



İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü



COĞRAFYA DERGİSİ

Sayı 25, Sayfa 55-66, İstanbul, 2012

Basılı Nüsha ISSN No: 1302-7212

Elektronik Nüsha ISSN No: 1305-5144

TÜRKİYE'DE FUARCILIK ve FUARLARIN COĞRAFİ DAĞILIMI

Fair Organisation And Its Geographical Distribution In Turkey

Kerim ACARTÜRK

Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı

kerimacarturk@gmail.com

Alındığı tarih:12.11.2012; Kabul tarihi: 15.01.2013

Özet

Fuarlar, dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemli fonksiyonlar ve hizmetler sunmaktadır. Fuar alanları oluşturulurken bir sahanın etkinliği ve önemi dikkate alınarak tespit edilir. Çok çeşitli kriterler dikkate alınsa da temel olan coğrafya ve coğrafyanın sunduğu olanaklardır. Bir sahanın fuar alanı veya fuarcılık merkezi olmasında hiç kuşkusuz ki o sahanın coğrafi avantaj ve dezavantajları dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda o sahanın fuar alanı veya fuarcılık merkezi olmasında stratejik konumu, tarihi, kültürü, sosyal yaşamı, ulaşımı, ticareti, sanayisi, turizmi, kentleşmesi, kırsal durumu ve vb. gibi kriterler ele alınmalıdır.

Bilindiği gibi, belli zaman aralığında çeşitli sektörlerle ait ürünlerin bazen bir arada bazen de bir sektöre ait ürünlerin sergilendiği, turizmin ve eğlencenin de yer aldığı organizasyonlar fuar olarak bilinirler. Bu organizasyonlar ulusal ve uluslararası olmak üzere düzenlenmektedir.

Bu çalışmada, Ülkemizin yukarıdaki özellikleri ele alınıp değerlendirilmesiyle Türkiye genelinde düzenlenen fuarların ulusal coğrafyadaki dağılımı ve bu dağılımın sebep ve sonuçları etraflıca incelenmiştir. Ayrıca Türkiye'de fuarcılık sektörünün nasıl geliştiğine dair kısa tarihi geçmişle birlikte fuarların illere ve bölgelere göre dağılımı 2012 yılı rakamları ele alınarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Fuarcılık, Fuar Alanı, Coğrafya, Şehirler, Bölgeler, Fuar Takvimi.

Abstract

Fairs present important functions and services in Turkey, as it does all around the World. Composing the realms of fairs, they are determined by taking the importance and functionality of the fairground into consideration. The basic one is the facilities the Earth presents and the Earth itself, even when the variety of criteria is taken into account. The geographical advantages and disadvantages of the fairground are taken into account without hesitation to name a place as the centre of the fair. In this regard, such criteria as strategic location, history, culture, social life, transportation, commerce, industry, tourism, urbanization, rural condition etc. should be considered so as to call that particular place a fairground or a fair centre.

As known, a fair is considered as an organisation where the products of a specific or, sometimes, of various sectors are exhibited in a given period of time. These organisations are held nationally and internationally.

In this project, the distribution of fairs which are held all around Turkey and the reasons for and results of this distribution are thoroughly studied, having evaluated features of Turkey above. In addition, it was attempted to evaluate the distribution of provinces and the regions with a short history of how the fair organisation sector grew, considering the figures of 2012.

Keywords: Fair Organisation, Fairground, Geography, Cities, Regions, Fair Calendar

Giriş

Fuarlar ülkenin ticaret ve üretiminin gelişmesinde büyük rol oynarlar. Bu organizasyonlara katılan firmalar satabilecekleri ürünleri fuarlarda sergileme imkanına kavuşurlar. Ziyaretçiler fuarlarda sergilenen ürünlerin ülkeye veya dünyaya yayılmasına vesile olurlar. Ayrıca fuarlar yabancı sermaye girişinin arttığı gibi bazen de yerli-yabancı ortaklıklarının oluşmasına neden olurlar.

Bir sahanın içinde yer aldığı doğal koşullar o sahanın beşeri hayatına yön veren, çeşitlendiren ve canlı tutan temeli görevindedir. Ancak beşeri ve ekonomik konuları en rantabl şekilde değerlendirmek önemlidir. İnsanoğlu, yaşamını devam ettirebilmesi için üretmek zorundadır. Bu üretim, önce toprak kaynaklı olmakla birlikte sanayi-ticari ve çok çeşitli hizmetler anlamında daha da genişlemektedir. Her türlü üretim coğrafi mekana bağlı olarak yapılmaktadır. Coğrafyanın sunduğu imkanlar üretimin büyüklüğünü belirlemesi bakımından önemlidir.

Ülkemiz, coğrafi konumuna bağlı olarak doğal ve beşeri özellikleriyle dünyada iktisadi, siyasi ve kültürel anlamda dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Türkiye genelinde son yıllarda fuarcılık da gelişen ve büyüyen bir sektördür. Bu sektörün ulusal coğrafyada genel bir dağılımını yansıtacağımız çalışmamızda, Türkiye'deki fuarcılığın merkezi olma yolunda ilerleyen coğrafi unsurları, kısa bir geçmişi ve durumuna dair bilgiler ile birlikte, önemli fuar alanları yer alacaktır. Öte yandan, düzenlenen fuarların illere ve bölgelere dağılımı coğrafi olarak ele alınıp, çeşitli tablo ve şekiller ile anlatılmaktadır.

Geçmişte avcılık ve toplayıcılıkla yaşamını sürdüren insanlar zaman içinde toprağa bağlanmış ve üretime geçmiştir. Bu üretim değiş-tokuş mecrasından geçerek ticaret şekline dönüşmüştür. Gelişen ulaşım şartları insanların ve malların bir yerden başka bir yere taşınmasına olanak vermiştir. Bu gelişme hiç kuşkusuz ki ticaret ve ticaretin alt ve üst birimlerine doğrudan olumlu olarak yansımıştır. Gelişen ve değişen dünyada çok çeşitli hizmetler bir arada ve etkileşim içinde sürdürülmektedir.

