta Doğu, Rusya Federasyonu, ABD ve Avrupa’da bulunan sigorta şirketleri ile anlaşmaların artırılması sağlanmalıdır.

24. Yat ve Kurvaziyer Turizmini Geliştirme

Türkiye’nin en önemli turizm merkezleri arasında yer alan Antalya’nın 640 km uzunluğundaki kıyıları, kıyı topografyası ve kıyılardaki marina ve limanları yat ve kurvaziyer turizminde ili önemli bir merkez konumuna getirmektedir.

Antalya’da bulunan marina ve yat limanlarının içerisinde lüks segmente hitap edecek Michelin yıldızlı restoranlar, eğlence yerleri ve küçük butik oteller hizmete sunulacak yat turistlerinin ekonomiye katkısı artırılabilir. Antalya’nın kurvaziyer turizminden daha çok pay almasının sağlanması için Antalya’nın Muratpaşa bölgesinde 2017 yılında yapımına başlanan kurvaziyer yat limanını projesinin bitirilmesi ile bu alanda hızlı gelişmelerin olacağı tahmin edilmektedir. Bu kurvaziyer liman turizmi projesi sayesinde Antalya ilinin yılda 1 milyon kurvaziyer yolcuya ev sahipliği yapması beklenmektedir. Bu proje dışında Antalya ilinde Demre Yat Limanı, Adrasan Kumluca- Karaöz, Demre Çayağzı ve Kaleüçağz iskele projeleri, Manavgat’ta yat, çekek yeri ve iskele projeleri ve Gazipaşa yat limanı projeleri de bulunmaktadır. Gazipaşa yat limanı projesinin cazibesinin artırılması için bölgedeki Selinus Antik Kenti’nin kazı çalışmaları başlatılmalıdır. Gazipaşa Yat limanı üzerinden Mersin’e kadar sürecek kültür rotaları (Anemurium Antik Kenti, Syedra Antik Kenti, Iotape Aytap Antik Kenti vb.) belirlenip buradaki doğal koylarla birlikte yat turu rotaları oluşturulmalıdır. Uluslararası yat rotaları, dünya’nın farklı bölgelerinde yer alan yatçılık merkezlerini birbirine bağlayan deniz yollarıdır. Bu kapsamda Türkiye’nin sadece Fethiye, Marmaris gibi Ege kıyılarının yer aldığı Doğu Akdeniz Rotası’nın oluşturulacak yeni rotalar ile öncelikli olarak Antalya ve daha sonra da Alanya bu rotaya dahil edilmelidir. Bu amaçla uluslararası önemli yat fuarlarında ve deniz turizmi kongrelerinde Antalya’nın bu potansiyeli tanıtılmalıdır. Ayrıca Gazipaşa Havalimanından da faydalanılarak Fly & Cruise turizm modeli geliştirilebilmelidir. Üç tarafı denizler ile çevrili bir ülke olarak deniz ulaşımı ve kurvaziyer turizminden en az faydalanan ülke olmamız sebebiyle bunun artırılması için Mersin’den başlayarak Antalya, Muğla ve İzmir güzergahları kullanarak İstanbul ve Karadenizi de içerecek boydan boya kurvaziyer turları teşvik edilerek yerli ve yabancı turistlerin hizmetine sunulmalıdır. Bu amaçla oluşturulacak programda Antalya bir “Homeport” (ana liman) olarak konumlandırılmalıdır. Tüm bu projelerin tamamlanmasından sonra Antalya ilinde yat ve kurvaziyer bağlama kapasitesinde artış yaşanarak ilin turizm gelirlerinde de yükseliş öngörülmektedir. Çünkü özellikle yat turistleri, yatlarını marinada bırakarak Antalya içinde yemek yiyebilecek, turistik işletmelerden alışveriş yapabilecek ve ilin önemli turistik merkezlerine ziyaretler gerçekleştirerek il ekonomisine daha fazla katkı sağlayabileceklerdir. Bu noktada ildeki yat ve kurvaziyer limanlarının inşaa süreçlerinde sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda hareket edilmesi önemli bir başlıktır. Kurvaziyer turizmde Antalya’nın hedefleri arasında yakın çevre (Aspendos, Side Antik Kenti, Demre vb.) ve alışveriş turlarının teşvik edilmesi olmalıdır. Kurvaziyer ve yat turizmi dışında il merkezinde ve ilçelerde Osmanlı dönemi ve Anadolu Selçuklu Dönemlerinde kullanılan gemi ve tekne tiplerinden faydalanılarak otantik tekneler inşa edilerek, bu teknelerde turistlere turların düzenlenmesi düşünülebilir. Ayrıca bu tekne turlarındaki eğlence ve gastronomi hizmetlerinin de temaya uygun olarak Osmanlı ve Anadolu Selçuklu dönemlerini yansıtmaları uygun olacaktır.

