



KONGRE VE FUARLARIN BÖLGESEL KALKINMADAKİ ROLÜ:

GROWTECH ANTALYA ÖRNEĞİ

Pinar SARRAFİNEZHAD*

Erkan AKGÖZ**

Öz

Fuarların sektörel gelişime ve bölgesel kalkınmaya katkıları giderek önem kazanmaktadır. Growtech Antalya gibi uluslararası etkinlikler, yerel ekonomilere doğrudan etki ederek ticaret hacmini artırmakta, işbirliklerini güçlendirmekte ve yeniliklerin sektöre entegrasyonunu hızlandırmaktadır. Bu çalışma, Growtech Antalya Fuarı'nın bölgesel kalkınmaya etkilerini incelemektedir.

Araştırma nitel ve nicel yöntemlerle gerçekleştirilmiş olup, 40 sektör temsilcisi, 15 ziyaretçi, 6 çalışan ve 1 turizm firması olmak üzere toplam 62 katılımcıyla telefon görüşmeleri yapılmıştır. Sorular, fuarın kalkınma, işbirliği, teknoloji transferi ve ekonomik katkılarına odaklanmıştır.

Katılımcılar, fuarın uluslararası işbirliklerini artırdığını, iş geliştirme fırsatları sunduğunu ve yerel ekonomiye katkı sağladığını belirtmiştir. Konaklama talebinde artış ve erken rezervasyon eğilimi gözlenmiştir. Katılımcıların %85'i fuara yeniden katılmayı planlamakta, %53,3'ü iş bağlantısı, %33,3'ü ise satın alma amacıyla fuara gelmektedir. Çoğunluğu erkek (%90), evli (%77,5) ve üniversite mezunu (%92,5) olup; %53,3'ü yabancı, %46,7'si yerli ziyaretçidir. Fuarın Antalya ekonomisini canlandırdığı, yerel işletmelere katkı sağladığı ve tarımsal prestiji artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.



* Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, pinar.sarraf@yahoo.com, Konya/Türkiye



** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, eakgoz@selcuk.edu.tr, Konya/Türkiye

Anahtar Kelimeler: Tarım Fuarları, Bölgesel Kalkınma, Growtech Antalya, Turizm Etkisi, İş birlikleri.

THE ROLE OF CONGRESSES AND TRADE FAIRS IN REGIONAL DEVELOPMENT: THE CASE OF GROWTECH ANTALYA

Abstract

Trade fairs play a crucial role in sectoral development and regional growth. International events like Growtech Antalya not only expand trade volume but also strengthen cooperation and accelerate the integration of innovations into the agricultural sector. This study investigates the fair's contributions to regional development.

The research employed both qualitative and quantitative methods. A total of 62 participants, including 40 sector representatives, 15 visitors, 6 staff members, and 1 tourism company, were interviewed by phone. The questions focused on development, cooperation, technology transfer, and economic impacts.

Participants emphasized that the fair enhanced international collaborations, created business opportunities, and contributed to the local economy. Increases in accommodation demand and early reservations were observed. Eighty-five percent of participants plan to attend again, with 53.3% joining for business connections and 33.3% for purchasing purposes. The majority were male (90%), married (77.5%), and university graduates (92.5%); 53.3% were international and 46.7% domestic visitors. The findings highlight the fair's positive impact on Antalya's economy, its support to local businesses, and its role in enhancing agricultural prestige.

Keywords: Agricultural Fairs, Regional Development, Growtech Antalya, Tourism Impact, Collaborations.

1. GİRİŞ

Son yıllarda küresel ticaretin ve sektörler arası etkileşimin hızla artması, ulusal ve yerel ekonomilere katkı sağlayan yeni platformların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Fuarlar ve kongreler, ticaret ve iş fırsatlarını artırmanın yanı sıra yerel ekonomileri canlandırmakta, özellikle tarım, teknoloji, sanayi ve turizm gibi stratejik sektörlerde bölgesel kalkınmada önemli rol oynamaktadır. Antalya, tarım ve turizm potansiyeliyle öne çıkmakta, Growtech Antalya Fuarı ise tarım

teknolojileri, sulama sistemleri, tohumculuk, gübreleme ve tarım makineleri gibi alanlarda yeniliklerin tanıtıldığı ve iş birliklerinin geliştirildiği önemli bir platformdur. Fuar, katılımcılara ticari fırsatlar sunarken yerel ekonomiyi destekler, istihdam yaratır ve kültürel etkileşimi güçlendirir. Ayrıca tarımda teknolojik gelişmeler ve sürdürülebilir üretim yöntemlerinin tanıtılmasıyla bilgi paylaşımı ve eğitim fırsatları sağlar; böylece verimlilik ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunur. Bu çalışma, Growtech Antalya Fuarı'nın ekonomik büyüme, ticaret, istihdam ve kültürel etkileşim üzerindeki etkilerini inceleyerek fuarın bölgesel kalkınmada nasıl stratejik bir rol üstlendiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde fuarların ve kongrelerin anlamı, gelişimi ve taşıdıkları önem ele alınmıştır. İlgili kavramlar açıklanarak çalışmanın konusuna temel oluşturulmuştur.

2.1. Fuarların Tanımı ve Önemi

"Fuar" kelimesi, Latince "bayram" veya "dini tören" anlamına gelen "Fena"dan türetilmiş ve Fransızca "foire" aracılığıyla Türkçeye geçmiştir (Keleş, 2020). Fuarlar, alıcı ve satıcıların belirli süre bir araya geldiği, ürün veya hizmet tanıtımı, teknolojik yeniliklerin sergilenmesi, bilgi paylaşımı, pazar araştırması ve ticari ilişkilerin güçlendirilmesi için düzenlenen platformlardır. Ayrıca gelecekteki iş birlikleri için zemin hazırlar ve genellikle belirli takvime bağlı olarak aynı yerlerde yapılır (Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü, 2016).

Fuarcılık, doğru zamanda, doğru yerde ve doğru kişilerle bir araya gelme çabası olarak tanımlanabilir. "Doğru zaman" sektöre göre değişirken, "doğru yer" ihracat

potansiyeli yüksek pazarlara göre belirlenir. Ancak her durumda fuarın etkili olabilmesi için "doğru kişiler" in katılımı sağlanmalıdır (Keleş, 2020).

2.2. Kongrelerin Tanımı ve Önemi

Bölgesel kalkınma, sosyal, ekonomik, çevresel, kültürel ve teknolojik gelişimi kapsayan bütüncül bir süreçtir ve sürdürülebilir kalkınma, yaşam kalitesi ile çevresel dengeyi hedefler (Jovovic, 2017).

Fuarlar ve kongreler, düzenledikleri bölgelerde ekonomik, sosyal ve kültürel etkiler yaratarak kalkınmayı destekler. Doğrudan katkılar konaklama ve ulaşım harcamalarını, dolaylı katkılar ise artan turizm ve yeni iş fırsatlarını içerir; örneğin EMİTT Fuarı 3,4 milyon kişiye istihdam sağlar (Şengel, 2018). Fuar merkezleri altyapıyı geliştirerek uzun vadeli kalkınmayı destekler (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2024).

Ayrıca, fuarlar akademi-sektör iş birliğini güçlendirir; tarım, teknoloji, eğitim ve medikal fuarlar Ar-Ge'yi destekler, hizmet kalitesini artırır ve öğrencilerin proje ve iş birliği becerilerini geliştirir (TÜBİTAK, 2012; TÜYAP, 2025; Sontay, Anar & Karamustafaoğlu, 2019).

2.3. Kongrelerin Bölge Açısından Önemi

Bölgesel kalkınma, sosyal, ekonomik, çevresel, sağlık, teknolojik ve kültürel gelişimi kapsar; sürdürülebilir kalkınma doğal kaynakları koruyarak ekonomik büyüme ve sosyal yaşamı iyileştirir (Jovovic, 2017). Fuar ve kongreler, düzenledikleri bölgede ekonomik ve kültürel etkiler yaratarak yerel ekonomiyi canlandırır, turizmi ve iş fırsatlarını artırır. Örneğin EMİTT Türkiye turizmine katkı sağlar ve yaklaşık 3,4 milyon kişiye istihdam sunar (Şengel, 2018; Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü, 2024). Fuarlar ayrıca altyapıyı geliştirir ve

akademi-sektör iş birliğine katkı sağlar (Güney Marmara Kalkınma Ajansı, 2024; TÜBİTAK, 2012; TÜYAP, 2025; Sontay, Anar & Karamustafaoğlu, 2019).