Dünyanın merkezi sahalarından biri olan Türkiye, bulunduğu mevki itibariyle stratejik bir öneme sahiptir. İstanbul ve Çanakkale boğazları ile bu boğazlara açılan Marmara, Ege Denizleri ve bu denizlerin açıldığı Akdeniz, Ege ve İstanbul Boğazı vasıtasıyla Karadeniz'e doğru olan ulaşım hareketlerini görebilmektedir. Ayrıca ülkemiz, Süveyş Kanalı vasıtasıyla Hint Okyanusuna, Akdeniz'i takip ederek de Atlas Okyanusuna yönelmesi açısından çok önemli bir coğrafi konumdadır.

Türkiye, sahip olduğu konum nedeniyle dünyada dikkat çeken bir ülkedir. Ülkemizin denizle olan teması ve bu temas neticesinde ortaya çıkan kendine özgü coğrafi mevkii özellikleri; aynı zamanda iktisadi, siyasi ve kültürel anlamda değer taşımaktadır. Ülkemizin kıyılarının uzunluğu adalar dahil 8.333 km'dir. Ancak bu kıyılar farklı özellikler taşımaktadır. Bilindiği gibi her kıyımızın kendine ait morfolojik, ekolojik ve beşeri özellikleri vardır. Bunun yanında yine ülkemiz karalar dahilinde çevresindeki komşular içinde de her bakımdan önem arz etmektedir.

Avrupa'nın güneydoğusundan ve Asya'nın başlangıç noktalarından biri olan Türkiye, kışın Azor yüksek basıncı ile Sibiryaya yüksek basıncı, yazın ise Azor yüksek basıncı ile Basra alçak basıncının etkisindedir. Ülkemiz bu hava kütleleri arasında cephe sistemlerine bağlı olarak şekillenen orta enlem gezici alçak basınçlarından etkilenmektedir. Bu durum hafif dalgalanmalarla birlikte iklim elemanlarının aylık ortalama değerleri olumlu seyir izlemektedir.

Bu olumlu koşullar altında Türk insanı yaşamını devam ettirebilmesi için üretmek zorundadır. Bu üretim önce toprak kaynaklı olmakla birlikte sanayi ve ticari anlamda daha da genişlemektedir. Türkiye coğrafyasının sunduğu imkanlar kaynaklarımızı ve üretimimizi etkilediği gibi yatırımlarımızın büyüklüğünü belirleyerek çeşitli hizmet sektörlerini oluşturarak iktisadi hayata canlılık ve çeşitlilik kazandırmaktadır.

Ülkemizde topoğrafya, iklim, toprak ve diğer şartlarının sunduğu imkanlara bağlı olarak öncelikle ana sektörler ve sonrasında da ara sektörlerin fonksiyonlarıyla ortaya çıktığını görmekteyiz

Tarihin en eski devirlerinden itibaren önemli ulaşım yolu üzerinde yer alan Türkiye, sosyo-ekonomik anlamda dikkat çekmiş önemli uğrak merkezlerinden biri olmuştur. Bazı yerleşmeler karalar içinde veya deniz kıyısında kurularak genişlemiş önemli sanayi, ulaşım, ticari ve sosyo-kültür merkezleri olmuşlardır.

Ulaşım ağının güçlü olduğu sahalar ticari anlamda da ön plana çıkarlar. Böyle ulaşım ağına sahip olan yerleşmeler, aynı zamanda bir uğrak merkezi olarak ticari ürünlerin toplandığı depolandığı, sergilendiği ve buna bağlı olarak fuarcılığın ortaya çıktığı yer olarak da bilinmektedirler. Bu fuar alanlarına çalışmamızın ilerleyen kısımlarında ayrıntılı olarak yer verilecektir.

Anadolu-Yunan aleminin ve Rusya-Avrupa-Afrika ve bunlara bağlı olarak da Amerika ve Asya'ya açılan bir yolun üzerinde olması münasebetiyle ulaşım bakımından taşımacılığının önemli yol güzergahındadır. Ülkemizde yerleşmeler arasında uğrak merkezi olan ve konaklama imkanı sunan merkezler her zaman dikkat çekmiştir. Bazı yerleşmeler askeri, stratejik, ulaşım, ticaret, turizm ve sanayi gibi hizmetler için çok değerli ve önemli olmuştur.

Ayrıca hava, deniz, demir ve kara yolları ağlarıyla ülkemiz, uluslararası ortamda tercih edilen ve kolay ulaşılabilen merkez olmuştur. Bu özellikler ülkemizin yakın ve uzak alanlarla sıkı ilişkiler içine girmesini sağlamıştır. Bu bağlamda geçmişten beri medeniyetlerle iç içe kalmış olan Türkiye, önemli ticari yollar üzerinde bulunmasına bağlı olarak hem uğrak hem de ticari faaliyetlerin merkezinde kalmıştır.

Dünyada reformlarla meydana gelen değişim ve gelişmelere bağlı olarak uluslararası arenada yer bulabilmek ve kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ülkemizde de ekonomik bir atılımı gerçekleştirme ihtiyacı duyulmuştur. "Bu ihtiyaç Cumhuriyetle birlikte hemen 1923'te İzmir İktisat Kongresiyle birlikte canlandırılmaya çalışılmıştır. İşte bu kongre ise bugünkü adıyla İzmir Enternasyonal Fuarı'nın temellerini oluşturmaktadır" (Çekiç,2009:9).

