

1. GİRİŞ

Fuar, “Standlar kurulması yoluyla, ticarete konu olan mal ve hizmetlerin, bunlar ile ilgili teknolojik gelişme, bilgi ve yeniliklerin tanıtımını ve aktarımını amaçlayan, ziyaretçi ve katılımcı arasında bilgi alışverişi, işbirliği, pazar büyümeye ve geleceğe yönelik ticari ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi için bu esaslarda belirlenen niteliklere uygun alanlarda düzenlenen, konusunu oluşturduğu alanın, sektörün ve toplumun menfaatlerini gözeten, düzenleyicisi, adı, türü, yeri, konusu, tarihi ve süresi önceden belirlenen etkinliklerdir”.

Diğer bir deyişle fuar, “**alıcı ile satıcının belirli bir iş yapmak için bir araya geldiği geçici bir pazardır**”.

Günümüzde düzenlenen ticari fuarların, özellikle de üreticilerin ve araçların katıldığı iş fuarlarının önemi yadsınamaz. Teknolojinin ve ulaşımın gelişmesiyle ticari nitelik taşımaya başlayan fuarlar, bölgelere ve uluslararası gelişmelere yeni boyutlar kazandırmış, dünyada ticaretin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Fuar organizasyonların işletmelere yaptıkları katkıların yanı sıra, ülke ve illerin ekonomilerine yaptıkları katkılar görülmeye başlandıkça, özellikle sanayileşmekte olan iller “ihtisas fuarları” düzenleme konusunda büyük bir yarış içine girmişlerdir. Fuarların dünya çapında ticaretin gelişimine yaptığı katkıya ek olarak yapıldıkları bölge veya illerin ekonomilerine de katkı sağladıklarını söylemek mümkündür.

Fuarcılık konusunda 1960’lı yıllardan itibaren ciddi adımlar atılmış ve fuar sayılarında artış görülmüştür. 1964-1973 yılları arasında Samsun, Bursa, Balıkesir, Kayseri, Trabzon, Erzurum, Tatvan, Konya, Kocaeli ve Gaziantep’te fuarlar kurulmuştur. Fuarcılık sektörü Türkiye’de özellikle 1990’larda gelişme kaydetmiş ve fuar düzenleyen organizatör firmaların sayılarında artış olmuştur. Fuarlar, rekabet ortamında, başarılı firmaların yeteneklerini gösterebilecek önemli bir pazarlama aracı olmasının yanında, katılımcı ve ziyaretçilerin birbirini tanımaları anlamında da önemli etkinliklerdir. Ayrıca fuarlar firma ve ürünleri hakkında da ziyaretçilere fikirler verir.