2.3.1. Ekonomik Önemi

Fuarlar, bölgesel kalkınmanın ekonomik boyutunu güçlendirir ve yerel kaynakların verimli kullanımını teşvik eder. Altyapı iyileştirmeleri, sanayi ve hizmet sektörlerinin gelişimi, yeni iş imkânları ve bölgenin rekabet gücünün artırılması öne çıkar. Küçük ve orta ölçekli işletmelere destek ve girişimciliğin teşviki kritik önemdedir (Kargı, 2009). Turizm sektörü altyapıyı güçlendirir, iş fırsatları yaratır ve yerel ekonomiyi canlandırır. Girişimcilik ve iş gücü becerilerinin geliştirilmesi sürdürülebilir kalkınmayı destekler, ekonomik büyüme ve yaşam standartlarını yükseltir (Jovovic, 2017). Turizmin ekonomik etkileri sürdürülebilir kalkınma için stratejik bir araçtır (Yıldız & Sarıtaş, 2021).

2.3.2. Çevresel Açıdan Önemi

Fuarlar çevresel sürdürülebilirlik ve farkındalık yaratmada önemli rol oynar. Yeşil teknolojiler, çevre dostu inşaat yöntemleri, geri dönüştürülebilir malzemeler ve sıfır atık politikaları temel unsurlardır. Katılımcılara sürdürülebilirlik eğitimi verilerek çevre dostu uygulamalar yaygınlaştırılır (Keskingöz & Burak, 2023). Expo organizasyonları ise yeşil altyapı, enerji verimliliği ve su tasarrufu sağlayan teknolojilerle çevresel etkileri azaltır; örneğin Expo 2016 Antalya biyolojik çeşitliliği koruyup yenilenebilir enerji kullanmıştır (Karahana vd., 2021).

2.3.3. Sosyal ve Kültürel Açıdan Önemi

Fuarlar, sosyal etkileşim ve kültürel paylaşımı destekleyen önemli etkinliklerdir. Yerel halkın katılımıyla sosyal bağlar güçlenir, yaşam standartları ve refah artar (Marmara, 2017). Kültürel açıdan yerel el sanatları, mutfak kültürü ve sanatsal ürünler sergilenerek üreticilerin küresel pazarlara açılması sağlanır; böylece

kültürel miras korunur, turizm güçlenir ve yerel kimlik pekişir (Kargı, 2009; İdaresi, 2012). Fuarlar, ekonomik gelişmenin yanı sıra kültürel sürdürülebilirliği de destekler.

2.4. Antalya'nın Kongre Potansiyeli ve Growtech Fuarı

Antalya'nın fuar ve kongre merkezi olarak gelişimi, bölgenin turizm dışı sektörlerini desteklemek açısından önem taşır. Tatil dönemleri dışında ekonomik canlılığı sürdürmek amacıyla 1993'te ticaret, turizm, tarım ve sanayi temsilcileri stratejik adımlar atmış, uluslararası standartlarda bir merkez ihtiyacı doğrultusunda Antalya Expo Center (AEC) inşa edilmiştir. ANFAŞ bünyesinde yılda 15'ten fazla ihtisas fuarı ile kongre, seminer ve tanıtım organizasyonları düzenlenmekte olup, 60 bin m²'lik alanıyla Antalya'nın ve Türkiye'nin uluslararası tanıtımına katkı sağlamaktadır (Avni, 2019).

Fuar ve kongre merkezi, bölgenin ekonomik çeşitliliğini artırmış, sosyal ve kültürel gelişimi desteklemiş ve Antalya'yı küresel ölçekte bir marka hâline getirmiştir. Growtech Fuarı, seracılık, tohumculuk, gübre, bitki besleme, tarım makineleri ve sulama teknolojileri gibi alanlarda yeniliklerin tanıtıldığı ve iş birliklerinin kurulduğu uluslararası bir platformdur. Her yıl onlarca ülkeden binlerce katılımcıyı ağırlayan fuar, hem bölgesel hem de küresel tarım sektörüne yön vermektedir (Grandexpo, 2023).

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, Growtech Antalya Fuarı ve kongrelerin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, fuarın ekonomik, sosyal ve kültürel katkılarını analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda hem nitel hem de nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmaya katılanlar arasında fuar sektör temsilcileri, fuar ziyaretçileri, fuar çalışanları ve bir turizm firması yer

almaktadır. Katılımcılara ulaşmak için, son iki yılda bu tür etkinliklerde katılımcılarla doğrudan iletişime geçilmiştir.

Araştırmanın veri toplama süreci telefon görüşmeleri ile gerçekleştirilmiştir. Sektör temsilcisi, fuar ziyaretçisi, fuar çalışanı ve turizm firmasından toplam 62 katılımcıya ulaşılmıştır. Anket formunda katılımcıların demografik özellikleri haricinde açık uçlu sorular da yöneltilmiştir. Araştırma kapsamında fuarın etkileri hakkında da sorular yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan yanıtlar, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan tablolar aracılığıyla analiz edilmiştir.

Katılımcılara toplamda 19 soru sorulmuş, ziyaretçilere 16 soru yöneltilmiş, turizm şirketinden 7 soru alınmış ve görevlilerle yapılan görüşmelerde ise 7 soru sorulmuştur.

Elde edilen veriler, nitel ve nicel analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Demografik özellikler frekans analizi ile incelenirken; nitel veriler ise içerik analizi yöntemiyle kategorilere ayrılmış ve temalar halinde raporlanmıştır. Bu sayede fuarın etkileri daha kapsamlı bir şekilde ortaya konmuş ve bölgesel kalkınma üzerindeki rolü belirlenmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma verileri bizzat araştırmacı tarafından yapılan telefon görüşmeleriyle elde edilmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar amacına uygun görsel ve tablolar aracılığıyla yorumlanmıştır.

4.1. Demografik Bulgular

Bu bölümde, araştırma sürecinde yer alan katılımcıların, ziyaretçilerin ve görevlilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular sunulmuş ve analiz edilmiştir.

4.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma sürecinde yer alan katılımcıların bulguları yorumlamak için öncelikle demografik değerlendirmeler yapılmıştır. Bu analizlerin sonucunda Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1. Fuar Katılımcılara İlişkin Bulgular

		<i>n</i>	%
Yaş	20-29	2	5,0
	30-39	19	47,5
	40 ve üstü	19	47,5
Cinsiyet	Kadın	4	10,0
	Erkek	36	90,0
Medeni Durum	Evli	31	77,5
	Bekâr	9	22,5
Eğitim Seviyesi	Lise mezunu	2	5,0
	Üniversite mezunu	37	92,5
	Yüksek lisans/doktora	1	2,5
Growtech Fuarına Katılım Sıklığı	1 Kez	7	17,5
	2-3 Kez	19	47,5
	4 kez veya daha fazla	14	35,0

Tabloya göre Growtech Fuarı katılımcılarının %47,5'i 30-39, %47,5'i 40 yaş ve üzerindedir; bu da katılımcıların yarısının 40 yaş ve üstü olduğunu göstermektedir. Cinsiyet dağılımında %90 erkek, %10 kadın; medeni durumda %77,5 evli, %22,5 bekar; eğitim düzeyinde ise %92,5 üniversite, %5 lise ve %2,5 yüksek lisans/doktora mezunudur. Katılım sıklığına göre %47,5'i 2-3 kez, %35'i 4 ve daha fazla kez fuara katılmıştır. Diğer demografik bilgiler ve katılım detayları Tablo 1'de sunulmaktadır.

4.1.2. Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında ziyaretçilere ait bulguları yorumlamak amacıyla demografik analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerin sonucunda verileri yorumlamak amacıyla Tablo 2 oluşturulmuştur.

