

## Endüstrileşme Sürecinde Mikro Sosyo-Ekonomik Çevrede Fuarın Anlamı

Feramuz AYDOĞAN\*

In recent years, it is seen that, the importance of fairs are understood much better than before in Turkey. With this understanding many fairs are opened in different places of Turkey. Sivas Fair is one of these. In this article we were mainly concentrated on describing the meaning of a fair, on its peculiarities, and various forms of it in micro-socio-economic frame. Within this context, two different surveys are done, one for the producer firms and the other for the consumers joining to Sivas fair. The article includes, the results and an interpretation of the research. The hypothesis of the research is tested. The research also includes, some remarks, and proposals, for the next fairs which should be established in coming years.

### Giriş

Türkiye’de fuarlar son yıllarda daha bir etkin olarak düzenlenmeye başlamıştır. Başlangıçta bir elin parmakları kadar bile olmayan fuarların şimdi çok değişik alanlarda ve mekanlarda yapıldığı görülmektedir. Fuarlar firmaların sıkça başvurduğu hem bir pazarlama yöntemi hem de bir satış özendirme ortamı olurken, tüketiciler için bilgi edinme, gezi, ziyaret, alışveriş ve eğlence yeri olarak hem üreticilerin hemde tüketicilerin sıkça başvurdukları merkezler olmuştur. Genel olarak fuarlar sürelerine göre, ürünün üretildiği yere göre, çeşitli adlar altında yer alırlar. Bu çalışmamızın teorik kısmında fuarın anlamı verildikten sonra, üreticiler ve tüketiciler için fuarın amaçları ve fuar çeşitleri üzerinde durulacaktır. Ayrıca makalemize konu olan Sivas Fuarı’na ilişkin olarak hem üretici firmalara hemde fuarı ziyaret edenlere uygulanan anketlerden elde edilen verilerin bir değerlendirmesi yapılacaktır. Ayrıca, fuar araştırmasına ilişkin olarak ortaya konulan denencelerin olumlanıp olumlanmadıklarına bakılacak, sonuç ve öneriler ile çalışmamız tamamlanmış olacaktır.

\* Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü Öğretim Üyesi

## 1. Fuarlara İlişkin Genel Bilgiler

### 1.1. Fuarın Anlamı

Ticari bir etkinlik olarak fuar, üreticiler ve onların elçileriyle, tüketicilerin bulunduğu, ürünlerin tanıtıldığı, güvenin sağlandığı enformasyon aracıdır. Fuarların hem üreticiler / satıcılar hem de tüketiciler / alıcılar için ayrı bir önemi vardır. Bu yönüyle fuarlar Jobber ve Shimp’inde ortaya koyduğu gibi, “tüm tutundurma araçları içinde alıcıları ve satıcıları ticari bir ortam içinde bir araya getiren tek özgün tutundurma aracıdır.” (Tek,1997;790 ) Bir başka deyişle fuarlar, oldukça yaygın bir halkla ilişkiler aracıdır.(Sabuncuoğlu,1993;112)

Alan olarak fuar ise üreticileri ve tüketicileri ticari ortamda bir araya getirmeyi amaçlayan, özgün çekim merkezleridir. Bu merkezler çok sayıda üreticiyi aynı çatı altında buluşturarak ürünlerini sergileme, alıcılar ve izleyicilerle ilişki kurma, ürün satma vb. konularda katılan firmalara etkin bir ortam sağlamış olmaktadır. Bu ortamlar birçok altyapı olanaklarına sahiptir. Örneğin, Türkiye’de gelişmiş bir fuar olarak TÜYAP fuar alanı 106,000 m<sup>2</sup>’dir. Bu alanın 22,000 m<sup>2</sup>’si kapalı, 30,000 m<sup>2</sup>’si ise açık fuar alanını oluşturmaktadır. Fuar alanı içerisinde 1760 araçlık açık otopark, klimalı salon ve odalar, 200, 400 ve 1000 kişilik üç ayrı konferans salonu, basın ve üst düzey yöneticiler için odalar, hosteslik, temizlik, ilk yardım, özel güvenlik, yabancı dil hizmetleri, telefon, faks gibi olanaklar bulunmaktadır.(Tek, 1997;789)

Başarılı bir biçimde organize edilmiş bir fuarın, katılan firmaların imajlarına olan olumlu katkıları yadsınamaz. Başarılı bir fuar organizasyonuna güzel bir standla katılan bir üretici / firma kendini kamuoyuna tanıtmaya yönünde önemli bir adım atmış demektir.(Egeli,1988;56-57) Çünkü, fuarlar üreticilerin ürünlerini tanıtmaları ve tüketicilerin dikkatini çekmeleri için en iyi araçtır.(Yüksel,1994;219)

Endüstriyel gelişmelere koşut olarak, Türkiye’de fuarcılığın özellikle 1980’li yıllardan sonra daha çok öne çıktığı görülmektedir. Uluslararası İzmir Fuarı Türkiye’de ilk adını duyuran hem “uluslararası fuar” özelliği olan, hem de “genel fuarlar” içerisinde anılan fuarlardandır. TÜYAP fuarı ise “ihtisas fuarcılığının” önde gelen örneklerindedir. Afeks, Forem, Intertekst vb. fuarcılık örgütleri ulusal ve uluslararası düzeyde, genel ve özel ihtisas fuarları niteliğinde çeşitli fuarlar düzenlenmektedirler.

