



Türkiye Fuarcılık Sektörü **Raporu** **2019**

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ.....	2
2. DÜNYADA FUARCILIK SEKTÖRÜ.....	2
3. TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜ.....	5
3.1. Türkiye Genelinde Düzenlenen Fuarların Nitelikleri	5
3.2. Türkiye'deki Fuar Alanları ve Kapasiteleri	7
3.3. İstanbul'un Türkiye Fuarcılık Sektöründeki Yeri	7
3.4. Türkiye'de Fuar Düzenleyicileri	8
4. TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI.....	9
4.1. Aynı alana yönelik çok sayıda fuar düzenlenmesi	10
4.2. Fuar alanlarının yetersizliği	10
4.3. Mevcut fuar alanlarının, fuar organizatörlüğü yapan işletmeler tarafından işletilmesi	10
4.4. Fuarlara konu olan sektördeki mesleki birliklerin tutumları	12
5. SONUÇ.....	13

TÜRKİYE FUARCILIK SEKTÖRÜ RAPORU

1. GİRİŞ

Fuarcılık sektörü, oluşturduğu doğrudan ve dolaylı ticari potansiyelle tüm dünyada büyüme trendini sürdürüyor. Küresel Fuar Endüstrisi Birliği (UFI)'nin açıkladığı rakamlara göre tüm dünyada düzenlenen fuarların yıllık ekonomik büyüklüğü 137 milyar doları bulmaktadır. Doğrudan ve dolaylı olarak 3,2 milyon kişiye istihdam sağlayan dünya fuarcılık endüstrisi, 325 milyar dolarlık iş hacmine de aracılık etmektedir.

Türkiye'de ise fuarlar konusunda yetkili kurum olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından açıklanan verilere göre; sadece 2018 yılında düzenlenen fuarlar kapsamında 22.854.137 uluslararası ve şehirlerarası ziyaretçi ağırlanmıştır. En çok para harcayan turist statüsünde olan uluslararası fuar ziyaretçilerinin Türkiye için oluşturduğu katma değer; bir ziyaretçinin ortalama 1.100 dolar harcama yaptığı düşünüldüğünde, yaklaşık olarak 800 milyon dolar gibi bir hacme ulaşmaktadır. Bu rakama, katılımcı firmaların harcadığı bedel ise dahil değildir.

Yurtdışından Türkiye'deki fuarlara katılan firmaların satın aldığı metrekarenin 2018 yılında 173.548 olarak gerçekleşmiş olduğu düşünüldüğünde, fuarcılık sektörünün oluşturduğu turizm gelirlerinin yanı sıra ülke ihracatına da önemli bir katkı sunduğu görülmektedir. Çünkü birçok sektörü besleyen ve canlı tutan fuarcılık sektörü, aynı zamanda küçük ve orta ölçekli firmaların yurtdışı pazarlarına ulaşmasının da tek yoludur.

Türkiye'de düzenlenen fuarlar arasında uluslararası ihtisas fuarlarının en büyük potansiyeli oluşturduğu, bu raporun ilerleyen bölümlerindeki verilerden anlaşılacaktır. Halihazırda Türkiye'de düzenlenen fuarların yüzde 40'tan fazlasına ev sahipliği yapan İstanbul, coğrafi konumu, sosyo-ekonomik koşulları, tarihi geçmişi ve ulaşım imkanları nedeniyle bu ihtisas fuarlarında, dünyanın sayılı fuarcılık merkezlerinden biri olma potansiyelini bünyesinde taşımaktadır.

2. DÜNYADA FUARCILIK SEKTÖRÜ

Küresel Fuar Endüstrisi Birliği (UFI) tarafından açıklanan 2019 verilerine göre; dünyada her yıl yaklaşık 32.000 fuar düzenlenmektedir. 4.5 milyon firmanın stant açtığı bu fuarlara, 303 milyondan fazla ziyaretçi katılım göstermektedir.

Ufi verilerine göre; katılımcı ve ziyaretçilerin bir araya gelerek harcadığı miktarla birlikte, bu fuar endüstrisinin yıllık ekonomik büyüklüğü 137 milyar ABD dolarını bulmaktadır.