Türkiye'de Fuarcılığın Gelişme Süreci

Türkiye'de ulusal coğrafya açısından fuarcılık üzerine ilk ciddi girişim 1936'da açılan İzmir Enternasyonal Fuarı'dır.. Tarihi çok eski olan ve antik dönemden itibaren "Smyrna" adıyla bilinen İzmir, Batı Anadolu'nun Ege'ye açılan kapısı olması nedeniyle önemli bir liman kentiydi ve geniş hinterlandıyla da dikkat çekmekteydi. Bunun yanında yaşadığı iklim

koşulları ve verimli tarım alanları kaliteli tarımsal ürünlerin yetişmesine de olanak sağlıyordu. "Esasında 1947 yılında Enternasyonal özelliği kazanan İzmir Fuarı 9 Eylül yerli mallar haftası adı ile, ilk olarak 9 Eylül 1923 tarihinde açılmıştır. Adı, 1932 yılında Dokuz Eylül Panayırı oldu ve 1933 yılında, bugünkü Kültür Parkta (33.000 m²'lik bir alanda) İzmir Fuarı adıyla açıldı. Fuar, ilk kez 1936 yılında yabancı ülkeler (Irak, İngiltere ve Rusya) katıldı. Fuar, 1942 yılında açılmadı (II. Dünya Savaşı) 1944-1946 yılları arasında ise, sadece Türk firmalarının katılımı ile açıldı. 1947'de, yabancı ülke firmaları da katılarak açılmaya başlandı ve giderek önem kazandı. Bugün dünyanın sayılı büyük fuarları arasında olup, her yılın 20 Ağustos-20 Eylül tarihleri arasında bir ay açık kalmaktadır" (Doğanay,1994:519-520). Bununla beraber "İzmir Enternasyonal Fuarı, 1936 yılında uluslararası kimliğe kavuşturulmuş, 10 yıl aradan sonra da 1946 yılında The Global Association of the Exhibition Industry (UFI) üyesi olmuştur. İşte bu olay Türkiye'de fuarcılık sektörünü başlatmıştır. İzmir Enternasyonal Fuarı'nın UFI'ye üye olmasıyla birlikte fuarcılık alanındaki çalışmalar mesleki bir temele oturmuş, bir uzmanlık alanı haline gelmiştir" (Sülün, 2006: 62). Bu olumlu koşullarla birlikte daha önceden yapılmış yatırımlar ve sunulan teşvikler ekonomik canlılığı da beraberinde getirmişti. Bu açıdan İzmir, Türkiye'de fuarcılık sektörünün ciddi anlamda ilk filizlendiği yerdir.

1963'ten sonra ise, Ticaret Bakanlığının bölgesel fuarların çoğalması ve birer bölgesel pazar haline gelmesi için çaba gösterdiği görülmektedir. Bunun sonucu olarak yedi yeni fuar açılmıştır. Bunlar sırasıyla Samsun, Bursa, Trabzon, Balıkesir, Erzurum, Kayseri ve Tatvan fuarlarıdır. Daha sonraları bu fuarlara Gaziantep, Mersin, Konya ve diğer fuarlar eklenmiştir (Aymanıy,2010:205). Bakanlık tarafından açılan bu fuarlar, sanayi ve ticaretin geliştiği, sosyo-kültürel yapının ön plana çıktığı, nüfusun yoğunlaştığı, tarımsal faaliyetlerin canlı olduğu ve çoğunun denize kıyısı olan merkezler olduğu görülmektedir. 1963 sonrası açılan bu fuar merkezleri içinde Samsun, Bursa, Erzurum, Kayseri, Gaziantep, Mersin, Trabzon, Balıkesir ve Konya'nın günümüzde büyükşehir kapsamında yer alan gelişmiş ve büyümüş merkezler olduğu dikkat çekmektedir.

Bu fuarlar Anadolu'nun kaplanları olarak bilinen Kayseri, Konya ve Gaziantep'e sanayi ve ticaret anlamında katkıda bulunmuş ve her geçen zamanda bu merkezler hızla gelişmeye ve modern bir yaşam sağlanmaya başlanmıştır. Dikkat çeken bir diğer fuar olan Erzurum fuarı ise, Doğu Anadolu'nun Kafkaslara ve İran'a açılan kapılarına olan yakınlığı ve Türkiye'nin köklü üniversitelerinden birini barındırmasıyla ilgi odağı olmuştur.

Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon fuar alanı hem bölgeye hem de çevre bölgelere hizmet vermektedir. Ancak buna ek olarak faal olduğu yıllarda önemli bir fuar alanı olan Samsun Fuarı, 1963 yılında açılmış ancak 1980'li yıllardan itibaren fuarcılık sektöründeki gelişmelere ayak uyduramayarak eski önemini yitirmiş ve 1990'ların başında kapanmıştır.

Gerek Osmanlı gerekse Cumhuriyet döneminde her zaman önemli olan Bursa'nın hem İstanbul hem de İzmir'e yakınlığı avantaj olarak görülmüş ve yerli-yabancı yatırımlar her geçen gün artmıştır. Bu bağlamda Bursa Fuarı katılımcılarıyla daha da zenginleşmeye başlamıştır. Balıkesir'de Bursa gibi olmasa da lokasyon özelliğini en iyi şekilde kullanmış fuarın getirilerinden faydalanmaya başlamıştır.

Akdeniz Bölgesi'nde Serbest Bölge özelliğinde, işlek limanı, tarımsal, turizm hamleleriyle ve artan nüfusuyla dikkat çeken Mersin, Türkiye fuarları içinde kendine yer bulmuştur.

Ülkemizde Bitlis'e bağlı ilçe kapsamında 2012 yılında 44. düzenlenen Tatvan fuarı Doğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Köklü bir geçmişe ve güçlü bir devlet geleneğine sahip olan ülkemizde fuarcılık sektörü çok yeni olup, gelişmeye elverişli oldukça dinamik bir yapıda sürdürülmektedir.