### 1.2. Üreticiler ve Tüketiciler için Fuarın Amaçları

Satıcılar/üreticiler ve alıcılar/tüketiciler için fuarların farklı amaçları bulunmaktadır. Ancak hem üreticiler hemde tüketiciler için fuar aynı ortam içerisinde biraraya gelmeye yarayan bir araç olması bakımından önemlidir.

Bu bağlamda fuara katılan üreticilerin/satıcıların amaçlarını şöylece sıralamak olanaklıdır: Ürünlerinin ya da firmalarının farkına varılmasını sağlamak, pazar oluşturacak ürün sergilemesinde bulunmak, alıcıların gereksinimlerini sağlamak,

rakip üreticiler hakkında bilgi almak, yeni ürünler sunmak, araçlarla tanışmak, üretici firmanın adını duyurmak, tüketici sorunlarını yerinde çözecek yanıtlar oluşturmak, yeni alıcılar edinmek, eski alıcılarla ilişkileri sağlamlaştırmak ve satış yapmak.

Fuarı gezmeye gelen alıcıların/tüketicilerin amaçları ise şöyle sıralanabilir: Yeni ürünler görmek, kullanmış oldukları ürünler hakkında daha çok bilgiler edinmek, teknolojik gelişmelerden haberdar olmak, üreticilerle yüzyüze ilişkilerde bulunmak, sorunlarını doğrudan üreticiye aktarmak, yeni firmalar ve satıcıların adreslerini öğrenmek, gereksinimlerini çoklu bir seçenek ortamında gidermek, ürünleri birbirleri ile karşılaştırma olanağını bulmak ve ürün satın almak.

### 1.3. Fuar Çeşitleri

Üretici ve tüketicilerin yukarıda sayılan amaçları doğrultusunda buldukları fuarlar süreleri bakımından; devamlı fuarlar, gezici fuarlar, üretildiği yer bakımından; yerel fuarlar, ulusal fuarlar,uluslararası fuarlar, sergilendikleri ürünler bakımından; genel fuarlar ve özel fuarlar diye adlandırılabilirler.

Süreleri bakımından “devamlı fuarlar” genellikle firma ve üreticilerin kendi yerleşme yerlerinde açtıkları fuarlardır. Bu tür fuarlar sürekli olduğundan ziyaretçi ve alıcılar yılın herhangi bir gününde uğrayabilmektedirler. Devamlı fuarların bu özelliği sayesinde “ziyaretçilerle kuruluş arasında devamlı bir ilişki kurulmuş olmaktadır.(Ertekin,1995;81) “Geçici fuarlar” ise üreticilerin yada firmaların belli bir süre için açtıkları fuarlardır. Önemli günlerde ve özel durumlarda düzenlenmektedir. Geçici fuarlar, genellikle taşımaya/taşınmaya elverişli ürünlerin yer aldığı ve belli tarihlerde farklı yerlerde açılan fuarlardır.

Fuarlar sergilendikleri ürünler bakımından özel ve genel nitelikte fuarlar diye adlandırılırlar. Genel fuarlarda gıda maddelerinden konfeksiyona yada ağır sanayi makinalarına kadar çok değişik ürün grupları yer alabilmektedir. “Özel fuarlar” ise uzmanlık fuarlarıdır. Tekstil, deri eşyası, kitap, otomotiv gibi belli bir üretim alanına giren ürünlerin sergilendiği fuarlar özel nitelikli fuarlardır.(Kozlu,1995;224) Malların üretildiği yer bakımından fuarlar, yerel ve uluslararası da olabilmektedir. “Yerel fuarlar” bölgede üretilen ürünlerden oluşurken; “ulusal fuarlar”, bir ülkede yeralan üreticiler ve farklı ürün ve firma temsilcileri tarafından oluşturulmaktadır.

## 2. Araştırmanın Metodolojisi

### 2.1. Araştırmada Kullanılan Yöntem ve Teknikler

Evreni anlayabilme, olay ve olaylara yorumlar getirme amacı olan bilim(Arserven, 1994;1), deneysel ve nesnel konusu olan (Sencer,1978;3) sistematik bilgi birimikidir.(Aziz,1993;3) Bu anlamıyla bilimin önde gelen işlevi, toplumsal yaşamla ilgili olguları betimlemek, açıklamak, tanımlamak ve geleceğe yönelik

projeksiyonlar oluşturmaktır. Bilimin gerçekliği bilimsel araştırmalarda ortaya çıkmaktadır.