Doğrudan ve dolaylı olarak 3,2 milyon kişiye istihdam sağlayan dünya fuarcılık endüstrisi, 325 milyar dolarlık iş hacmine de aracılık etmektedir.

Aşağıdaki tabloda (Tablo 1) 2011 ve 2017 yılında dünyadaki fuar alanı sayısı ve bunların toplam kapalı alan büyüklükleri sunulmaktadır.

Tablo 1: Dünyadaki Fuar Alanı Sayısı ve Toplam Alan Büyüklüğü		
Yıl	2011	2017
Fuar Alanı Sayısı	1.198	1.217
Alan Büyüklüğü (milyon m ²)	32,3	34,7
<i>Kaynak: Ufi, World Map Of Exhibition Venues, 2017</i>		

Tablo 1’de de görüldüğü üzere dünya çapında fuar alanı sayısı ve toplam alan büyüklüğü artış trendindedir. 2011 yılından 2017 yılına kadar olan dönemde fuar alanı sayısı yaklaşık yüzde 1,6, toplam alan büyüklüğü ise yaklaşık yüzde 7,5 oranında artış göstermiştir.

Söz konusu fuar alanlarının 2017 verileri doğrultusunda bölgesel bazda dağılımı ve metrekareleri aşağıdaki tabloda (Tablo 2) verilmiştir.

Tablo 2: Fuar Alanlarının Metrekare ve Sayısal Bazda Bölgesel Dağılımı (2017)		
BÖLGE	Fuar Alanı Sayısı	Toplam Metrekare (milyon m ²)
Dünya Geneli	1.217	34.7
Avrupa	499	15.7
Asya-Pasifik	205	8.23
Kuzey Amerika	394	8.17
Orta Doğu-Afrika	59	1.4
Orta-Güney Amerika	60	1.2
<i>Kaynak: Ufi, World Map Of Exhibition Venues, 2017</i>		

Ufi verileri çerçevesinde hazırlanan bu tabloya (Tablo 2) göre; dünyadaki fuar alanlarının yarısına yakını Avrupa’da bulunmaktadır. Fuar alanı sayısında Avrupa’yı sırasıyla Kuzey Amerika, Asya-Pasifik bölgesi, Orta-Güney Amerika ve Orta Doğu-Afrika bölgesi takip etmektedir. Ancak metrekare bazında sıralama değişmektedir. Avrupa, fuar alanı sayısında olduğu gibi metrekare bazında da dünyada ilk

sırada yer almaktadır. Ancak 394 fuar alanında sahip Kuzey Amerika 8.17 milyon metrekare kapalı alanıyla, 205 fuar alanına sahip Asya-Pasifik bölgesinin gerisinde kalmaktadır. Çünkü Asya-Pasifik bölgesinde, fuar alanı sayısının aksine alan metrekareleri yüksektir ve bu da bölgeyi, 8.23 milyon metrekareyle Avrupa'dan sonra ikinci sıraya taşımaktadır. Orta Doğu-Afrika ve Orta-Güney Amerika bölgeleri ise fuar alanı sayısında olduğu metrekare bazında da hemen hemen aynı seviyelerde yer almaktadır.

Söz konusu veriler, geçmiş yıllarla kıyaslandığında dünya genelinde fuar alanlarının büyüklüğünün artmakta olduğu görülecektir. Ayrıca bu artışta en büyük paya sahip bölgenin Asya-Pasifik bölgesi olduğu ve Avrupa'nın lider konumunu korumakla birlikte payının giderek azaldığı da dikkat çekecektir.

Son olarak Tablo 3'te 2017 yılı itibarıyla dünya üzerinde 200.000 metrekareden fazla toplam fuar alanına sahip olan 15 ülkenin verileri bulunmaktadır.

