



## MALATYA İLİ FUAR MERKEZİ FİZİBİLİTE RAPORU

## Hazırlayan:

---

**Netrevart Bilişim Araştırma & Geliştirme Danışmanlık**

**Organizasyon Basım Sanayi Ticaret**

Pamukkale Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi

P.A.Ü. Kuluçka ve İdari BBL 105/20 Pamukkale/ DENİZLİ

T: 0 (258) 215 50 42

C: 0 (545) 776 65 58

[netrevart@gmail.com](mailto:netrevart@gmail.com)

[www.netrevart.com.tr](http://www.netrevart.com.tr)

Bu rapor, Fırat Kalkınma Ajansı tarafından hazırlatılan bu yayının içeriği Fırat Kalkınma Ajansı'nın görüş veya tutumunu yansıtmaz. Bu raporun tüm yayın hakları Fırat Kalkınma Ajansı'na ait olup yazılar ve içerik Ajansın izni olmadan kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz.

# İÇİNDEKİLER

I.	YÖNETİCİ ÖZETİ .....	4
II.	PROJENİN TANIMI, KAPSAMI, AMAÇ, HEDEFLER ve GEREKÇESİ .....	7
1.	Tanım ve Kapsam.....	7
1.1.	Projenin adı: .....	7
1.2.	Türü ve Teknik içeriği:.....	7
1.3.	Bileşenleri: .....	7
1.4.	Proje Büyüklüğü:.....	7
1.5.	Proje yeri ve süresi: .....	7
1.6.	Girdiler:.....	8
1.7.	Çıktılar:.....	8
1.8.	Hedef Aldığı Kitle ve/veya Bölge: .....	8
1.9.	Proje Sahibi Kuruluş ve Yasal Statüsü.....	8
1.10.	Yürütücü Kuruluş .....	8
2.	Amaç ve Hedefler .....	9
3.	Proje Gerekçesi.....	63
III.	TALEP ANALİZİ .....	73
1.	Mevcut Fuar Kapasitesi .....	73
2.	SWOT Analizi .....	75
3.	Paydaş Analizi .....	77
IV.	PROJE YERİ.....	80
V.	TASARIM.....	84
VI.	PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI .....	90
a)	Proje yönetimi .....	90
b)	Proje Uygulama Programı.....	94
VII.	İŞLETME YAPISI .....	95
VIII.	YAPIM MALİYETLERİ .....	100
IX.	İŞLETME GELİR VE GİDERLERİ .....	101
X.	EKONOMİK ANALİZ.....	103
XI.	FİNANSAL ANALİZ .....	110
XII.	RİSK DEĞERLENDİRMESİ .....	112
XIII.	EKLER .....	114

## I. YÖNETİCİ ÖZETİ

Son bir çeyrek asırdan beri bilgi teknolojisi alanında yaşanan baş döndürücü gelişmeler dünyada adeta yeni bir ekonomik devrim başlatmıştır. Bu yeni gelişme ile birlikte, gerek yurt içi ekonomilerde gerekse uluslararası ticaret alanında hizmet sektörünün önemi hızla artmıştır. Hizmetler sektörü çok geniş bir ekonomik faaliyet alanını kapsar. O nedenle sektörün genel bir tanımını yapmak güç olmakla birlikte üretim ile tüketimin aynı yerde ve eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesi, diğer bir deyişle hizmeti sağlayan ile bundan yararlanan arasında dolaysız bir ilişki bulunması, hizmetlerin saklanamaması ve elle tutulamaz nitelikte olması bazı ortak özellikleridir.

Uluslararası ticarete giren geleneksel hizmet faaliyetlerinin başında turizm gelmektedir. Sanayileşmeye destek sağlayan önemli sektörlerden biride yine turizmdir. Aslında uluslararası turizm döviz gelirlerini arttırmak üzere gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerin yoğun bir biçimde özendirilmeye çalıştıkları bir hizmet alanıdır.

Doğal tarihe ve kültürel zenginliğe sahip ülkeler turizm açısından göreceli üstünlüğe sahiptir. Bununla birlikte turizmin geliştirilebilmesi için belirli bir altyapının oluşturulabilmesi gerekir. Bu açıdan ülkenin yatırım kaynakları tarım sanayi ve benzer sektörler arasında dağıtılırken turizm kesimine de yeterli pay ayrılmalıdır.

Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kurvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek turizm sektörünü geliştirme potansiyeli bulunmaktadır. 10. Kalkınma Planında, “Sağlık turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, kış turizmi, kurvaziyer turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi sağlanacak ve alternatif turizm türlerinin gelişimi desteklenecektir.” ifadesinde belirtildiği üzere Türkiye'nin temel politikası bu yöndedir.

Gelişmiş ülkeler değer zincirlerinin yüksek katma değer yaratan aşamalarına hakim olup, zincirin diğer aşamalarını ve üretim ağını da yönetmektedir. Daha düşük katma değerli aşamalar, çoğunlukla gelişmekte olan ülkeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Türkiye henüz yüksek katma değer yaratan halkalar içerisinde potansiyeli ile orantılı bir biçimde yer almamaktadır. Bununla birlikte ülkemiz, sanayileşme birikimi, firmalarının artan organizasyon ve yönetsel becerileri ve görece dışa açık yapıları ile bölgesinde değer zincirlerini örgütleme, geliştirme ve değişen üretim ve talep şartlarını fırsata dönüştürme kapasitesine sahiptir. Bu süreçte Türkiye'nin transit bir ülke konumunda olması, karayolu taşımacılığı sektörünün filo büyüklüğü bakımından Avrupa Birliği (AB) ve çevre ülkeleri

içerisinde lider bir konumda bulunması, istikrarsızlığın sürdüğü yakın coğrafyasında “güvenli bir liman” olması gibi faktörler değer zincirlerini örgütlemeye bir avantaj oluşturmaktadır. Ayrıca, hinterlandındaki ülkelere nazaran Türkiye'nin sahip olduğu sağlık ve yükseköğretim altyapısı, hizmet ihracatı açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır.

Bu fizibilite çalışması, TRB1 Bölgesi'nde yer alan Malatya'da planlanan Yeni Fuar Merkezi yatırımı için; Malatya'nın ve TRB1 bölgesinin uygunluğunu ve ihtiyacını analiz etmek, Malatya'da faaliyet gösteren ana paydaşların ve hedef kitlenin Yeni Fuar Merkezi yatırımı için talebini ortaya koymak ve yapılan analizlere bağlı olarak teknik, finansal ve ekonomik yapılabilirliğini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Projenin arka planında önemli bir yer tutan, fuar ve kongre merkezlerinin kuruldukları bölgelerde yarattıkları avantajlar incelendiğinde, bu merkezlerin her yöreye olduğu gibi Malatya ve TRB1 Bölgesi'ne aşağıdaki ekonomik, toplumsal, kültürel ve sosyal faydaları getirmesi beklenmektedir.

Cazibe merkezleri programı ile doğu ve güneydoğu Anadolu bölgesi içinde 23 ilde, her bir ilin bir çekim merkezi olması amaçlanmaktadır. Projenin arka planında önemli bir yer tutan, fuar ve kongre merkezlerinin kuruldukları bölgelerde yarattıkları avantajlar incelendiğinde, bu merkezlerin her yöreye olduğu gibi Malatya ve TRB1 Bölgesi'ne de ekonomik, toplumsal, kültürel ve sosyal faydaları getirmesi beklenmektedir. Sanayi yatırımlarını ivmelendirmek isteyen hükümet, lojistik projelerle bölgeye destek olurken, özel sektör yatırımlarını arttırmak isteyen bölge yönetimleri ise eğitim çalışmaları ile girişimciliğin önünü açmak istemektedir. Malatya ise cazibe merkezleri programı ile kentsel fuar alanı inşası, yöresel ürünlerin pazarlanması ve kadın girişimciliğin desteklenmesi projeleri ile konumunu güçlendirmek ve ili öne çıkaracak yatırımları yapmayı planlamaktadır.