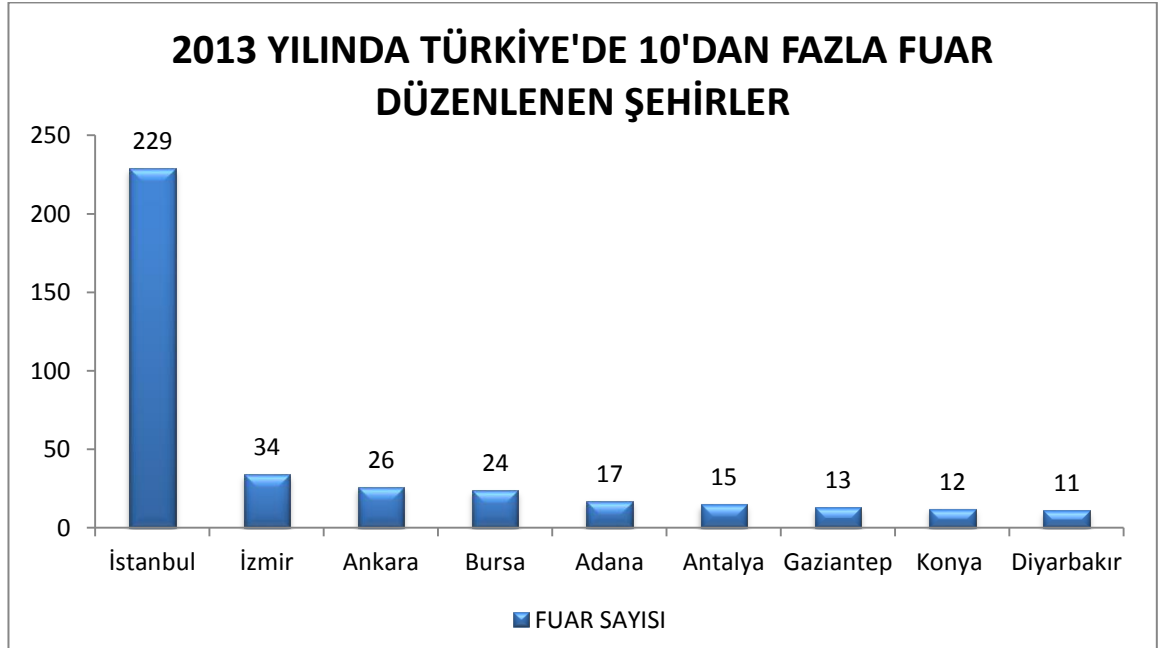
Pazarlama aktivitesi olmaları ve ticareti geliştirme gibi faydalarına ek olarak fuarlar, düzenledikleri bölgelerin veya illerin ekonomilerine katkı sağlamaları adına önemli etkinliklerdir. Fuar organizasyonlarının ülke ve bölge ekonomisine ne kadar katkı sağladığını net olarak bilmek mümkün olmamaktadır. Ancak, fuar organizasyonlarının özel standlar için yaptırılan projeler, fuar hostesleri, temizlik işleri, promosyonlar, broşür, katalog, dijital afiş çalışmaları, ulaşım ve konaklama hizmetleri, seminer, kongre ve konferanslar, yemek ve gezi programlarına kadar birçok sektörü etkileme gücü göz önüne alındığında büyük ölçüde katkı sağlamaktadır.

Katılımcı gelirleri yerel ekonomik genişlemenin bir kaynağıdır. Buna bağlı olarak katılımcıların ve ziyaretçilerin fuar süresince gezip göreceği yerlerde yaptıkları harcamalar, konaklayacakları, yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılayacakları işletmelerde yaptıkları harcamalar da yerel işletmelere katkı sağlama anlamında önemlidir. Ayrıca fuar süresince yerel işletmelerin, katılımcıların ve ziyaretçilerin isteklerini, beklentilerini karşılayacak ve memnuniyetlerini artıracak şekilde yapılandırılması, ildeki ve bölgedeki alt ve üst yapıların iyileştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu anlamda fuar organizasyonlarının yerel ekonomiyi canlandırması ve kalkındırması bakımından çok önemli etkileri olmaktadır.

2. TÜRKİYE'DE FUARCILIK VE FUAR ORGANİZASYONLARI

Türkiye'de fuar organizasyonlarının büyük bir kısmı İstanbul, Bursa, İzmir, Ankara, Konya, Adana, Gaziantep, Diyarbakır ve Antalya illerinde düzenlenmektedir.

Grafik 1:



Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

2013 yılında Türkiye'de, 129 tanesi uluslararası nitelikte olmak üzere toplam 437 fuar organizasyonu gerçekleştirilmiştir. Bunun %52,4'ü 229 fuarla İstanbul'da gerçekleşmiştir. En çok fuar düzenlenen ilk üç şehir sırasıyla İstanbul, İzmir ve Ankara'dır.

Grafik 2:



Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Grafikten de anlaşılacağı gibi, Türkiye'de fuarlar en çok ilkbahar ve sonbahar dönemlerinde düzenlenmektedir.

Grafik 3:



Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Türkiye’de sektörlere göre düzenlenen fuar organizasyonlarına baktığımızda ilk sırayı tarım ve hayvancılığın aldığını görmekteyiz. Yani Türkiye’de düzenlenen fuarların yaklaşık %10’u tarım ve hayvancılık üzerindedir.