Özellikle İstanbul, Bursa, İzmir, Ankara ve Antalya fuar etkinliklerinin en çok olduğu şehirler olarak dikkat çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında ülkenin geneline yayılmış etkinliklerden ziyade, çeşitli fonksiyonları bir arada bulunduran, ekonomiye girdileri fazla, dünyada bilinen şehirlerde yoğunlaşma göstermiştir.

TÜRKİYE'DE FUARCILIK VE FUARLARIN COĞRAFİ DAĞILIMI

Tablo 1: Türkiye'deki Fuar Alanları

| NO | FUAR MERKEZLERİ |
|----|--|
| 1 | ALANYA PARK (Antalya) |
| 2 | ANFA ALTINPARK EXPO CENTER (Ankara) |
| 3 | ANTALYA EXPO CENTER (Antalya) |
| 4 | CAM PIRAMIT SABANCI KONGRE VE FUAR MERKEZİ (Antalya) |
| 5 | CNR EXPO CENTER (İstanbul) |
| 6 | ÇORLU EMLAK KONUTLARI (Tekirdağ) |
| 7 | ÇORUM TSO FUAR VE SERGİ KOMPLEKSİ (Çorum) |
| 8 | DENİZLİ EGS FUAR MERKEZİ (Denizli) |
| 9 | DİYARBAKIR FUAR VE KONGRE MERKEZİ (Diyarbakır) |
| 10 | FESHANE ULUSLARARASI FUAR KONGRE SARAYI (İstanbul) |
| 11 | FETHİYE KARAÇULHA BELEDİYESİ PARK ALANI (Muğla) |
| 12 | FETHİYE SALI PAZARI ALANI (Muğla) |
| 13 | FULYA FUAR & KONGRE MERKEZİ (İstanbul) |
| 14 | GAZİANTEP M1 ALIŞVERİŞ MERKEZİ FUAR ALANI (Gaziantep) |
| 15 | GAZİANTEP ORTADOĞU FUAR MERKEZİ (Gaziantep) |
| 16 | GAZİANTEP ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ (SEAP) (Gaziantep) |
| 17 | GÖNEN BELEDİYESİ PAZAR ALANI (Balıkesir) |
| 18 | GRAND CEVAHİR HOTEL VE KONGRE MERKEZİ (İstanbul) |
| 19 | HALIÇ KONGRE MERKEZİ (İstanbul) |
| 20 | HARBİYE ASKERİ MÜZESİ KÜLTÜR SİTESİ (İstanbul) |
| 21 | HASKÖY YÜN İPLİK FABRİKASI (İstanbul) |
| 22 | ISPARTA SÜLEYMAN DEMİREL KONGRE VE SERGİ SARAYI (Isparta) |
| 23 | İNEGÖL KÜLTÜRPARK ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ (Bursa) |
| 24 | İSTANBUL EXPO CENTER (İstanbul) |
| 25 | İZMİR KÜLTÜRPARK ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ (İzmir) |
| 26 | KARAEVLİ KÖYÜ AÇIK ALAN (Tekirdağ) |
| 27 | KAYSERİ DTM FUAR MERKEZİ (Kayseri) |
| 28 | KOCAELİ B. BELEDİYESİ ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ (Kocaeli) |
| 29 | KTO TUYAP KONYA ULUSLARARASI FUAR MERKEZİ (Konya) |
| 30 | LÜTFİ KIRDAR - RUMELİ FUAR VE SERGİ SALONU (İstanbul) |
| 31 | MERSİN YENİŞEHİR BELEDİYESİ FUAR MERKEZİ (Mersin) |
| 32 | SİNCAN 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ (Ankara) |
| 33 | TEPEKULE KONGRE VE SERGİ MERKEZİ (İzmir) |
| 34 | TRABZON DTM FUAR MERKEZİ (Trabzon) |
| 35 | TÜYAP ADANA ULUSLARARASI FUAR VE KONGRE MERKEZİ (Adana) |
| 36 | TÜYAP BURSA ULUSLARARASI FUAR VE KONGRE MERKEZİ (Bursa) |
| 37 | TÜYAP DİYARBAKIR ULUSLARARASI FUAR VE KONGRE MERKEZİ (Diyarbakır) |
| 38 | TÜYAP İSTANBUL FUAR VE KONGRE MERKEZİ (İstanbul) |
| 39 | TATVAN FUAR ALANI (Bitlis) |
| 40 | WOW CONVENTION CENTER (İstanbul) |

Kaynak: Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği resmi web adresinden yararlanılmıştır:
<http://www.tfyd.org.tr/fuarmerkezleri.htm> (Çevrimiçi; 08.10.2012).

Tablo 1’de de görüldüğü üzere, Türkiye’de kurulan 40 fuar alanından 10’u ülkemizin neredeyse her alanında önde gelen İstanbul’da yer almaktadır. Türkiye’nin turizm başkenti olarak bilinen Antalya’da 3 fuar alanı, Anadolu’nun yıldızlarından biri olan Gaziantep’te 3 fuar alanı, başkentimiz Ankara’da 2 fuar alanı, Tekirdağ, Diyarbakır, Bursa, İzmir, Muğla’da 2’şer fuar alanı, Çorum, Denizli, Balıkesir, Isparta, Kayseri, Kocaeli, Konya, Mersin, Trabzon, Diyarbakır, Bitlis ve Adana’da 1’er fuar alanı yer almaktadır.

Diğer bir deyişle bu 40 fuar alanınının 16’sı Marmara Bölgesi’nde, 6’sı Akdeniz Bölgesi’nde, 6’sı Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde, 5’i İç Anadolu Bölgesi’nde, 5’i Ege Bölgesi’nde, 1’i Doğu Anadolu Bölgesi’nde ve 1’i de Karadeniz Bölgesi’ndedir.