Ekonomik ve bilimsel platformlarda irdelenebilecek yeni fuar alanı yatırımı Malatya ve bölge ekonomisine mikro ve makro katkıları olan yatırım faaliyetlerin en başında gelmektedir. Bu bağlamda Malatya da düzenlenecek fuarlar, makro açıdan değerlendirildiğinde yeni iş bağlantılarının yapılması, yatırım, üretim, istihdam artışı dolayısıyla milli gelirin yükselmesi sonucunu doğurmaktadırlar. İşletme bazında ise üretim artışı, yeni pazarlara girme, sektörel işbirliği yaratma ve yeni iş bağlantıları kurma gibi olanaklar sağlayacaktır.

Tarihsel süreç içerisinde "doğunun batısı batının doğusu" olarak tanımlanan Malatya, bu gün için de aynı konumunu sürdürmekte olup sosyoekonomik yapısı nedeniyle bölgesinde önemli bir cazibe merkezi durumundadır. Malatya; nüfusu, erişilebilirliği, imalat sanayi potansiyeli,

sanayi altyapısı, dış ticareti ile TRB1 Bölgesi'nde yeni bir fuar merkezinin kurulması için en yatırıma elverişli il olarak ön plana çıkmaktadır.

İl bazındaki verilere göre,TRB1 illeri küresel rekabet gücü açısından ortalamanın altındadır. Malatya ve Elazığ illeri ise daha rekabetçi durumdadır. Bölge illerinden Malatya ve Elazığ, cazibe merkezleri olmaları nedeniyle yenilikçilik ve teknoloji alanında daha ileri bir düzeydedirler. Bu illerde daha çok ileri teknolojilerin gelişmesine yardımcı olacak girişimcilik ve altyapı (fiziksel ve insan gücü) yatırım ve projeleri öncelik sahibi olmalıdır. Bölgenin diğer illeri Bingöl ve Tunceli, cazibe merkezlerini destekleyen “çevre” alanlar konumundadırlar. Bu anlamda Malatya'da yapılacak yatırım bölgenin küresel rekabet gücünü arttıracaktır.

Malatya Yeni Fuar Merkezi Projesi'nin doğrudan faydalanıcıları olan firmaların katılımı ile gerçekleştirilen Hedef Kitle Analizi ise, ilde söz konusu yatırım için talep ve ihtiyacın varlığına işaret etmektedir. Firmalar Malatya'da yeni bir fuar merkezinin kurulması fikrini desteklemektedirler.

Malatya'da fizibilite raporu hazırlanırken paydaşlarla görüşmeler yapılmıştır. Paydaşların tamamı yapılacak yatırım için olumlu görüş bildirmişler, Malatya'nın bir fuar alanına ihtiyacı olduğunu belirtmişleridir. Yapılan ekonomik analizler sonucunda böyle bir yatırım getirimli olacağı ortaya çıkmıştır. Bu yatırım ile sadece Malatya'nın değil aynı zamanda TRB1 Bölgesi ve Doğu Anadolu Bölgesinin önemli bir altyapı kazanacağı görülmektedir.

## II. PROJENİN TANIMI, KAPSAMI, AMAÇ, HEDEFLER ve GEREKÇESİ

### 1. Tanım ve Kapsam

#### 1.1. Projenin adı:

Malatya Fuar Merkezi Projesi

#### 1.2 Türü ve Teknik içeriği:

Yapılacak yatırım hizmet sektöründe komple yeni bir yatırımdır.

Yatırım, kamu kaynakları ile gerçekleştirilecek bir fuar merkezini içermektedir.

#### 1.3. Bileşenleri:

Kapalı fuar alanı

Fuar alanı fonksiyonları ( fuar alanı, toplantı salonları, kafeterya vb.)

#### 1.4. Proje Büyüklüğü:

- Kapalı alan:13.335 mt2 ( idari fonksiyonlar ve fuar alanı dâhil)
- Kapalı fuar alanı: 8.691.52 mt2
- Toplam yatırım miktarı:**12.379.740-TL** (KDV Dâhil)

#### 1.5. Proje yeri ve süresi:

- Projenin 18 ay içerisinde bitirilmesi planlanmaktadır.
- Proje uygulanacağı yer Malatya ili sınırlarındadır. Proje uygulama alanı Malatya Büyükşehir Belediyesi mülkiyetindedir. Mevcut belediye ana faaliyet binasına yakın bir yerde projenin uygulanması planlanmaktadır.

## **1.6. Girdiler:**

Temel girdilerin aşağıdaki gibi gerçekleşmesi planlanmaktadır.

- Fuar merkezi inřaata
- Fuar merkezi tefriřata
- İnsan kaynakları

## **1.7. ıktılar:**

Yeni bir fuar merkezidir.

## **1.8. Hedef Aldığı Kitle ve/veya Bölge:**

Hedef aldığı kitle TRB1 bölgesinde bulunan Bingöl, Elazığ, Malatya ve Tunceli illeri ve yakın illerdeki fuar katılımcısı işletmeler, turizm işletmeleri, KOBİ'ler, odalar ve borsalar, sivil toplum kuruluşları, mikro işletmeler, kadın girişimciler, yerel yönetimler, ilgili diğerkuruluşlar ve tüketicilerdir.

## **1.9. Proje Sahibi Kuruluş ve Yasal Statüsü**

Proje sahibi kuruluş, Malatya Büyükşehir Belediyesidir.

## **1.10. Yürütücü Kuruluş**

Yürütücü kuruluş, Malatya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş.dir. Kültür A.Ş., 09 Nisan 1993 tarihinde kuruluşu tescil edilmiş ve 3261 sayılı Ticaret Sicil Gazetesinde ilan edilmek suretiyle ticaret hayatına başlamış olup; řu anki sermayesi 7.120.000,00-TL'dir. Bu sermaye 712.000 adet hisseye denk gelmektedir.



## **2. Amaç ve Hedefler**

Projenin temel amacı Malatya ve TRB1 Bölgesine işlevsel bir fuar alanı kazandırmaktır. Bu temel amaçla hedeflenen Malatya'nın ve TRB1 Bölgesinin gelir, üretkenlik düzeyleri ve üretken yapılarında kayda değer artışlar sağlayabilmek için altyapısının da iyileştirmeler gerçekleştirilmiştir.

Malatya ve TRB1 bölgesi daha üretken bir yapıya kavuşabilmesi için endüstriyel üretimde daha katma değere sahip faaliyetler teşvik edilip, ekonomik çeşitlilik ve uluslararası ticaretin yanı sıra yatırımda daha fazla açılım desteklenmesi gerekmektedir. Malatya Yeni Fuar Merkezi yatırımı ile Fırat Kalkınma Ajansının "TRB1 Bölgesinin sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek için gereken plan, program ve araçları hazırlayarak paydaşlarıyla birlikte uygulamak" misyonuna uygun olarak hedeflenen amaçlara ulaşmak için önemli bir altyapı eksiğini giderilecektir.

### **- Projenin Arka Planı**

Günümüzde düzenlenen ticari fuarların, özellikle de üreticilerin ve aracılarn katıldığı iş fuarlarının önemi yadsınamaz. Fuar organizasyonların işletmelere yaptıkları katkıların yanı sıra, ülke ve illerin ekonomilerine yaptıkları katkılar görülmeye başlandıkça, özellikle sanayileşmekte olan iller "ihtisas fuarları" düzenleme konusunda büyük bir yarış içine girmişlerdir.

Fuarların dünya çapında ticaretin gelişimine yaptığı katkıya ek olarak yapıldıkları bölge veya illerin ekonomilerine de katkı sağladıklarını söylemek mümkündür. Bu anlamda, fuarcılık kavramı, dünyada ve Türkiye'de fuarcılığın geldiği boyut ve fuarcılığın ekonomik ve sosyal açıdan önemi ve kalkınmaya katkısını açıklamak bu çalışma için önem taşımaktadır.