Tablo 3: Fuar Alanlarının Ülkeler Bazında Dağılımı (2017)			
Ülke	Alan Sayısı	Alan Büyüklüğü (m ²)	Küresel Payı (%)
ABD	326	6.850.426	19,7
Çin	110	5.573.724	16,5
Almanya	60	3.228.020	9,3
İtalya	43	2.304.748	6,6
Fransa	93	2.245.311	6,5
İspanya	44	1.526.319	4,4
Kanada	34	840.376	2,4
Brezilya	31	788.011	2,3
Rusya	28	768.276	2,2
Hollanda	42	709.701	2
İngiltere	31	668.248	1,9
Türkiye	20	602.030	1,7
İsviçre	13	495.798	1,4
Meksika	34	480.088	1,4
Polonya	19	473.341	1,4

Kaynak: Ufi, World Map Of Exhibition Venues, 2017

Tablo 3'te de görüldüğü üzere ABD, Çin, Almanya, İtalya ve Fransa olmak üzere 5 ülke dünya çapındaki kapalı fuar alanlarının büyüklük bakımından yaklaşık yüzde 60'ına sahip bulunmaktadır.

Fuar alanı büyüklüğü bakımından yüzde 16,5 pay ile ikinci sırada yer alan Çin, küresel pazarda giderek öne çıkan bir oyuncudur. Dünya genelinde birçok fuarın merkezi olarak görülen Almanya, ABD ve Çin'in ardından alan büyüklüğü bazında üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye ise 2017 yılında metrekare bazında dünyada 12. sırada yer almaktadır.

3. TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜ

3.1. Türkiye Genelinde Düzenlenen Fuarların Nitelikleri

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) verilerine göre Türkiye genelinde düzenlenen toplam fuar sayısı özellikle 2013-2018 yılları arasında önemli oranda artış göstermiştir. 2013 yılında toplam 407 fuar düzenlenmiştir. Bu fuarların 281 ulusal, 126'sı uluslararası niteliktedir. 2018 yılında ise düzenlenen toplam fuar sayısı 499'a ulaşmıştır. Bu fuarların da 370'i ulusal, 129'u uluslararası niteliktedir (Tablo 4).

Tablo 4: Türkiye'deki Fuarların Türlerine ve Niteliklerine Göre Dağılımı (2012-2018)					
Yılı	Ulusal		Uluslararası		Düzenlenen Toplam Fuar
	Genel Fuar	İhtisas Fuarı	Genel Fuar	İhtisas Fuarı	
2012	9	285	1	114	409
2013	6	275	1	125	407
2014	6	287	1	112	406
2015	7	283	1	128	419
2016	5	297	1	123	426
2017	9	339	1	126	475
2018	4	366	1	128	499

Kaynak: TOBB

TOBB verileri doğrultusunda hazırlanan Tablo 4'e bakıldığında; Türkiye'de düzenlenen fuarlar içerisinde ihtisas fuarlarının öne çıktığı görülmektedir. Türkiye'de genel fuarlar, düzenlenen toplam fuar sayısı içerisinde küçük bir paya sahiptir ve bu pay gün geçtikte azalmaktadır. İhtisas fuarları ise Türkiye'de düzenlenen fuarların yaklaşık yüzde 98'ini oluşturacak seviyeye ulaşmıştır.

Fuarların nitelik bazında gelişimi incelendiğinde ise özellikle uluslararası ihtisas fuarlarının sayısında önemli bir artış olduğu görülmektedir. Bu gelişme, Türkiye'de düzenlenen uluslararası ihtisas fuarlarının, tüm fuarlar içindeki payının yüzde 15'lerden yüzde 30'lara çıkmasını sağlamıştır.

Tablo 5: Türkiye'deki Tüm Fuarların Gelişimi (2012-2018)

Yılı	Fuar Sayısı	Katılımcı Sayısı Toplam	Ziyaretçi Sayısı Toplam	Stant Alanı (m2) Toplam
2012	409	63.076	15.894.454	2.811.103
2013	407	60.520	15.500.048	2.835.308
2014	406	63.266	15.006.518	3.048.108
2015	419	62.786	16.831.764	3.036.083
2016	426	66.691	17.841.871	3.256.259
2017	475	60.013	21.719.714	3.243.919
2018	499	66.708	22.854.137	3.534.649

Kaynak: TOBB

Tablo 6: Türkiye'deki Uluslararası Fuarların Gelişimi (2012-2018)

