

## İZMİR İLİNİN İHTİSAS FUARLARI BAKIMINDAN ARZ POTANSİYELİ VE MEVCUT DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİ

SUPPLY POTENTIAL OF İZMİR IN TERMS OF FAIRS ON  
SPECIALIZATION AND AN OVERALL EVALUATION OF THE PRESENT  
SITUATION

---

Yrd. Doç. Dr. Boran TOKER, Akdeniz Üniversitesi, Alanya İşletme Fakültesi,  
Turizm İşletmeciliği Bölümü, borantoker@hotmail.com

### ÖZET

Fuarlar, farklı ülkelerden alıcı ve satıcıların bir noktada buluştuğu ticaret geliştirme merkezleridir. Ürün ve hizmetlerin tanıtım ve pazarlamasında reklam, kişisel satış ve diğer satış arttırıcı faaliyetler yanında fuarlar büyük bir öneme sahiptir. Rekabetin arttığı ve yeni teknolojilerin hızla geliştiği günümüzde çok sayıda işletmenin içinde yer aldığı ve çok sayıda ürünün söz konusu olduğu pazarlar ortaya çıkmıştır. Bunun bir sonucu olarak ticari fuarlar, özellikle ihtisas fuarları büyük bir öneme sahip olmuştur. Bu çerçevede, çalışmada İzmir'in ihtisas fuarcılığı alanındaki durumu incelenmiş ve elde edilen bilgi ve veriler değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fuar, İhtisas Fuarı, İzmir

### ABSTRACT

Fairs are trade development centres acting as meeting points for buyers and suppliers from different countries. Apart from advertising, personel sales and other sales increasing ways, fairs are great importance for the promotion and marketing of the products and services. In recent years, the competition gets harder and new technologies are invented quickly, so there are lots of new markets, in which too many companies with lots of products and services are taking place. As a result of this, much emphasis must be given to that subject. In

this framework, İzmir's specialization fairs were examined and relevant information and datas were evaluated in this study.

Key Words: Fair, Specialization Fair, İzmir

## 1. GİRİŞ

Fuarlar periyodik olarak ve belirlenmiş bir süre için organize edilen, çeşitli ürünlerin katılımcı işletmeler tarafından sergilendiği ve profesyonel alıcılar tarafından ziyaret edilen, ticaret geliştirme ortamlarıdır. Fuarların oluşabilmesi için katılımcı, ziyaretçi ve alan unsurlarının bir arada sağlanması ve tüm bu bileşenleri koordine eden ve fuarın organizasyonunu gerçekleştiren bir organizatörün bulunması gerekmektedir. Bu bileşenlerden herhangi birinin eksikliği durumunda fuar organizasyonu gerçekleştirilemez.

Günümüzde fuarlar, firmalara, faaliyet gösterdikleri alandaki son yenilikleri görme, teknoloji transferi, ticari bağlantılar kurma, gidilen ülkenin ticaret mevzuatı ile piyasa ve iş hacmi hakkında yerinde bilgi edinme, ürün veya hizmetini etkin bir şekilde tanıtmaya olanağı sunmaktadır. Günümüzde en çok rastlanan ve artık fuarcılık sektörünün temelini oluşturan fuar türü ise "ihtisas fuarları" olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu fuarlarda, sergilenecek ürünler bilimsel bir yöntemle belirlenir ve tanımlanır. Bunlar dışında kalan ürünlere izin verilmez. Bilimsel adlandırma, sergilenecek ürünlerin teknik özellikleri veya ürün grupları ile ilişkilidir. Üretim alanlarına bağlı olarak belirli ürünler için düzenlenen ihtisas fuarları olduğu gibi; belirli müşteriler/teknikler/prosesler/konular için de düzenlenen ihtisas fuarları vardır. Bu uygulama-yönlü fuarlar belirli müşteri grupları tarafından ihtiyaç duyulan ve teknik yapılarına bakılmaksızın belirlenen tüm ürünleri içerir (Koyuncu, 2001; 3).

Bu çerçevede İzmir'in bir ticaret limanına sahip olması ve dolayısıyla bir ticaret merkezi olması ve ayrıca Türkiye'nin ilk uluslararası fuarına sahip olması nedeniyle ciddi bir potansiyeli barındırdığı ve somut olarak nitelikli organizasyonlara imza attığı görülmektedir. Çalışma kapsamında, İzmir'in ihtisas fuarları bakımından incelenmesi ve bu potansiyeli ile gelişme yönünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde fuarcılık ile ilgili temel kavramlar üzerinde durulmuş, ikinci bölümünde İzmir'in fuarcılık geçmişi ve potansiyeli incelenmiş ve üçüncü bölümünde de İzmir Enternasyonal Fuarı ile İzmir'de düzenlenen mevcut ihtisas fuarlarının değerlendirilmesi yapılmıştır.

## 2. FUARCILIK İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

İhtisas fuarcılığı ile ilgili bilgiler verebilmek için öncelikle temel kavramların açıklanması gerekmektedir. Her sektörde olduğu gibi fuarcılık sektöründe de

kullanılan özel kavramlar ve terimler söz konusudur. Aşağıda bu sektörde sık rastlanan ve sektörün tanınabilmesi için bilinmesi gereken tanım ve kavramlar verilmiştir.

**Fuar:** Fuar kelimesi dilimize Fransızca'dan geçmiştir ve mal ya da hizmetlerin ticari amaçlarla sergilendiği, karşılıklı iş olanaklarını ve alışverişi geliştirmek için satıcı ile alıcıların bir araya gelmesini sağlayan ve belirli dönemlerde aynı yerde tekrarlanan tanıtım ortamlarıdır (Yazar, 1999; 82). Başka bir ifadeyle fuar, "alıcı ile satıcıların iş yapmak için bir araya geldikleri geçici bir pazar"dır ve fuarlar belli aralıklarla, genellikle bir önceki yılın fuarının yeri ve döneminde ve birkaç hafta için organize edilir. Ticareti geliştirme, fuarın ana işlevini teşkil etmektedir.

**İhtisas Fuarı:** Yalnızca belirli bir sektör ya da ilgili sektörün alt sektörlerinde faaliyet gösteren firma ve kuruluşların katılımı ile gerçekleşen, genellikle profesyonel ziyaretçilere açık olan ve ticari amaçlı bir fuar türüdür. İhtisas fuarlarının süresi genellikle 3 ile 5 gün arasında değişir. En çok rastlanan süre 4 gün olmaktadır (Koyuncu, 2001; 4). Bu fuarlar, İEF (İzmir Enternasyonal Fuarı) gibi genel ticaret fuarlarından farklı olarak seminer, kongre ve sempozyum gibi bilimsel aktiviteler ile desteklenir ve bu aktivitelerde sektöre ilişkin sonuçlar tartışılır ve çözüm aranır. Süre bakımından da ihtisas fuarları, genel ticaret fuarlarına göre daha kısadır.

**Katılımcı:** Katılımcı, fuarlara iştirak ederek, ürün ya da hizmetlerini tanıtmaya amaçlı ile sergileyen gerçek ya da tüzel kişidir. Kısaca fuarın müşterisidir. "Katılımcı" kavramı; "ziyaretçi" kavramı ile birlikte bir fuarı oluşturan en önemli iki unsurdur (Koyuncu, 2001; 5).

Katılımcıların büyük bir kısmını işletme niteliğindeki firmalar oluşturmaktadır. Katılımcıları aşağıdaki şekilde sınıflamak mümkündür (Koyuncu, 2001; 5):

1 **Firmalar:** İlgili sektörde faaliyet gösteren firmalardır. "Firma" kavramı, fuarcılık sektöründe oldukça sık kullanılmaktadır ve uygulamada çoğu kez katılımcı yerine kullanılmaktadır.

2 **Dernekler:** İlgili sektörde faaliyet gösteren ve sektörel hizmet veren resmî nitelikli yapıda kurulmuş veya gönüllü kişilerin bir araya gelmesi ile oluşturulmuş sivil toplum kuruluşlarıdır. Fuarcılık sektöründe derneklerin önemli bir yeri vardır, çünkü fuarın düzenlendiği sektörün temsilcisi durumunda olan dernekler, sektördeki firmaların toplu olarak fuara katılma ya da katılmama kararlarında büyük rol oynar ve de çoğunlukla hangi fuara katılmanın daha yararlı olacağına karar verir. Bu nedenle fuar organizatörleri açısından, derneklerin önemli ve stratejik bir fonksiyonu bulunmaktadır.

3 **Sektörel Yayınlar:** Sektörel yayınlar da fuarcılık sektörü açısından derneklerin gördüğü fonksiyonu görür. İlgili sektörde yayınlanan gazete, dergi gibi periyodik yayınlar, sektördeki firmalar tarafından titizlikle takip edilmesinden dolayı, söz konusu firmalar üzerinde bu tip yayınların önemli bir etkisi vardır.