Bu bölümde ayrıca Malatya'nın mevcut durumu hakkında bilgiler verilecek ve potansiyeli ortaya konulacaktır.

### **- Fuar Kavramı**

TOBB'nin yurtiçinde fuar düzenlenmesine dair usul ve esaslarda fuar; "Stantlar kurulması yoluyla, ticarete konu olan mal ve hizmetlerin, bunlar ile ilgili teknolojik gelişme, bilgi ve yeniliklerin tanıtımını ve aktarımını amaçlayan, ziyaretçi ve katılımcı arasında bilgi alışverişi, işbirliği, pazar büyütme ve geleceğe yönelik ticari ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi için bu esaslarda belirlenen niteliklere uygun alanlarda düzenlenen, konusunu oluşturduğu alanın,

sektörün ve toplumun menfaatlerini gözeten, düzenleyicisi, adı, türü, yeri, konusu, tarihi ve süresi önceden belirlenen etkinlikler” olarak tanımlanmıştır. Başka bir tanımla fuar, “alıcı ile satıcının belirli bir işi yapmak için bir araya geldikleri geçici bir pazar” olarak tanımlanmıştır.

Ticaret fuarı (tradefair) ,belirli bir sektörden çok sayıda üreticinin ürünlerini sundukları ve kapasitelerini distribütörlere, toptancılara, perakendecilere ve son kullanıcılara gösterdikleri devasa, aşamalı ve genellikle düzenli ticaret etkinliğidir.

Günümüzde düzenlenen ticari fuarların, özellikle de üreticilerin ve araçların katıldığı iş fuarlarının önemi yadsınamaz. Bazı ticari fuarlar (Hanover Kitap Fuarı gibi) dünyanın dört bir yanından gelen katılımcıları ve ziyaretçileri çekmekte ve yaygın etkileşim ve iletişim olanağı sunmaktadır. Teknolojinin ve ulaşımın gelişmesiyle ticari nitelik taşımaya başlayan fuarlar bölgeler ve uluslararası gelişmelere yeni boyutlar kazandırmış, dünyada ticaretin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Ticaret fuarları, bazı yönlerden, pazarlama mükemmelliğinin nihai örneğidir. Tüm ilgili taraflar, alıcılar, satıcılar, öğrenciler, tasarımcılar, satın alma kararını etkileyenler veya ürünlerin kullanıcıları tek seferde tek çatı altında temsil etme fırsatı bulur. Her biri bir şekilde ticaret yapmak için gelmiş, her birinin yerine getirmesi gereken ihtiyaçları bulunmakta ve bu ihtiyaçları karşılamak için zaman, para ve çaba harcamaya hazırdır.

Fuarlar, pazarlama iletişimiyle ilgili tüm fonksiyonların kullanıldığı ve firmaların bütün iletişim fonksiyonlarının birleştirilerek, bütünleşik pazarlama iletişiminin kullanıldığı önemli araçlardandır. Fuarlar, tek ve çok güçlü bir imaj oluşturma fırsatını firmalara vermektedir.

Firmaların fuarlara katılarak sağlayacakları kazanımlar şöyle özetlenebilir;

- Firmaların fuarlara katılarak, kurumsal kimliklerini sağlamlaştırabilirler.
- Firmalar fuarlara prestijlerini arttırmak amacıyla katılabilirler.
- Firmalar, iş yaptıkları müşterileriyle yüz yüze iletişim kurarak, firmaları hakkındaki düşünceleri doğrudan öğrenebilirler.
- Fuarlar, firmalara mevcut ilişkilerini geliştirme ve yeni müşteriler kazanma imkânı sunar.
- Firmalar, fuarda ziyaretçi müşterilerine yönelik olarak ürünlerini ve hizmetlerini doğrudan tanıtabilirler
- Firmalar, fuarlarda iş bağlantıları kurarak yeni müşterilere ulaşabilirler.

- Firmalar fuarda, pazar araştırması yapabilirler.
- Fuarlar, firmaların pazara sunacakları yeni ürünlerin, özellikleri, kalite standartları, fiyatlandırılması ve dağıtım koşulları gibi konular hakkında stratejilerini belirlemesine katkıda bulunur.
- Firmalar piyasaya yeni sürdükleri ürünün kabul edilebilirlik durumunu fuarlar sayesinde analiz edebilir.
- Firmalar fuarlara katılarak satışlarını kârlılığını arttırabilir.
- Firmalar fuarlar aracılığıyla, rakip firmalar hakkında bilgi toplayarak, kendilerinin piyasadaki gerçek konumunu belirleyebilirler.
- Aynı sektörden birçok firmayı bir araya getiren fuarlar, yeni iş ortaklıklarının kurulmasını sağlayan platformlardır.
- Katılımcı firmalar medyada haber olarak bulunup, tanıtımlarını yapma şansına sahiptir.
- Firmalar fuarlarda ihracat fırsatlarını değerlendirerek önemli kazanımlar sağlayabilirler.
- Firmaların fuar için ayırdıkları bütçe, etkin bir tanıtım olarak firmaya geri döner.
- Ayrıca, fuarlar, ülke ekonomisine katkılar sağlar. Bunun sonucunda ekonomi hareketlenir ve firmaların da satışları ve kârlılıkları artabilir.

Günümüz koşullarında, sadece kaliteli mal üreterek pazara sunmak, satış yapmaya yetmemektedir. Çünkü tüketiciler aynı malın farklı fiyatları, kaliteleri ve tasarımlarıyla karşılaşmaktadır; böylelikle, tüketicinin tercih şansı artmaktadır. İhtisas fuarları, bütünleşik pazarlama iletişimi sürecinin etkinliğini çok arttırabilmektedir. Ayrıca, ihtisas fuarları, diğer iletişim çabalarından farklı olarak sürecin tümü üzerinde etkiye sahiptir. Bunun sonucunda, gittikçe daha önemli bir pazarlama iletişimi ve ürün tanıtım unsuru haline almıştır.

## - Fuar Türleri

Fuarlar, iki ana gruba ayrılmaktadırlar. Bunlardan ilki, coğrafi esasa ve hedeflenen kitleye göre fuarlar; ikincisi ise, düzenlenme amacına göre fuarlardır.

Bu sınıflandırmada, fuarın yapıldığı ve hedeflediği kitle dikkate alınır.

- ✓ **Yerel fuarlar:** Yerel düzeyde katılımcı ve ziyaretçilerin ağırlıklı olduğu, perakende ticaretin yoğun yaşandığı ve aynı zamanda sosyal bir olay olma özelliği olan fuarlardır.
- ✓ **Bölgesel fuarlar:** Yerel fuarlara kıyasla daha büyük olan ve geniş bir kitleye hitap eden fuarlardır. Örneğin; Mersin Fuarı, Konya MotorShow Fuarı, Bursa Tarım Hayvancılık ve Fidancılık Fuarı vb.
- ✓ **Ulusal fuarlar:** Ülkede yaşayan tüm üreticiler ile ziyaretçilere dönük organize edilirler. Bu nedenle de, hedef kitle ülkenin her yerinden gelebilir. Bu fuarlara yabancıların da katıldıklarına rastlanabilir. Bu fuarlara örnek olarak İstanbul Ambalaj Fuarı verilebilir.
- ✓ **Uluslararası fuarlar:** Ulusal düzeyde katılımcı ve ziyaretçilere açık olmakla birlikte, dünyanın birçok ülkesinden katılımcı ve ziyaretçinin gelmesiyle küresel bir özellik taşırlar. Örneğin; İzmir Fuarı, EMITT Turizm Fuarı, Uluslararası İstanbul Plastik Endüstrisi Fuarı vb.

## Expo Organizasyonu

*Expo organizasyonları:* “Dünya Sergisi” anlamına gelen Expo; kültür, tarih ve eğitim olimpiyatları olarak nitelendirilebilir, dünyanın en kapsamlı ve görkemli evrensel organizasyonlarından.