“Belirtilen bu fuar alanlarının çoğu İstanbul’da bulunmakla beraber en büyüğü 150.000 m² kapalı 120.000 m² açık alanı ve 8 fuar salonuyla CNR EXPO Center’dır ve İnşasına başladığı yeni 4 salonu ile 40.000 m² kapasite artırımına giden CNR EXPO, bu atılımıyla alanında liderliği göğüslemeye devam etmektedir. 1985 yılında kurulan firma, 1993’te bir salon ile hizmete başlamıştır. Daha sonra 1997’de 2., 1998’de 3 ve 4., 2000 yılında ise 5, 6, 7 ve 8. salonlar hizmete girmiştir. 11, 12 ve 13. salonların temeli ise 2010 yılında atılmıştır. Şu an için Avrasya’nın en büyük uluslararası fuar merkezi olarak, yılda 50 fuara ev sahipliği yapmakla beraber, 7.500 araçlık elektronik otopark sistemi (1kapalı ve 2 açık dev otopark)’ne sahiptir. Ek olarak yılda 100.000’den fazla katılımcı 5.000.000’den fazla ziyaretçi ağırlamaktadır” (CNR Holding, CNR EXPO Center, CNR EXPO Hakkında; http://www.cnrexpo.com/tr_cnrexpo.asp).

İstanbul’ ve Ülkemizi tanıtan “bir diğer önemli fuar merkezi olan Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi, 12 sergi salonu ve 98.000 m² sergileme kapasitesine sahiptir. Tüyap Fuarçılık, geçmişi 1979 yılına kadar dayanmakla birlikte, 1996’da Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi’ni açmıştır. Buna ek olarak 4.500 araçlık açık otopark, 600 araçlık kapalı otopark, 10 kişiden 750 kişiye kadar değişen çok amaçlı 22 toplantı salonu, 10 kafeterya ve 1 A La Carte Restaurant ile hizmet vermektedir. Bu global platform her yıl yaklaşık 60 ülkeden 14.000 katılımcı ve 70 ülkeden 2 milyona yakın ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadır” (Tüyap Fuarçılık; Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi; Fuar Alanı Bilgileri; http://www.tuyap.com.tr/tr/index.php?main=m_beylikduzu_hakkında&left=1_beylikduzu&fbid=1).

Gelişen ve gelişen dünyada fuar alanları da genişlemeye başlamış “son olarak Türkiye’de son yıllarda fuarcılık alanında yapılan yatırımlarla ülkemizin toplam fuar alanı 368.103 m²’ye ulaşmıştır” (Sarıçay,2012:55). Ancak bu alan uluslararası ölçekte halen yetersizdir.

Türkiye’de Düzenlenen Fuarların İllere ve Bölgelere Göre Dağılımı

Ülkemizde farklı özellikte farklı tarihlerde çok sayıda fuar açılmaktadır. “Türkiye’de de 2012 yılında gerçekleşecek olan fuarlar hususunda Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) verilerine göre 7 Genel Fuar ve 421 İhtisas Fuarı yapılacaktır” (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği; Fuarlar Müdürlüğü,2012)..TOBB’un 2012 fuar takvimine göre, ülkemizde değişik merkezlerde olmak üzere toplam 428 tane fuar düzenlenmesi hedeflenmektedir.

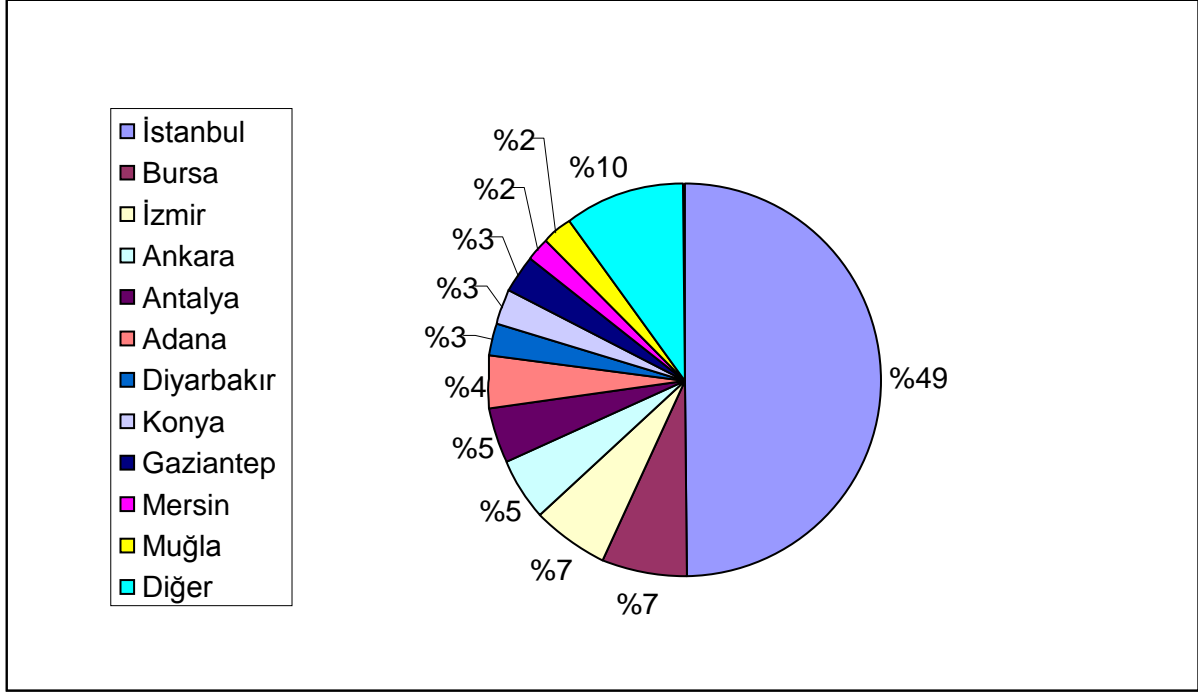
Tablo 2: Türkiye'de Düzenlenen Fuarların İllere Göre Dağılımı (2012)