Sivas Fuarını bilimsel bir gözlemlerle çözümlemeyi amaçlayan bu çalışma ile fuara katılan üreticilerin ve alıcıların/gezenlerin sosyo-ekonomik çözümlemesi yapılmaya çalışılmaktadır. Araştırmada sosyal bilimcilerin sıkça kullandıkları anket ve gözlem tekniklerinden yararlanılmıştır. Bilindiği gibi anket, "belli bir araştırmanın amacına uygun düzenlenmiş soru listesidir." (Yıldırım, 1966; 91) Bu bağlamda Sivas Fuarına katılan üreticilere/satıcılara ve alıcılara/gezenlere yönelik iki tane anket formu düzenlenmiştir. Fuara katılan üreticiler/satıcılar için geliştirilen anket formunda, firmaların büyüklükleri, nereden katıldıkları, üretim/satış alanları ile ilgili sorulardan başka, firmaların fuardan beklentileri ve bu beklentilerinin ne denli gerçekleştiği yönünde sorular yer almıştır. Fuarı gezenlere yönelik anket formunda ise fuarı gezenlerin cinsiyetini, yaşını, öğretim durumunu, sosyo-ekonomik özelliğini belirleyen sorulardan başka, fuarı nasıl buldukları, alış-veriş yapıp yapmadıkları, bu tür fuarların açılmasını isteyip-istememedikleri yönünde sorular da sorulmuştur.

## 2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Açık kaldığı günlerde toplam 12-15 bin kişinin fuarı ziyaret ettiği varsayılmıştır. Binde bir ölçekli örneklem oluşturmanın anketin uygulamasında kolaylık sağlayacağı ve elde edilen sayının evreni temsil edeceği kabul edilmiştir. Bu bağlamda 400 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Fuara katılan firmaların/üreticilerin ise 61'ine anket uygulanmıştır. Anketler fuarın son üç gününde 3 bayan ve 2 erkek olmak üzere toplam 5 anketör tarafından gerçekleştirilmiştir. Anket uygulanmadan önce anketör eğitimi ve anketlerin ödenemeleri yapılmıştır.

## 2.3. Araştırmanın Denenceleri

Durum saptamasından daha öte bir amaç taşıyan bilimsel araştırmalar sorunlar arasındaki bağıntıları, ilişkileri ya da ilişkisizlikleri denenceler yardımıyla ortaya koyarlar. Denenceler "geçerliliği kontrol edilmek için teste tabi tutulan bir önermedir." (Armağan, 1983; 74) Bir başka deyişle, değişkenler arasında varolan ilişkiye, araştırma dilinde denence denilmektedir. Bu yönüyle denence, en az iki değişken arasında geçici olarak kabul edilen ilişkiye dayalı bir yargı ya da yargılar dizisidir.

Sivas Fuarı'na katılan üreticiler/satıcılar ve alıcılar/gezenler bakımından bağımlı ve bağımsız değişkenler bağlamında sınırlanmak üzere ortaya koyulan denenceler şöyledir:

- Üreticiler/firmalar fuara katılmayı hem ürünlerinin daha iyi tanıtılması, hem de daha iyi satış bağlantılarının kurulması için bir araç görmektedirler.
- Sivas'ta fuarın ilk kez düzenlenmesi nedeniyle fuara ve fuardaki reyonlara ilginin yüksek miktarda gerçekleşeceği öngörülmektedir.

- c) Sivas'ın sosyo-ekonomik yapısına ilişkin göstergelerin Türkiye ortalamasının orta ve ortanın altında yer alması nedeniyle, toplumun da bu katmanlarda büyük oranda yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda fuarı gezenlerin de büyük oranda orta ve ortanın altı sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip olduklarını söylemek olanaklıdır.
- d) Sivas ili batıya göç veren illerdendir. O nedenle hemen her konuttan bir ya da birden fazla kişinin il dışında olduğu görülmektedir. Sivas'ta kalanlar ise bunların yanına sıklıkla ziyarete gitmektedirler. Dışa böylesine açılımı olan insanların fuarlara yabancı olmaları düşünülemez. Bu bağlamda Sivas Fuarı'nı gezenlerin büyük oranda fuar olgusunu tanıdıklarını söylemek olanaklıdır.

21

### 3. Araştırma Alanına İlişkin Bilgiler

Sivas ili, İç Anadolu Bölgesinde yer alan sosyo-ekonomik özellikleri bakımından görece geriliği yaşayan bir kenttir. Temel ekonomik etkinlik tarım ve hayvancılık üzerinedir. Bununla birlikte, iklim koşullarının çok yakından etkilediği tarım ve hayvancılıkta istenilen düzeyde gelişim sağlanamamıştır. Ancak yine de kent ekonomisinde tarım ve hayvancılığın etkin olmasının doğal sonucu olarak ticarete konu olan ürünlerin başında tarımsal ve hayvansal ürünlerin yer aldığı görülmektedir.