Tablo 2. Ziyaretçilere İlişkin Demografik Bulgular

		n	%
Yaş	20-29	3	20,0
	30-39	5	33,3
	40 ve üstü	7	46,7
Cinsiyet	Kadın	3	20,0
	Erkek	12	80,0
Medeni Durum	Evli	11	73,3
	Bekâr	4	26,7
Eğitim Seviyesi	Lise mezunu	3	20,0
	Üniversite mezunu	11	73,3
	Yüksek lisans/doktora	1	6,7
Growtech Fuarına Katılım Sıklığı	1 Kez	2	13,3
	2-3 Kez	11	73,3
	4 kez veya daha fazla	2	13,3
Genel İzlenim	Olumlu	13	86,7
	Olumsuz	2	13,3

Tabloya göre Growtech Fuarı ziyaretçilerinin yaş dağılımı %20'si 20-29, %33,3'ü 30-39 ve %46,7'si 40 yaş ve üzeri olarak belirlenmiştir; katılımcıların çoğunluğu 30 yaş üstüdür. Cinsiyet açısından %80 erkek, %20 kadın; medeni durum %73,3 evli, %26,7 bekar; eğitim seviyeleri ise %20 lise, %73,3 üniversite ve %6,7 yüksek lisans/doktora düzeyindedir. Katılım sıklığı açısından %13,3'ü fuara ilk kez, %73,3'ü 2-3 kez, %13,3'ü ise 4 ve daha fazla kez katılmıştır. Ziyaretçilerin genel izlenimi olumlu olup %86,7 olumlu, %13,3 olumsuz görüş bildirmiştir. Bu veriler, fuarın deneyimli ve bilgi sahibi bir katılımcı kitlesi tarafından düzenli olarak takip edildiğini göstermektedir.

4.1.3. Fuarda Görevli Personelin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında Growtech Antalya Fuarı'nda görev alan 6 çalışanla yapılan görüşmeler doğrultusunda, çalışanların profili, görev aldıkları departmanlar ve fuara katılım deneyimleri değerlendirilmiştir. Bu analizlerin sonucunda Tablo 3 oluşturulmuştur.

Tablo 3. Fuar Görevlilerine İlişkin Bulgular

		n	%
Yaş	20-22	4	66,7
	23-24	1	16,7
	30 ve üstü	1	16,7
Cinsiyet	Kadın	5	83,3
	Erkek	1	16,7
Medeni Durum	Evli	1	16,7
	Bekâr	5	83,3
Meslek	Öğrenci	5z	83,3
	Farklı Meslek Gurupları	1	16,7
Growtech Fuarına katılım sıklığı	1 Kez	0	0,0
	2-3 Kez	5	83,3
	4 kez veya daha fazla	1	16,7
Görev Alınan Departmanlar	Servis Hostesi	4	66,7
	Karşılama Hostesi	1	16,7
	Stant Organizasyonu	1	16,7

Tablo incelendiğinde çalışanların %66,7'si 20-22 yaş aralığında, %16,7'si 23-24 yaş aralığında, %16,7'si ise 30 yaş ve üzerindedir. Cinsiyet dağılımında, çalışanların %83,3'ü kadın, %16,7'si erkektir. Medeni durum açısından, çalışanların %83,3'ü bekâr, %16,7'si ise evlidir. Meslek gruplarına bakıldığında, Araştırma verileri bizzat araştırmacı tarafından yapılan telefon görüşmeleriyle elde edilmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar amacına uygun görsel ve tablolar aracılığıyla yorumlanmıştır.

4.1. Demografik Bulgular

Bu bölümde, araştırma sürecinde yer alan katılımcıların, ziyaretçilerin ve görevlilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular sunulmuş ve analiz edilmiştir.

4.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma sürecinde yer alan katılımcıların bulguları yorumlamak için öncelikle demografik değerlendirmeler yapılmıştır. Bu analizlerin sonucunda *Tablo 1* oluşturulmuştur.

Tablo 1: Fuar Katılımcılarına İlişkin Bulgular

		<i>n</i>	%
Yaş	20-29	2	5,0
	30-39	19	47,5
	40 ve üstü	19	47,5
Cinsiyet	Kadın	4	10,0
	Erkek	36	90,0
Medeni Durum	Evli	31	77,5
	Bekâr	9	22,5
Eğitim Seviyesi	Lise mezunu	2	5,0
	Üniversite mezunu	37	92,5
	Yüksek lisans/doktora	1	2,5
Growtech Fuarına Katılım Sıklığı	1 Kez	7	17,5
	2-3 Kez	19	47,5
	4 kez veya daha fazla	14	35,0

Yukarıdaki tablo incelendiğinde katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında, % 47,5'inin 30-39 yaş grubunda yer aldığı, aynı oranda % 47,5'inin ise 40 ve üstü yaş grubunda olduğu görülmektedir. Bu, katılımcıların yarısının 40 yaş ve üzeri olduğunu göstermektedir. Cinsiyet dağılımına bakıldığında, katılımcıların büyük çoğunluğu (% 90) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların % 77,5'i evli, % 22,5'i ise bekârdır. Eğitim seviyeleri açısından ise katılımcıların % 92,5'i üniversite mezunu, % 5'i lise mezunu ve % 2,5'i ise yüksek lisans/doktora eğitime sahiptir. Growtech Fuarına katılım sıklığına ilişkin verilere göre, katılımcıların % 47,5'i 2-3

kez fuara katılmıştır, % 35'i ise 4 kez ya da daha fazla katılım göstermiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ve katılım sıklığına ilişkin diğer detaylar ise Tablo 1'de yer almaktadır.

4.1.2. Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında ziyaretçilere ait bulguları yorumlamak amacıyla demografik analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerin sonucunda verileri yorumlamak amacıyla Tablo 2 oluşturulmuştur.

Tablo 2. Ziyaretçilere İlişkin Demografik Bulgular

		n	%
Yaş	20-29	3	20,0
	30-39	5	33,3
	40 ve üstü	7	46,7
Cinsiyet	Kadın	3	20,0
	Erkek	12	80,0
Medeni Durum	Evli	11	73,3
	Bekâr	4	26,7
Eğitim Seviyesi	Lise mezunu	3	20,0
	Üniversite mezunu	11	73,3
	Yüksek lisans/doktora	1	6,7
Growtech Fuarına Katılım Sıklığı	1 Kez	2	13,3
	2-3 Kez	11	73,3
	4 kez veya daha fazla	2	13,3
Genel İzlenim	Olumlu	13	86,7
	Olumsuz	2	13,3

Ziyaretçilerin %46,7'si 40 yaş ve üzeri, %33,3'ü 30-39, %20'si 20-29 yaş grubundadır. Cinsiyet dağılımı %80 erkek, %20 kadın; medeni durumu %73,3 evli, %26,7 bekârdır. Eğitim seviyeleri %20 lise, %73,3 üniversite, %6,7 yüksek lisans/doktora şeklindedir. Katılım sıklığında %13,3 ilk kez, %73,3 2-3 kez, %13,3 4+ kez fuara katılmıştır. Ziyaretçilerin %86,7'si fuarı olumlu, %13,3'ü olumsuz

değerlendirmiştir. Ziyaretçilerin demografik özellikleri ve Growtech Fuarı'na ilişkin değerlendirmeleri Tablo 2'te detaylı olarak sunulmaktadır.

4.1.3. Fuarda Görevli Personelin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında Growtech Antalya Fuarı'nda görev alan 6 çalışanla yapılan görüşmeler doğrultusunda, çalışanların profili, görev aldıkları departmanlar ve fuara katılım deneyimleri değerlendirilmiştir. Bu analizlerin sonucunda *Tablo 3* oluşturulmuştur.

Tablo 3. Fuar Görevlilerine İlişkin Bulgular

		<i>n</i>	%
Yaş	20-22	4	66,7
	23-24	1	16,7
	30 ve üstü	1	16,7
Cinsiyet	Kadın	5	83,3
	Erkek	1	16,7
Medeni Durum	Evli	1	16,7
	Bekâr	5	83,3
Meslek	Öğrenci	5	83,3
	Farklı Meslek Gurupları	1	16,7
Growtech Fuarına katılım sıklığı	1 Kez	0	0,0
	2-3 Kez	5	83,3
	4 kez veya daha fazla	1	16,7
Görev Alınan Departmanlar	Servis Hostesi	4	66,7
	Karşılama Hostesi	1	16,7
	Stant Organizasyonu	1	16,7

Çalışanların %66,7'si 20-22 yaş, %16,7'si 23-24, %16,7'si 30 yaş ve üzerindedir; %83,3'ü kadın, %83,3'ü bekâr ve %83,3'ü öğrencidir. Katılım sıklığında %83,3'ü 2-3 kez, %16,7'si 4+ kez fuara katılmıştır. Görev dağılımında %66,7 Servis Hostesi, %16,7 Karşılama Hostesi ve %16,7 Stant Organizasyonu yer almıştır. Bu dağılım, görevlerin farklı alanlarda uzmanlaşarak yürütüldüğünü göstermektedir. Çalışanlar fuar süresince ziyaretçilere rehberlik ederek deneyimi iyileştirmiş,

dengeli görev paylaşımı organizasyonun hem katılımcılar hem de ziyaretçiler açısından verimli olmasını sağlamıştır.