Yılı	Uluslararası Fuar Sayısı	Uluslararası Katılımcı Sayısı	Uluslararası Ziyaretçi Sayısı	Uluslararası Stant Alanı (m2)
2012	115	35.352	6.981.007	1.601.771
2013	126	36.952	7.063.589	1.705.120
2014	113	36.211	6.795.254	1.695.345
2015	129	36.820	7.141.538	1.708.123
2016	124	34.587	7.025.829	1.691.704
2017	127	30.304	6.525.564	1.580.290
2018	129	34.606	6.919.294	1.708.182

Kaynak: TOBB

Türkiye'deki büyük ölçekli fuarlar, ağırlıklı olarak uluslararası fuarlardan oluşmaktadır. Tablo 5 ve Tablo 6 beraber incelendiğinde; Türkiye'deki uluslararası fuarların, genel parametreler bakımından tüm fuarların oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Örneğin; 2012-2018 döneminde tüm fuarlarda fuar başına ortalama katılımcı sayısı 126 - 157 aralığında iken uluslararası fuarlarda 239 - 320 aralığındadır.

Fuar başına ortalama ziyaretçi sayısı tüm fuarlarda 36.962 - 45.800 aralığında iken uluslararası fuarlarda 51.382 - 60.704 aralığındadır. Fuar başına ortalama stant alanı ise tüm fuarlarda 6.829 - 7.644 m2 aralığında iken uluslararası fuarlarda 12.443 - 15.003 m2 aralığındadır. Bu veriler, uluslararası fuarların ilgili parametrelere katkısının ulusal fuarlardan oldukça fazla olduğunu göstermektedir.

3.2. Türkiye'deki Fuar Alanları ve Kapasiteleri

Türkiye'de fuarlar konusunda yetkili kurum olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'dir. Türkiye'de düzenlenen fuarların yarısından fazlası da TOBB listesine alınmış fuar merkezlerinde gerçekleştirilmektedir. Bu listeye göre, Türkiye'de 20 ile dağılmış şekilde, kapalı alan büyüklüğü 5.000 m²'nin üzerinde olan toplam 33 adet fuar merkezi bulunmaktadır. Bu fuar merkezlerinin toplam alan büyüklüğü 712.644 m²'dir ve bunların yüzde 38'lik kısmı İstanbul'da yer almaktadır.

TOBB listesinde yer alan fuar merkezlerinin arasında, fuar ya da benzeri etkinlikler düzenlenmek üzere inşa edilen yapıların yanı sıra kongre merkezleri ve oteller de bulunmaktadır. **Söz konusu listedeki fuar merkezleri arasında en büyük kapalı alana sahip olan ilk beş fuar merkezi sırasıyla;**

1. Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi, **2.** İstanbul Fuar Merkezi, **3.** Fuar İzmir, **4.** KTO Tüyap Konya Fuar Merkezi, **5.** Antalya Fuar Merkezi/Tüyap Bursa Fuar ve Kongre Merkezi'dir.

Bu fuar merkezlerinden sadece Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi, 100.000 m² üzeri kapalı alana sahip olup Türkiye'deki toplam fuar alanlarının yaklaşık yüzde 17'sini temsil etmektedir.

20.000 ile 100.000 m² kapalı alana sahip alanlardan oluşan orta ölçekli fuar merkezleri ise Türkiye'deki toplam fuar merkezlerinin yüzde 55,66'sını temsil etmektedirler. TOBB listesindeki 24 fuar merkezi ise 20.000 m²'nin altında alana sahiptir.

3.3. İstanbul'un Türkiye Fuarcılık Sektöründeki Yeri

Türkiye fuarcılık sektörü bakımından İstanbul'un yeri ve önemi, fuar alanlarının ve düzenlenen fuarların coğrafi dağılımı incelendiğinde açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Tablo 7'de Türkiye genelinde düzenlenen toplam fuarlar ile İstanbul'da düzenlenen fuarların oranlaması bulunmaktadır.