Tablo 1: 2013 Yılı Türkiye Fuar İstatistikleri

2013 YILI FUAR İSTATİSTİKLERİ	DÜZENLENEN FUAR SAYISI	TOPLAM FUAR KATILIMCISI SAYISI	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCI SAYISI	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI	YABANCI ZİYARETÇİ SAYISI	KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)
TÜM FUARLAR	437	60.520	9.053	15.500.048	527.748	2.835.308	166.308
FUAR TÜRLERİNE GÖRE							
İHTİSAS FUARLARI	434	58.703	8.735	13.554.279	524.267	2.726.944	156.775
GENEL FUARLAR	3	1.817	318	1.945.769	3.481	108.364	9.533
FUAR NİTELİĞİNE GÖRE							
ULUSAL FUARLAR	308	23.568	3.339	8.436.459	156.824	1.130.188	57.668
ULUSLARARASI FUARLAR	129	36.952	5.714	7.063.589	370.924	1.705.120	108.640

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

2013 yılı Türkiye fuar istatistiklerine baktığımızda, toplamda 60.520 katılımcı fuarlara katılmıştır. Bunun yaklaşık %15’ini yabancı katılımcılar oluşturmuştur. Fuarları 15,5 milyon kişi ziyaret etmiş ve toplamda 2.835.308 m² kullanılmıştır.

Tablo 2: 2013 Yılı Türkiye’de 100.000 ve Üzeri Ziyaretçi Alan Sektörel Fuar İstatistikleri

SIRA NO	SEKTÖRLER & İŞ ALANLARI	DÜZENLENEN FUAR SAYISI	TOPLAM FUAR KATILIMCISI SAYISI	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCI SAYISI	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI	YABANCI ZİYARETÇİ SAYISI	KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)
1	Tarım, Tarım Teknolojileri ve Hayvancılık	49	6.944	282	3.268.136	35.539	464.815	6.700
2	İnşaat Malzemeleri, Isıtma, Soğutma ve Doğalgaz Sistemleri	35	4.337	316	952.551	33.160	221.226	6.918
3	Mobilya ve Mobilya Yan Sanayii	11	1.935	91	592.189	25.138	172.552	2.092
4	Otomotiv ve Otomotiv Yan Sanayii	13	1.993	582	533.258	15.076	122.939	7.867
5	Gıda	19	2.879	206	439.647	16.734	86.785	3.444
6	Metal İşleme ve Döküm	14	2.141	198	353.567	9.164	69.342	3.523
7	Elektrik Elektronik	11	1.459	355	332.450	10.802	46.727	4.812
8	Bilgisayar Teknolojileri ve Telekomünikasyon	8	1.380	161	276.842	19.846	23.303	4.538
9	Ev Tekstili ve Halı	8	1.710	231	263.262	74.202	142.197	5.822
10	Elektrikli Ev Aletleri, Dayanıklı Tüketim Malları	4	340	129	226.538	426	13.151	1.296
11	Deri, Deri Ürünleri ve Ayakkabı	11	2.502	199	188.983	20.121	140.974	3.599
12	Tekstil ve Tekstil Teknolojileri	6	1.588	307	164.718	26.073	50.502	7.766
13	Lojistik ve Depolama	5	410	115	158.733	6.129	15.060	1.413
14	Geri Dönüşüm Teknolojileri	10	1.112	186	119.194	2.783	38.542	3.540
15	Pazarlama, Reklamcılık ve İnsan Kaynakları	10	1.096	64	115.136	6.234	34.114	1.935
16	Ağaç Endüstrisi ve Orman Ürünleri	3	551	18	114.085	5.584	25.171	284
17	Tıbbi Cihazlar ve Medikal	9	2.002	332	110.707	16.653	50.072	5.055

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Tablodan da anlaşılacağı üzere, Tarım, Tarım Teknolojileri ve Hayvancılık sektörlerinde düzenlenen fuarları 3.2 milyon kişi ziyaret etmiştir. Bu rakam, 2013 yılında Türkiye’de düzenlenen tüm fuarları ziyaret eden kişilerin %20,6’sını oluşturmaktadır.