**Ziyaretçi:** Fuarcılık sektöründe, katılımcıdan sonra en önemli ikinci kavram "ziyaretçi"dir. Ziyaretçi, en basit tanımla, bir fuarı ziyaret eden kişi demektir. Katılımcıdan sonra ikinci tip müşteridir. Bir fuara katılan kuruluşlar (katılımcılar) kadar o fuarı ziyaret eden kişilerin (ziyaretçiler) de kompozisyonu oldukça önemlidir. Çünkü fuarı, sadece merak için gezen ve herhangi bir ticari amacı olmayan sıradan ziyaretçilerin, fuardan ticari kazanç bekleyen ve fuara ticari bağlantılar kurmak için iştirak etmiş olan katılımcılar için pek bir anlam ifade etmeyeceği açıktır. Bu nedenle organizatör firma, hem fuarın başarısı ve ses getirmesi için hem de katılımcıların fuardan memnun olmaları için, çok iyi planlanmış bir ziyaretçi çalışması gerçekleştirilmelidir. Ziyaretçi çalışmasının en önemli parçası, ilgili sektörel yayınlara reklam vermektir (Koyuncu, 2001; 7).

İhtisas fuarları, sadece profesyonel ziyaretçilere açıktır ve genellikle yüksek bir giriş ücreti uygulanır. Burada amaç, sadece fuar ile ilgili kişilerin fuarı ziyaret etmesini sağlamak ve gereksiz kalabalığın fuara girmesini engellemektir. Profesyonel ziyaretçilerin bir ihtisas fuarını ziyaret etmekteki amaçları ise şunlardır (Koyuncu, 2001; 7):

- 1 Katılımcı firmalarla görüşerek ticari bağlantılar kurmak (yeni firmalar ya da halihazırda iş ilişkisi içinde bulunan firmalar).
- 2 Sektörel gelişmeleri takip etmek.
- 3 Bir sonraki fuar organizasyonuna katılımcı olarak iştirak etme şartlarını incelemek.
- 4 Girilmesi planlanan sektör ile ilgili ön araştırma yapmak.

**Fuar Organizatörü:** Fuar organizatörü, ana faaliyet konusu fuar organizasyonu olan işletmedir ve bir fuarın hazırlık aşamasından bitişine kadar geçen tüm aşamaları yerine getirir. Fuarın tanıtımı, fuarın teknik ve altyapı hazırlık çalışmaları, fuarın organizasyonu ve fuar sonrasında gerekli çalışmaların yürütülmesi, fuar organizatörünün temel faaliyetlerini oluşturur.

### 3. İZMİR ENTERNASYONAL FUARI VE İHTİSAS FUARLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

"Ege'nin incisi" olarak adlandırılan İzmir, Ege Bölgesi'nin en önemli ticaret, sanayi, ulaşım, kültür, eğitim, turizm ve hizmet merkezidir ve aynı zamanda Türkiye'nin önde gelen dış ticaret limanıdır. Bu nedenle de İzmir, fuarcılık ve özellikle de ihtisas fuarcılığı bakımından ciddi bir potansiyele sahiptir ve zaten İzmir'de 1923 yılından beri fuar ve sergiler düzenlene gelmiştir.

Türkiye'nin dışa açılan penceresi kimliğine sahip İzmir Enternasyonal Fuarı'nın temeli, Atatürk'ün "Siyasi ve askeri zaferler ne kadar büyük olursa olsun, iktisadi zaferlerle desteklenmezse sürekli olmaz." düşüncesi ile atıldı. Birinci Türkiye İktisat Kongresi'nin İzmir'de düzenlenmesinin hemen ardından 1923'te "9 Eylül Yerli Malları Sergisi" açıldı ve 1933'te uluslararası kimlik kazanan İzmir

Enternasyonal Fuarı 1936'da bugünkü mevcut 421.000 m<sup>2</sup>lik alanda hizmet vermeye başladı (Sülün, 2006; 62).

Türkiye'nin Uluslararası Fuarlar Birliği'ne (UFI)<sup>1</sup> üye tek genel ticari fuarı olan İzmir Enternasyonal Fuarı, Türk ekonomisindeki gelişmelere paralel olarak kabuk değiştirirken özellikle son yıllarda ihtisas fuarcılığının gelişmesi üzerine, 7 Şubat 1990 tarihinde kısa adı İZFAŞ olan İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri A.Ş. kurulmuştur (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=88>, 17.03.2006).

İzfaş'ın diğer şirketlerden farkı, ticari mekanizmayı kullanarak kâr etmekten öte, ekonomik sirkülasyonu topluma mal etmesi ve "kamu ağırlıklı" olmasıdır. Sektöründe ilk ve tek TS-EN-ISO-9002 Kalite Güvence Sistem Belgesi'ni alan İzfaş, düzenlediği çok sayıda ihtisas fuarları ile özelde İzmir, genelde Türk ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Ağırlıklı hissesinin, İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne ait olmasına karşın, tanıtımda önemli rol oynayan fuarcılığın geniş tabana yayılması amacıyla İzfaş'ın ortakları arasında Ege Bölgesi Sanayi Odası, İzmir Ticaret Odası, Ege İhracatçı Birlikleri, İzmir Ticaret Borsası ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği de bulunmaktadır (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=88>, 17.03.2006).

Yeni ihtisas fuar binalarının 2004 yılında hizmete girmesiyle birlikte, 23.750 m<sup>2</sup>lik 4 holden oluşan kapalı sergi alanları ve toplamda 55.000 m<sup>2</sup>lik alt yapısıyla, sosyal, kültürel tesisleriyle tam hizmet verebilen Türkiye'nin en büyük fuarcılık kuruluşu olan İzmir Fuarı, fuarcılığın yanı sıra İzmir'in kültür ve sanat yaşamına da katkıda bulunmaktadır. Kültürpark içerisinde yer alan 760 kişilik kapasiteye sahip uluslararası standartlardaki İsmet İnönü Sanat Merkezi, 3.000 kişilik Atatürk Açık Hava Tiyatrosu ve cep sineması ile Özdemir Sabancı Fuar ve Sergi Sarayı, İzfaş Sanat Galerisi, Hayvanat Bahçesi, Gençlik Merkezi ile İzmir'in kültür ve sanat merkezi konumundadır (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=90>, 17.03.2006).

Toplam 421.000 m<sup>2</sup>lik alanda 250 çeşit bitki örtüsü ve 8.000'in üzerindeki ağaç sayısı ile 156.000 m<sup>2</sup> yeşil dokuya sahip Kültürpark, aynı zamanda İzmir'in akciğeri niteliğindedir. Tüm bunların yanı sıra İzmir, İstanbul'a uçakla 45 dakika uzaklıkta mevcut alt yapı, ulaşım, haberleşme, serbest bölgeleri ve genç nüfusuyla gerçek anlamıyla yatırım yapılabilecek ve ticari potansiyeli yüksek bir şehirdir (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=88>, 17.03.2006).

Böylesine bir fuarcılık geçmişine sahip olan İzmir, ihtisas fuarları bakımından da ciddi bir potansiyele sahiptir. Bu konuda özellikle kâr amacı olmayan bir BIT<sup>2</sup> niteliğinde kurulmuş bulunan İzfaş'ın önemli girişimleri ve atılımları söz konusudur. Bununla birlikte özellikle son yıllarda "Yapı Endüstri Merkezi", "Yağmur Fuarcılık", "Tüyap", "FGS Fuarcılık", "Efor Fuarcılık", "Tunajans" gibi özel fuar organizatörleri de özellikle ihtisas fuarcılığı alanına ilgi göstermekte ve çeşitli başarılarla da imza atmaktadır.

İzfaş'ın Kültürpark alanında organize ettiği ihtisas fuarları ve bu fuarlarla ilgili elde edilen "en güncel" bilgiler ise şunlardır:

### **3.1. İzmir Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları Fuarı**

İzmir Ayakkabıcılar Odası, Ege Ayakkabı Sanayicileri Derneği, TUAF (Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu) ve sektör temsilcilerinin destekleri ile organize edilen İzmir Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları Fuarı her yıl artan ziyaretçi ve katılımcısı ile dünya ayakkabı sektörüne de hizmet veren bir ihtisas fuarıdır. Türkiye'nin toplam ayakkabı üretiminin %40'ına sahip önemli bir liman kenti olan İzmir'de 2005 yılında on sekizincisi gerçekleştirilen İzmir Ayakkabı Fuarı, kış ve yaz dönemleri olmak üzere yılda iki defa düzenlenmektedir (İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu).

Fuara ilişkin veriler Tablo 1'de yer almaktadır. Fuara 2005 yılı hariç, yerli firmaların ve ziyaretçilerin katılımı, yıllar itibariyle artan düzeyde olurken; yabancı firmaların ve ziyaretçilerin katılımında ise düşüş gözlenmektedir. Bununla birlikte, fuar alanında da yıllar itibariyle artış olmuştur. Ancak 2005 yılında, özellikle de kış dönemindeki fuarda tüm bu veriler bakımından önemli düşüşler görülmektedir. Bu durum ise firmaların ve profesyonel ziyaretçilerin Ayakkabı Fuarı'na olan ilgisinin geçen yıllara oranla azalmaya başladığı biçiminde değerlendirilebilir.