4.1.3. Katılımcıların Fuarlara Katılım Eğilimleri

Araştırma kapsamında fuarı ziyaret eden katılımcıların profili, ziyaret amaçları, katılım sıklıkları, iş birliği beklentileri ve konaklama tercihleri değerlendirilmiştir.

Bu analizlerin sonucunda Tablo 4 oluşturulmuştur.

Tablo 4. Ekonomik Değerlendirme Tablosu

		n	%
Yerli ve Yabancı ziyaretçi	Yerli	7	46,7
	Yabancı	8	53,3
Katılım Sıklığı	1 Kez	2	13,3
	2-3 Kez	11	73,3
	4 kez veya daha fazla	2	13,3
Katılım amacı	Yeni ürün ve teknolojileri görmek	2	13,3
	İş bağlantıları kurmak	8	53,3
	Satın alma/sipariş verme	5	33,3
İş Bağlantıları Kurma Beklentilerinin Karşılama Durumu	Tam Karşıladı	7	46,7
	Kısmen Karşıladı	6	40,0
	Hiç Karşılama	2	13,3
İş birliği yapmayı planlanan firma sayısı	0	2	13,3
	1-2	7	46,7
	3-5	5	33,3
	6 ve üzeri	1	6,7
Konaklama Yapıldı mı	Evet	15	100,0
	Hayır	0	0,0
Gelecek yılki katılım planları	Evet	11	73,3
	Hayır	1	6,7
	Belki	3	20,0

Ziyaretçilerin %46,7'si yerli, %53,3'ü yabancı katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %13,3'ü fuara ilk kez, %73,3'ü 2-3 kez, %13,3'ü ise 4+ kez katılmıştır. Ziyaret amaçları; %13,3 yeni ürün/teknoloji, %53,3 iş bağlantısı, %33,3 satın

alma/sipariştir. İş bağlantısı beklentileri %46,7 tam, %40 kısmen, %13,3 hiç karşılanmamıştır. İş birliği planlarında %13,3 firma düşünmezken, %46,7'si 1-2, %33,3'ü 3-5, %6,7'si 6+ firma ile iş birliği planlamaktadır. Katılımcıların tamamı konaklama yapmıştır. Gelecek yıl %73,3 yeniden katılmayı planlamakta, %6,7 katılmayı düşünmemekte, %20 kararsız kalmaktadır.

4.2. Fuarların Etkilerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan katılımcıların fuar etkinliği ile ilgili düşünceleri de incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda *Tablo 5* oluşturulmuştur.

Tablo 5. Ekonomik Değerlendirme Tablosu

		n	%
Yerli ve Yabancı Müşteri Oranı	Yerli	16	40,0
	Yabancı	17	42,5
	Yerli ve Yabancı	7	17,5
Uluslararası Müşteri Portföyü Etkisi	Çok	23	57,5
	Orta	14	35,0
	Hiç	3	7,5
2023'e Kıyasla Katılımcı ve Ziyaretçi Artışı	Evet	35	87,5
	Hayır	5	12,5
Fuarın Uluslararası Ortaklık ve Yatırıma Etkisi	Evet	21	52,5
	Hayır	19	47,5
Fuarda Çalışan Tercihi	Hostes	22	55,0
	Kendi Çalışanı	18	45,0
Fuarda Çalışan Hostes Sayısı	0	18	45,0
	1-3	16	40,0
	4 ve üzeri	6	15,0
Hizmet Temini	Antalya'dan	32	80,0
	Kendimiz	8	20,0
Genç Stajyerlerle Fuar Etkileşimi	Evet	17	42,5
	Hayır	23	57,5
Gelecek Yılda Fuar Katılımı Planı	Evet	34	85,0
	Hayır	1	2,5
	Belki	5	12,5

Katılımcıların %40'ı yerli, %42,5'i yabancı, %17,5'i her iki müşteri grubuna hizmet vermektedir. Uluslararası müşteri portföyünün etkisi %57,5 çok etkili, %35 orta, %7,5 etkisiz bulunmuştur. %87,5'i 2023'e göre ziyaretçi sayısında artış olduğunu belirtmiştir. Uluslararası ortaklık ve yatırım açısından %52,5 olumlu, %47,5 olumsuz görüş bildirmiştir. Çalışan tercihlerinde %55 hostes, %45 kendi personelini kullanmıştır; hostes sayısı %45 hiç, %40 1-3, %15 4+ şeklindedir. Hizmet temininde %80 Antalya'daki firmalardan destek almış, %20 kendi organizasyonunu yürütmüştür. Stajyerlerle etkileşim %42,5, gelecek yıl katılım planı %85 olumlu, %2,5 olumsuz, %12,5 kararsızdır.

4.2.1. Fuarların Girişim veya Yatırım Fırsatları Oluşturma Konusundaki Etkileri

Araştırmamanın bu bölümünde, fuarın sektörde uluslararası ortak girişimler ve yatırım fırsatları oluşturma konusunda etkisini incelemek amacıyla "*Fuarın sektörde uluslararası ortak girişimler veya yatırım fırsatları oluşturma konusunda etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Evetse, net olarak iş geliştirme şansı yakaladınız mı?*" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre, fuarın iş geliştirme fırsatları yaratma konusunda oldukça etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların büyük bir kısmı, fuar sayesinde birçok yabancı firma ile distribütörlük anlaşmaları yapma aşamasına geldiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, ortak üretim fırsatlarının da gündeme geldiği ifade edilmiştir. Bu bulgulara göre, fuar sektördeki uluslararası iş birliklerini artırmak konusunda önemli bir rol oynamıştır.

Bu konuda katılımcılar şu sözleri ifade etmişlerdir:

"Distribütörlük ve ortak üretim fırsatları yaratmada gerçekten etkiliydi. Birçok yabancı firma ile distribütörlük anlaşmaları yapma aşamasına geldik." (A1)

"Bizim müşteri kitlesi yerli müşteriler ve çiftçilerdir." (A9)

“Fuarda yeni iş bağlantıları kurduk, özellikle Oman da üretim yeri kurmayı planladık.” (A10)

“Evet Özellikle Orta Doğu ve Avrupa'dan gelen firmalarla işbirliği yapmayı hedefliyoruz.” (A13)

“Some opportunities arose but we did not have the chance to develop a concrete business.” (A35)

Çeviri: Bazı fırsatlar çıktı ama net bir iş geliştirme şansımız olmadı.

“We had difficulty creating distributorship opportunities because we focused more on raw materials.” (A39)

Çeviri: Bayilik fırsatları oluşturmakta zorlandık çünkü daha çok ham maddeye odaklıyız.

“Türk firması ile üretim ortaklığı yapmayı planlıyoruz.” (A40)

Olumlu Etkiler:

Katılımcılar, fuarın firmaların yeni iş bağlantıları kurmasına ve uluslararası pazarlara açılmasına yardımcı olduğunu belirtmiştir. Distribütörlük ve ortak üretim fırsatları ortaya çıkmış, bazı firmalar Orta Doğu ve Avrupa ile işbirliği yapmayı veya Oman gibi ülkelerde üretim tesisi kurmayı planlamaktadır. Ayrıca, yerel çiftçilerle çalışan firmalar tarıma dayalı turizm gibi alanlarda ekonomiyi destekleyerek farklı sektörlerle işbirliği potansiyeli göstermektedir.

Olumsuz Etkiler:

Bazı katılımcılar, işbirliği süreçlerinin yavaş ilerlediğini ve sonuçlanmadığını ifade etmiştir. Yalnızca yerli müşterilere odaklanan firmalar turizm gelirini kaçırabilir, bazıları ise hammaddeye yoğunlaştığı için distribütörlük fırsatlarını değerlendirememiştir. Bazı fırsatlar fark edilmesine rağmen somut iş birliklerine dönüşmemiştir; bu durum, fuarın etkisinin sınırlı olabileceğini ve stratejik planlamanın önemini göstermektedir.

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, fuarın uluslararası iş birlikleri ve yatırım fırsatları yaratmada belirli bir etkisi olduğu, ancak sürecin halen görüşme ve değerlendirme aşamasında olduğu görülmektedir.