Tablo 3: 2013 Yılında Türkiye’de 10’dan Fazla Fuar Düzenlenen Şehirlerin Ziyaretçi Sayısına Göre Sıralaması

SIRA NO	2013 YILI FUAR İSTATİSTİKLERİ	DÜZENLENEN FUAR SAYISI	TOPLAM FUAR KATILIMCISI SAYISI	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCI SAYISI	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI	YABANCI ZİYARETÇİ SAYISI	KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)
1	İSTANBUL	229	38.321	7.723	5.039.382	423.976	1.612.158	143.451
2	İZMİR	34	6.289	637	2.574.435	17.134	246.431	10.082
3	BURSA	24	2.196	56	1.578.547	5.671	135.915	1.739
4	ADANA	17	810	38	979.350	2.803	45.421	1.025
5	ANTALYA	15	2.251	157	592.722	14.442	107.122	3.094
6	KONYA	12	1.330	5	474.294	1.715	54.972	120
7	ANKARA	26	2.165	401	413.718	9.334	140.667	5.968
8	DİYARBAKIR	11	538	0	390.769	1.204	18.520	0
9	GAZİANTEP	13	868	6	184.468	31.976	84.815	155

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

2013 yılında Türkiye’de 10’dan fazla fuar düzenlenen şehirlere baktığımızda, tabloda gördüğümüz gibi en çok ziyaret 5.039.382 kişi ile İstanbul’da düzenlenen fuarlara olmuştur. Bunu sırasıyla İzmir 2.5, Bursa 1.5 milyon kişi ile takip etmiştir. Burada dikkatimizi “Toplam Fuar Katılımcı Sayısı” sütununa çekersek, bazı şehirlerde katılımcı sayısı az olmasına rağmen ziyaretçi sayısı çok, bazı şehirlerde ise katılımcı sayısı çok olmasına rağmen ziyaretçi sayısı az olmuştur. Bu durumu, gerçekleştirilen fuarların o bölgenin ve yakın çevrenin talep ve ihtiyaçlarına uygun, daha nitelikli, daha çok ihtisaslaşmış fuarların düzenlendiği, sayısının az olsa da, ziyaretçisinin fazla olabileceği şeklinde yorumlayabiliriz.

Tablo 4: Türkiye’de Yılda 10’dan Fazla Fuar Düzenlenen Şehirlerdeki Fuar Merkezlerinin Kapalı Alanları Büyüklük Sıralaması (m²)

SIRA NO	ŞEHİR	TÜYAP	CNR	İZFAŞ	ANFAŞ	ANFA ALTINPARK	ATO CONGRESIUM	ORTADOĞU FUAR MRK.
1	İSTANBUL		150.000					
2	İSTANBUL	98.000						
3	KONYA	66.000 (KTO-TÜYAP)						
4	BURSA	44.500						
5	ANTALYA				40.000			
6	İZMİR			24.500				
7	ADANA	16.000						
8	GAZİANTEP							15.000
9	DİYARBAKIR	12.000						
10	ANKARA						10.000	
11	ANKARA					7.700		

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Türkiye’deki fuar merkezlerinin sahip oldukları kapalı alanlara baktığımızda, ilk sırada 150.000 m² ile en büyük alana sahip olan CNR İstanbul Fuar Merkezi görülmektedir. 98.000 m² ile TÜYAP İstanbul ikinci sırada ve 66.000 m² ile KTO-TÜYAP Konya üçüncü sıradadır.

Son yıllarda Anadolu’da (İstanbul hariç) fuar merkezleri yatırımları artmıştır. Önümüzdeki yıllarda, Türkiye’de İstanbul haricinde bazı şehirlerin fuar ve fuarcılık konusunda ilerleyeceği, adete cazibe merkezi haline geleceği tahmin edilmektedir.

3. KONYA’DA FUARCILIK VE FUAR ORGANİZASYONLARI

Konya Ticaret Odası’nın Konya ekonomisine yaptığı önemli katkılardan birisi de 1999 yılında kurulan KTO-TÜYAP Uluslararası Fuar Merkezi’dir. Fuar merkezinde her yıl gerçekleştirilen fuarlar şehre ve bölgeye büyük ekonomik hareketlilik getirmektedir.