| ŞEHİRLERE GÖRE FUARLAR | |
|------------------------|-------------|
| ŞEHİR | FUAR SAYISI |
| İstanbul | 213 |
| Bursa | 29 |
| İzmir | 28 |
| Ankara | 21 |
| Antalya | 21 |
| Adana | 17 |
| Diyarbakır | 12 |
| Konya | 12 |
| Gaziantep | 13 |
| Mersin | 9 |
| Muğla | 10 |
| Malatya | 4 |
| Trabzon | 4 |
| Afyonkarahisar | 3 |
| Denizli | 3 |
| Manisa | 3 |
| Samsun | 3 |
| Van | 3 |
| Isparta | 2 |
| Kayseri | 6 |
| Kırklareli | 2 |
| Rize | 2 |
| Tekirdağ | 2 |
| Balıkesir | 2 |
| Edirne | 1 |
| Eskişehir | 1 |
| Kütahya | 1 |
| Yozgat | 1 |
| Toplam | 428 |

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği; Fuarlar Müdürlüğü; Fuar İstatistikleri; <http://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.aspx> (Çevrimiçi; 22.02.2012).

Tablo 2'ye bakıldığında, Türkiye'de 2012 yılında düzenlenen/düzenlenecek olan fuarların 213'ünün İstanbul'da olduğu görülür. Bununla beraber Bursa, İzmir, Ankara, Antalya ve Adana'da da toplam 116 fuarın düzenleneceği ayrıca Diyarbakır, Konya, Gaziantep, Mersin ve Muğla'da toplam 56 fuar düzenlenecektir. Geriye kalan 43 fuar 18 ilde düzenlenmektedir.

Şekil 1: Düzenlenen Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2012)

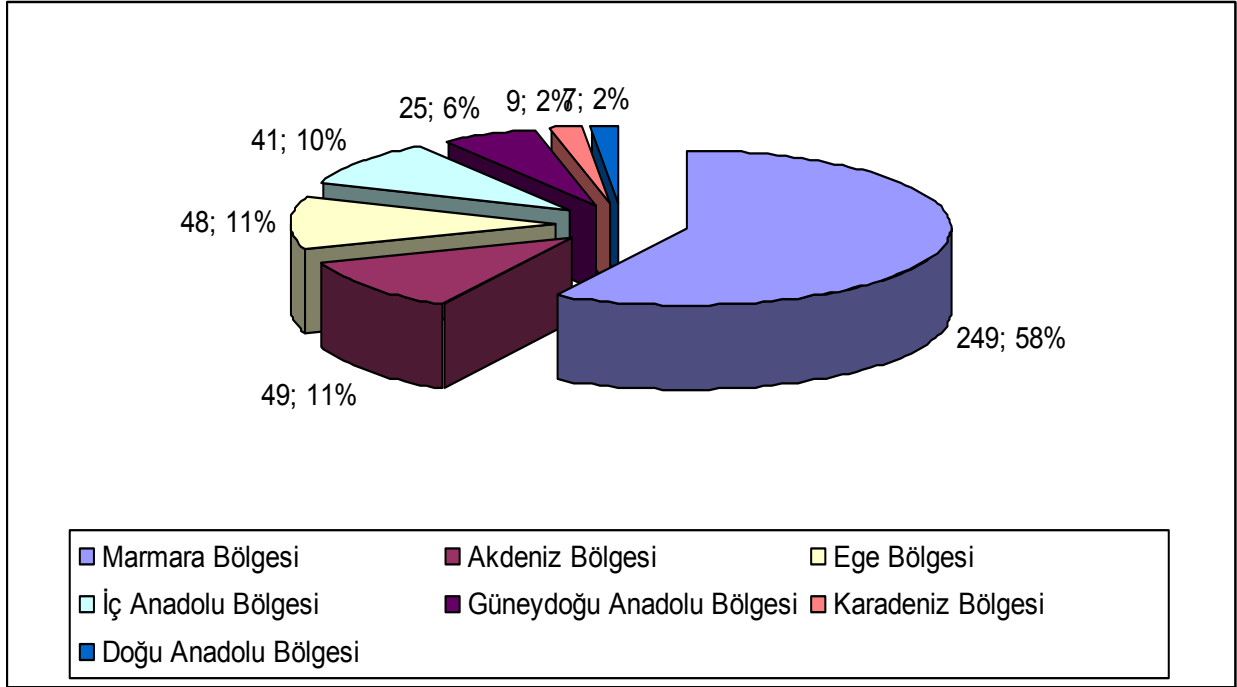


Kaynak: <http://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.aspx>
(Çevrimiçi; 22.02.2012)

Şekil 1’de görüldüğü gibi, ülkemizde 2012 yılında düzenlenen/düzenlenecek fuarların yaklaşık % 49’u İstanbul’da, % 14’ü Bursa ve İzmir’de, % 10’u Ankara ve Antalya’da olmak üzere bu 5 şehirde düzenlenen/düzenlenecek fuarların % 73’ünü kapsamaktadır. Geriye kalan % 27’lik oran 23 şehir arasında paylaşılmaktadır.

İstanbul’da düzenlenen/düzenlenecek fuar sayısı ülkemizde geriye kalan düzenlenen/düzenlenecek 27 şehrin fuar sayısına neredeyse çok yakındır. Bu rakamlar İstanbul’un her bakımdan Türkiye’nin önünde Dünyanın da sayılı şehirleri arasında olduğundan kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda İstanbul, ulusal ve uluslararası olmak üzere Türkiye’nin fuarcılık alanındaki en ileri şehridir. Yapılan araştırmalarda Türkiye’de fuarcılık anlayışının yerinde saydığı ve İstanbul’un ağırlığı oluşturmakta olduğu gözlemlenmektedir

Şekil 2: Düzenlenen Fuarların Bölgelere Göre Dağılımı (2012)



Kaynak: TOBB'un 2012 Yılı Fuar Takvimi'ndeki veriler kullanılarak düzenlenmiştir.