Son yıllarda küçük ve orta ölçekli sanayinin gelişmesi için, yatırımcılara cazip gelecek olanaklar sunulmaya başlanmıştır. Başta Valilik olmak üzere, Belediye, Ticaret ve Sanayi Odası gibi kurum ve kuruluşlar, kentte sanayi ve hizmetler sektörünün gelişmesi için çaba göstermektedirler. Sivas Fuarı böyle bir çabanın ürünüdür, Sivas Ticaret ve Sanayi Odası'nın öncülüğünde 22 Ağustos – 06 Eylül 1999 tarihleri arasında Sivas'ta ilk kez "Uluslararası Sivas Fuarı" açılmıştır. Kent merkezindeki stadyumun arkasında kalan boş alan fuar yeri olarak seçilmiş ve toplam 66 firma ya da satıcı ürünlerini bu fuarda sergileme olanağını bulmuşlardır. Sivas Fuarı, uluslararası bir fuar olarak adlandırılmıştır. Ancak Sivas Fuarı'na, teorik kısımda ortaya konulan fuarların çeşitleri ve özellikleri bakımından bakıldığında, daha çok Sivas'ta üretilen ürünlerin tanıtımını sağlamak amacıyla açılmış, yerel ve geçici fuar özelliklerini taşıdığı görülmektedir. Fuarda yerel ürünlerin tanıtımı için ulusal ve uluslararası firmaların ürünlerine bir araç olarak yer verildiği anlaşılmaktadır.

### 4. Araştırmada Elde Edilen Bulgular

Sivas Fuarı'na katılan firmalara/üreticilere ve alıcılara/gezicilere uygulanan anketlerden elde edilen verilerin rakamsal ve oransal değerleri burada yeracaktır. Çalışmamızın teorik kısmında ortaya koyduğumuz denencelerin onaylanıp-

onaylanmadıkları da elde edilen verilerle ortaya konulacak ve elde edilen verilerin sosyo-ekonomik çözümlemesi yapılacaktır. Ayrıca verilerden elde edilen sonuçlar ve öneriler de bu bölümde ele alınacaktır

#### 4.1. Fuara Katılan Firmaların/Üreticilerin Beklenti ve Tatmin Düzeyleri

22

Sivas Fuarı'na katılan 66 firmadan 61'ine ulaşılabılmıştır. Bu fuarın bitiminin son üç gününde anket uygulaması yapılmıştır. Bu anketlerden elde edilen verilerin rakamsal ve oransal düzeyleri aşağıda çözümlenmeye çalışılacak ve başlangıçta ortaya konulan denencelerin onaylanma düzeyleri üzerinde durulacaktır.

Sivas Fuarı'na katılanların çoğunlukla süsleme sanatları, kültürel eserler,kitap hediyelik eşya, bujiteri, ebru gibi alanlarda üretim ve satış yapan firma ve kişiler olduğu görülmüştür(19 firma). Bunları inşaat malzemeleri, döküm ve ısıtma sistemleri sergileyen firmalar izlemiştir(18 firma). Fuarda tekstil ürünleri, giyim eşyası ve paketlenme ürünlerini sergileyenler üçüncü sırada yer almıştır (11 firma). Dördüncü sırada ise iletişim ve müzik aygıtları, radyo istasyonu, bilgisayar, reklam, elektrik-elektronik ürünleri sergileyenler gelmektedir.(9 firma ). Fuara katılan firmaların yalnızca ikisi ev tüketim malları sergilerken, bir otomobil sergisi, bir de sağlık ürünlerinin yer aldığı serginin olduğu görülmüştür. Fuara katılan firmalardan %31.2'si kendilerini "yerel imalat yapan orta ölçekli firma, "%16.4'ü" "ulusal bir firmanın temsilcisi", %9.8'i "uluslararası bir firmanın temsilcisi", yine %9.8'i "kendi el imalatını sergileyen bir firma", %6.6'sı ise "parça işi yapan firma" olarak tanımlamışlardır. Bu verilerden de anlaşılmaktadır ki, fuara ulusal düzeyde firma ve temsilcileri katılmakla birlikte, çoğunlukla yerel üretim yapan firmalar katılmışlardır. Fuara katılan firmaların 36'sının Sivas merkezinden, 4'ünün Sivas'ın ilçelerinden,21'inin Sivas dışından, 1 tanesinin ise ülke dışından olduğu saptanmıştır. Firmalar, fuara katılım amaçlarını öncelikle "hem ürünlerimizi tanıtmak hem de iş bağlantıları kurmak" (%49.2) sonra da "ürünlerimizi Sivas'ta daha iyi tanıtmak" (%31.1) olarak belirtmişlerdir. Elde edilen bu verilerin, çalışmanın başında ortaya konulan "üreticiler/firmalar fuara katılmayı hem ürünlerinin daha iyi tanıtılması, hem de daha iyi satış bağlantılarının kurulması için bir araç olarak görmektedirler" denencesini onayladığı görülmektedir.