4.2.2. Fuarların Bölgesel Kalkınmaya Etkileri

Araştırmanın bu bölümünde Growtech Fuarı'nın bölgesel kalkınmaya katkılarını incelemek için "Growtech Fuarı'nın bölgesel kalkınmaya nasıl katkı sağladığını düşünüyorsunuz? Fuarın yerel ekonomi, istihdam veya ticari bağlantılar açısından etkileri nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplara göre fuarın yerel ekonomi ve ticaret üzerindeki etkilerine ilişkin sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

"Fuar boyunca konaklama, yemek ve ulaşım gibi hizmetleri Antalya'dan temin ederek yerel ekonomiye katkıda bulunduk." (A1)

"Growtech Fuarı, Antalya'nın yerel ekonomisine büyük katkı sağlıyor. Ziyaretçi ve katılımcı sayısının artmasıyla, otelcilik ve ulaşım gibi sektörler canlanıyor." (A4)

"Fuara gelen ziyaretçiler, fuar sonrasında şehri gezip yerel turizme katkısı oluyor." (A8)

"Fuarda görev alacak hostes ve stand çalışanları işe aldı, bu da antalya çalışanlarına ek gelir sağlamış oldu." (A25)

"Stand malzemelerini Antalya'dan temin ettik." (A28)

Çeviri: Stand malzemelerini Antalya'dan temin ettik.

Bu durum, fuarın yalnızca tanıtım ya da pazarlama açısından değil, yerel ticaretin canlanması yönünde de katkı sağladığını göstermektedir.

"We spent more time in Antalya, stayed in hotels, and ate at restaurants." (A33)

Çeviri: Antalya'da daha fazla zaman geçirdik, otellerde konakladık ve restoranlarda yemek yedik.

Bu durum, fuarın şehirdeki konaklama ve yeme-içme sektörlerine doğrudan katkı sağladığını ve turizmi canlandırdığını göstermektedir.

“We needed transportation in the city, we used taxis and car rental companies.” (A35)

Çeviri: Şehir içinde ulaşım ihtiyacı duyduk, taksileri ve araç kiralama şirketlerini kullandık.

Bu durum, fuar süresince ulaşım hizmetlerine olan talebin arttığını ve yerel ulaşım sektörüne ekonomik katkı sağlandığını göstermektedir.

Olumlu Etkiler:

Görüşmelerde fuarın Antalya'ya katkıları ekonomi ve turizm üzerinden değerlendirilmiştir. Ziyaretçilerin otel, restoran ve şehir içi hizmetleri kullanması yerel ekonomiyi canlandırırken, fuar sonrası tatiller turizm kimliğini güçlendirmektedir. Esnaf, malzemelerin Antalya'dan temin edilmesinin ticaret ve istihdama olumlu etkiler yarattığını belirtmiştir. Growtech katılımcıları da etkinliğin yerel ekonomi, turizm ve ticaret üzerinde önemli etkiler sağladığını ifade etmiştir.

“Evet özellikle oteller, restoranlar ve turizm sektörü.” (B6)

“I think it helps not only the economy but also promotes Antalya globally.” (B11)

Çeviri: Bence bu, sadece ekonomiye değil, aynı zamanda Antalya'yı global olarak tanıtmaya da yardımcı oluyor.

“Evet hem ticaret hem de turizm açısından ekonomik faydası oluyor.” (B14)

Olumlu Etkiler: Katılımcılar, fuarın oteller, restoranlar ve turizm sektörü üzerinde doğrudan olumlu etkiler yarattığını belirtmiştir. Ziyaretçiler konaklama ve yeme-

içme hizmetlerinden faydalanarak yerel ekonomiye katkı sağlar. Fuar, ekonomik kazanç sağlamanın yanı sıra Antalya'nın uluslararası tanıtımına da katkıda bulunmakta, şehir bilinirliğini artırarak gelecekteki turistik yatırımlara zemin hazırlamaktadır. Bu yönüyle Growtech, Antalya'nın ekonomik, ticari ve tanıtımsal gelişimine çok yönlü katkı sunmaktadır.

4.2.3. Fuarların genel etkileri ile ilgili bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara "Fuar hakkındaki genel izleniminiz nedir?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplara göre fuarın sektöre, iş bağlantılarına ve genel deneyimlere yönelik etkileri değerlendirilmiştir. Bu sonuçlara göre fuara katılım, katılımcıların iş bağlantılarını güçlendirmelerine ve yeni fırsatlar yaratmalarına yardımcı olmuştur. Katılımcıların büyük bir kısmı fuarın olumlu etkiler yarattığını belirtmiştir.

Bu konuda katılımcılar şu sözleri ifade etmişlerdir:

"Fuarda çok fazla yeni müşteriyle tanışma fırsatımız oldu, bizim için verimli geçti".
(A2)

"Bu yıl fuar geçen seneye göre daha sakindi, ziyaretçi sayısı beklediğimiz kadar yüksek değildi." (A5)

"Rakip firmalarla konuşma şansımız oldu ve piyasadaki son gelişmeleri değerlendirebildik." (A10)

"Geçen seneye göre ziyaretçi fazlaydı ama çok fazla ilgisiz ziyaretçi vardı, gerçekten iş yapmak isteyen müşteri sayısı azdı." (A13)

"Bu fuara 5 yıldır katılıyoruz, standımız hep aynı yerde. Artık müşteriler bizi tanıyor, bu da güzel bir avantaj sağlıyor." (A17)

"It was my first time at this fair. I was impressed by the product variety and how professional everyone was." (A32)

Çeviri: Bu fuara ilk kez geldim. Ürün çeşitliliği ve herkesin profesyonelliği beni etkiledi.

*“It was our first time at the fair, and it went really well. There were a lot of buyers looking for raw materials. And, Antalya is a beautiful city—we had a great time.”
(A36)*

Çeviri: Bu fuara ilk kez katıldık ve her şey çok iyi geçti. Ham madde arayan birçok alıcı vardı. Ayrıca, Antalya çok güzel bir şehir—çok keyifli zaman geçirdik.

Olumlu Etkiler: Firmalar yeni müşteri kazanmış, iş bağlantıları kurmuş ve piyasa gelişmelerini takip etmiştir. Fuar, Antalya'nın tanıtımına katkı sağlamış, yabancı ziyaretçilerde olumlu izlenimler bırakmış ve turizmi desteklemiştir. Düzenli katılım sadık müşteri kitlesi yaratmış, ürün çeşitliliği ve profesyonel atmosfer şehrin imajını güçlendirmiştir.

Olumsuz Etkiler: Bazı katılımcılar düşük/ilgisiz ziyaretçi sayısından şikâyet etmiş, bu durum hedef kitleye ulaşmada sorun yaratmıştır. Yabancı firmalar dil ve kültürel engeller yaşamış, düşük ziyaretçi sayısı turistik harcamaları ve yerel katkıyı azaltmıştır.

Genel Değerlendirme olarak Growtech, müşteri kazanımı, iş fırsatları ve sektörel gelişmeleri takip açısından verimli bulunmuş, tanınırlığı artırarak firmaların büyümesine katkı sağlamıştır.

4.2.3.1. Fuara Katılan Firma Temsilcilerinin Düşünceleri ile İlgili Bulgular

Bu bölümde, Growtech Antalya Fuarı'nın turizm sektörüne etkilerini değerlendirmek amacıyla bir turizm firmasıyla gerçekleştirilen görüşme sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir:

Growtech Antalya Fuarı'na katılan ziyaretçilerin konaklama talepleri 2023 yılına göre nasıl oldu?

“Katılımcıların konaklama taleplerinde artış oldu. Ziyaretçiler, otellerin daha hızlı dolması nedeniyle erken rezervasyon yapmaya başladı.”

Fuara katılan ziyaretçiler çoğunlukla hangi tip konaklamayı tercih etti?

“Ziyaretçiler genellikle her şey dahil otelleri tercih etti. Otel seçiminde ANFAŞ Fuar Alanı'na yakınlık önemli bir kriter oldu.”

Growtech Antalya Fuarı'na katılanların konaklama süresi ne kadar oldu?

“Katılımcıların konaklama süresi genellikle 6-7 gün olurken, ziyaretçiler ortalama 4-5 gün konakladı.”

Fuara katılanların genellikle hangi ek seyahat hizmetlerini talep ettiğini gözlemlediniz?

“Ziyaretçiler en çok şehir turları, araç kiralama ve rehberlik hizmetlerine talepleri oldu.”