Şekil 2'ye göre, 2012 itibariyle düzenlenen/düzenlenecek fuarların 249 adet ile yaklaşık % 58'si Marmara Bölgesi'ndedir. Bunu 49 adet-% 11 ve 48 adet-%11 ile sırasıyla Akdeniz ve Ege Bölgeleri izlemektedir. İç Anadolu Bölgesi ise 41 fuar ile % 10'luk bir paya, Güneydoğu Anadolu Bölgesi 25 fuar ile % 6'lık paya, Karadeniz Bölgesi 9 fuar ile yaklaşık % 2'lik ve Doğu Anadolu Bölgesi 7 fuar ile yaklaşık % 2'lik paylara sahiptirler.

Şehirlere ve bölgelere göre fuar dağılımına bakıldığında; sanayi ve ticaret anlamında gelişme göstermiş ve yerli-yabancı yatırımcıların yoğunluk kazandığı sahalarda fuar dağılımının fazla olduğu görülmektedir.

Ülke genelinde fuarcılık alanında özellikle Marmara Bölgesi ve hatta İstanbul en önemli merkez olarak göze çarpmaktadır. Bunun böyle olmasındaki en büyük etkenler; İstanbul'un coğrafi konumu, tarihi geçmişi, demografik yapısı, nüfus yoğunluğu, uluslararası arenada tanınmışlığı, yüksek yatırımların varlığı, gelişen sanayi ve ticareti, sosyo-kültürel zenginliği, ulaşım ağının güçlülüğü ve sürdürülebilirliği ve çok çeşitli fonksiyonların bir arada bulunmasıdır.

Bölge genelinde fuarların dağılımında 2 ve 3. sırayı alan Akdeniz ve Ege Bölgesi ise, ülkemizin batı ve güneyinde yer almasına bağlı olarak coğrafi konumları, doğal özellikleri ve beşeri olanakları pek çok avantaj sağlamaktadır. Sanayi, ticaret, turizm ve tarımsal faaliyetler bu bölgeye olan ilgiyi fuarcılık alanında göstermişlerdir. Bu bölgelerde özellikle Adana, Antalya ve İzmir çevreleri dikkat çeken sahalara görülmektedir. Bunlar içinde İzmir fuarcılığın ilk filizlendiği şehir olmasının yanında; yer aldığı bölge içinde Denizli, Manisa, Muğla, Afyon fuarcılık konusunda bir gelişim göstermektedirler.

İç Anadolu Bölgesi Başkent Ankara'nın etkisiyle birlikte Kayseri ve Konya gibi Türkiye ekonomisinde etkili merkezlerin buralarda olması fuarcılık alanında da gelişme göstermişlerdir. Ancak düzenlenen fuar sayısı istenilen sayıda değildir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi ise, düzenlenen fuar sayısı açısından umut veren bir tablo çizmektedir. Karadeniz ve

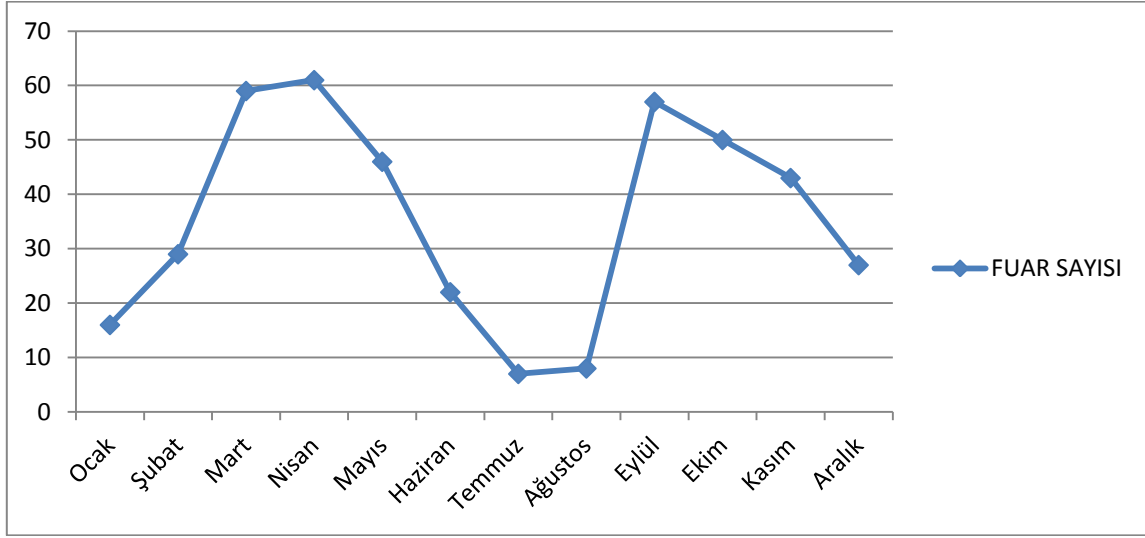
Doğu Anadolu Bölgeleri'nde ise, fuar anlamında etkinlikler oldukça geri kalmış ve yeterli sayıya ulaşmamıştır.

Tablo 3: Düzenlenen Fuarların Aylara Göre Dağılımı (2012)

| AYLARA GÖRE FUARLAR | |
|---------------------|-------------|
| AY | FUAR SAYISI |
| Ocak | 16 |
| Şubat | 33 |
| Mart | 71 |
| Nisan | 66 |
| Mayıs | 41 |
| Haziran | 19 |
| Temmuz | 6 |
| Ağustos | 8 |
| Eylül | 61 |
| Ekim | 45 |
| Kasım | 38 |
| Aralık | 24 |

Kaynak: <http://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.aspx> (Çevrimiçi;21.02.2012).