Üreticilere amaçlarına ne oranda ulaştıkları da sorulmuştur. Amaçlarına "tamamen ulaştıklarını" söyleyenlerin oranı %11.5 olarak (7 firma ) belirlenirken, amacına kısmen ulaştığını söyleyenlerin oranı %60.7 (37 firma) dir. Bundan da anlaşılmaktadır ki, fuara katılanların üçte ikisi amaçlarına kısmen ya da tamamen ulaşmışlardır. Amaçlarına hiç ulaşamadıklarını söyleyenlerin oranı %23'te kalmıştır. Yine bir başka soruya verilen yanıtlarda firmalar, fuarda yer alan reyonlarına ilginin tatmin edici olduğunu belirtmişlerdir(%70). Reyonlarına ilginin "beklentilerinin çok altında gerçekleştiğini" söyleyenlerin oranı ise % 21.3 (13 firma)tür. Elde edilen bu veriler aynen kalacak "Sivas'ta bir fuarın ilk kez düzenlenmesi nedeniyle fuara ve fuardaki reyonlara ilginin yüksek miktarda olacağı" denencesini olumlamıştır.

Nitekim bir başka soruda da fuara ilginin ne yönde olduğu sorulduğunda, firmaların %42.6'sı fuarı gezenlerin "büyük oranda ürünleri izliyorlar ve ürünler hakkında bilgi alıyorlar", %16.4'ünün ise "ürünlerden alıyorlar ya da nereden alabileceklerini soruyorlar" yanıtlarını verdikleri görülmüştür. Fuara katılan firmaların yalnızca %1.6'sının "ne bakıyorlar, ne de alıyorlar" diyerek, fuara ve reyonlarına ilginin az olduğu yönünde görüş belirttikleri izlenmiştir.

Firma yetkilerine göre fuara hemen herkesimden insanlar gelmektedir. Ancak, sosyo-ekonomik düzeyi orta halli olanların daha çok fuara geldiği anlaşılmaktadır. Nitekim elde edilen verilerde firmaların %73.8'i "belirgin bir sınıflama yok, hemen herkesimden insanlar geliyor" derken, %21.3 'ü "orta halliler geliyor" saptamasında bulunmuşlardır. Yanıtların en ilginç "zengin, hali vakti yerinde olanlar geziyor" diyenlerin hiç çıkmamasıdır. Bu veriler, "fuarı gezenlerin büyük oranda orta ve ortanın altı sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip olduklarını söylemek olanaklıdır" denencesini onaylamaktadır.

Fuara katılan firmaların vermiş oldukları yanıtlara göre fuara gelenlerin çoğunluğunu (%46) "yakın arkadaşlıkları olan ailelerin eş ve çocuklarını alarak birlikte fuara geldikleri" şıkkı oluşturmaktadır. Yine "fuara ilgi duyan herkesimden insan"(%56), ve "işçi ve memur kesiminden olanlar"(%25) fuara en çok gelen kesimleri oluşturmaktadırlar.

Fuara katılan firmalardan %13'ü (8 firma) fuardaki aksaklıklar ve işlerinin iyi gitmemesi gibi nedenlerle gelecek yıllar fuara kesinlikle katılmayacaklarını belirtirken, %87'si (53 firma) gelecek yıllarda da açılacak fuarlara katılma yönünde görüş belirtmişlerdir. Fuara katılan firmalara göre gelecek yıllarda açılacak fuarlar yazları bir kez (%52), ya da yaz-kış birer kez (%31) açılmalıdır.

Fuara katılan firmaların yetkililerine bundan sonraki fuarlara ilginin gezenler açısından nasıl olabileceği de sorulmuştur. Alınan yanıtlarda çoğunluğun (%36.1) "bu ilkti, bundan sonrasında daha çok ilginin olacağını düşünüyorum", %11.5'inin "bu ilk olmakla birlikte fazlasıyla ilgi vardı, yine bunun kadar ilgi olacağını düşünüyorum", %24.6'sının ise "yine bu kadar ilgi olacağını düşünüyorum" yanıtını verdikleri görülmüştür. "Bu ilk olduğu için insanlar merak ederek geldi, bundan sonrasında bu kadar insanın geleceğini sanmıyorum" diyenlerin oranı yalnızca %13.1'dir. Bu rakamlarda göstermektedir ki gelecek yıllarda açılacak fuarları gezenlerin oranı düşmeyecektir.

Sivas Fuarı'na katılan 66 firmadan 61'ine sorulan sorulara verilen yanıtlardan ortaya çıkan bu verilere bakıldığında, fuara katılan firmaların, fuarın açılmasından memnun oldukları, daha sonraki yıllarda böyle bir fuarın açılmasını istedikleri ve fuar açıldığında katılacaklarını belirttikleri gözlemlenmiştir. Anketin dışında elde gözlemlerde ve firma yetkilileriyle yapılan karşılıklı görüşmelerde ise bu verilere ek olarak fuarı düzenleyenlerin daha yakın ilgisini bekledikleri, düzenlemenin daha iyi olabileceği yönünde eleştirilerle birlikte, büyük oranda yaşanan olumsuzlukların

fuvarın ilk oluşundan kaynaklandığı ve sonraki fuarlarda bu olumsuzlukların giderilmesi yönünde umutlu oldukları görülmüştür.