25. Spor Turizm Faaliyetlerini İl Sathına Yayma

Antalya spor turizmi için rekabetçi özelliklere sahiptir. Yüksek standartlı tesisler, mevsimsel uygunluk, marka imajı bunların en önemlileridir. Antalya’nın belek bölgesi Avrupa’nın önde gelen golf destinasyonlarından bir tanesidir. Alanya’nın spor turizmi potansiyelini arttırmak için futbol kamp tesislerinin sayıları artırılmalıdır. Bu futbol kamp tesislerinin yurt içindeki ve yurt dışındaki futbol takımlarına tanıtımları yapılmalıdır. Özellikle tesislerin özelliklerini içeren bilgilendirmeler yapılmalı ve Alanya’nın sahip olduğu kültürel değerleri tanıtıcı içerikler oluşturularak futbol kulüplerine bilgilendirme yapılmalıdır. Antalya 12 ay boyunca uygun iklimi sebebiyle bisiklet turizmi açısından çok avantajlı bir konumdadır. Bisiklet turizmi derneğinin yaptığı araştırmaya göre 2023 yılında yaklaşık 3000 bisiklet sporcusu Antalya’da kamp yapmıştır. Bunun karşılığında 84 bin geceleme ve 17 milyon euro’nun üzerinde bir gelir imkanı sağlamıştır. Türkiye’de bulunan 48 adet

“Bisiklet Dostu Otel” belgeli otelin 24 tanesi (yarısı) Antalya’da dır. Bu önemli bir sayı olmakla birlikte yeterli değildir. Avrupa’da yaklaşık 50 milyar euroluk bir bütçeye sahip olan bisiklet turizminden Antalya’nın alacağı payı arttırmak için “Bisiklet Dostu Otel” belgeli otel sayısının artırılması çok önemlidir. Bunların dışında il genelinde de spor turizmini geliştirmek için mevcut spor tesislerinin modernizasyonu ve kapasiteleri artırılmalı, uluslararası etkinlik ve kamp programlarına sponsor olunmalı, dijital pazarlama kampanyalarını artırılmalı, şehir içi ve turizm merkezleri ve hava alanı arasındaki ulaşım altyapıları iyileştirilmelidir. Son olarak Antalya’da su üstü (su kayağı, dalma, sörf, rafting, kano, jet ski vb.) ve sualtı spor aktivitelerini (donamlı dalış, sualtı görüntüleme, sualtı hokeyi, sualtı ragbisi, serbest dalış ve zıpkınla balık avı vb.) kapsayan yarışma ve turnuvalar artırılmalıdır. Ayrıca ilde uluslararası denizcilik fuarı düzenlenerek yelkenli veya motorlu yatlar, tekneler, botlar ve jet skiler olmak üzere denizcilik sektörüne ait tüm araçlar, ekipmanlar ve aksesuarların tanıtımları yapılabilir.