Tablo 7: Türkiye'de Düzenlenen Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2018)			
	Türkiye	İstanbul	Türkiye Geneline Oranı (%)
Fuar Sayısı	499	201	40,28
Katılımcı Sayısı	66.708	38.348	57,49
Ziyaretçi Sayısı	22.854.137	6.010.379	26,30
Kiralanan Toplam Stant (m2)	3.534.649	1.726.727	48,86
<i>Kaynak: TOBB</i>			

TOBB verileri çerçevesinde hazırlanan bu tabloya göre; Türkiye’de gerçekleştirilen tüm fuarlar bakımından İstanbul’un payı fuar sayısı, katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve kiralanan stant alanı bakımından sırasıyla yüzde 40, yüzde 57, yüzde 26 ve yüzde 49 civarındadır. Uluslararası fuarlar bakımından ise aynı parametreler için İstanbul’un payı yüzde 74, yüzde 77, yüzde 75 civarındadır.

Tablo 8’de ise İstanbul’da yer alan belli başlı fuar merkezlerinin detayları yer almaktadır. Söz konusu verilerden de anlaşılacağı üzere, Türkiye’nin fuarcılık alanında en önemli merkezi olan İstanbul’da, geniş katılımlı uluslararası fuarların düzenlenebileceği fuar alanı sayısı sadece 2’dir. Diğer alanlar daha küçük çaplı etkinlikler için tercih edilmektedir.

Tablo 8: İstanbul’daki Fuar Merkezlerine İlişkin Bilgiler (2017)			
Fuar Merkezi	Alan Türü	Kapalı Alan (m2)	Salon Sayısı
100.000 m2 üzeri			
Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi	Fuar Merkezi	120.000	14 Salon
20.000-100.000 m2 arası			
İstanbul Fuar Merkezi	Fuar Merkezi	96.754	11 Salon
5.000-20.000 m2 arası			
Pullman Convention Center	Otel	16.000	7 Salon
İstanbul Kongre Merkezi	Kongre Merkezi	14.576	5 Salon
Sütlüce Haliç Kongre ve Kültür Merkezi	Kongre Merkezi	9.200	7 Salon
Lütfi Kırdar Kongre Merkezi Rumeli Sergi Salonu	Kongre Merkezi	10.000	2 Salon
Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Merkezi	Otel	5.150	4 Salon
<i>Kaynak: TOBB</i>			

3.4. Türkiye’de Fuar Düzenleyicileri

TOBB’un 2019 fuar düzenleyicileri listesinde 248 firma yer almaktadır. Ancak bu firmaların sadece bir kısmı her yıl fuar düzenlemektedir. Bazı firmalar 2-3 yıllık periyotlarla fuar düzenlerken, bazı

firmalar yetki belgesi almalarına rağmen, ekonomik, organizasyonel veya alan tahsis sorunları nedeniyle fuarlarını iptal etmek zorunda kalmaktadır.

TOBB verilerinde; 2018 yılında 172 organizatör şirketin 499 fuar düzenlediği, 2019 yılında ise 161 organizatör şirketin 485 fuar düzenlediği açıklanmıştır.

Türkiye’de fuar düzenleme yetki belgesine sahip şirketlerin sayısı 2010-17 yılları arasında artış göstermiştir. Bu durum, fuar düzenleyiciliği pazarına giriş için yasal engellerin görece düşük olmasına bağlanmaktadır. Bununla birlikte, fiilen fuar düzenleyen şirketlerin sayısı yıllar itibarıyla yetki belgesine sahip düzenleyici sayısının yaklaşık yüzde 70’i düzeyinde kalmıştır.

Tablo 9: Fuar Düzenleme Yetki Belgesine Sahip ve Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı (2010-2017)

Yıl	Yetki Belgesi Alan Şirket Sayısı	Yetki Belgesi Geçerliliğini Yitiren Şirket Sayısı	Yetki Belgesine Sahip Olan Toplam Şirket Sayısı	Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı	Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı/Yetki Belgesine Sahip Olan Şirket Sayısı (%)
2010	13	18	151	110	72,85
2011	20	7	159	121	76,10
2012	26	6	168	124	73,81
2013	15	6	182	126	69,23
2014	19	12	191	138	72,25
2015	26	12	200	147	73,50
2016	28	15	213	146	68,54
2017	30	14	228	163	71,49

Kaynak: TOBB

4. TÜRKİYE’DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI

Raporun ilk iki bölümünde fuarcılık sektörünün dünyadaki gelişimi ve Türkiye’deki durumu ortaya koyulmuştur. Verilerden de anlaşılacağı üzere sektör dünya genelinde ve Türkiye’de gelişimini sürdürmektedir.