Expolar, 19. yüzyılın ikinci yarısında sanayi devriminin getirdiği ekonomik ve teknolojik gelişmelerin sergilenmesi amacıyla yönelik olarak ortaya çıkmıştır. Expolar sadece düzenledikleri dönemi yansıtmakla kalmayıp, geleceğin dünyasını da şekillendiren organizasyonlar olmaları bakımından da oldukça önemli organizasyonlardır. Expo sergilerinin olimpiyatlardan bile daha önemli bir organizasyon olarak değerlendirilmesinin nedeniye ziyaretçi sayısıdır. Paris Expo'sunu çeşitli dünya ülkelerinden 65 milyon kişi, Osaka'da yapılan Expo'yu 60 milyon kişi, Montreal'de yapılan Expo'yu ise, 53 milyon ziyaretçi gezmiştir. Bu nedenle Expo'lar, evrensel fuarlar olarak görülmektedirler. Uluslararası

Expo'ların her bir ülkenin pavyonuna uygun temaları vardır. Örneğin, Expo 2010'da Şangay/Çin 'deki temada "İyi Şehir, İyi Yaşam" teması yer almıştır.

Türkiye, 5 Ekim 2004'de BIE'ye üye olmuştur ve 1851'den beri düzenlenen 63 Dünya Sergisi'nden, Osmanlı İmparatorluğu döneminde 17'sine, Cumhuriyet döneminde de 17'sine katılmıştır.

Üye ülkelerin görüşlerinin de alınmasıyla birlikte üzerinde mutabık kalınan, Türkçe, İngilizce ve Fransızca dillerinde hazırlanan "EXPO 2016 Antalya Bildirgesi'nde şu ifadeler yer almıştır: "Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı himayelerinde, BIE'nin onayı ve Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticileri Birliği'nin tesciliyle gerçekleştirilen, "Çiçek ve Çocuk" temalı EXPO 2016 Antalya, altı ay boyunca tüm dünyadan ziyaretçilere eşsiz bir kültürel ve görsel şölen sunmuştur. Gelecek nesiller için yeşil bir dünya yaratma felsefesi ile yola çıkan EXPO 2016 Antalya'da, yeni nesillere doğa sevgisini aşılama için pek çok faaliyet gerçekleştirilmiştir.

Başta Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçevesi Sözleşmesi hakkında 2015 yılında imzalanan Paris Anlaşması ve uluslararası hukukta öne çıkmış olan prensipler doğrultusunda EXPO 2016 Antalya'nın temaları vasıtasıyla; yeşil şehirler, sürdürülebilirlik ve biyoçeşitliliğin korunması gibi küresel önem arz eden başlıklara dikkat çekilmiştir. Tarım ve bahçecilik, katılımcıların güçlü desteği ve işbirliği ile EXPO 2016 Antalya'da yeni bir ivme kazanmıştır.

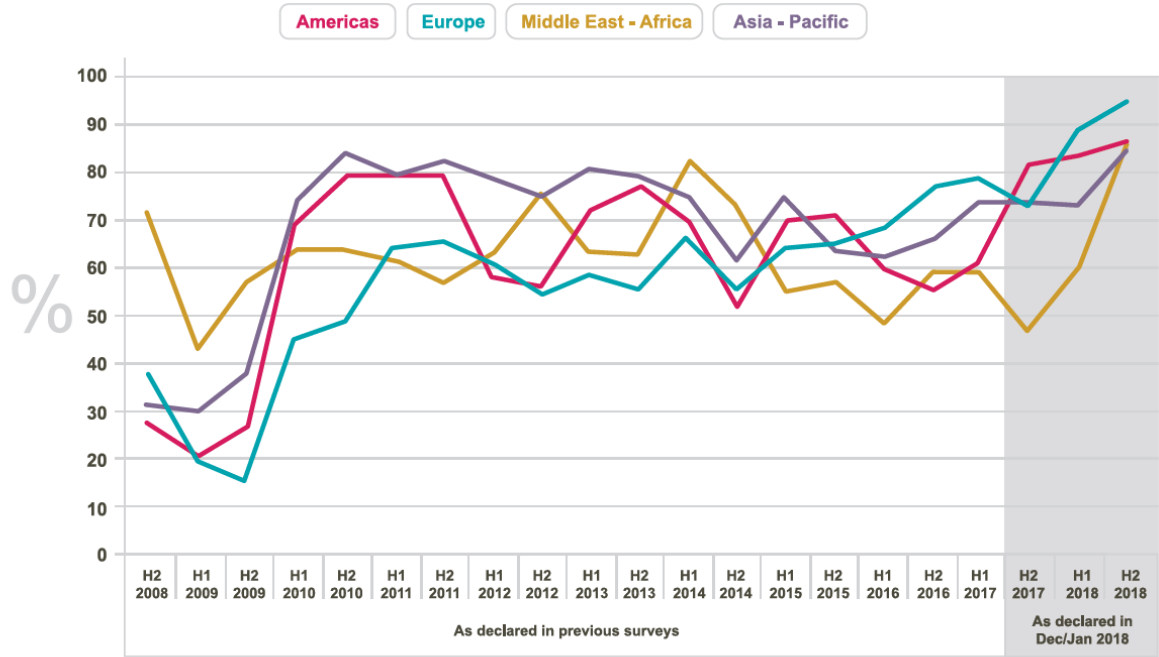
### - **Dünyada Fuarlık**

Fuarlar çok eski zamanlardan beri kullanılan bir pazarlama yöntemi olsa da, içerik ve organizasyon tarzı değişmekte ve gelişmektedir. Günümüz koşullarının etkisi ile pazarlama yöntemleri arasındaki önemi giderek artmaktadır.

Ulusal ve uluslararası sanayi pazarlarındaki yoğun rekabet ortamında, şirketler başarılı olmak için çeşitli pazarlama araçları ve teknikleri kullanmaktadır. Endüstriyel pazarlarda faaliyet gösteren firmalar, kişisel satışlardan sonra endüstriyel alımların satın alma kararlarını etkileyen ikinci en önemli promosyon faktörü olarak ticaret fuarını kullanmaktadır.

Firmalar, globalleşen uluslararası pazarların yoğun rekabet ortamında başarılı olabilmeleri için çeşitli pazarlama araçları ve teknikleri kullanmaktadır ki bu araçlardan en önemlilerinden biri uluslararası fuarlara katılımdır. Uluslararası fuarlar, ülkelerin ihracat potansiyelini

artırmada en önemli araçlardan biridir. Fuarlara katılan şirketler, fuarlara katılmayan işletmelere kıyasla, uluslararasılaşma sürecinde daha hızlı ve daha az maliyetle ilerlemektedir.



20th UFI Global Exhibition Barometer / January 2018 ©

Yukarıdaki grafikte 53 ülkeden ankete katılan 290 firmanın bir önceki yılın aynı dönemine göre cirolarında artış bildirenlerin oranını göstermektedir.

Dünyada 2017'de Gerçekleşen Prestijli Fuarlardan Bazıları				
No	Fuar Adı	Şehir	Ülke	Sektör
1	International CES	Las Vegas	ABD	Tüketici Elektronik
2	London Boat Show	Londra	BAE	Gemicilik
3	ARABPLAST	Dubai	Almanya	Plastik, Petrokimya
4	PSI International Exhibition for Advertising Specialties	Duesseldorf	İtalya	Promosyon Ürünleri
5	Pitti Imagine Uomo	Floransa	İtalya	Hazır Giyim
6	International Builders Show	Orlando	ABD	İnşaat
7	AHR EXPO International Air-Conditioning, Heating, Refrigerating Exposition	Las Vegas	ABD	Isıtma, Soğutma, Havalandırma
8	Auto Sport International	Birmingham	İngiltere	Otomotiv, Ticari Araç

9	India Stonemart	Jaipur	Hindistan	Doğal taş
10	Expo Riva Schuh	Riva Del Garda	İtalya	Ayakkabı
11	IJT - International Jewellery Tokyo	Tokyo	Japonya	Mücevherat
12	Hong Kong Fashion Week for Fall/Winter	Hong Kong	Çin	Moda
13	Boot Düsseldorf Int. Boat Show 2017	Dusseldorf	Almanya	Gemi ve Yan Sanayi

### - Türkiye’de Fuarçılık

Türkiye’nin 1920’li yıllarda sanayi ile tanışmaya başlamasıyla birlikte panayır alanlarında küçük çaplı bölgesel sergiler kurulmaya başlamıştır. 1940’lı yıllara doğru sanayinin gelişmesine paralel olarak bu panayırların yerini daha geniş kitlelere hitap eden fuarlar almıştır. 82 yıldır devam eden İzmir Enternasyonal Fuarı, bu geçişin en önemli tanığı ve aktörüdür.