KTO-TÜYAP Uluslararası Fuar Merkezi, 66.000 m² kapalı, 20.000 m² açık alanı ve toplamda 86.000 m² ile bugün Türkiye’nin 3. büyük, Anadolu’nun en büyük fuar merkezidir.

1999 yılından 2014 Mayıs ayına kadar 2 hol ile hizmet veren fuar merkezi, 4 holün eklenmesiyle toplamda 6 hol ile Mayıs 2014’de 66.000 m² kapalı alan ile Konya ekonomisine hizmet vermeye devam etmektedir.

Tablo 5: 2009-2013 Yılları Konya Fuar İstatistikleri

	2009	2010	2011	2012	2013
Düzenlenen Fuar Sayısı	18	11	16	10	12
Toplam Ziyaretçi Sayısı	351.243	381.665	413.030	438.200	474.294
Ziyaretçi Artış Oranı (%)	---	8,6	8,2	6,1	8,2

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Tabloyu incelediğimizde, Konya’da geçmiş yıllara göre fuar sayısının azaldığı ancak fuarlara gelen ziyaretçi sayısının arttığı görülmektedir. Bu da, artık daha nitelikli, piyasanın ihtiyaçlarına tam olarak cevap verebilecek fuar organizasyonlarına ağırlık verildiğini göstermektedir.

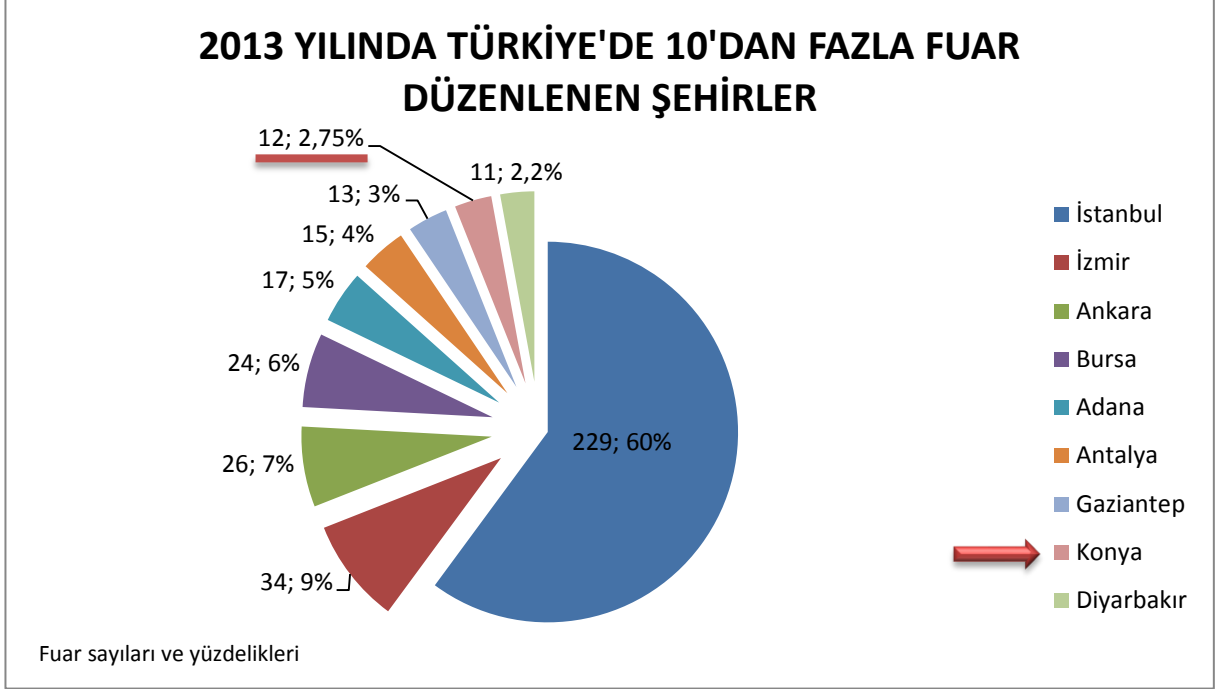
2009 yılından bu yana fuar ziyaretçi sayısı her yıl ortalama %7,8 artmıştır.