Türkiye’nin dünya fuarcılık sektörü açısından taşıdığı potansiyel çok yüksektir ancak kronikleşmiş bazı sorunlar, hem ülkemizin bu potansiyelinin ortaya çıkmasını hem Türkiye’de düzenlenen fuar projelerinin uluslararası arenada kabul edilebilirliğini sekteye uğratmaktadır. ***Türkiye fuarcılık sektörünün sorunlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;***

4.1. Aynı alana yönelik çok sayıda fuar düzenlenmesi

Türkiye'de fuarcılık sektörünün en büyük sorunlarından bir tanesi aynı alana yönelik çok sayıda fuarın yapılmasıdır. Bu fuarların birbirine yakın tarihlerde ve mekanlarda yapılması ise sorunu daha da büyütmektedir.

Bu tarz yapılanmalar, fuarlarda stant açan katılımcı firmaların ve hedef ziyaretçi kitlesinin bölünmek zorunda kalmasına yol açmaktadır. Katılımcı ve ziyaretçilerin, aynı konuda düzenlenen tüm etkinliklere katılımı haline ise ciddi bir ekonomik yük altına girmelerine ve daha verimsiz fuarlarla karşılaşmalarına yol açmaktadır.

Fuarların, uygun zaman aralıkları ve mekanlarda, söz konusu alandaki tüm tarafları en uygun koşullarla bir araya getirmesi halinde tüm taraflar için verimli ve kabul edilebilir hale geleceği unutulmamalıdır. Bu tür fuarlar, hem düzenlendiği sektöre hem de ülkeye çok daha büyük katkılar sağlayacaktır.

4.2. Fuar alanlarının yetersizliği

Türkiye'de fuarcılığın gelişiminin önündeki en büyük engellerden biri de nicelik ve nitelik bazında gelişmiş fuar merkezlerinin yetersizliğidir. Türkiye'de 5.000 m² ve üzeri büyüklüğe sahip fuar alanı sayısı 33'tür. Bu alanlardan sadece biri 100.000 m²'nin üzerindedir. Örneğin; Türkiye'de düzenlenen fuarların yüzde 40'ından fazlasına ev sahipliği yapan İstanbul'da, 20.000 metrekarenin üzerinde alana sahip fuar merkezi sayısı sadece 2'dir.

Türkiye'deki mevcut fuar alanlarının büyüklükleri, özellikle büyük hacimli ürünlerin sergileneceği fuarlar için yetersiz kalmaktadır. Aynı zamanda fuar düzenlenebilecek mevcut alanlar listesinde yer alan bazı merkezlerin ise fiziksel nitelikleri bakımından fuar düzenlenmesine uygun olmadığı bilinmektedir. Bu tür sorunlar; bazı alanlarda hiç fuar yapılamamasına, mevcut fuarın zaman içinde büyümemesine veya bazı fuarların tam olarak uygun olmayan düşük nitelikli alanlarda yapılmasına neden olmaktadır.

4.3. Mevcut fuar alanlarının, fuar organizatörlüğü yapan işletmeler tarafından işletilmesi

TOBB listesinde yer alan Türkiye'deki fuar merkezlerinin önemli bir bölümü, aynı zaman fuar organizatörlüğü yapan özel şirketler tarafından işletilmektedir. Aşağıdaki tabloda İstanbul'daki fuar merkezlerinin ve işletmecilerinin bilgileri yer almaktadır (Tablo 10). Bu tabloda da görülebileceği gibi İstanbul'un, hatta Türkiye'nin en büyük iki fuar salonu aynı zamanda fuar organizatörlüğü yapan iki işletmenin yönetiminde bulunuyor.