#### 4.2. Fuarı Gezenlerin Beklenti ve Tatmin Düzeyleri

Sivas Fuarı'nı gezen 212 erkek, 132 kadın olmak üzere toplam 344 kişiye anket uygulanmıştır. Anket uygulanan kişiler, 19-60 yaşları arasında hemen her yaş grubunda yer almaktadırlar. Ankete katılanlar ilkokul (%17), Ortaokul (%13), Lise (%34), Yüksekokul (%14), Üniversite (%15) ve Lisanüstü (%5) düzeyinde eğitim görmüşlerdir. Bu rakamlar fuarı gezenlerin beklenen eğitim düzeyinde olduklarını göstermektedir. Fuara gelenlerden yalnızca 3 kişi okuma yazma bilmemektedir. Fuarı gezenlerin %73'ü (251 kişi) ekonomik durumlarını Türkiye ortalamasına göre "orta halli" olarak belirtmişlerdir. "Fakir-orta halli" olduğunu ve "Zengin-çok zengin" olduğunu belirtenlerin oranı her iki şıkta da %10'dur. Fuarı gezenlerden yalnızca %4'ü (15 kişi) "Fakir"dir. Bu rakamlardan da görülmektedir ki, Sivas Fuarı'nı büyük oranda fakirlik sınırının üstünde ve orta halli kimseler ziyaret etmişlerdir. Çok zengin (%0,9) ve fakirlerin (%4) ziyaret düzeyi ise düşük kalmıştır.

Fuarı ziyarete gelenler büyük oranda (%82) kent merkezinden gelmişlerdir. Ancak, ilçelerden (%4), kent dışından(%9) ve yurt dışından (ki bunların yurtdışında çalışan ve Sivas'a yaz tatili için gelenler olduğu düşünülmektedir) gelenlerin olduğu da görülmüştür. Fuarı büyük oranda (%74)"eşi, çocukları ve dostlarıyla gelenler" gezmişlerdir. Tek başına gelenlerin oranı ise %14'dür. Fuarın düzenlediğinin genellikle çok kısa bir zamanda öğrenildiği görülmüştür. Anket'e katılan 344 kişiden yalnızca 30'u 15 gün önce, 23'ü ise 1 ay önce öğrendiklerini söylemişlerdir. Kalan 298 kişi ise 15 günden az bir süre önce fuarın düzenleneceğini öğrendiklerini söylemişlerdir. Fuarın düzenlendiğini aynı gün duyarak (%16 ) gelenler bile bulunmaktadır. Bu veriler fuarın yeterince tanıtımının yapılmadığını göstermektedir.

Fuarı gezenlerin eğitim düzeylerindeki olumlu göstergelere paralel olarak, fuarın anlamı konusunda da genellikle doğru yanıtı işaretledikleri görülmüştür. Ankete katılanlardan %76'sı (262 kişi) fuarı "belli zamanlarda ve belirli bir süre için ürünlerin sergilendiği yer" olarak tanımlamışlardır. Bu da fuarı gezenlerin belli bir eğitim ve kültür düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Bu veriler başlangıçta ortaya koyduğumuz "Sivas Fuarını gezenlerin büyük oranda fuar olgusunu tanıdıklarını söylemek olanaklıdır" denencesinin onaylandığını göstermektedir.

Benzer sonuç, fuarı gezenlerin yaşamlarında bu zamana değin kaçınıcı kez bir fuarı gezmiş olduklarına ilişkin soruya verilen yanıtlarda da ortaya çıkmaktadır. Nitekim böyle bir soruya verilen yanıtlarda "daha önce hiç fuar gezmedim." diyenlerin oranı yalnızca %14'dür. Bununla birlikte fuarı gezenlerin %18'i yaşamları boyunca 10 defadan daha fazla fuar gezdiklerini belirtirken verilen yanıtlarda %68'i daha önce birden fazla fuar gezdiklerini söylemişlerdir.

Ankete katılanlara Sivas Fuarı'nın Sivas'a ne gibi katkısının olabileceği de sorulmuştur. Fuarı gezenlerin %26'sı (88 kişi) bu fuarın açık olduğu günlerde Sivas



ekonomisini canlandırdığı, %29'nun (101 kişi) insanların daha çok ürünü Sivas'ta görme olanağı sağladığı, %16'sının (55 kişi) ise insanların fuar bilincini geliştirdiği yönünde görüş belirttikleri görülmüştür. Fuarın Sivas'a ve Sivas'ta yaşayanlara katkısının olmadığını düşünenlerin sayısı yalnızca %0.9'dur (3 kişi).