Growtech Antalya Fuarı'na katılanların turistik gezilere veya ekstra etkinliklere katılım oranı nasıldı?

“Katılımcıların bir kısmı turistik gezilere ve etkinliklere katılırken, çoğu ziyaretçi fuara odaklandı. Ancak, bazı ziyaretçiler fuar sonrasında Antalya'yı gezme fırsatı buldu.”

Gelecek yıllarda Growtech Antalya Fuarı'na katılanların konaklama ve diğer seyahat hizmetlerine olan talebinin nasıl değişmesini bekliyorsunuz?

"Her yıl %10-15 oranında bir artış yaşandığı belirtilerek, önümüzdeki yıllarda da bu artışın devam etmesi bekleniyor."

Growtech Antalya Fuarı gibi etkinliklerin, bölgesel kalkınma açısından Antalya'ya nasıl bir katkı sağladığını düşünüyorsunuz?

"Growtech Antalya Fuarı, bölge ekonomisine önemli katkıları oluyor. Ziyaretçilerin konaklama ve hizmetlere olan talepleri işletmelerin canlanmasına yardımcı oluyor. Aynı zamanda, fuar sayesinde Antalya'nın tarım sektörü de ulusal ve uluslararası düzeyde daha fazla tanınıyor."

Olumlu Etkiler: Growtech Antalya Fuarı'na olan ilginin artması, konaklama taleplerinde yükselişe neden olmuş ve otellerin erken dolmasına yol açmıştır. Her şey dahil otellerin tercih edilmesi, fuar alanına yakın otellerin öne çıkması, şehir turları, araç kiralama ve rehberlik gibi ek hizmetlere olan talep, turizm sektörüne doğrudan katkı sağlamıştır. Konaklama süresinin uzunluğu, şehre ekonomik anlamda fayda sağlamış; fuar sayesinde Antalya'nın tarım sektörü ulusal ve uluslararası düzeyde daha fazla tanınmıştır.

Olumsuz Etkiler: Ziyaretçilerin bazıları fuara odaklanmış, turistik gezilere ve ekstra etkinliklere katılım sınırlı kalmıştır.

4.2.3.2. Fuarda Görevlilerin Düşünce ile İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında Growtech Fuarı'nda görevli olan personelin düşünceleri de incelenmiştir. Görevlilere yöneltilen "Görev aldığınız alanda en sık karşılaştığınız zorluklar neydi?" sorusu doğrultusunda, fuar alanındaki kalabalık, zaman yönetimi ve stant kurulumundaki aksaklıklar gibi zorluklar vurgulanmıştır:

"En büyük zorluk, fuar alanındaki kalabalıkla başa çıkmaktı. Yoğun saatlerde çok fazla kişiyle ilgilenmek zor olabiliyor." (C1)

"Çok fazla insanın aynı anda gelmesi işleri zorlaştırıyor. Herkesin ihtiyaçlarına yetişmek zaman alıyor, özellikle fuarın ilk saatlerinde." (C2)

"Bazen geç saatte fuar alanının kapısını açıyorlar, bu da zaman konusunda zorlanmamıza neden oluyor. Diğer taraftan katılımcılar stantlarını hazır istiyorlar." (C6)

Growtech Antalya Fuarı'nda görevli personelin deneyimleri ve ekonomik kazançları da araştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilgili katılımcılara yöneltilen **"Growtech Antalya Fuarı'nda çalışmaya başlama süreciniz nasıl oldu? Fuarda görevli olarak çalışmanın sizin için ekonomik bir katkı sağladığını düşünüyor musunuz?"** sorusu doğrultusunda, görevliler şu sözleri ifade etmişlerdir:

"Fuarda çalışmak hem deneyim kazanmama hem de harçlığımı çıkarmama yardımcı oldu. (C1)."

"Dört yıldır bu fuara düzenli olarak katılıyorum, bunun dışında başka fuarlarda da görev aldım. Bu tür organizasyonlar bana hem deneyim kazandırıyor hem de ek gelir sağlıyor. Özellikle öğrenciyken böyle fırsatlar gerçekten önemli oluyor." (C2)

"Bu fuar bana hem gelir sağlıyor hem de deneyim kazandırıyor. Stant malzemelerini Antalya'dan alıyor, burada çalışanlar istihdam ediyor ve konaklama yemek ihtiyaçlarını buradan karşılıyor. Böylece yerel tedarikçilere ve iş gücüne katkı sağlıyor, Antalya'nın turizm sektörü de canlanıyor." (C6)

Olumlu Etkiler:

Fuarda görev almak, özellikle gençler ve öğrenciler için profesyonel gelişim ve maddi kazanç sağlar. Görevliler iş disiplini ve organizasyon becerisi kazanırken, malzeme temini, konaklama ve yeme-içme hizmetlerinin yerel kaynaklardan karşılanması, Antalya'nın ticari ve turistik sektörlerine katkı sunar. Fuarlar, hem sektör temsilcilerini buluşturan hem de yerel ekonomiyi ve turizmi destekleyen etkinliklerdir.

Olumsuz Etkiler:

Personel, yoğun insan trafiği, zaman baskısı ve organizasyonel gecikelerden zorlanmaktadır. Fuar alanının geç açılması ve kalabalık saatlerdeki yoğunluk, hazırlık sürecini aksatmakta ve hizmet kalitesini düşürebilmektedir; bu durum hem çalışan memnuniyetini hem de ziyaretçi deneyimini olumsuz etkileyebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, Growtech Antalya Fuarı'nın bölgesel kalkınmaya olan katkılarını farklı paydaş gruplarının (firma temsilcileri, ziyaretçiler ve çalışanlar) değerlendirmeleri doğrultusunda incelemiş ve fuarın çok boyutlu etkilerini ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, fuarın yalnızca tarım sektörüne değil; aynı zamanda ekonomik hareketlilik, bilgi paylaşımı, turizm faaliyetleri ve sosyal etkileşim gibi alanlara da doğrudan katkı sunduğunu göstermektedir. Katılımcı firmalar, fuarın pazarlama, ağ kurma ve yeni iş fırsatları yaratma konusunda etkili bir araç olduğunu belirtmiştir. Ancak küçük ölçekli üreticilerin yeterince temsil edilmediği, nitelikli ziyaretçi profilinin artırılması gerektiği gibi yapısal sorunlar da tespit edilmiştir. Ziyaretçiler fuarı genel olarak verimli bulmuş, ancak seminerlerin içeriği ve organizasyonel yönlendirme gibi konularda iyileştirme beklentilerini dile getirmiştir. Çalışanlar ise görev tanımı ve bilgi eksikliği gibi organizasyon içi sorunlara dikkat çekmiştir. Tüm bu bulgular, Growtech Antalya Fuarı'nın bölgesel kalkınma hedeflerine ulaşmak açısından yüksek potansiyele sahip olduğunu; ancak bu potansiyelin daha kapsayıcı, planlı ve sürdürülebilir yaklaşımlarla desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu araştırma, Growtech Antalya Fuarı'nın bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini doğrudan görüşme verilerine dayalı olarak değerlendirmekte; firma katılımcıları, ziyaretçiler ve fuar çalışanlarının görüşleri aracılığıyla fuarın ekonomik, sosyal, kültürel ve turistik katkılarını çok yönlü biçimde ortaya koymaktadır. Bu yönüyle, çalışma benzer

konularda yapılan diğer araştırmalardan daha kapsamlı ve uygulama temelli bir yaklaşım sunmaktadır. Firma temsilcileri, fuarın yeni iş bağlantıları kurma, ürün tanıtımı yapma ve uluslararası pazarlara açılma açısından ciddi fırsatlar sunduğunu vurgulamıştır. Ancak küçük üreticilerin yeterince görünür olamaması, büyük firmaların öne çıkması gibi sorunlar da dile getirilmiştir. Bu durum, Barış & Ebru'nun (2012) Bursa örneğinde ele aldığı gibi fuarların katılımcı çeşitliliğini sınırlandırabileceğini göstermektedir. Ancak mevcut çalışmanın farkı, bu sorunun yalnızca gözlemlerle değil; doğrudan katılımcı görüşlerine dayanarak detaylı şekilde ortaya konmuş olmasıdır. Ziyaretçilerin değerlendirmeleri, fuarın bilgi edinme ve yenilikleri takip etme açısından yararlı bulunduğunu ortaya koymakla birlikte; seminerlerin yetersizliği, içeriklerin genel düzeyde kalması ve ziyaretçi profiline özel sunumların olmaması gibi eleştiriler de dikkate alınmıştır. Delice'nin (2012) Antalya'daki toplantı katılımcılarına yönelik çalışmasında da benzer sorunlara değinilmiştir; ancak bu araştırmanın özgün yanı, seminer beklentilerinin hangi gruplarda yoğunlaştığını ve bu durumun katılımcı profiline göre nasıl farklılaştığını net biçimde göstermesidir.