Bu bilgilere ek olarak, 10-13 Şubat 2005 tarihlerinde gerçekleştirilen Ayakkabı Yaz 2005 Fuarı'na Türkiye'deki 62 ilden katılım gerçekleşirken, 2-5 Haziran 2005 tarihlerinde düzenlenen Ayakkabı Kış 2005 Fuarı'na ise 27 ilden katılım olmuştur. Ayrıca her iki fuara da yabancı katılım İtalya, Almanya ve Yunanistan'dan gerçekleşmiştir.

### **3.2. Marble Fuarı (Uluslararası Mermer, Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı)**

2006 yılında 12. kez gerçekleştirilen Marble Fuarı, hızla artan katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile dünya mermer fuarları arasında önemli bir yer edinmeyi başarmıştır. 1998 yılında Uluslararası Fuarlar Birliği üyeliğine kabul edilen Marble Fuarı, sektöründe

Tablo 1: Ayakkabı Fuarı Verileri

	Yaz 2003	Kış 2003	Yaz 2004	Kış 2004	Yaz 2005	Kış 2005
<b>Yerli Katılımcı Sayısı</b>	166	172	190	270	255	69
<b>Yabancı Katılımcı Sayısı</b>	25(6 ülkeden)	5(3 ülkeden)	5(3 ülkeden)	7(4 ülkeden)	7(3 ülkeden)	4(3 ülkeden)
<b>Toplam Katılımcı Sayısı</b>	191	177	195	279	262	73
<b>Yerli Ziyaretçi Sayısı</b>	7.381	6.438	7.537	7.791	9.993	1.967
<b>Yabancı Ziyaretçi Sayısı</b>	74	138	120	87	32	16
<b>Toplam Ziyaretçi Sayısı</b>	7.455	6.576	7.657	7.878	10.025	1.983
<b>Fuar Alanı (m<sup>2</sup>)</b>	6.402	6.316	6.704	14.680	13.321	3.248

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2003 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

UFI üyesi olan ilk fuar olma özelliğini de taşımaktadır. Her yıl önemli oranda artış gösteren yerli ve yabancı katılımcı ve ziyaretçi oranı sayesinde Marble Fuarı dünya fuar takviminde yer almayı başarmış bir ihtisas fuarıdır. Dünya mermer rezervlerinin %40'ının Türkiye'de bulunması dünyadaki pazar payını artıran önemli bir unsurdur.

Türkiye'de sektör ile ilgili tüm dernek ve kuruluşların desteğini alarak ulusal birlikteliği sağlayan Marble Fuarı, yurt dışı temsilcilikleri ve reklam etkinlikleri ile profesyonel bir ihtisas fuarı haline gelmiş ve dünyanın üçüncü büyük fuarı olarak gösterilmeye başlanmıştır. Bunun yanında Marble Fuarı dünyada organize edilen doğal taş fuarları arasında en iyi beş fuar içerisinde yer almaktadır. Avrupa'da ise Verona Fuarından sonra ikinci sırada yer almaktadır (İzmir Büyükşehir Belediyesi 2001 Yılı Faaliyet Raporu; Sabuncu, 2004).

Fuara ilişkin veriler Tablo 2'de yer almaktadır. Fuarın ilk düzenlenmeye başlandığı 1995 yılından itibaren yerli, yabancı katılımcı ve ülke sayısı ile ziyaretçi sayısı yıllar itibarıyla sürekli ve önemli düzeyde artış gösterirken, buna paralel olarak fuar alanında da büyük artışlar gerçekleşmiştir. 2006 yılında, fuarın ilk düzenlendiği 1995 yılına oranla, katılımcı sayısında %1926, ziyaretçi sayısında %865, fuar alanında ise %1362 oranında görülen artış, sektörün fuara olan ilgisinin en belirgin kanıtıdır.

2006 yılı Marble Fuarı katılımcı ülkeleri ise şunlardır: ABD, Almanya, Avusturya, Belçika, Birleşik Arap Emirlikleri, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Çin Halk Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Güney Kore, Hindistan, Hollanda, Hong Kong,

Tablo 2: Marble Fuarı Verileri

Yıl	Ülke Sayısı	Yabancı Katılımcı	Yerli Katılımcı	Toplam Katılımcı	Ziyaretçi Sayısı	Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )
1995	-	-	47	47	4.719	2.600
1996	4	31	115	146	5.145	5.879
1997	14	95	185	280	3.884	4.458
1998	16	165	237	402	4.046	7.333
1999	18	112	213	325	5.164	7.178
2000	20	124	226	251	7.625	8.634
2001	21	145	278	423	10.644	10.887
2002	26	179	310	489	17.480	15.205
2003	29	208	445	653	20.000	19.386
2004	30	182	569	751	25.432	29.260
2005	32	218	682	900	39.954	33.350
2006	36	238	714	952	45.558	38.000

**Kaynak:** Sabuncu, 2004; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; Metal Makina Dergisi, [http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS\\_ID=253&CAT\\_ID=10,05.01.2007](http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS_ID=253&CAT_ID=10,05.01.2007); İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/istatistik.html>, (17.03.2006)

İngiltere, İran, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada, Lüksemburg, Mısır, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Rusya Federasyonu, San Marino Cumhuriyeti, Singapur, Suriye, Yunanistan, Tayvan (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=355>, 17.03.2006).

İhtisas fuarlarının yapısına uygun olarak Marble Fuarı'nda, Türkiye için önemli bir ihracat da gerçekleştirilmektedir. Bu çerçevede, fuarın düzenlenmeye başlandığı 1995 yılından 2003 yılına kadar olan mermer ve doğal taş ihracat rakamları Tablo 3'te yer almaktadır. 1995-2003 yılları arasındaki Marble Fuarlarında önemli düzeyde ve sürekli artan oranda mermer ve doğal taş ihracatı gerçekleştirilmiştir. 2003 yılında gerçekleştirilen ihracat rakamı 1995'e oranla %460 artış kaydederken; ihracat yönüyle, özellikle 1997 yılı, fuarın en yüksek ihracat rakamlarını yakaladığı yıl olmuştur.

Ayrıca Marble Fuarı, 2004 yılında İzmir ekonomisine, fuarda yapılan iş bağlantıları hariç yaklaşık 50 milyon dolar katkı sağlarken, bu rakam 2005 yılında yaklaşık 100 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Marble Fuarı kapsamında her sene organize edilen, Efes-Meryem Ana turu ile turizme önemli katkı da sağlanmaktadır (Metal Makine Dergisi, [http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS\\_ID=253&CAT\\_ID=10,05.01.2007](http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS_ID=253&CAT_ID=10,05.01.2007)).



Tablo 3: Marble Fuarlarında Gerçekleştirilen İhracat Miktarları

Yıl	İhracat Miktarı (Milyon Dolar)
1995	77
1996	96
1997	779
1998	128
1999	150
2000	189
2001	223.5
2002	303
2003	430

**Kaynak:** Fuarplus.com, [http://www.fuarplus.com/eng/basin\\_bulteni.php?id=2185&PHPSESSID=fbc5dcfb3fd52a57bfa8f9f75cd077c8](http://www.fuarplus.com/eng/basin_bulteni.php?id=2185&PHPSESSID=fbc5dcfb3fd52a57bfa8f9f75cd077c8), (15.01.2007)

### 3.3. Vinolive / Şarap, Peynir, Zeytin ve Zeytinyağı Fuarı

Akdeniz tipi beslenmenin global pazarda giderek artan bir talep görmesi nedeniyle, üzerinde yaşadığımız coğrafyanın benzersiz lezzetleri, mutfak kültürü ve binlerce yıllık üretim gelenekleri, giderek dünyanın tüketim alışkanlıkları halini almaktadır. Bu çerçevede, ihracat potansiyeli yüksek olan sektörün gelecekteki konumuna paralel olarak 2004 yılında ilki gerçekleştirilen şarap, peynir, zeytin ve zeytinyağı fuarı sektör tarafından büyük ilgiyle izlenmiştir. İZTO tarafından destek kapsamına alınan fuara, toplam 8 ülkeden katılım gerçekleşmiştir (İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu).

Fuara ilişkin veriler Tablo 4'te yer almaktadır. 2005 yılında düzenlenen fuarda, ilk düzenlendiği 2004 yılına göre, katılımcı sayısında %20, yabancı ziyaretçi sayısında ise %77 azalış görülmüştür. 2006 yılında ise bir önceki yıla göre katılımcı sayısında %38, yabancı ziyaretçi sayısında da %183 oranında artış meydana gelmiştir.