Konya’da düzenlenen fuarlara gelen ziyaretçilerin yaklaşık %20’sinin geliş amacı fuarlara katılmaktır. 2013 itibariyle 474 bin fuar ziyaretçilerinin yaklaşık 150 bini sadece fuar amacıyla Konya’yı ziyaret etmiştir. Fuarlara katılanların büyük çoğunluğunun ziyaretleri kısa sürelidir. (1-3 gece konaklama yaklaşık %80). Yerel yönetimler ve turizm işletmelerinin kolektif çalışmalarıyla düzenlenecek turistik faaliyetler konaklama sürelerini arttırarak yerel ekonominin daha da gelişmesini sağlayabilir.

Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu tavsiyeler sonucu fuarlara katılmaktadır. Bu tarz organizasyonlarda memnuniyetinin sağlanması temel amaçlardan biri olmalıdır. Çünkü memnun olan kişilerin tekrar gelme ve çevresine olumlu düşüncelerini yayma olasılığı daha yüksektir. Özel araçlarıyla fuarlara katılanların sayısı da yadsınamayacak kadar fazladır. Fuarların düzenlendiği yerlerde yapılacak çevre düzenlemeleri kendi araçlarıyla gelenlerin yaşadıkları park sorunlarını ortadan kaldıracaktır. Ziyaretçiler seyahatlerini parça parça değil de bir bütün olarak değerlendirdikleri için doğrudan fuarlarla ilgili olmasa da yaşayacakları en küçük bir sorunu destinasyona mal edebilirler. Bu yüzden, fuarların düzenledikleri yerlerde ulaşım, tanıtım ve yön levhaları gibi hizmetlere daha fazla önem verilmelidir.

KTO-TÜYAP Uluslararası Fuar Merkezinde Döküm, Makine, Tarım, Hayvancılık, Tohum, Kalıp, Yan Sanayi, Ayakkabı, Yapı, İnşaat, Kent vb. alanlarda fuar organizasyonları düzenlenmektedir.

Grafik 4:



Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

2013 yılında Konya 12 fuar organizasyonu ile Türkiye’de en çok fuar düzenlenen şehirler arasında 8. sıradadır. Konya’da düzenlenen fuarlar, Türkiye’de düzenlenen toplam fuarların %2,75’ini karşılamaktadır.

Türkiye’de toplamda yaklaşık 500.000 m² alanda fuar organizasyonları yapılmaktadır. Konya’da ise toplam 86.000 m² kapalı ve açık alanda fuar organizasyonları yapılmaktadır. Konya’nın fuar alanı, Türkiye’nin fuar alanının %17,2’sini oluşturmaktadır. Anadolu’daki (İstanbul hariç) fuar alanının da %34’ünü oluşturmaktadır.

Tablo 6: 2013 Yılında Türkiye’de 10’dan Fazla Fuar Düzenlenen Şehirler Arasında İstanbul-Konya Kıyaslama Tablosu

SIRA NO	2013 YILI FUAR İSTATİSTİKLERİ	DÜZENLENEN FUAR SAYISI	TOPLAM FUAR KATILIMCISI SAYISI	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCI SAYISI	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI	YABANCI ZİYARETÇİ SAYISI	KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)
1	İSTANBUL	229	38.321	7.723	5.039.382	423.976	1.612.158	143.451
2	KONYA	12	1.330	5	474.294	1.715	54.972	120

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Tabloya baktığımızda, İstanbul'daki fuarlara gelen ziyaretçi sayısının Konya'ya göre yaklaşık %90 daha fazla olduğunu görmekteyiz. İstanbul'da 2013 yılında 229 fuar düzenlenirken Konya'da sadece 12 fuar düzenlenmiştir. 2013 yılı toplam fuar katılımcı sayısının Konya'ya göre yaklaşık 29 kat daha fazla olduğu görülmektedir.