Tablo 3'e göre ülkemizde düzenlenen fuar organizasyonlarının çoğu Mart, Nisan ve Mayıs ayları ile Eylül, Ekim ve Kasım aylarında olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle ilkbahar ve sonbahar dönemlerinde fuar sayıları artmaktadır. Fuar sayılarının arttığı bu aylarda (mevsimler) hiç kuşkusuz ki, iklim bakımından uygun şartların oluşması ve yaz mevsiminde dinlenme hobisinin devreye girmesi etkili olmuştur. Özellikle temmuz ve ağustos aylarında düzenlenen fuarların azlığı son derece açık olarak görülmektedir. Ayrıca mevsimlere göre fuarlarda sergilenen ürünler aylara göre fuar sayısını da etkilemektedir.

Şekil 3: Düzenlenen Fuarların Aylara Göre Dağılımı (2012)

Kaynak: <http://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.aspx> (21.02.2012)'dan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Bu noktadan hareketle (Şekil 3) Türkiye'de fuarlar genel olarak ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde düzenlenmektedir. Bu mevsimlerde hava koşullarının elverişli olması neden olarak görülebilir. Ayrıca yaz mevsiminin tatil ve izin zamanlarına denk gelmesi fuarlar için dezavantajdır.

Sonuç

Ülkemizdeki geçmişi çok eski olmayan fuarcılığın zaman içinde gelişmeye çalıştığı ve bölgesel anlamda yayılma gösterdiği görülse de henüz istenilen ve beklenen seviyeye gelememiştir.

Türkiye genelinde fuarcılık açısından göze çarpan ilk durum fuarcılık sektörünün çok büyük bir oranının İstanbul'da yoğunlaşmış olduğudur. Bu durum kendine has neden ve sonuçlara sahiptir. Öncelikle çalışmamızda değindiğimiz üzere, İstanbul; coğrafi konumu, tarihi geçmişi, demografik yapısı, nüfus yoğunluğu, uluslararası arenada tanınmışlığı, gelişen sanayi ve ticareti, ekonomik-sosyo-kültürel zenginliği, yaygın ulaşım ağı ve çok çeşitli fonksiyonların bir arada bulunması gibi özellikleriyle öne çıkmıştır. Bu sadece ulusal anlamda değil uluslararası anlamda da böyle kabul edilebilir. En büyük ve en fazla fuar alanının İstanbul'da bulunmasının yanında, fuarcılık anlamında gerek akademik, gerek iş gücü gerekse de finansal bağlamda bir altyapının İstanbul'da yer alması da ayrı bir özellik olarak görülebilir. Metropol olmanın yanında fuarcılık açısından da önemli bir merkez olma yolunda hızla ilerlemektedir.

Fuarcılık etkinliklerinin yurt genelinde aynı ölçüde gerçekleşmediğini görüyoruz. Bu noktada batıdaki merkezlerin ekonomik ve sosyal seviyesinin yüksek olması, iş hacminin ve yatırımların buralarda fazlalığı; kısacası sermayenin batıda yoğunlaşması, fuarcılık üzerine yapılan etkinliklerin batıda daha yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu etkinliklerin yoğunluğu gözle görülür biçimde yeni fuar alanları ve sergi salonlarının açılmasından veya düzenlenen fuar sayılarından da anlaşılabilir hale gelmektedir.

Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri'nde fuar sayılarının nispeten az olması fuarcılığın bu bölgelerde desteklenmesi ve geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bunun için yapılması gerekenler, yerelde daha güçlü birlikler ortaya çıkarmak, fuar organizatörlerinin

bu bölgelerde etkinlik gerçekleştirmesini teşvik etmek, altyapı yatırımları ile il ve hatta ilçeleri desteklemek gerekmektedir.

KAYNAKÇA

AYMANKUY, Y., 2010, *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*, Detay Yayıncılık, Ankara.

ÇEKİÇ, M., 2009, “Pazarlama Faaliyetleri İçinde Fuarlar – Endüstri Kuruluşlarının Fuarlara Yönelik Tutumları ve Madencilik Sektöründe Uygulama”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir.

Cnr Holding, Cnr Expo Center, Cnr Expo Hakkında;
http://www.cnrexpo.com/tr_cnrexpo.asp (Çevrimiçi; 14.10.2012)

DOĞANAY, H., 1994, *Türkiye Ekonomik Coğrafyası*, Atatürk Üniversitesi Yayınları No: 767, Erzurum.

SARIÇAY, Ş., 2012, “Türkiye’de Fuarçılık ve Yapılması Gerekenler”, *SOİD – Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Yıl: 8 – Sayı: 1, S: 49-57, İzmir.

SÜLÜN, U., 2006, “İhracatın Geliştirilmesinde Fuar, Sergi ve Panayırlara Yönelik Mali Teşviklerin Etkinliği (1990–2005 Dönemi Analizi)”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Mali Hukuk Programı, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Fuarlar Müdürlüğü, 2012, Fuar İstatistikleri,
<http://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.aspx>; (Çevrimiçi; 08.10.2012)

Türkiye Fuar Yapımcıları Derneği, 2012, Fuar Merkezleri Listesi,
<http://www.tfyd.org.tr/fuarmerkezleri.htm> (Çevrimiçi; 08.10.2012)

Tüyap Fuarçılık, 2012, Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi; Fuar Alanı Bilgileri;
http://www.tuyap.com.tr/tr/index.php?main=m_beylikduzu_hakkinda&left=1_beylikduzu&fbid=1 , (Çevrimiçi: 08.10.2012).