Ayrıca, Vinolive Fuarı, 2004 yılında yaklaşık 1.591 m<sup>2</sup> alanda düzenlenmiştir. Fuar alanı 2005 yılında yaklaşık %75 oranında artarak 2.778 m<sup>2</sup>'ye çıkmıştır. 2006 yılındaki fuarda, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden gelen ziyaretçilerin yanı sıra, ABD, Almanya, Avusturya, Bulgaristan, Çin, Fransa, İngiltere, İsrail, İsviçre, İtalya, Meksika, Mısır, Moldova, Norveç, Polonya, Romanya, Suriye, Türkmenistan ve Yunanistan'dan gelen yabancı ziyaretçiler de firma yetkilileriyle yüz yüze görüşerek, hem ürünlerini görme hem de ticari anlaşma yapma imkanı bulmuşlardır (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=542>, 17.03.2006).

Fuar, alım heyeti niteliği taşıyan ziyaretçileriyle dikkat çekerken, İzmir dışı ziyaretçi katılımında ilk sırayı Manisa ve Aydın almıştır. En çok yabancı ziyaretçinin geldiği ülke Suriye olmuştur. Suriye Halep Ziraat ve Ticaret Odalarının ortak düzenlediği geziye, komşu ülkeden 72 iş adamı katılmıştır.

Fuarlar her iki ülke arasındaki ticaret hacminin gelişmesine ve iş birliğinin artmasına katkı sağlamıştır. Suriye'yi Norveç izlemiştir (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=532>, 17.03.2006).

**Tablo 4: Vinolive Fuar Verileri**

	2004	2005	2006
Yerli Katılımcı Sayısı	66	56	80
Yabancı Katılımcı Sayısı	31 (8 ülkeden)	22 (7 ülkeden)	28 (8 ülkeden)
Toplam Katılımcı Sayısı	97	78	108
Yerli Ziyaretçi Sayısı	4.149	6.462	6.628
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	124 (19 ülkeden)	29 (16 ülkeden)	82 (12 ülke)
Toplam Ziyaretçi Sayısı	4.273	6.491	6.710
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	1.591	2.778	-

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=542>, (17.03.2006)

### 3.4. İzmir Motor Show (Otomobil ve Hafif Ticari Araçlar Fuarı)

Motor Show, otomotiv distribütörlerinin desteğiyle Bursa, Antalya, Ankara ve Konya'dan sonra İzmir'de ilk kez 2004 yılında düzenlenmiştir. İzfaş ve Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) iş birliği ile düzenlenen Motor Show'da firmalar en yeni tasarımlarını çeşitli gösterilerle sergilemişlerdir. Fuarda sergilenen ürün grupları; binek otomobil, hafif ticari araçlar, motosiklet ve sektörel yayınlardır. Fuarla ilişkin veriler Tablo 5'te yer almaktadır. Fuar, ilk düzenlenmeye başlandığı yıldan itibaren gerek katılımcı gerekse de ziyaretçi yönünden artan ilgiyle izlenmektedir. 2005 yılında, fuarın ilk düzenlendiği yıl olan 2004'e göre katılımcı firma sayısı %13, ziyaretçi sayısı %37, fuar alanı ise %10 oranında artış kaydetmiştir.

**Tablo 5: Motor Show Fuar Verileri**

	2004	2005
Toplam Katılımcı Sayısı	52	59
Toplam Marka Sayısı	17	25
Toplam Ziyaretçi Sayısı	12.440	17.093
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	6.540	7.185

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

### 3.5. MINEX (Madencilik, Doğal Kaynaklar ve Teknolojileri Fuarı)

2005 yılında birincisi düzenlenen MINEX "Madencilik, Doğal Kaynaklar ve Teknolojileri Fuarı"na yerli ve yabancı toplam 112 firma katılmış ve fuarı 1.516 profesyonel ziyaretçi gezmiştir (Tablo 6). Önemli bir maden potansiyeline

sahip olan Türkiye’de madencilik sektöründe faaliyet gösteren firmalar bu fuarla, bir yandan ürün ve hizmetlerini tanıtırken bir yandan da yeni iş birliği olanakları elde etmişlerdir (Ebso, <http://www.ebso.org.tr/tr/enformasyon/duyuru/duyuru945.php>, 26.01.2007).

Uluslararası katılıma da açık olan ve 2007 yılında ikincisi düzenlenecek olan MINEX ile aynı tarihlerde gerçekleşecek 6. Uluslararası Endüstriyel Hammaddeler Sempozyumu sektöre ışık tutacak yaklaşımlarıyla fuarın akademik ve vizyonel altyapısını oluşturacaktır (İzfaş, <http://www.izfas.com.tr/index.asp?id=445>, 17.03.2006).

Fuara ilişkin ayrıntılı katılımcı ve ziyaretçi verileri Tablo 6’da yer almaktadır. Düzenlendiği ilk yıl olan 2005’te fuara 6 yabancı firma doğrudan, 42 yabancı firma ise temsilcilik düzeyinde katılırken Türkiye’den de 64 firma katılmıştır. Bununla birlikte fuarı, 13 ülkeden 64 yabancı ziyaretçi, Türkiye’den de 1.452 ziyaretçi gezmiştir.

İzfaş’ın organize ettiği bu ihtisas fuarları dışında özel fuarcılık şirketleri tarafından Kültürpark alanında organize edilen önemli ihtisas fuarları ise aşağıda belirtildiği gibidir:

Tablo 6: Minex Fuarı Verileri

	2005
Yerli Katılımcı Sayısı	64
Yabancı Katılımcı Sayısı	6
Temsilcilikler	42
Toplam Katılımcı Sayısı	112
Yerli Ziyaretçi Sayısı	1.452
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	64 (13 ülkeden)
Toplam Ziyaretçi Sayısı	1.516
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	1.521

Kaynak: İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

### 3.6. 3T Fuarı (Uluslararası Metal İşleme, Kalıp ve Otomasyon Teknolojileri Fuarı)

İzmir Kültürpark fuar alanında, Yağmur Fuarcılık tarafından 2006 yılında beşincisi düzenlenen 3T Fuarı (Uluslararası Metal İşleme, Kalıp ve Otomasyon Teknolojileri Fuarı), CNC’li metal işleme makine, kalıp ve otomasyon teknolojilerini aynı çatı altında birleştirerek, makine, madeni eşya, beyaz eşya, elektrik, elektronik, demir-çelik, kalıp, döküm, talaşlı imalat, otomotiv gibi bir çok sektörden gelen ziyaretçilerin ihtiyaç ve taleplerini bütün olarak karşılayan önemli bir ihtisas fuarıdır.

İlk defa 2000 yılında Yağmur Fuarcılık tarafından gerçekleştirilen ve iki yılda bir düzenlenmeye başlanan 3T Fuarı, sektör temsilcilerinden gelen talep üzerine 2004 yılından itibaren her yıl mayıs ayında organize edilmektedir. 3T Fuarı, Türkiye’de gerçekleştirilen en büyük metal işleme teknolojileri fuarı niteliğindedir ve ayrıca tek uluslararası sektör fuarıdır (Metal Makina Dergisi, [http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS\\_ID=248&CAT\\_ID=10,05.01.2007](http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS_ID=248&CAT_ID=10,05.01.2007)).

Fuara ilişkin veriler Tablo 7’de yer almaktadır. 2006 yılında fuara Türkiye’den 183 firma ile ABD, Almanya, Avusturya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Çin, Finlandiya, Fransa, Güney Kore, Hırvatistan, Hindistan, Hollanda, Hong Kong, İngiltere, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kore, Mısır, Polonya, Rusya, Slovakya, Suriye ve Tayvan’dan toplam 448 firma katılmıştır (Yağmur Fuarcılık, <http://www.3tfuari.com/3T3.htm>, 06.01.2007).

Uluslararası alanda yapılan tanıtım çalışmaları ile 2006 yılında fuara Türkiye, Almanya, Irak, Ürdün, Rusya, Lübnan, İsrail, Çin, Yeni Zelanda, BAE, Sudan, Yemen, Bangladeş, Hindistan, Bahreyn, Beyaz Rusya, Umman, Bulgaristan, Cezayir, Suriye, Estonya, Litvanya, Tunus, Gürcistan, Nijerya, Bosna Hersek, Suudi Arabistan, Katar, Kuveyt, Pakistan, Yunanistan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, İran, Fransa ve İngiltere olmak üzere 36 ülkeden 17.470 profesyonel ziyaretçi gelmiştir (Yağmur Fuarcılık, <http://www.3tfuari.com/3T3.htm>, 06.01.2007).

3T Fuarının organize edilmeye başlandığı 2000 yılından itibaren gerek katılımcı firma, gerekse de ziyaretçi sayısı bakımından artış gözlemlenmektedir. 2006 yılında, fuarın ilk düzenlendiği yıla oranla katılımcı sayısı %396, ziyaretçi sayısı ise %288 artmıştır. Bununla birlikte, 2006 yılında gerçekleştirilen son fuarda katılımcı ve ziyaretçi ilgisi bakımından bir önceki yıla göre bir azalma görülmüştür. 2006 yılındaki fuarda, bir önceki yıla göre katılımcı sayısı bakımından %40, ziyaretçi sayısı bakımından da %17 oranında bir düşüş meydana gelmiştir.