20 Ağustos 1936 yılında açılan ilk İzmir Enternasyonal Fuarı ile uluslararası kimliğe kavuşturulmuş ve yerli yabancı kuruluşlarda katılmıştır. İzmir Enternasyonal Fuarı 1946 yılında Uluslararası Fuarlar Birliği’ne (UFI) üye olmuştur. İşte bu gelişme, Türkiye’de fuarcılık sektörünü başlatmıştır. UFI’ye yapılan üyelikten sonra her yıl bir ay süre ile açık kalan İzmir Enternasyonal Fuarı’na yabancı ülkelerden de firmalar katılmaya başlamıştır. Fuar, kısa süre sonra milyonlarca insan tarafından ziyaret edilen dev bir organizasyon haline dönüşmüştür.

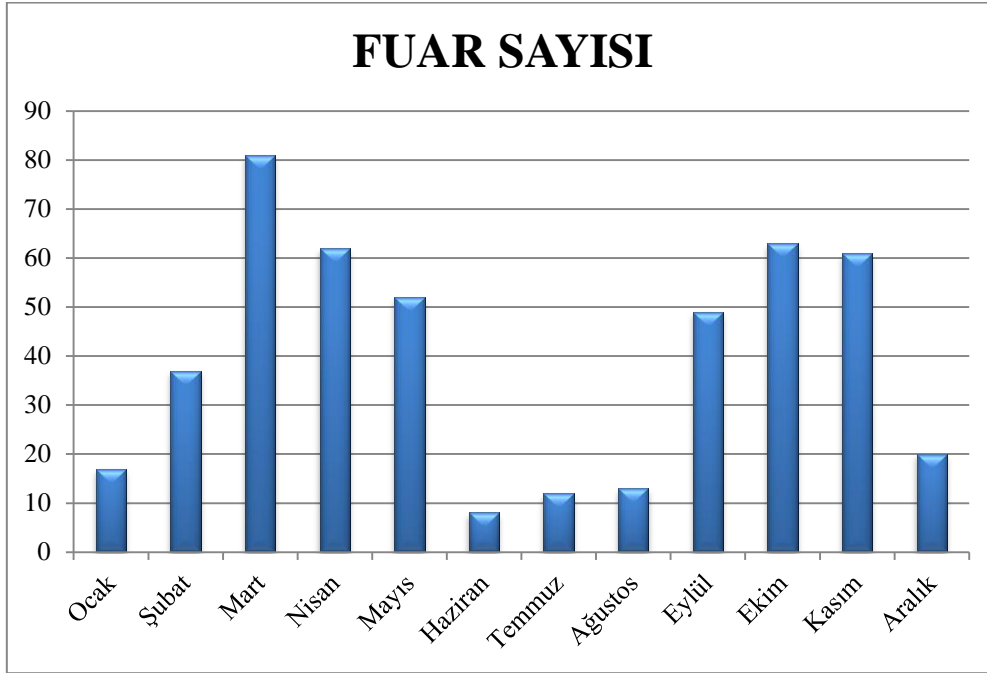
20. yy’ da dünya ölçeğinde fuarcılık alanında yaşanan ihtisaslaşma süreci paralelinde, ülkenin dışa bağımlılığını azaltmak ve sanayinin yatırımlar içinde payını arttırmak için 1980’lerde başlayan çalışmalar ile fuarların önemi tekrar göz önüne gelmiş ve 1990’lı yıllarda etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Günümüzde fuarcılık alanıyla ilgili pek çok çalışma yürütülmektedir ve düzenlenen fuarlar ihtisas fuarları niteliğine bürünmüştür. İhtisas fuarları doğrudan sektörle ilgili alıcı ve satıcıları bir araya getirir. Bu nedenle dünya genelinde ihtisas fuarlarına verilen önem büyüktür.

2017 yılı verilerine göre, genel fuarlara kıyasla; ihtisas fuarlarının çok daha fazla sayıda düzenlendiği görülmektedir. Buna bağlı olarak; katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve toplam

stant alanları da ihtisas fuarlarında oldukça fazladır. Bunun yanında, uluslararası fuarlar, ulusal fuarlara göre daha çok sayıda düzenlenmiştir. Yine buna bağlı olarak; katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve toplam stant alanları miktarı uluslararası fuarlarda çok daha fazladır. 2017 yılında Türkiye’de toplamda 475 adet fuar düzenlenmiştir. 60 binin üzerinde katılımcı sayısı, 20 milyonun üzerinde ziyaretçi sayısı ve 3 milyonun üzerinde toplam stant alanı tahsis edildiği belirlenmiştir.

2017 Yılında Türkiye’de Düzenlenen Fuarların Aylar Bazında Dağılımı:



2017 yılında, Türkiye’de en çok Mart ayında fuarlar düzenlenmiştir. Bunu takiben; Kasım, Eylül, Ekim gibi sonbahar aylarında ve Nisan, Mayıs gibi ilkbahar aylarında en fazla sayıda fuarlar düzenlenmiştir.

2017 yılında en çok fuar düzenlenen sektör, Tarım, Seracılık, Hayvancılık ve Teknolojileri, Eğitim, Eğitim Ekipmanları ve Teknolojileri ve Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz ve Sistemleri, İnşaat Malzemeleri, Banyo, Mutfak, Seramik, Nalburiye, Hırdavat, Tesisat olmuştur.

<b>FUARDA SERGİLENEEN ÜRÜN ve HİZMET GRUPLARI</b>	<b>SAYISI</b>
Ağaç Endüstrisi, Orman Ürünleri	3
Altın, Mücevherat, Saat	3
Ambalaj, Etiket	3