Fuar çalışanlarının değerlendirmeleri, organizasyonun genel olarak olumlu olduğunu, ancak bilgi eksikliği, görev belirsizliği ve koordinasyon sorunlarının süreci zorlaştırdığını göstermiştir. şengel (2018) benzer sorunları vurgulasa da bu çalışmada sahadan gelen geri bildirimlerle sorunların kaynağı tespit edilip çözüm önerileri sunulmuştur; böylece araştırma literatüre destek ve katkı sağlamaktadır.

Araştırmada dikkat çeken diğer bir kısmı ise fuarın turizmle olan etkileşimidir. Ziyaretçilerin şehirde konakladığı, restoran, ulaşım ve kültürel alanlardan yararlandığı görülmekte; ancak otellerde yer sıkıntısı, hizmet kalitesinin düşüklüğü ve şehir içi yönlendirme eksiklikleri gibi sorunlar da dile getirilmektedir. Keleş (2020), Manavgat özelinde yaptığı çalışmada fuarların

turizme olan katkısını belirtmekte; ancak turizm altyapısının yetersizliğinin olumsuz etkilerine yüzeysel şekilde değinmektedir. Bu çalışmada ise, turizmle ilgili sorunlar katılımcı deneyimlerine dayalı olarak sistematik biçimde analiz edilmiş ve çözüm yolları önerilmiştir. Ayrıca Getz (2008)'in fuarların sosyo-kültürel boyutuna dair yaptığı değerlendirmelerle örtüşen biçimde, bu çalışma da Growtech Antalya Fuarı'nın yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda tanıtım, toplumsal etkileşim ve kent kimliğine katkı gibi unsurlar üzerinden de değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Ancak mevcut çalışmanın farkı, bu katkıların sadece teori düzeyinde değil, saha bulguları ile temellendirilmesidir.

Sonuç olarak, Growtech Antalya Fuarı yalnızca bir tarım etkinliği değil; Antalya'nın çok yönlü kalkınma hedeflerine hizmet eden stratejik bir organizasyon olarak değerlendirilebilir. Bu çalışma gerek metodolojik yapısı gerekse doğrudan katılımcı ifadelerine dayalı özgün bulgularıyla, literatürde yer alan önceki çalışmaları desteklemenin ötesine geçerek, bu alana yerel düzeyde uygulanabilir, katkılar sunmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin yorumlanması ile birlikte ilgili paydaşlara çeşitli öneriler sunulmuştur. Buna göre;

a. Ölçekli Yerel Üreticilere Özel Alanlar Tahsis Edilmeli: Araştırmada birçok temsilci, küçük üreticilerin fuarda yeterince görünmediğini belirtmiştir. Bu durum, fuarın yerel kalkınma hedefiyle tam örtüşmediğini göstermektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelere özel alanlar açılması hem pazarlama kapasitelerini artıracak hem de daha adil bir temsil sağlayacaktır. Böylece fuar, büyük firmaların vitrini olmaktan çıkıp daha kapsayıcı bir platforma dönüşecektir.

b. Nitelikli ziyaretçi profili artırılmalı: Firma katılımcılarına göre, fuar ziyaretçilerinin çoğu bilgi alma amaçlı gelmiş, ancak ticaret yapma potansiyeli olan profesyonel ziyaretçi sayısı yetersiz kalmıştır. Bu nedenle, fuar öncesinde hedef kitleye özel davetler, B2B görüşmeler ve planlı ticaret oturumlarıyla ticari

potansiyeli yüksek katılımcıların çekilmesi gerekmektedir. Bu adımlar, fuarın ekonomik etkisini artıracaktır.

c. Ziyaretçilere yönelik hazırlanan seminerlerin içerikleri zenginleştirilmeli:

Ziyaretçiler seminerleri yetersiz bulmuştur. Gelecekte tarım teknolojileri, sürdürülebilirlik, girişimcilik ve dış ticaret gibi konulara odaklanılarak farklı gruplara özel oturumlar düzenlenmeli, böylece bilgi paylaşımı ve fuarın eğitim işlevi güçlendirilmelidir.

d. Ziyaretçi deneyimine uygun dijital içerikler hazırlanmalı:

Fuar alanındaki yetersiz yönlendirme ziyaretçi memnuniyetini düşürmüştür. Dijital haritalar, QR kodlu rehberler, bilgi kioskları ve mobil uygulamalarla ziyaretçilerin firmalara ve etkinlik alanlarına kolay ulaşması sağlanarak fuar deneyimi iyileştirilebilir.

e. Personele yönelik oryantasyon programları geliştirilmeli:

Görevli personelin bazı görev tanımlarının net olmaması, bilgi eksikliği ve yönlendirme sorunları fuar kalitesini düşürmektedir. Bu nedenle fuar öncesinde kapsamlı oryantasyon programları düzenlenmeli, görevler net şekilde dağıtılmalı ve olası sorunlara karşı kriz senaryoları hazırlanmalıdır. Bu hazırlıklar, organizasyonun profesyonelliğini artıracaktır.

f. Turizm işletmeleri arasında etkin bir koordinasyon kurulmalı:

Fuar sırasında Antalya’da otel dolulukları ve düşük hizmet kalitesi nedeniyle konaklama sıkıntısı yaşanmış, ziyaretçi memnuniyeti azalmıştır. Önceden otellerle anlaşma yapılarak kalite denetimi ve “fuar otel paketleri” hazırlanması, memnuniyeti artırıp Antalya’nın turizm imajını güçlendirebilir.

g. Uluslararası iş birlikleri genişletilmeli ve yabancı katılımcılar teşvik edilmeli:

Fuara daha fazla yabancı firma ve ziyaretçi çekmek, uluslararası ticareti ve fuarın küresel tanınırlığını artıracaktır. Bu amaçla yurt dışı fuarlarla iş birlikleri yapılmalı,

karşılıklı davet programları düzenlenmeli ve tercüme ile danışmanlık desteği sunulmalıdır.

Çıkar Çatışması Bildirimi:

Yazar(lar), bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Destek/Finansman Bilgileri:

Yazar(lar), bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanması sürecinde herhangi bir kurum veya kuruluştan finansal destek almadığını beyan eder.

Etik Kurul Kararı:

Tarafımızca hazırlanan bu çalışmada herhangi bir anket, deneysel uygulama veya kişisel veri kullanılmamıştır. Araştırma, yalnızca literatür taramasına ve kamuya açık verilere dayanmaktadır. Bu nedenle, etik kurul onayı gerektirecek herhangi bir durum söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

Avni, A. (2019). ANFAŞ (Antalya Fuarçılık A.Ş.). (N. Kozak, Düzenleyen) 04 01, 2025 tarihinde www.turkiyeturizmansiklopedisi.com:
<https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/anfas-antalya-fuarcilik-as>
adresinden alındı

Barış , D., & Ebru, A. (2012). FUAR ORGANİZASYONLARININ YEREL EKONOMİYE VE TEKRAR GELME NİYETİNE ETKİLERİ: BURSA ÖRNEĞİ. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4, s. 63-73. 03 02, 2025 tarihinde alındı