Tablo 7: 3T Fuar Verileri

	2000	2002	2004	2005	2006
<b>Toplam Katılımcı Sayısı</b>	90	105	500	750	448
<b>Yerli Ziyaretçi Sayısı</b>	-	4.905	14.775	14.775	17.020
<b>Yabancı Ziyaretçi Sayısı</b>	-	295	425	425	450
<b>Toplam Ziyaretçi Sayısı</b>	4.500	5.200	15.200	21.000	17.470
<b>Fuar Alanı (m<sup>2</sup>)</b>	-	-	4.400	6.868	-

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2002 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu; Yağmur Fuarcılık, <http://www.3tfuari.com/3T3.htm>, 06.01.2007

### 3.7. Modeko Fuarı (Mobilya, Dekorasyon, Ev ve Büro Mobilyaları Fuarı)

EFOR Ege Fuarcılık Organizasyonu tarafından düzenlenmekte olan, Modeko "Mobilya Dekorasyon Ev ve Büro Mobilyaları Fuarı" 16 yıldır kesintisiz olarak gerçekleştirilmekte olup Türkiye genelinde ve özellikle Ege Bölgesinde büyük ilgi gören bir ihtisas fuarıdır. İzmir Ticaret Odası, Marangozlar Odası, KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), Kısıkköy Ağaç İşleri Kooperatifi desteğinde açılmakta olan Modeko Fuarı, her yıl katılımcı ve ziyaretçi sayısını artırmış başarılı bir organizasyondur (Efor Fuarcılık, <http://eforfair.com/tr/simplepages.asp?pos=37>, 20.02.2006).

Ayrıca, Türkiye'de gerçekleştirilen mobilya fuarlarının en büyüğü olan ve Türkiye'nin önde gelen firmalarının yer aldığı Modeko, katılımcı firmalara ihracat olanakları sağlaması yanında, yurt içindeki toptan ve perakende satışlarını da büyük ölçüde desteklemektedir. Fuara ilişkin toplam katılımcı ve ziyaretçi sayıları Tablo 8'de yer almaktadır. Fuara katılımın ve ziyaretçi ilgisinin yıllar itibariyle genel olarak artmakta olduğu görülmektedir. Ancak, 2006 yılındaki son fuarda ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre %37 oranında azalmıştır.

Tablo 8: Modeko Fuarı Verileri

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Katılımcı Sayısı</b>	96	117	118(yerli)+ 2(yabancı)	122	147	146
<b>Ziyaretçi Sayısı</b>	12.180	28.350(yerli) + 38(yabancı)	25.000	42.618	50.000	31.217(yerli) + 350(yabancı)
<b>Fuar Alanı (m<sup>2</sup>)</b>	-	-	4.256	6.003	7.083	-

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2002 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2003 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu; Efor Fuarcılık, <http://www.eforfair.com/fair.asp?ln=tr&act=53>, 20.02.2006

### 3.8. Compotek Fuarı (Bilgisayar, Büro ve İletişim Teknolojileri Fuarı)

Bilgisayar, büro ve iletişim teknolojileri üreten sektörün, pazarlama sorunlarının çözümünde önemli bir rol oynayan ve 2005 yılında yirmi birincisi düzenlenen organizasyon Tunajans tarafından her yıl gerçekleştirilmektedir. Fuar kapsamında ayrıca, Dokuz Eylül Üniversitesi, Ege Üniversitesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Yüksek Teknoloji Enstitüsü Bilgisayar Mühendisliği bölümlerinin katılımlarıyla bilimsel seminer, panel gibi değişik aktivitelerde düzenlenmektedir (Tunajans, <http://www.tunajans.com.tr/default.asp?L=TR&mid=69&action=Genel&fid=1>, 11.01.2007).

Fuara ilişkin veriler Tablo 9'da görüldüğü gibidir. Fuar, özellikle katılımcı ve ziyaretçi sayısı bakımından artan bir ilgiyle karşılaşmaktadır. Ancak 2005 yılında

organize edilen fuarda ziyaretçi ilgisinde azalma görülmüş; ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre yaklaşık %12 oranında düşüş göstermiştir.

### 3.9. INELEX (Asansör Fuarı)

İlk düzenlendiği 1998 yılından itibaren, EAYSAD (Ege Asansör ve Yürüyen Merdiven Sanayicileri Derneği), EBSO (Ege Bölgesi Sanayi Odası), İZTO (İzmir Ticaret Odası), EMO (Elektrik Mühendisleri Odası) ve KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) tarafından desteklenen INELEX, uluslararası nitelik kazanmaya doğru ilerleyen bir ihtisas fuarıdır. İki yılda

bir, EFOR Fuarcılık tarafından organize edilen fuarın, 2006 yılında beşincisi düzenlenmiştir (Asansör Dünyası Dergisi, [http://www.asansordunyasi.com/web/detay.asp?id=413&kat\\_id=33](http://www.asansordunyasi.com/web/detay.asp?id=413&kat_id=33), 22.01.2007).

Tablo 9: Compotek Fuarı Verileri

	2002	2003	2004	2005
Toplam Katılımcı Sayısı	65	68	96	102
Yerli Ziyaretçi Sayısı	34.312	50.602	-	38.494
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	450	498	-	386
Toplam Ziyaretçi Sayısı	34.762	51.100	44.361	38.880
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	-	1.499	1.401	1.710

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2002 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2003 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

Tablo 10'da fuara ilişkin veriler yer almaktadır. Fuarın ilk düzenlendiği 1998 yılından beri artan katılımcı firma ilgisine karşın, ziyaretçi sayılarındaki değişkenlik fuara olan profesyonel ziyaretçi ilgisinin istikrarlı olmadığını da göstermektedir.

Tablo 10: Inelex Fuarı Verileri

	1998	2000	2002	2004	2006
Toplam Katılımcı Sayısı	52	71	73	92	72
Yerli Ziyaretçi Sayısı	3.583	3.968	5.398	-	2.852
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	87	205	24	-	162
Toplam Ziyaretçi Sayısı	3.670	4.173	5.422	4.712	3.014

**Kaynak:** Efor Fuarcılık, <http://eforfair.com/tr/simplepages.asp?pos=44>, 20.02.2006; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2002 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu; Asansör Dünyası Dergisi, [http://www.asansordunyasi.com/web/detay.asp?id=413&kat\\_id=33](http://www.asansordunyasi.com/web/detay.asp?id=413&kat_id=33), 22.01.2007

### 3.10. IPAF (Plastik ve Ambalaj Teknolojileri Fuarı)

IPAF Plastik ve Ambalaj Teknolojileri Fuarı ilk olarak 1998 yılında, 12 ülkeden 150 firmanın katılımı ile düzenlenmiştir. Fuarla ilişkin veriler Tablo 11'de yer almaktadır. IPAF 98 Türkiye içinde 49 ilden ve dünya genelinde 15 ülkeden gelen toplam 8.275 ziyaretçi ile uluslararası fuar niteliği kazanarak büyük bir başarı elde etmiştir. IPAF Fuarı, 1998 yılından itibaren sektörden gelen talep üzerine her yıl organize edilmeye başlanmıştır. 2006 yılında yapılan dokuzuncu organizasyonunda IPAF, 32 ülkeden 615 katılımcıya ulaşarak, ilk organizasyona göre üç katın üzerinde bir büyüme sağlamıştır. Yine IPAF 2006'yı Türkiye dahil olmak üzere 53 ülkeden 24.800 profesyonel ziyaretçi gezmiştir (Yağmur Fuarcılık, <http://www.ipaffuarlari.com/pgenelbilgiler1.htm>, 05.01.2007). Düzenlenmeye başlandığı 1998 yılından itibaren fuara, hem katılımcı hem de ziyaretçi yönünden sürekli artan bir ilgi olduğu da görülmektedir. 2006 yılında ilk düzenlendiği 1998 yılına oranla, katılımcı sayısı bakımından %310, ziyaretçi sayısı bakımından da %200 artış söz konusudur.

IPAF Fuarı, plastik üretim teknolojileri, ham madde, tamamlayıcı sistemlerin yanısıra plastik, kauçuk prosesler ve mamul ürünler ve son teknolojiler sergilenmesi yolu ile Türkiye'nin ikinci büyük endüstri ve ihracat bölgesi olan Ege Bölgesinin İzmir ilinde yapılan tek ihtisas fuarı olması dolayısıyla önemli bir boşluğu da doldurmuştur.