Sivas Fuarı'na gelenlerin yarısı (169 kişi) "gezip, görmek ve merakını gidermek için" geldiklerini belirtirken, 107 kişi (%31) "özellikle alış-veriş yapmak" amacıyla geldiğini belirtmiştir. Bu rakamlar da Sivaslının fuar bilincinin ve fuar arzusunun yeterli olduğunu ve fuar gezisinde amaçlı ve bilinçli davrandığını göstermektedir. Nitekim bunu "böyle bir fuarın gerçekleştirilmesini nasıl buluyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlar da desteklemektedir. Söz konusu soruya fuarı gezenlerden 273 kişi (%80) "geç kalmış bir olaydı, iyi ki düzenlendi." yanıtını vermişlerdir. "Fuara gerek yoktu, boşa masraf edilmiş" diyenlerin oranı yalnızca %9'dur. Fuarın hangi sıklıkta olması gerektiği sorusuna ise "yılıda 1 yada 2 ama mutlaka düzenlenmesi gerektiği" (%91) yönünde görüş belirtmişlerdir. Fuar dönemi olarak ise ankete katılanların %58'i (200 kişi ) Temmuz-Ağustos aylarını uygun görmekteyler. Bu oranı ilk baharda düzenlenmesi gerektiğini söyleyenlerin (64 kişi) oranı (%19) izlenmektedir.

Ankete katılanlara, Sivas Fuarı'nın en çok hangi kesime yönelik olduğu da sorulmuştur. Yanıtlayıcıların %55'i fuarın her kesime yönelik olduğunu söyledikleri görülmüştür. Fuarın "yalnızca ticaretle ilgilenenlere" yönelik olduğunu söyleyenlerin oranı ise %19.2'dir. Bu oranlarda göstermektedir ki, satıcılar /firma sahipleri gibi fuarı gezenler/alicılarda Sivas Fuarı'nın her kesime hitap eden bir fuar olduğunu söylemektedirler. Nitekim, ankete katılanlara sorulan "fuara daha çok hangi sosyo-ekonomik seviyeden gelenlerin olduğunu gözlemlediniz?" sorusuna verilen yanıtlarda bu kanıtı desteklemektedir. Ankete katılanların %66'sının Sivas Fuarı'na "orta halliler" in gelip gezdiklerini gözlemlediklerini söyledikleri görülmüştür. Fuara "zenginlerin geldiğini" düşünenlerin oranı ise yalnızca %2.9'dur. Ankete katılanlara ayrıca "fuarda en çok hangi bireylere yönelik ürünlerin yer aldığı" da sorulmuştur. Alınan yanıtlardan çoğunluğunun (%67)"bir ailede herkese yönelik ürünler var" dediği görülmüştür. Sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde Sivas Fuarı'nın daha çok sosyo-ekonomik düzeyi "orta halli" olanlar tarafından gezildiği ve bir ailenin tüm bireyelerine hitap edecek düzeyde çeşitliliğe sahip ürünlerin sergilendiği anlaşılmaktadır.

Sivas Fuarı'nı gezenlerin yarısının (%53) Sivas'ta üretimi yapılan ve fuarda sergilenen ürünleri tanıdıkları anlaşılmıştır. Bu ürünlerin Sivas'ta üretilmesinden onur duyduğunu ve daha da üretilmesi gerektiğini belirtenlerin oranı %83 'tür . Fuarı gezenlerin %22'si alışveriş yaptığını, %34'ü alışveriş yapmadığını ancak başka gün gelerek alışveriş yapmayı planladığını, %8'i ise alışveriş yaptığını ve ileri ki günlerde gelerek yine alışveriş yapacağını belirtmiştir. Bu oranlarda göstermektedir ki, fuara gelenler gezip görme ve incelemeye birlikte alışveriş yapma eğilimindedirler.

## Sonuç ve Öneriler

Sivas'ta ilk kez açılan fuarın kente kısa da olsa bir canlılık getirdiği gözlemlenmiştir. 1999 yazında Sivas'ta izlenen güneş tutulması için kente gelen iç ve dış turistlerin vermiş oldukları canlılık, fuarla birlikte devam etmiştir. İllerin adlarını taşıyan fuarlar, ülkemizin kentlerinin bir çoğunda değişik aylarda özellikle de yaz aylarında açılmaktadır. Bu tür fuarlar hem kentte üretim yapan firmaların ürünlerini sergileme olanağı sunmakta, hem de kentin sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına bir canlılık getirmektedir. Sivas'ta bu zamana değin bir fuarın açılmamış olmasının eksikliği ankete katılanlarca da belirtilmiştir. Anket sonuçlarından alınan verilerde görülmektedir ki, hem firmalar hem de fuarı gezenler böyle bir fuara yabancı değildirlere. Bu gerçeklik ileriki yıllarda da açılacak fuarlara ilginin yüksek olacağı düşüncesini sergilemektedirler.