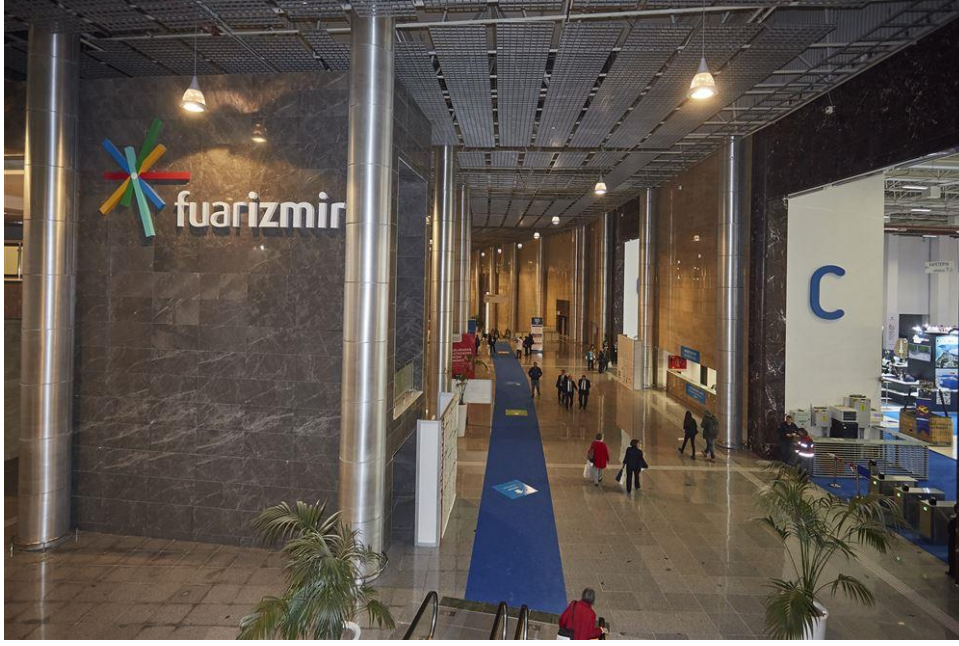


Av, Silah, Doğa Sporları	3
Bahçe, Bahçe Mobilyaları, Peyzaj, Çiçekçilik, Süs Bitkileri, Evcil Hayvanlar	5
Bebek, Çocuk İhtiyaçları	12
Bilgisayar, Bilgi Teknolojileri, Telekomünikasyon	7
Çevre, Geri Dönüşüm, Atık Yönetimi, Su Teknolojileri, Belediye, Kent Mobilyaları	12
Denizcilik, Yelkenli Ve Motorlu Deniz Araçları Ve Su Sporları	6
Deri Teknolojileri, Deri Ürünleri, Deri Konfeksiyon, Ayakkabı	13
Doğal Ürünler, Sağlıklı Yaşam	2
Eğitim, Eğitim Ekipmanları Ve Teknolojileri	39
Elektrik, Elektronik, Aydınlatma, Otomasyon	9
Gayrimenkul	9
Enerji	10
Ev Elektroniği, Elektrikli Ev Eşyaları, Dayanıklı Tüketim Malları	6
Ev Tekstili, Halı	5
Gıda, Gıda İşleme, İçecek, Teknoloji Ve Endüstrileri	15
Güvenlik, Yangın	8
Hazır Giyim, Moda, Kumaş, Konfeksiyon Yan Sanayi	7
Hediyelik Eşya, El Sanatları	2
Isıtma, Soğutma, Havalandırma, Doğalgaz Ve Sistemleri, İnşaat Malzemeleri, Banyo, Mutfak, Seramik, Nalburiye, Hırdavat, Tesisat	35
İş Ve İnşaat Makineleri	5
Kalite Kontrol Ve Teknolojileri	2
Kırtasiye, Büro Malzemeleri	2
Kimya, Kimya Sanayi, Kimyasal Ürünler	10
Kitap, Süreli Yayın	26

Kozmetik, Güzellik, Estetik, Kişisel Bakım	2
Lojistik, Taşımacılık, Depolama, İstifleme,	4
Maden, Madencilik, Doğal Taşlar, Mermer	5
Matbaa Makineleri, Kağıt Ve Teknolojileri	1
Metal İşleme, Kesme, Kaynak, Akışkan, Döküm, Kalıp, Yan Sanayiler	17
Mobilya, Mobilya Yan Sanayi	15
Otel, Otel Ekipmanları, Restoran, Havuz, Endüstriyel Temizlik, Bakım/Onarım	8
Otomobil, Ticari Araç, Motosiklet, Aksesuar, Otomotiv Yan Sanayi, Garaj Ekipmanları, Akaryakıt İstasyonları	6
Pazarlama, Reklamcılık, Bayilik, Halkla İlişkiler, Promosyon, Tasarım, İnsan Kaynakları	5
Perakendecilik, Mağaza Ekipmanları	3
Sanat	3
Plastik, Kauçuk Ve Endüstrileri	3
Tıp, Tıbbi Cihazlar, Laboratuvar, Diş Hekimliği, Eczacılık, Optik	9
Savunma Sanayi ve Askeri Havacılık	1
Spor Malzemeleri	2
Tarım, Seracılık, Hayvancılık Ve Teknolojileri	76
Tekstil, Konfeksiyon, Örgü, Nakış Makine Ve Aksesuarları, İplik	8
Turizm	9
Unlu Mamuller Ve Teknolojileri, Dondurma, Pasta, Şekerleme, Değirmen Makineleri	2
Züccaciye, Porselen, Seramik	2
Diğer	25
Genel Fuarlar	10
<b>TOPLAM</b>	<b>475</b>

Ülkemizde Antalya, İzmir özellikle İstanbul Fuarçılık sektöründe başı çekmektedir. İstanbul'un gerek büyüklüğü, gerekse dinamik ve modern yapısı ile bu sektöre ev sahipliği yapmaya uzun yıllar devam etmiştir. Ülkemizde kurulan ve etkinliği uluslararası boyutta devam eden fuar organizasyon şirketlerinden başlıcaları; TÜYAP (Tüm Yapım A.Ş.), CNR Uluslararası Fuarçılık ve Ticaret A.Ş., INTERTEX Uluslararası Fuarçılık A.Ş. ve İZFAŞ A.Ş. (İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri)'dir.

### **Fuar İzmir / İZFAŞ A.Ş.**



Tarihi boyunca ticari ilişkilerin yoğun yaşandığı bir liman kenti olan İzmir, ülke tarihinin ilk fuarlarına da ev sahipliği yapmıştır. İzmir İktisat Kongresi sırasında gerçekleştirilen "Numune Meşheri", daha sonra "9 Eylül Meşheri" (9 Eylül Mahalli Sergisi) adıyla sergiler gerçekleştirilmiş ve bu sergiler 1. İzmir Enternasyonal Fuarı olarak kabul edilmiştir. Fuarİzmir, İzmir'in tarihi boyunca sahip olduğu bu misyonu sürdürmek için "katılanların işlerini büyütmesine yardımcı olmak" misyonu, "doğru ortam ve koşulları İzmir farkıyla sağlama" vizyonuyla kapılarını 25 Mart 2015 tarihinde açtı.<sup>1</sup>

Kentin gelişen fuarçılık potansiyeline cevap verebilmek ve sektörün önünde yeni ufuklar açmak amacıyla Türkiye'nin en büyük, en modern, en yeni fuar merkezi olarak, açılışı Türkiye'nin en büyük ihtisas fuarı olan Marble - Doğaltaş ve Teknolojileri Fuarı ile yapıldı.

Fuar İzmir, "fuarlar kenti" olarak anılan İzmir'in, sahip olduğu "bilgi", "beceri" ve "deneyimlerini, "yenilikçi" anlayışıyla ve İzmirli'nin dostluğu ile çatısı altında

<sup>1</sup><http://www.fuarizmir.com.tr/hakkinda1>

birleştirmektedir. Fuar İzmir’de fuar, kongre, seminer veya etkinlik organizasyonları için 330,000 m<sup>2</sup> alana sahip olan Fuar İzmir; 4 fuar holü, 4 seminer salonu, 5 toplantı odası, açık sergi alanı, amfi tiyatrosu, fuar meydanı, fuar sokağı, otoparkı, kafeterya ve restoran alanlarıyla kapsamlı bir tesis sunmaktadır.

Rakamlarla Fuar İzmir;

Son teknolojik donanımlarla sağlaştırılmış teknik bir altyapıya sahip 4 adet hol,

330.000 m<sup>2</sup> toplam alan

119.400 m<sup>2</sup> açık ve kapalı sergi alanı

15.600 m<sup>2</sup> fuaye

93.000 m<sup>2</sup> (2.500 araç) otopark

16.000 m<sup>2</sup> kafeteryalar ve restoranlar

4 seminer salonu

Fuar İzmir’de farklı metrajlara sahip A, B, C, D holleri olmak üzere 4 adet hol bulunmaktadır.

En büyük hol B Holü olup, en yüksek tavanlı hol C Holü ’dür.