Tablo 10: İstanbul'daki Fuar Merkezlerinin Alan İşletmeciliğine İlişkin Bilgiler (2017)

Fuar Merkezi	Alan m ²	Alan Sahibi	Alan İşletmecisi
100.000 m² üzeri			
Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi	120.000	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
20.000-100.000 m² arası			
İstanbul Fuar Merkezi 1-8 Nolu Salonlar	81.754	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.	CNR Uluslararası Fuarcılık ve Tic. A.Ş.
İstanbul Fuar Merkezi 9-11 Nolu Salonlar	15.000	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.
5.000-20.000 m² arası			
Pullman Convention Center	16.000	Ersa İnş. Proje Turizm San. ve Tic. A.Ş.	Ersa İnş. Proje Turizm San. ve Tic. A.Ş.
İstanbul Kongre Merkezi	14.576	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Fine Ekopark Maçka Adi Ortaklığı
Sütlüce Haliç Kongre ve Kültür Merkezi	9.200	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Haliç Kongre Merkezi İşletmeleri A.Ş.
Lütfi Kırdar Kongre Merkezi Rumeli Sergi Salonu	6.000	UKTAŞ Uluslararası Kongre Sarayı Tesisleri İşletmeciliği	UKTAŞ Uluslararası Kongre Sarayı Tesisleri İşletmeciliği Tic. A.Ş.
Feshane Fuar Kongre ve Kültür Merkezi	5.400	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	BELTUR A.Ş.
Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Merkezi	5.150	Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Yatırımları	Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Yatırımları Tic. A.Ş.
<i>Kaynak: TOBB</i>			

Bu şirketler, kendi bünyelerinde kurdukları çok sayıda organizasyon şirketiyle mevcut alanları öncelikle kendi fuar organizasyonları için değerlendirmekte, sadece kendi fuarlarından kalan boşluklarda diğer organizatörlere alan tahsis edebilmektedir. Bu da alan sahibi olmayan organizatörler için ciddi bir haksız rekabet ortamı oluşturmaktadır.

Haksız Rekabet Oluşturan Başlıklar:

- **Rekabet Güçlüğü:** Öncelikle, alan işletmeciliğinin getirdiği pazar gücüyle rekabet edebilmek, diğer organizatörler için son derece güç olmaktadır. Zira söz konusu alan işletmecisi şirketler, kendi organizasyonlarında tüm giderlerini optimum düzeyde tutabilme imkanına sahiptirler. Buna bağlı olarak da katılımcılarına en uygun koşullarda stant kiralaması yapabilmektedirler. Ancak alan kiralaması yapmak zorunda olan diğer organizatörler, yüksek alan kiralaları ve yan hizmetlere yönelik zorunlu yükümlülükler nedeniyle ciddi maddi giderlerle karşılaşmaktadır. Bu da rakipleriyle rekabet edebilmelerini ve katılımcılarına uygun şartlarda kiralama yapmalarını engellemektedir.
- **Alan Tahsis Sorunları:** Türkiye'deki alan işletmecileri, özellikle de büyük fuarların yapılabileceği uygun fuar merkezlerinin işletmecileri, alan tahsisinde önceliği kendi şirketlerine tanımaktadır. Çok sayıda şirketi ve fuarı bünyesinde barındıran bu işletmeciler, hem tarih hem de salon açısından kendi müsaitlikleri çerçevesinde diğer organizatörlere yer verebilmektedir. Örneğin; Tüyap'ın 2020 yılı için açıkladığı fuar takviminde 28 fuar organizasyonu yer almaktadır. Bu fuarların 14'ü Tüyap tarafından, 1'i de Tüyap ortaklığında organize edilmektedir. Tüyap Fuar Merkezi'nde düzenlenen diğer 13 fuar, kiracı statüsündeki 6 fuar organizatörü tarafından gerçekleştirilmektedir. İstanbul Fuar Merkezi'nin 1-3-4-5-6-7-8'ci salonlarının işletmecisi olan CNR, 2020 fuar takviminde 35 fuar organizasyonun yapılacağını duyurmuştur. Bu fuarların 31'i CNR bünyesindeki fuar şirketleri tarafından organize edilmektedir. Kalan 4 fuar organizasyonu, yabancı menşeli 2 farklı organizasyon şirketi tarafından gerçekleştirilecektir. İstanbul Fuar Merkezi'nin 2-9-10-11'ci salonlarını işleten İDTM ise, 2020 yılında 30 farklı şirket tarafından 33 fuar düzenleneceğini açıklamıştır.