Fuara katılan firmalar ve fuarı gezenlere sorulan sorulardan alınan yanıtların vermiş olduğu yönelimlerden ve değerlendirmelerden sonra, ileriki yıllarda Sivas'ta düzenlenecek fuarların daha başarılı gerçekleşebilmesi için ise şunları söylemek olanaklıdır:

Sivas Fuarı'nı hemen her yaştan eğitim düzeyinden kişilerin gezdiği görülmektedir. Fuarı kadınlar da, erkekler de gezmektedirler. Bu durum bir fuar için olumludur. Fuarı gezmede bir çekingenliğin ve uzak durmanın olmadığı izlenimi edinilmiştir. Ürünlerin sergilenmesinde bunun önemi göz önünde bulundurulmalıdır.

Fuarı genellikle sosyo-ekonomik durumu "orta halli" olanlar gezmektedir. Fuar reyonları ve sergilenen ürünler bu kesime yönelik olmalıdır.

Fuara gelenlerin eğitimleri beklenen düzeydedir. O nedenle fuarda yer alan firmalar eğitilmiş insana yönelik ürünlere ve sergilere yer vermelidirlere.

Fuar genellikle eşi, çocukları ve yakın akraba/ dostlarıyla gelen aileler tarafından ziyaret edilmiştir. Bundan sonra fuarda reyon açacak firmaların bunu göz önünde bulundurmaları, reyonlarına ilgiyi artıracaktır.

Fuarı gezenlerden elde edilen bilgilerde fuarın tanıtımının zamanında ve yeterince yapılmadığı/yapılamadığı görülmüştür. Sonraki fuar düzenlemelerinde tanıtımın çok daha önceden ve yeterince yapılması daha iyi olacaktır.

Fuarı gezenlerin çoğunluğunun fuarın ne olduğu konusunda belli bir bilince sahip oldukları görülmüştür. Öyle ise, Sivas'ta düzenlenecek fuarlara ilgi daha da artabilecektir. İleride düzenlenecek fuarlarda ,izleyicilerin bu fuar bilinci göz önünde bulundurulmalıdır.

Fuarı gezenlerin çoğunluğu bu türden fuarların Sivas ekonomisine ve Sivas'ta yaşayanlara sosyo-ekonomik ve kültürel katkısının olduğunu düşünmektedirler. Bu da sonraki dönemlerde düzenlenecek fuarlar için önemli bir destekleyici güdüdür.

Fuarı gezenlerin yılda en az bir fuarın düzenlenmesini istedikleri görülmüştür. Yılda iki fuarın düzenlenmesini isteyenlerin oranı da azımsanmayacak kadardır.

Fuar dönemi olarak ise Haziran, Temmuz, Ağustos ayları öngörülmektedir. Düzenlenecek fuarların sayısı ve dönemi için bu verilerin yararlı olabileceği düşünülmektedir.

Fuarı gezenler, Sivas'ta üretilen ürünleri tanıdıklarını ve bundan onur duyduklarını belirtmektedirler. Öyle ise, sonraki fuarlarda Sivas'ta üretilen ürünlere daha belirgin bir biçimde yer verilebilmeli ve onların fuarda yer alması yönünde özendirici çaba içerisinde olunmalıdır.

Fuarı gezenler, genellikle alışveriş yapmayı yada ürünü belirleyerek daha sonra alışverişini gerçekleştirmeyi planlamaktadırlar. Bu gerçeklikle, Sivas'ta açılacak fuarlarda satış önceliğine ve amacına yönelik, etkin katılımı özendiricek reyonlara öncelik verilmelidir.

Fuar yerinin uygun olmadığı konusunda düşünce birliğinin olduğu görülmüştür. Bu nedenle, ileriki yıllarda mutlaka açık bir fuar alanı düzenlenmelidir. Fuar, daha rahat, aydınlık, tuvaleti, lavabosu olan, reyonları daha geniş, ısı düzeyi ayarlı bir ortamda gerçekleştirilmelidir.

## KAYNAKÇA

- ARMAĞAN**, İbrahim.(1983),**Yöntembilim 1, Bilimsel Yöntem**, Dokuz, Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları İzmir.
- ARSEVEN**, Ali D.(1994), **Alan Araştırma Yöntemi**, Gül Yayınevi Ankara.
- AZİZ**, Aysel.( 1990), **Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim**, İLAD Yayınları, Ankara.
- EGELİ**, Şebnem.( 1988), "Türkiye'de ve Dünyada Tanıtım", **Halkla İlişkiler**, Şubat-Mart,Sayı: 46-47.
- ERTEKİN**, Yücel.(1995), **Halkla İlişkiler**, TODAİE Yayınları, Ankara.
- KOZLU**, Cem.( 1995), **Uluslararası Pazarlama**, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara,
- SABUNCUOĞLU**, Zeyyat.( 1993), **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa.
- SENCER**, Muzaffer, **SENCER**, Yakut.( 1978), **Toplumsal Araştırmalarda Yöntem Bilim**, TODAİE Yayınları, Ankara.
- TEK**, Ö.Baybars.(1997), **Pazarlama İlkeleri**, Cem Ofset Yayınları, İstanbul.
- YILDIRIM**, Cemal.(1966), **Eğitimde Araştırma Metodları**, İstanbul.
- YÜKSEL**, A.Haluk.(1994), **İkna Edici İletişim**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.