Tablo 11: IPAF Fuarı Verileri

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Katılımcı Sayısı</b>	150	152	251	200	200 (yerli) +180 (yabancı)	231 (yerli) +219 (yabancı)	587	700	615
<b>Toplam Ziyaretçi Sayısı</b>	8.275	9.750	11.700	9.750	14.705 (yerli) +371 (yabancı)	15.400 (yerli) +407 (yabancı)	18.100	24.120	24.800

**Kaynak:** Yağmur Fuarcılık, <http://www.ipaffuarlari.com/pipaf4.htm>, 05.01.2007; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2002 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2003 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

### 3.11. Yapı İzmir Fuarı

Yapı-Endüstri Merkezi'nin İzfaş ile birlikte düzenlediği Yapı İzmir Fuarı, yapı profesyonelleri için önemli bir buluşma noktası oluşturmaktadır. Yapı-Endüstri Merkezi'nin, İstanbul ve Ankara'dan sonra düzenlediği Türkiye'nin üçüncü büyük yapı fuarı olan Uluslararası Yapı İzmir Fuarı 2006 yılında 12. kez gerçekleştirilmiştir. Yapı 2006 İzmir Fuarı, 193 katılımcının 11.500 m<sup>2</sup> brüt, 4.928 m<sup>2</sup> net sergileme alanı ile üretici firmalara, meslek odalarına, üniversitelere,

derneklere, kamu kuruluşlarına ve sektör yayınlarına ev sahipliği yapmıştır (Yapı Endüstri Merkezi, <http://www.yemfuvar.com/default.aspx?Sid=141>, 09.01.2007).

Yapı İzmir Fuarı, yakın çevresiyle birlikte İzmir inşaat yatırımlarının yoğunluğuna ve turizm amaçlı yapılaşmanın büyümesine paralel olarak sektörde tüm firmalar için geniş bir pazar da oluşturmaktadır. Yıllar itibariyle sürekli büyüme kaydeden fuar, Türkiye’de yapı malzemesi piyasasının bel kemiğini oluşturan, yapı profesyonellerine en yeni malzeme, model ve teknolojiyi sunmaktadır (Yapı Endüstri Merkezi, <http://www.yemfuvar.com/default.aspx?Sid=140>, 09.01.2007).

İlk olarak, 1995 yılında 80 katılımcıyla başlayan ve sürekli büyüyen fuar, 2006 yılındaki son organizasyonunda, 193 katılımcıya ulaşarak, katılımcı düzeyinde yaklaşık %141 oranında artış göstermiştir (Yapı Endüstri Merkezi, <http://www.yemfuvar.com/default.aspx?Sid=81>, 09.01.2007). Fuarla ilişkin veriler Tablo 12’de yer almaktadır. Fuarla, profesyonel ziyaretçi ve özellikle de katılımcı firma sayıları yönüyle sektörün artan bir ilgi gösterdiği ve yakından takip edildiği görülmektedir. Bu çerçevede, 2006 yılındaki fuarda, bir önceki yıla göre katılımcı sayısı bakımından %14, ziyaretçi sayısı bakımından da %3 artış kaydedilmiştir.

Tablo 12: Yapı İzmir Fuarı Verileri

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Katılımcı Sayısı</b>	160	118	120	151	168	169	193
<b>Ziyaretçi Sayısı</b>	19.393	19.516	22.000	18.908	18.224	20.448	21.099
<b>Fuar Alanı (m<sup>2</sup>)</b>	-	-	-	3.922	10.000	11.500	11.500

**Kaynak:** Yapı Endüstri Merkezi, <http://www.yemfuvar.com/default.aspx?Sid=141>, 09.01.2007; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2002 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2003 Yılı Faaliyet Raporu; İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

### 3.12. Flower Show (Ege Süs Bitkileri, Seracılık ve Peyzaj Fuarı)

Türkiye’de süs bitkileri ve kesme çiçek yetiştiriciliğinde en önemli kentler arasında ilk sırada yer alan İzmir, süs bitkileri sektörünün yurt dışına açılmasında da öncülük rolünü üstlenmeye başlamıştır. İzmir, Türkiye süs bitkileri üretiminde on beş bin dekar alandan aldığı %28’lik pay ile en önemli yetiştirici il konumunda bulunurken, ticari anlamda kesme çiçek üretiminin yoğunlaştığı illerin de başında gelmektedir. İzmir’i sırasıyla Antalya ve İstanbul izlemektedir (Forza Fuarcılık, <http://www.flowerfairs.com/>, 17.01.2007).

Fuarla ilişkin veriler Tablo 13’te görüldüğü gibidir. 2006 yılında dördüncüsü gerçekleştirilen ve Forza Fuarcılık tarafından organize edilen Ege Süs Bitkileri, Seracılık ve Peyzaj Fuarı’nı 2005 yılında 8.491 yerli ve yabancı ziyaretçi gezerken, 2006 yılında bu sayı %73 artarak 14.703’e çıkmıştır. İzmir halkı ve profesyonel ziyaretçilerden yoğun ilgi gören fuarda, 2005 yılında katılımcı firma sayısı 102 iken 2006 yılında bu sayı %53 artarak 156’ya yükselmiştir. 2005



yılında brüt 4.000 m<sup>2</sup> ve net 2.400 m<sup>2</sup>lik bir alanda gerçekleşen fuar, 2006 yılında brüt 7.000 m<sup>2</sup> ve net 4.970 m<sup>2</sup>lik bir alanda düzenlenmiştir (Forza Fuarçılık, <http://www.flowerfairs.com/>, 17.01.2007).

Tablo 13. Flower Show Verileri

	2005	2006
Katılımcı Sayısı	102	156
Ziyaretçi Sayısı	8.491	14.703
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	4.000	7.000

**Kaynak:** Forza Fuarçılık, <http://www.flowerfairs.com/>, 17.01.2007; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu

### 3.13. Kent's Fuarları (Belediye İhtiyaçları ve Ekipmanları Fuarı)

2005 yılında İzmir Kültürpark Fuar Merkezi'nde "Kent's Fuarları" ana başlığı altında beş ihtisas fuarı bir arada gerçekleştirilmiştir. Bunlar (Marmara Tanıtım Fuarçılık, <http://izmir.kentsfuarlari.com/index.php?page=41>, 19.01.2007):

*Belediye 2005* - (Belediye Ekipmanları ve İhtiyaçları Fuarı)

*Kent 2005* - (Kent Mobilyaları, Park ve Bahçe Düzenleme Ekipman ve Donanımları Fuarı)

*Aritma 2005* - (Aritma Sistemleri, Ekipmanları ve Çevre Teknolojileri Fuarı)

*Spor 2005* - (Spor Malzemeleri, Spor Tesisi, Ekipman ve Donanımları Fuarı)

*Emlak 2005* - (Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları, Proje Tanıtım, Finansman ve Aracılık Hizmetleri Fuarı)

Marmara Fuarçılık tarafından organize edilen Kent's Fuarları, 2005 yılında 500 katılımcı ve 900 sergileyici firmayı, 14.500 m<sup>2</sup> kapalı alanda Türkiye'nin çeşitli illerinden ve yurtdışından gelen toplam 29.348 ziyaretçi ile buluşturmuştur. Katılımcı firmaların büyük bölümünü Türkiye çapında faaliyet gösteren firmalar oluştururken, İzmir'de yerel düzeyde faaliyet gösteren firmalar da fuarda yer almıştır (Marmara Tanıtım Fuarçılık, <http://izmir.kentsfuarlari.com/index.php?page=41>, 19.01.2007).

Fuar, 850 civarında belediye başkanı ve yöneticisi, çok sayıda kamu kurum ve kuruluşu yöneticisi, turizm sektörü, inşaat firmaları, otel yöneticileri, mühendisler, mimarlar, Türk Silahlı Kuvvetleri, organize sanayi bölgeleri, ticaret ve sanayi odaları yönetici ve üyelerinin yoğun ilgisi ile karşılaşmıştır.

### 3.14. Biz Fuarları (Biz-Turizm, Biz-Hotel, Biz-Cafe Bar, Biz-Pool, Biz-Boat)

İzmir Kültürpark Fuar Alanı'nda Biz Fuarları-İzmir ana başlığı altında 5 ihtisas fuarı bir arada gerçekleştirilmektedir. Marmara Fuarçılık tarafından, 2004 yılından itibaren düzenlenmeye başlanan bu fuarlar şunlardır:

*Biz Hotel* - Otel Ekipmanları, Donanım ve Malzemeleri  
*Biz Cafe Bar* - Cafe Bar Restaurant Ekipman, Donanım ve Malzemeleri  
*Biz Havuz Sauna* - Havuz Sauna Ekipman, Donanım ve Malzemeleri  
*Biz Boat* - Yelkenli ve Motorlu Tekneler, Deniz Araç Gereçleri

Bu fuarlara ilişkin veriler Tablo 14'te yer almaktadır. Fuar, ilk düzenlendiği 2004 yılından itibaren katılımcı ve ziyaretçi yönünden artan bir ilgiyle karşılaşmıştır. Fuarın 2005 yılındaki katılımcı sayısı, ilk düzenlendiği yıla oranla %7 artarak 349'dan 374'e yükselirken; ziyaretçi sayısı da %17 artarak 32.113'den 37.424'e çıkmıştır.