Alan tahsisindeki bu sorunlar nedeniyle, Türkiye'deki birçok fuar ya uygun olmayan alanlarda ve koşullarda yapılmakta ya da hiç yapılamamaktadır.

- **Yan Hizmetlerle İlgili Zorunlu Yükümlülükler:** Alan işletmecileri, diğer organizatörlere alan sağlarken fuar süresince ihtiyaç duyulan yan hizmetler için "anlaşmalı kurumlar" şartı koymaktadır. Organizatörler, alan kiralayabilmek adına yan hizmetlerini alan işletmecisinin bünyesindeki şirketlerden veya anlaşmalı olduğu şirketlerden almayı kabul etmek zorunda kalmaktadır. Bu durum, organizatörlerin daha uygun koşullarda ve niteliklerde hizmet almasını engellemekte, organizatörleri söz konusu şirketlerin kurallarını kabullenmeye zorlamaktadır.

4.4. Fuarlara konu olan sektördeki mesleki birliklerin tutumları

Fuarcılık sektöründe mesleki birliklerin destekleri önemli bir yere sahiptir. Organizatörler, fuar düzenlerken katılımcı ve ziyaretçi bazında daha yüksek katılım ve kabul edilebilirlik sağlamak için

mümkün olduğunca o alandaki STK ve mesleki birliklerle işbirliği yapmaya yönelir. Ancak bu mesleki birlikler, zaman zaman aldıkları çeşitli kararlar ve gerçekleştirdikleri eylemlerle fuarcılık sektörünün sağlıklı gelişimini engelleyebilmektedirler.

Sadece birliğin belirlediği bir fuara katılma kararı alarak üyelerinin üzerinde baskı oluşturmak ve seçim özgürlüklerine müdahale etmek ya da organizatörlerden, makul sınırların üzerinde taleplerde bulunmak ve bunlar yerine getirilmediğinde üyelerini başka fuar ve organizatörlere yönlendirerek mevcut fuarların yapılmasını engellemeye çalışmak bu tür eylem ve kararlardan bazılarıdır.

5. SONUÇ

Dünyada fuarcılığın gelişimi ve büyümesi Avrupa'dan Asya-Pasifik bölgesine doğru kaymaktadır. Ortadoğu coğrafyasında ise özellikle Dubai, fuarcılık alanında son yıllarda giderek büyüyen bir ivme kazanmıştır. Bugün birçok fuar organizasyonu için tercih edilen Dubai, oysa Türkiye'den çok sonra fuarcılık sektörüne adım atmıştır. İstanbul gibi özel bir coğrafyaya ve sosyo-kültürel yapıya sahip olmamasına rağmen fuarcılıkta bu kadar hızlı büyüme göstermesinin nedeni, gelişmiş fuar alanlarına ve kucaklayıcı bir yapıya sahip olmasıdır.

Türkiye ise sahip olduğu son derece ciddi potansiyele rağmen, fuarcılık sektöründeki kontrolsüz ve denetimsiz mevcut yapı nedeniyle büyüüp gelişememekte, ihtisas fuarlarının merkezi olma potansiyelinden uzaklaşmaktadır.

Yukarıda Türkiye'de fuarcılık sektörüyle ilgili temel bazı sorunları sıraladık. Bu sorunlara eklenebilecek elbette daha pek çok sorun mevcuttur. Ancak ele aldığımız sorunlar, halihazırda sektörün gelişiminin önündeki en temel ve önemli sorunlardır ve bu sorunlar çözülmeden diğer sorunları değerlendirebilmek ve çözüme kavuşturabilmek son derece güçtür.

Türkiye'de fuarcılık sektörünün ihracata ve istihdama yaptığı katkı göz ardı edilmemeli; tüm fuar yapımcılarının eşit koşullarda gelişeceği şartların oluşturulması gerekmektedir.