26. Etkili Bir Turizm Yönetimi Oluşturma ve Tanıtımda Bütünleşik Yaklaşımı Benimseme

2018 yılında hazırlanan Türkiye Turizm Ana Planı’nda, ulusal tanıtım ve pazarlamada markalaşmayı sağlamanın yanı sıra destinasyon özelinde tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütecek yapıların oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak ortaya konan ulusal hedeflere uygun biçimde potansiyel ulusal turizm olanaklarını belirleyerek ulusal çapta tanıtım ve pazarlama etkinliklerini yerine getirmek için 2019 yılında Türkiye Turizm ve Geliştirme Ajansı (TGA) faaliyete geçmiştir. 2021 yılı itibarıyla da T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) eş güdümünde, ulusal ve uluslararası alanda destinasyonların daha etkin tanıtımını destekleyecek İl Tanıtım ve Geliştirme Programı başlatılmış ve bu kapsamda iller bazında İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulları (İTGK) oluşturulmuştur. Böylece kurulan İTGK’ların ulusal eylem planı çerçevesinde ortaya konan ilkeler ve yaklaşım doğrultusunda, ilin turizm tanıtım ve geliştirme etkinliklerini belirlemesi ve bunları koordine etmesi, bir anlamda il sınırlarını kapsayan Destinasyon Yönetim Örgütü olarak çalışması beklenmektedir.

Destinasyon Yönetim Örgütlerinin (DYÖ) temel fonksiyonu, destinasyonun özellikle tanıtım ve geliştirme politikalarını belirlemek ve bu politikaları yerel paydaşlarla koordine ederek yürütmektir. Valiliklerin ve özellikle Valilik altında İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin öncülüğünde oluşturulan İTGK’ların, DYÖ’lerin uluslararası yapılanmasına uygun şekilde, geniş bir paydaş katılımıyla yönetilmesi gerekmektedir. Bu paydaşlar; destinasyondaki yerel yönetimler, turizm işletmeleri (seyahat acenteleri, konaklama, gastronomi ve rekreasyon işletmeleri vb.) ticari birlikler, meslek odaları, Bölgesel Kalkınma Ajansı ve uluslararası projelerde rol alabilecek sivil toplum örgütleri, kongre ve bilimsel etkinliklerde rol alan üniversiteler, spor kulüpleri vb. gibi ilde farklı faaliyet alanlarında etkinlikler yürüten yapılar olabilmektedir.

Antalya İl Tanıtım ve Geliştirme Kurulu, tanıtımda DYÖ sorumluluğu ile hareket ederek Turizm Ana Planı’na uygun ve TGA tarafından ulusal hedeflere uyumlu biçimde ortaya konan *Antalya Turizm Tanıtım ve Geliştirme Yol Haritası*’ndaki başlıkları yerine getirme ve ilin etkili tanıtımını yapma görevini üstlenmektedir. İl bazında birçok kurum ve kuruluş, bir taraftan bağımsız biçimde kendi tanıtımlarını yaparken, diğer taraftan da ilin tanıtımına da önemli destek verebilmektedir. Bu noktada bir destinasyonun tanıtımında rol alan ulusal ve özellikle uluslararası ilişkilerde güçlü ağlara sahip paydaşların eş güdüm içinde hareket edebilmeleri önem arz etmektedir. Bu kapsamda Kurul; il tanıtımında rol alabilecek, ilde ticaret, eğitim, çevre, bilim, spor, sağlık, kültür ve sanat gibi farklı alanlarda etkinlik yürüten sivil toplum örgütlerinin, yerel yönetimin, akademinin, turizm işletmelerinin, il idari birimlerinin ve spor kulüpleri gibi kendi faaliyet alanında ulusal ve uluslararası

temasları olan ve tanıtımda rol alabilen paydaşların tanıtım çabalarını bütünlük bir plan dâhilinde ele almalıdır. Kurul, her bir paydaşın il tanıtımında etkili rol alabileceği alanları belirlemeli, etki alanları içinde sorumluluklarını paylaşmalı ve bu sayede her bir paydaşın tanıtımdaki rollerinin belirlenen ortak hedef doğrultusunda şekillenmesini sağlayarak bütüncül bir politika benimsemelidir.

DYÖ sorumluluğunda hareket eden Kurul, ildeki turizm potansiyelini ve mevcut kaynakları düşünerek ortaya koyduğu markalaşma hedefi yolunda, destinasyonun tanıtım sloganı, imajı ve marka konumu hedefini farklı paydaşların eş güdümlü çabaları ile ortak hedefe yöneltmeli ve bu sayede daha hızlı ve etkili sonuç almayı sağlamalıdır.



İsmet İnönü Bulvarı No: 32
06100 Emek, Ankara



Esentepe Mahallesi Büyükdere Cad.
No: 127 Astoria AVM B Blok Kat: 4
34394 Şişli, İstanbul