Tablo 14: Biz Fuarları Verileri

	2004	2005
Katılımcı Sayısı	349	374
Ziyaretçi Sayısı	32.113	37.424
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	9.035	9.400

**Kaynak:** İzmir Büyükşehir Belediyesi 2004 Yılı Faaliyet Raporu; 2004 İzmir Biz Fuarları Sonuç Raporu; 2005 İzmir Biz Fuarları Sonuç Raporu

### 3.15. YASAF (Yan Sanayi Ürünleri Fuarı)

Yağmur Fuarcılık tarafından 2005 yılında ilk kez organize edilen YASAF (Yan Sanayi Ürünleri Fuarı), Türkiye'deki yan sanayicileri, Türkiye ve dünyadaki ana sanayicilerle bir araya getiren bir ihtisas fuarıdır. Katılımcı profili, yan sanayi alanında faaliyet gösteren ana sistem parça üreticilerinden oluşan fuarda, sergilenen ürünler hem ana sanayi ile doğrudan sözleşmeli olarak çalışan alt yüklenicileri, hem de piyasaya bağımsız ürün üreten yedek parça tedarikçilerini kapsamaktadır.

Ülke genelinde ve yurt dışında tanıtımı yapılan fuarı, 2005 yılında özellikle beyaz eşya, otomotiv, makine, ısıtma/soğutma, elektrikli eşya, bilgisayar, aydınlatma, telekomünikasyon, deniz-hava-demiryolu taşıtları, savunma sanayi, yapı-tesisat, demir-çelik, madeni eşya, endüstriyel donanım gibi ana sanayilerden yaklaşık 7.000 kişi ziyaret etmiştir. 1.470 m<sup>2</sup>lik alanda düzenlenen fuara, 73'ü yerli 17'si yabancı toplam 90 firma katılmıştır (Yağmur Fuarcılık, <http://www.yasaffuari.com/defaulttr.asp?dil=tr&tip=asp&sayfa=bulten>, 11.01.2007; İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu).

### 3.16. EuroAsia Auto (Otomotiv ve Oto Yedek Parça Fuarı)

2005 yılında birincisi düzenlenen EuroAsia Auto Fuarı, İzfaş Expo Center'de Master Fuarcılık tarafından organize edilmektedir. EuroAsia Otomotiv ve Oto Yedek Parça Fuarı'nda, araçlar, servis ve ekipmanları, motor, motor aksami, ekipmanları ve parçaları ile diğer birçok oto yedek parçaları sergilenmiş ürünler arasındadır (Ebso, <http://www.ebso.org.tr/tr/enformasyon/duyuru/duyuru636.php>, 26.01.2007).

2005 yılında fuara, ABD, Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Belçika, Bosna Hersek, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Filistin, Fransa, Güney Afrika Cumhuriyeti, Hindistan, Irak, İngiltere, İran, İspanya, İsrail, İtalya, Kazakistan, Kuveyt, Makedonya, Mısır, Pakistan, Singapur, Suriye, Suudi Arabistan, Ukrayna, Ürdün ve Yunanistan'dan yabancı ziyaretçiler yoğun ilgi göstermiştir. 8.625 m<sup>2</sup> alanda düzenlenen fuara 9 ülkeden 311 firma katılırken, 40.071'i yerli ve 3.671'i yabancı toplam 43.742 kişi ziyaret etmiştir (İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu).

### 3.17. Agroexpo Eurasia (Tarım Sera ve Hayvancılık Fuarı)

Orion Fuarcılık tarafından, ilki 2005 yılında Kültürpark İhtisas Fuar Alanı'nda gerçekleştirilen Agroexpo Tarım Fuarı, sektör temsilcilerini İzmir'de buluşturan önemli bir ihtisas fuarıdır. 221 standlı firma katılımı ile yerli ve yabancı 537 firma ve 610 marka temsili gerçekleştirilen Agroexpo Eurasia 2006'da çiftçiler ve yetiştiriciler için tarım ve hayvancılık konusunda en yeni teknolojiler ve gelişmeler sunulmuştur. Ayrıca fuarda, tarım ve hayvancılık teknolojileri konusunda düzenlenen on bir seminerle, bilgi ve tecrübenin paylaşıldığı bir ortam yaratılmıştır (Orion Fuarcılık, <http://www.tarimfuari.com/index.php>, 21.01.2007).

Bunun yanında, Agroexpo Eurasia 2006'da İzmir İtalyan Ticaret Odası ve Orion Fuarcılık iş birliği ile düzenlenen "Türk-İtalyan Tarım İş Günleri" yapılmıştır. İtalya'dan gelen 17 firma yetkilisi ile Türk tarım sektöründe faaliyet gösteren 200 firma yetkilisi ikili görüşmeler gerçekleştirmiştir (Orion Fuarcılık, [http://www.tarimfuari.com/main2.php?icerik=agroexpo\\_agro\\_expo\\_2005](http://www.tarimfuari.com/main2.php?icerik=agroexpo_agro_expo_2005), 21.01.2007).

Fuara ilişkin veriler Tablo 15'te yer almaktadır. Düzenlendiği ilk yıl olan 2005'te fuara 241 firma katılırken, 2006 yılında bu sayı %123 artışla 537'ye çıkmıştır. Bunun yanında, ziyaretçi sayısı da 2005 yılında 51.000 iken 2006'da bu sayı %45 oranında artarak 74.120 olmuştur. Ayrıca, fuar alanında da ilk düzenlendiği yıla göre %27'lik bir artış söz konusudur.

Tablo 15: Agroexpo Eurasia Fuarı Verileri

	2005	2006
Yerli Katılımcı Sayısı	164	460
Yabancı Katılımcı Sayısı	77	77
Toplam Katılımcı Sayısı	241	537
Yerli Ziyaretçi Sayısı	50.267	-
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	733 (19 ülkeden)	-
Toplam Ziyaretçi Sayısı	51.000	74.120
Fuar Alanı (m <sup>2</sup> )	8.018	10.196

**Kaynak:** İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu; Orion Fuarcılık, [http://www.tarimfuari.com/main2.php?icerik=agroexpo\\_fuar\\_profil](http://www.tarimfuari.com/main2.php?icerik=agroexpo_fuar_profil), 21.01.2007

### **3.18. İSEF (İstifleme Makineleri, Jeneratör, Yükleme, Depolama Teknikleri ve Lojistik Hizmetleri Fuarı)**

2005 yılında birincisi düzenlenen İstifleme Makineleri, Jeneratör, Yükleme, Depolama Teknikleri ve Lojistik Hizmetleri Fuarı, İzmir Kültürpark'ta Adam Fuarcılık tarafından organize edilen bir ihtisas fuarıdır. 2006 İSEF Fuarı, EBSO (Ege Bölgesi Sanayi Odası) ve LODER (Lojistik Derneği) tarafından da desteklenmiştir (Adam Fuarcılık, [http://www.isefizmir.com/fuar\\_profili.htm](http://www.isefizmir.com/fuar_profili.htm), 08.01.2007).

İSEF Fuarı; istifleme makineleri, vinçler, kapalı alan taşıma sistemleri, liman hizmetleri, forkliftler, jeneratörler, konveyörler, transpaletler, akümülatörler, depolama sistemleri ve deniz taşımacılığı gibi sektörlerin önde gelen firma temsilcilerini profesyonel ziyaretçilerle buluşturmaktadır. İSEF, özellikle Ege Bölgesi ihracatçısının hem üretim hem de ihracat aşamasındaki lojistik problemlerine de çözüm getirmeyi amaçlayan bir fuardır. 2005 yılında 2.251 m<sup>2</sup>lik alanda düzenlenen fuara, 50 firma katılımında bulunmuş ve fuarı toplam 1.675 kişi ziyaret etmiştir (İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu).

### **3.19. Euroasia ElektriX (Elektrik Fuarı)**

Master Fuarcılık'ın organizasyonunu üstlendiği Euroasia Electrix Fuarı, ihracatta lokomotif sektörlerden birisi haline gelen elektrik ve enerji sanayiinin gelişmesine yardımcı olmak yolunda çok önemli bir platform olma özelliğini taşımaktadır. Elektrik ve enerji sektörü; yapı, tesisat, dekorasyon, otomasyon ve makine olmak üzere bir çok sanayi ürününü girdi olarak kullanmaktadır. Bu sektör; sanayi ve yapı sektörlerine ürün temin etmesi ve günlük hayatta da kullanılıyor olması nedeniyle, ülke ekonomileri açısından vazgeçilmez ve stratejik bir öneme sahiptir (Kobitek.com, <http://www.kobitek.com/activity.php?id=50>, 12.01.2007). 2005 yılında ilki gerçekleştirilen ve 75 firmanın katıldığı fuar, 2.676 m<sup>2</sup>'de düzenlenmiş ve fuarı yaklaşık 17.000 kişi ziyaret etmiştir (İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu).

## **4. SONUÇ VE ÖNERİLER**

Firmalar, amaçlarına göre, kendilerine uygun bir fuar türünü seçerler ve katılım gerçekleştirirler. Bu çerçevede firmalar, uygun fuar türünü ve uygun fuarı seçerken çeşitli araştırmalar yaparlar ve araştırmaları sonucunda hangi fuara katılmaları gerektiğine karar verirler. Genellikle de firmalar açısından ihtisas fuarlarına katılım daha verimli sonuçlar vermektedir. Çünkü ihtisas fuarları, belirli bir sektörde yer alan firmaların katıldıkları ve ürünlerini sergiledikleri, sadece profesyonel ziyaretçilere açık olan fuarlardır. Bu koşullara bağlı olarak firmalar, bu fuarlarda hedefledikleri potansiyel müşterilere doğrudan ulaşma imkanı bulurlar.