İstanbul bugün Türkiye'deki en çok fuar organizasyonlarının olduğu ve en büyük fuar alanlarına sahip bir şehirdir. Ancak Konya'nın fuarcılık ve fuar organizasyonları konusundaki tecrübesi ve gelişimi de gün geçtikçe artmaktadır. Bu yılın Mayıs ayında hizmete giren toplam 86.000 m²'lik yeni fuar alanı ile Konya önümüzdeki yıllarda adeta fuar merkezi olmaya namzet bir şehirdir. İstanbul'daki fuar alanlarından sonra Türkiye'deki en büyük fuar alanına sahip 3. şehirdir. Bugün İstanbul artan nüfusu ve kozmopolit yapısıyla sürekli maliyetleri artan bir şehir haline gelmiştir. Haliyle bu maliyetler İstanbul'da gerçekleşen fuar organizasyonlarına da yansımaktadır. Günümüzde bir firmanın İstanbul'daki bir fuara katılım için yaptığı masraf, Avrupa'daki bir fuara yaptığı masrafa neredeyse eşittir. Bu yüzden fuar organizasyon firmaları da, fuarlar için artık İstanbul dışındaki Anadolu şehirlerini mercek altına almaya başlamıştır. Konya jeopolitik konumu, gelişmiş sanayi ve ticaret yapısı, coğrafi şartları, ulaşım kolaylığı, maliyet düşüklüğü açısından fuarcılıkta cazibe merkezi olmaya doğru yol almaya başlamıştır.

Tablo 7: 2013 Yılında Türkiye'de 10'dan Fazla Fuar Düzenlenen Şehirler Arasında Konya ve Diğer Anadolu (İstanbul hariç) Şehirleri Kıyaslama Tablosu

SIRA NO	2013 YILI FUAR İSTATİSTİKLERİ	DÜZENLENEN FUAR SAYISI	TOPLAM FUAR KATILIMCISI SAYISI	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCI SAYISI	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI	YABANCI ZİYARETÇİ SAYISI	KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)	DOĞRUDAN YABANCI KATILIMCILARA TAHSİS EDİLEN TOPLAM STAND ALANI (net / m ²)
1	İZMİR	34	6.289	637	2.574.435	17.134	246.431	10.082
2	BURSA	24	2.196	56	1.578.547	5.671	135.915	1.739
3	ADANA	17	810	38	979.350	2.803	45.421	1.025
4	ANTALYA	15	2.251	157	592.722	14.442	107.122	3.094
5	KONYA	12	1.330	5	474.294	1.715	54.972	120
6	ANKARA	26	2.165	401	413.718	9.334	140.667	5.968
7	DİYARBAKIR	11	538	0	390.769	1.204	18.520	0
8	GAZİANTEP	13	868	6	184.468	31.976	84.815	155

Kaynak: TOBB 2013 Fuar Verileri

Konya, 2013 yılında 10'dan fazla fuar düzenlenen Anadolu'daki (İstanbul hariç) şehirlerin ziyaretçi sayısına göre sıralamasında 5. sırada yer almıştır. Fuar alanı bakımından birinci sıradadır. Anadolu'nun en büyük fuar merkezine sahip olan Konya'nın, 2 yıl içerisinde Anadolu'nun 2. Türkiye'nin 3. en çok ziyaret edilen fuar merkezi olması hedeflenmiştir.

Bu hedefe için yükselen ekonomisi ve gelişmekte olan performansı ile ülkesi için önemli bir katma değer oluşturan sayılı merkezlerden birisi olan Konya'nın, işadamlarıyla, bürokratlarıyla, işçisiyle, çiftçisiyle, üniversiteleriyle, bütün kurum kuruluşlarıyla, halkıyla emin adımlarla ilerlemesi gerekmektedir.

Hazırlayan

Feyzullah ALTAY

Müd. Yrd.

Etüd Arş. Servisi