<b>HOL:</b>	<b>Bürüt alan</b>	<b>Net alan (Koridorlar hariç kullanılabilir stant alanı)</b>
A hol	23.500m <sup>2</sup>	12.000-13.000 m <sup>2</sup>
B hol	27.250m <sup>2</sup>	13.000-14.000 m <sup>2</sup>
C hol	16.000m <sup>2</sup>	8.000-9.000 m <sup>2</sup>
D hol	12.000m <sup>2</sup>	3.500-4.000 m <sup>2</sup>

### **Yönetim:**

Fuar İzmir, İZFAŞ (İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri) tarafından işletilmektedir.<sup>27</sup> Şubat 1990 tarihinde dünyada hızla gelişmekte olan fuarcılık endüstrisinden gerek ülkenin, gerekse İzmir’in hak ettiği payı almasını sağlamak amacıyla kurulan İZFAŞ, ekonomik kazanımları topluma mal etmekle kalmayıp; her türlü kültürel, eğitsel ve sanatsal etkinliklere de ev sahipliği yapmaktadır.

<sup>27</sup><http://www.izfas.com.tr/hakkinda>

1990'lı yıllarda Türkiye'deki ekonomik, sosyal ve siyasal değişimler, İzmir Fuarı'nın fuarcılık anlayışını da etkiledi.7 Şubat 1990 tarihinde İZFAŞ (İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat Etkinlikleri A.Ş.) kuruldu. İzmir Büyükşehir Belediyesi önderliğinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Ege Bölgesi Sanayi Odası, Ege İhracatçılar Birliği, İzmir Ticaret Odası ve İzmir Ticaret Borsası ortaklığı ile kurulan İZFAŞ, İzmir'de fuarcılık alanında önemli bir gelişme başlattı. İZFAŞ'ın kuruluşu kamuoyuna şöyle ilan edildi:

“İZFAŞ, İzmir'i fuarlar kenti konumuna getirmek amacıyla yola çıkmıştır.

‘Özgünü’ ve ‘başarıyı’ ilke edinmiş kamu kaynaklı bir şirket olarak İZFAŞ, İzmir fuarlarını dünya fuarları ile rekabet edecek düzeye ulaştırmayı hedeflemektedir.

İZFAŞ'ın kuruluşu ile birlikte fuarcılık anlayışı, ‘Ticaret Fuarı’ndan; ‘İhtisas Fuarı’na geçişi sağladı.

İhtisas fuarlarının artışı, Kültürpark alanını 365 gün cazibe merkezi haline getirdi. İZFAŞ'ın kurulmasıyla birlikte gelişen ihtisas fuarları, İzmir Enternasyonal Fuarı'na da ev sahipliği yapan Kültürpark alanı içinde 55 bin m<sup>2</sup>'lik İzmir Uluslararası Fuar Alanı'nda organize edildi.

İZFAŞ, 2015 yılından beri tüm ihtisas fuarlarını 330 bin metrekare toplam alan ve 120 bin m<sup>2</sup>açık ve kapalı sergi alanı olan Fuar İzmir'de düzenliyor. İZFAŞ fuarları her yıl dünyanın dört bir yanından gelen profesyonel ziyaretçiler ile İzmir, Ege Bölgesi ve Türkiye ekonomisini canlandırdığı gibi ülke tanıtımına da büyük katkı sağlıyor.

Fuarcılığın yanı sıra kültürel ve sosyal amaçlı etkinlikleri ile de Türkiye'de bu alanda hizmet veren en büyük kuruluşlardan biri olan İZFAŞ, hem kendi bünyesinde düzenlediği fuarlarla hem de organizatörlere alan kiralayarak sektörlere katkıda bulunup ekonomiye maksimum fayda sağlamayı amaçlıyor.

Dünyada ve Türkiye'de yerel bir yönetimin kendi öz kaynaklarıyla finanse ettiği ender fuar organizasyon kuruluşlarından biri olan İZFAŞ, Uluslararası Fuarlar Birliği'ne üye ilk Türk ticari fuar şirkettir. Aynı zamanda Türkiye'nin K-Q TSE-ISO EN 9000 Kalite Sistem Belgesi'ne sahip ilk fuarcılık kuruluşudur.

## **İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan ve Faaliyet Raporundaki Karşılığı**

Amaç.8.1: İzmir'i cazibesıyla dünya ölçeğinde gözde bir turizm ve fuarlar kenti haline getirmek ve dünya ekonomisindeki yerini geliştiren bir kent olmak.

Hedef.8.1.1: İzmir'in ulusal ve uluslararası organizasyonlara katılımı ve ev sahipliği yapmasının sağlanması, uluslararası alanda kent imajını güçlendirme ve turizmi geliştirme yolunda faaliyetlerin yapılması.

Performans hedefi 8.1.1.1: turizm, fuarcılık, uluslararası organizasyonlar ve kent imajını güçlendirmeye yönelik faaliyetlerin yürütülmesi.

### **Yapılan bazı fuarlar:**

- iffweddingfashionizmir
- marble uluslararası doğaltaş ve teknolojileri fuarı
- Tujjbbktürkiye ulusal jeodezi jeofizik birliği bilimsel kongresi
- lether&morederi ve deri konfeksiyon fuarı
- fashion prime
- ekolojiizmir fuarı
- olivetechnetin,zeytinyağı,süt ürünleri, şarap ve teknolojileri fuarı
- shoexpoizmir ayakkabı ve çanta fuarı
- windowworld kapı ve pencere sistemleri fuarı
- pretexpo
- izmirenternasyonel fuarı
- travelturkeyizmir
- gastronomi turizmi kongresi
- minex madencilik doğal kaynaklar ve teknolojileri fuarı



Türkiye'nin turizm ve ticaret açısından en cazip şehirlerinden biri olan İzmir'de kongre düzenlemek için yeni bir alana taşınmıştır. Fuar İzmir, iletmelerin ihtiyaçlarına göre farklı kapasite ve niteliklerde kongre alanları oluşturulmasına olanak vermektedir. Fuar İzmir'de bulunan 4 adet seminer salonu ise, kongreler kapsamında eş zamanlı oturumlar düzenlenmesine olanak sağlamaktadır.



### **Diğer alanlar:**

**Açık Sergi Alanı:** Brüt olarak 40.650 m<sup>2</sup>, net olarak ise 23.000m<sup>2</sup>stant kurulabilecek açık alana sahip sergi alanı, fuar ve etkinlikleri için kullanıma hazırlanmıştır.

**Amfi Tiyatro ve Fuar Meydanı:** Düzenlemek istenilen konser, gösteri gibi etkinlikler için 2050 kişi kapasiteli amfi tiyatro ve 20.500 m<sup>2</sup>büyükliğündeki fuar meydanı sahiptir.

**Fuar Sokağı:** 12.000 m<sup>2</sup>büyükliğe sahip Fuar Sokağı, kokteyl, sergi gibi etkinlikler için kullanılabilir.

**Otopark:** Fuar İzmir, 93.000 m<sup>2</sup> alanda yer alan 2.500 araç kapasiteli otoparkıyla katılımcı ve ziyaretçilerine hizmet vermektedir.

**Kafeterya ve Restoran Alanları:** Fuar İzmir'de A, B, C ve D hollerinin içerisinde 1'er adet restoranın yanı sıra kafeterya alanları da bulunmaktadır. Alanda 16.000 m<sup>2</sup> kafeterya ve restoranlar için ayrılmıştır.