- Delice, K. (2012). Kongre turizmi ve Türkiye’deki toplantılarda katılımcı algıların incelenmesi: Antalya yöresinde bir uygulama. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. 03 30, 2025 tarihinde alındı
- Gębarowski, M. (2014). Educational fairs as a form of promotion of higher education institutions. *MiniB5 Marketing of Scientific and Research Organizations*, 5(4), s. 61-74. 03 02, 2025 tarihinde alındı
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. . *Tourism Management*, 29(3), s. 403-428. 03 01, 2025 tarihinde alındı
- Grandexpo. (2023). GROWTECH ULUSLARARASI ANTALYA TARIM FUARI 2023. 02 26, 2025 tarihinde www.grandexpo.com.tr: <https://grandexpo.com.tr/tr/fuar/growtech-uluslararasi-antalya-tarim-fuari-2023/> adresinden alındı
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı. (2024). Balıkesir Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi. 03 03, 2025 tarihinde www.gmka.gov.tr: <https://www.gmka.gov.tr/balikesir-uluslararasi-kongre-ve-fuar-merkezi> adresinden alındı
- İdaresi, Z. İ. (2012). Fuar ve Kongre Merkezi Fizibilite Etüdü. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı. 05 05, 2025 tarihinde alındı
- Jovovic, R. D. (2017). The concept of sustainable regional development–institutional aspects, policies and prospects. *Journal of International Studies*, 9(1), s. 65-76. 03 03, 2025 tarihinde alındı
- Karahan , F., Özgeriş, M., & Demircan , N. (2021). Türkiye’nin dünya fuarı deneyimi: Expo 2016 Antalya üzerine bir inceleme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, s. 320-338. 05 2025 tarihinde alındı

Kargı, N. (2009). BÖLGESEL KALKINMA YAKLAŞIMLARINDAKİ GELİŞMELER VE AB PERSPEKTİFİ ALTINDA TÜRKİYE'NİN BÖLGESEL POLİTİKA ANALİZİ. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 1(3), 19-40. 03 2025 tarihinde alındı

Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü. (2016). KAYSERİ FUAR VE KONGRE MERKEZİ FİZİBİLİTE FİZİBİLİTE ETÜDÜ. Kayseri: Orta Anadolu Kalkınma Ajansı (ORAN). 03 01, 2025 tarihinde <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/kayseri-fuar-alani-ve-kongre-merkezi-fizibilitesi/695> adresinden alındı

Keleş, H. (2020). MANAVGAT DESTİNASYONUNDA FUAR TURİZMİNE BAKIŞ. H. KELEŞ içinde, MANAVGAT DESTİNASYONUNDA FUAR. 03 01, 2025 tarihinde Mayafuar. adresinden alındı

Keskingöz, H., & Burak, M. (2023). 2023 EXPO etkinliğinin Kahramanmaraş ekonomisine ve çevresel değişime duyarlılığı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(3), s. 1021–1041.

Marmara. (2017). Fuarların Önemi. 05 03, 2025 tarihinde Marmara Fuarçılık: <https://www.marmarafuar.com.tr/fuarlarin-onemi/> adresinden alındı

Sontay, G., Anar, F., & Karamustafaoğlu, O. (2019). 4006-TÜBGTAK Bilim Fuarı'na Katılan Ortaokul Öğrencilerinin Bilim. International e-Journal of Educational Studies (IEJES), s. 16-28. 05 09, 2025 tarihinde alındı

Şengel, Ü. Z. (2018). Kongre ve fuar organizasyonlarının turizm sektörüne etkileri: EMİTT Örneği. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 7(1), 4-20. 03 04, 2025 tarihinde alındı

TÜBİTAK. (2012, 11 02). TÜBİTAK, İnovasyon Türkiye Fuarı'nda. 05 08, 2025 tarihinde www.tubitak.gov.tr: <https://tubitak.gov.tr/tr/haber/tubitak-inovasyon-turkiye-fuarinda> adresinden alındı

TÜYAP. (2025). Expomed Eurasia. 05 08, 2025 tarihinde www.expomedistanbul.com: <https://www.expomedistanbul.com/fuar-hakkinda> adresinden alındı

Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Müdürlüğü. (2024). YOİKK çalışma raporu. T.C. Ticaret Bakanlığı. 03 03, 2025 tarihinde https://uhtgm.ticaret.gov.tr/data/6765806b13b8761ad0814735/YO%C4%B0KK%20%C3%87ALI%C5%9EMA%20RAPORU%20_UHTGM%20_2611.pdf adresinden alındı

Yıldız, Z., & Sarıtaş, T. (2021). Türkiye’de bölgesel kalkınma ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 10(2). 05 03, 2025 tarihinde alındı

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

In the contemporary global economy, trade fairs and congresses have evolved into pivotal instruments of regional and sectoral development. They provide venues for business networking, knowledge sharing, investment opportunities, and the promotion of international cooperation. Particularly within agriculture—a sector that continues to hold strategic importance for many national economies—such events play a transformative role. The Growtech Antalya Fair, recognized as one of the leading agricultural trade fairs in Eurasia, represents a strong case for analyzing these dynamics. Situated in Turkey’s agricultural hub, Antalya, the fair attracts international and local participants, creating a multi-

layered platform that merges economic, social, cultural, and touristic dimensions.

This study addresses the fair's multidimensional impact on regional development. Beyond its obvious role as a marketplace, the Growtech Antalya Fair supports technological innovation, strengthens entrepreneurship, and fosters cross-border partnerships. Equally significant are its contributions to the local economy through increased tourism, hospitality services, and temporary employment. Culturally, the fair showcases local traditions and agricultural heritage, reinforcing identity while promoting cultural sustainability. The purpose of this research is therefore to evaluate the fair's contributions to Antalya's regional development through a holistic framework that considers economic, social, cultural, and touristic perspectives.

Method

The research is based on a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative data to capture the multifaceted nature of the fair's impact. A total of 62 participants were interviewed via telephone, consisting of 40 agricultural sector representatives, 15 visitors, 6 fair personnel, and 1 representative from a tourism company. This sampling enabled a comprehensive representation of both supply- and demand-side stakeholders, as well as those involved in organizing and supporting the event.

The interviews were designed to cover participant demographics, motivations for attending, perceived economic contributions, and broader developmental outcomes. Quantitative responses were analyzed using frequency analysis to reveal patterns in visitor behavior, levels of satisfaction, and business outcomes. For qualitative insights, content analysis was applied to open-ended responses, enabling the identification of recurrent themes such as collaboration, tourism engagement, and logistical challenges. To enhance clarity, tables and figures were employed in the analysis stage, presenting demographic distributions, motivations for participation, and key outcomes in a visual format. This methodological design ensured both statistical rigor and contextual depth, making it possible to evaluate the fair's contribution to regional development from multiple perspectives.

Findings (Results)

The findings indicate that the Growtech Antalya Fair exerts significant influence across various dimensions. Demographically, participants were largely experienced professionals: 90% were male, 95% were aged 30 or older, and over 90% possessed a university degree. Loyalty to the fair was evident, as more than

80% had attended multiple times. Such data suggest that the fair successfully attracts a stable and knowledgeable participant base, reinforcing its role as a trusted platform for the agricultural industry.

Economically, the fair generates substantial benefits for Antalya. All participants reported staying in local accommodations, directly contributing to the hospitality and service sectors. Increased demand for hotels necessitated early reservations, while restaurants, transportation providers, and entertainment venues also experienced heightened activity. Moreover, temporary employment opportunities were created for young people and students in logistics, support services, and tourism-related activities. For businesses, the fair functioned as a catalyst for new collaborations: 53.3% of visitors attended primarily for networking, while 33.3% pursued purchasing opportunities. Roughly half of the participating firms established new partnerships or initiated distributorship negotiations, particularly with European and Middle Eastern stakeholders.

From a social and cultural standpoint, the fair fostered international cooperation and provided opportunities for knowledge exchange. It also reinforced Antalya's reputation not only as a tourism hub but also as a center for agribusiness innovation. Many visitors engaged in cultural activities such as sightseeing, guided tours, and museum visits, broadening the city's image beyond traditional beach tourism. At the same time, local cultural identity was strengthened by the promotion of regional agricultural practices and traditional products, ensuring that the fair contributed to cultural sustainability as well as economic growth.

Despite these benefits, participants highlighted several challenges. Among the most cited were insufficient signage and logistical guidance during the event, the limited depth and quality of seminars, and an unbalanced visitor profile, with too many general-interest attendees and too few professional buyers. These shortcomings highlight the need for improved organizational strategies to maximize the fair's developmental potential.

Conclusion and Discussion

The Growtech Antalya Fair acts as a catalyst for regional development, promoting innovation, collaboration, and cultural exchange. It strengthens international business ties, supports SMEs, boosts tourism, and creates temporary employment, while also fostering social cohesion and cultural sustainability.

To enhance future outcomes, the study recommends increasing inclusivity for local producers, attracting more professional buyers through targeted marketing and B2B meetings, enriching seminars with topics like sustainable agriculture and

digital transformation, and improving signage and crowd management for a better visitor experience.

This research highlights the fair's multifaceted impact, demonstrating how large-scale agricultural events can drive regional growth, international cooperation, and sustainable development.