İhtisas fuarcılığı kapsamında İzfaş'ın ve diğer fuar organizatörlerinin gerçekleştirdiği organizasyonların ilgili sektörler bakımından önemi büyüktür. Özellikle de dünyada mermer ve doğal taş konusunda önemli bir potansiyele sahip olan Türkiye'de, "Marble" adıyla başarılı bir ihtisas fuarı organize edilmesi, normal karşılanabilir, ancak fuarın her yıl artan bir başarı ile düzenlenmesi ve her yıl Mart ayının sonunda dünya mermer sektörünün gözünü İzmir'e çevirmesi, İzfaş'ın başarılı organizasyonu ile gerçekleşmektedir.

Bunun yanında, İzfaş'ı diğer fuar organizatörlerinden ayıran en önemli özelliği ise, uyguladığı fiyat politikasıdır. Türk fuarcılık sektörünün önünü en çok tıkayan, gelişmenin ve daha kaliteli fuar organizasyonlarının önünde önemli bir tehdit oluşturan istikrarsız fiyat politikası karşısında İzfaş, kurulduğu ilk yıldan itibaren tavrını açıkça ortaya koymuş ve "herkese eşit fiyat, eşit hizmet" anlayışı çerçevesinde fuar organizasyonlarına imza atmıştır. Bu kapsamda, fuarcılık sektörünün ihtiyacı olan en önemli unsur istikrardır ve katılımcı firmalara fuardan önce verilen sözlerin, organizasyon boyunca yerine getirilmesidir. Büyük organizatörler, fuar öncesinde hazırladıkları tanıtım broşürlerinde, ilgili ihtisas fuarında verilecek standart hizmetleri açık olarak belirtmekte ve ilgili hizmetleri katılımcı ve ziyaretçilere sağlamaktadırlar. Ancak diğer küçük ve orta ölçekli fuar organizatörlerinin bazıları ise, katılımcı firmalara verdikleri taahhütleri fuarda yerine getirmemekte ve "kaliteli hizmet" anlayışından oldukça uzak fuarlar organize etmektedirler. Bu istikrarsız yaklaşım, katılımcı firmalar üzerinde olumsuz izlenimler bırakmakta ve aslında bir fuarda sıra dışı olarak karşılaştıkları sorunları genelleyerek ihtisas fuarlarına karşı olumsuz bir bakış açısına sahip olmaktadır. Bu durum da genel olarak sektörün ve özel olarak da İzmir'deki ihtisas fuarlarının önünde önemli bir engel oluşturmaktadır.

Ancak İzfaş için böylesine başarılı ve istikrarlı çizginin yanında, önemli bir tehdit de söz konusudur. İzfaş'ın sahip olduğu Kültürpark Fuar Alanı'nın yetersiz kalması, düzenlenen fuarların başarısı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği gibi, yeni ihtisas fuarı fikirlerinin de hayata geçirilememesine neden olabilecektir. Bu sorun, yine Kültürpark alanında inşa edilerek 2004 yılında hizmete giren yeni ihtisas fuar binaları ile orta vadede çözüme ulaştırılmıştır. Fakat "fuarlar kenti" olma yolunda aday olan İzmir'in çok daha büyük ve modern bir fuar alanına ihtiyacı bulunmaktadır. Aksi taktirde, İzmir'de uluslararası alanda ses getirebilecek Marble gibi başarılı ihtisas fuarlarının gerçekleştirilmesi başarıları devam ettirilemeyebilecektir.

## SON NOTLAR

(1) 70 ülkeden 265 Fuarcılık Kuruluşu'nun üyesi olduğu, merkezi Paris'te bulunan UFI; Uluslararası Fuarcılık Endüstrisi Derneği'ne, ilk üyelik 1947 yılında İzmir Enternasyonal Fuarı ile sağlanmıştır. 1998 yılında MARBLE Fuarı'nın da üye olması ile UFI Üyesi Fuar sayısı 2 olmuştur. 2004 yılı sonu itibari ile Türkiye'den 7 organizatör UFI üyesidir.

(2) Belediye İktisadi Teşebbüsü

## KAYNAKÇA

ADAM FUARCILIK (2006), [http://www.isefizmir.com/fuar\\_profil.html](http://www.isefizmir.com/fuar_profil.html), (08.01.2007)

ASANSÖR DÜNYASI DERGİSİ (2006), [http://www.asansordunyasi.com/web/detay.asp?id=413&kat\\_id=33](http://www.asansordunyasi.com/web/detay.asp?id=413&kat_id=33), (22.01.2007)

EBSO (2007), <http://www.ebso.org.tr/>, (26.01.2007)

EFOR FUARCILIK (2006), <http://eforfair.com/tr/simplepages.asp?pos=44>, (20.02.2006)

FORZA FUARCILIK (2007), <http://www.flowerfairs.com/>, (17.01.2007)

FUARPLUS.COM (2007), [http://www.fuarplus.com/eng/basin\\_bulteni.php?id=2185&PHPSESSID=fbc5dcfb3fd52a57bfa8f9f75cd077c8](http://www.fuarplus.com/eng/basin_bulteni.php?id=2185&PHPSESSID=fbc5dcfb3fd52a57bfa8f9f75cd077c8); (15.01.2007)

İZFAŞ (2005), İzfaş 2005 Yılı Faaliyet Raporu.

İZFAŞ (2006), <http://www.izfas.com.tr/>, (17.03.2006)

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ (2001), 2001 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.izmir.bel.tr/StandartPages.asp?menuID=321&MenuName=izfas%20a.s.>, (29.01.2007)

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ (2002), 2002 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.izmir.bel.tr/StandartPages.asp?menuID=923&MenuName=izfas>, (20.12.2006)

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ (2003), 2003 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.izmir.bel.tr/StandartPages.asp?menuID=1001&MenuName=izfas>, (22.12.2006)

İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ (2004), 2004 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.izmir.bel.tr/StandartPages.asp?menuID=1335&MenuName=IZFAŞ>, (26.12.2006)

KOBİTEK.COM (2007), <http://www.kobitek.com/activity.php?id=50>, (12.01.2007)

KOYUNCU, Ertan. (2001): Pazarlama Açısından Fuarçılık Sektörü ve Fuar Organizasyonu Konusunda Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

MARMARA TANITIM FUARCILIK (2004), 2004 İzmir Biz Fuarları Sonuç Raporu, <http://izmir.bizfuarlari.com/files/bizizmir2004.pdf>, (17.01.2007)

MARMARA TANITIM FUARCILIK (2005), 2005 İzmir Biz Fuarları Sonuç Raporu, <http://izmir.bizfuarlari.com/files/bizizmir2005.pdf>, (17.01.2007)

MARMARA TANITIM FUARCILIK (2007), <http://izmir.kentsfuarlari.com/index.php?page=41>, (19.01.2007)

METAL MAKİNA DERGİSİ (2006), [http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS\\_ID=248&CAT\\_ID=10](http://www.metalmakina.com/Default.asp?CONTENT=Detail&ISSUE=153&NEWS_ID=248&CAT_ID=10), (05.01.2007)

ORİON FUARCILIK (2007), <http://www.tarimfuari.com/index.php>, (21.01.2007)

SABUNCU, Ahmet. (2006), "Türkiye'de Mermer Sektörü ve MARBLE 2004 - 10.Uluslararası Mermer, Doğaltaş ve Teknolojileri Fuarı", <http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/928F63A1-FF61-441C-AEFA-141C6390F1DF/2412/marble2004.pdf>, (24.02.2006)

SÜLÜN, Uğur. (2006): İhracatın Geliştirilmesinde Fuar, Sergi ve Panayırlara Yönelik Mali Teşviklerin Etkinliği (1990 - 2005 Dönem Analizi). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

TUNAJANS (2004), <http://www.tunajans.com.tr/default.asp?L=TR&mid=69&action=Genel&fid=1>, (11.01.2007)

YAĞMUR FUARCILIK (2007), <http://www.3tfuari.com/3T3.htm>, (06.01.2007)

YAĞMUR FUARCILIK (2005), <http://www.yasaffuari.com/defaulttr.asp?dil=tr&tip=asp&sayfa=bulten>, (11.01.2007)

YAĞMUR FUARCILIK (2007), <http://www.ipaffuarlari.com/pgenelbilgiler1.htm>, (05.01.2007)

YAPI ENDÜSTRİ MERKEZİ (2007), [http://www.yem.net/fuarlar/izmir/2001\\_fuar\\_sonuc.htm](http://www.yem.net/fuarlar/izmir/2001_fuar_sonuc.htm), (09.01.2007)

YAZAR, Cahit. (1999): Türkiye'de İhracatın Promosyonu ve Fuarlara Katılım. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.