**Hizmetler:**

**Vale Hizmeti:** Fuar ya da etkinliğe göre değişiklik göstermekle beraber vale hizmeti bulunmaktadır.

**Otopark:** Fuar İzmir, 93.000 m<sup>2</sup> alanda yer alan 2.500 araç kapasiteli otoparkıyla katılımcı ve ziyaretçilerine hizmet vermektedir

**Mescit:** C fuaye alanında bay / bayan mescit bulunmaktadır.

**Vestiyer:** Hollere ait olan fuaye alanlarında vestiyer hizmeti bulunmaktadır.

**Yeme-içme Alanı:** Fuar ve etkinlik zamanlarında katılımcı ve ziyaretçilerine hizmet vermektedir.

**Çiçekçi Hizmeti:** Stant süsleme, el buketi, saksı çiçeği vb. süsleme hizmetleri vermektedir.

**Ulaşım:**

Fuar İzmir;

- Adnan Menderes Havaalanı'na 8 km uzaklıktadır,
- Çevre yoluna yakınlığı şehir trafiğine girmeden ulaşım kolaylığı sağlar,
- Toplu taşıma (metro ve otobüs) seferleri yoğundur. Şehir içi otobüsler fuar alanı içine kadar hizmet vermektedir,
- Ayrıca fuar, etkinlik dönemlerinde servis hizmetleri organizatör firmalar tarafından sağlanmaktadır.

## - Malatya'da Fuarçılık Potansiyeli ve Malatya Ekonomisine Olası Etkisi

Ticari fuarların başarısı, yerel piyasanın gücüne ve fuar organizatörlerinin bu gücü iyi kavrayarak üst kalitede bir hizmet sunmalarına bağlıdır. Fuar organizatörleri, talep eğilimini iyi takip ederek ve yenilikçi çözümler sunarak fuar organizasyonunun çekiciliğini devam ettirir ve organizasyonun sürdürülebilirliğini sağlar. Sürdürülebilir fuar organizasyonları, fuar merkezlerinin verimli çalışması için çok önemlidir.

Fuarların başarılı olmasını sağlayan ön koşullar; düzenlendiği bölgede iç talep ve dış ticaret potansiyelinin ve alıcıların ilgisini çeken güçlü bir endüstrinin varlığı ile fuar organizatörlerinin etkinliğidir. Bunların yanında, fuarların başarılı olmasını sağlamak için göz önünde bulundurulması gereken faktörler ise aşağıdaki gibidir (International Trade Centre, 2012):

- ✓ Fuarların pazardaki ihtiyaçlara göre şekillendirilmesi,
- ✓ Katılımcıların cebredilebilmesi için güçlü yerel endüstrilere yönelik düzenlenmesi,
- ✓ Uzun vadede sürdürülebilir fuar organizasyonlarının, sponsor desteklerini artırma olanağı sağlaması,
- ✓ Uygun ve güvenilir altyapı ve tesislerin varlığı ve ev sahibi bölgenin güvenli ve çekici bir ortam sunması,
- ✓ Fuarların katılımcılarına sunduğu fırsatlar ve katılımcıların beklentileri doğrultusunda katılım maliyetlerinin belirlenmesi,
- ✓ Başarılı ve profesyonel bir organizasyonun ilgili fuarın bilinirliğinin artırılmasına katkıda bulunması.

Fuar alanlarının yatırımı ve işletmesi, özel sektör, kamu sektörü veya her iki sektörün ortaklığı ile hayata geçirilmiş olabilir. Girişimci kim olursa olsun bu işin yürütülmesi için tüm kesimlerin ortak çabası gereklidir. Bunun nedeni, fuarcılığın oldukça kapsamlı bir iş olması, yörenin tanıtımıyla ve sunulan potansiyeliyle doğrudan ilişkili olması, bir marka haline getirilmesinin ve sürekliliğinin sağlanması için uzun bir süreye ihtiyaç duyulmasıdır. Uzun vadede yöreye getireceği nicel ve nitel sosyo-ekonomik faydalarının yüksek olması ise fuar yatırımının sosyal bir yatırım olarak kabul edilmesini gerektirir. Bu nedenlerle özel ve kamu kesiminin aktif işbirliğinin kesinlikle oluşturulması ve tarafların her türlü olumlu katkısının garanti edilmesi gerekir.

Fuar organizasyonların işletmelere yaptıkları katkıların yanı sıra, ülke ve illerin ekonomilerine yaptıkları katkılar görülmeye başlandıkça, özellikle sanayileşmekte olan iller “ihtisas fuarları” düzenleme konusunda büyük bir yarış içine girmişlerdir. Malatya ’dada her yıl onlarca fuar ve festival düzenlenmektedir. Bu organizasyonlar gerek Büyükşehir Belediyesince gerekse diğer ilçe belediyeleri ve kurumlar tarafından organize edilmektedir. Ancak organizasyon ve fuarların büyük çoğunluğu Büyükşehir Belediyesi koordinatörlüğünde gerçekleştirilmektedir. Bu organizasyonların başında Tarım ve Ticaret Fuarı, Yapı ve Dekorasyon Fuarı, Malatya Uluslararası Sinema Film Festivali ve Anadolu Kitap Fuarı gelmektedir. Bu organizasyonlar vasıtasıyla Malatya’ya yerli ve yabancı bini aşkın firma ve katılımcı gelmektedir.

TOBB'nin illere göre düzenlenen fuar sayıları verileri incelendiğinde 2017 yılında Doğu Anadolu Bölgesinde Malatya’nın Van’dan sonra ikinci sırayı aldığı görülmektedir.<sup>3</sup>TOBB 2017 fuar istatistiklerine göre TRB1 bölgesinde ise Malatya birinci sırada yer almaktadır.

<b>İl</b>	<b>2017 Yılında Gerçekleştirilen Fuar Sayısı</b>
Van	5
Malatya	2
Ardahan	0
Kars	0
Iğdır	0
Ağrı	0
Hakkâri	0
Bitlis	0
Muş	0
Erzurum	1
Erzincan	0
Tunceli	0
Bingöl	0
Elazığ	1

<sup>3</sup> Son on yılda(2007-2017) Doğu Anadolu’da en çok fuar düzenlenen il Malatya (43 fuar) olmuştur. Ardından Van (31) gelmektedir. Van, 2017 yılında 5 fuar gerçekleştirmişken, 2018 yılında 8 fuar gerçekleştirmeyi planlamaktadır.

Ekonominin farklı alanlarında, ticaret fuarı, sergi ve kongre organizatörleri çevresinde bir altyapı gelişme fırsatı sağlamaktadır. Bu altyapı, ticaret fuarı ve kongre ziyaretçilerine odaklanan ve bu ziyaretçilerin harcamalarına büyük ölçüde bağımlı olan diğer şirketlerden oluşmaktadır.

Fuarlar ve kongreler ticaret ziyaretçileri, genel olarak firma- tüketici (B2C) etkinliklerine ziyaretçilerden çok daha fazla harcama yapmaktadır. Bu harcama, özellikle ticaret fuarı dışında, Malatya ekonomisinin birçok farklı alanında yüksek satışlara yol açmaktadır.

Fuar ve kongre misafirleri konaklama, yiyecek ve ulaşım için para harcamaktadır. Ticaret fuarını gezdikten sonra alışverişe çıkıp ve kentin kültürel ve eğlence tesislerinin çoğunu ziyaret etmektedir.

Bunun anlamı, oteller ve restoranlar, aynı zamanda ulaşım, perakende ve diğer serbest hizmet sağlayıcılar gibi hizmetler sektörünün yanı sıra şehirdeki kültür ve eğlence tesisleri, doğrudan ticaret fuarı ziyaretçileri tarafından yapılan harcamalardan da yararlanmasıdır.

Ziyaretçiler Malatya'daki birçok şirket için ürün satabilme olanağı sağlamaktadır. Diğer şehirlerden gelen ön hizmetler düşüldükten sonra, bu şirketlerin Malatya'da yaptıkları hizmetler, şehrin gayri safi yurtiçi hasılasında katkı sağlamaktadır.

#### - **Ticari Fuarların Ve Kongrelerin Sosyoekonomik Faydaları**

Gerek yerel ve ulusal, gerekse uluslararası ticari fuar ve kongrelerin toplumsal, kültürel ve sosyo-ekonomik açıdan yüksek faydaları vardır. Fuar ve kongrelerin hazırlık aşamasında ve düzenlendiği esnada yörede birçok iş kolundan girdi temin edilir. Hazırlık aşamasında; yapım, dekorasyon, ulaşım, teknik hizmet alımları; düzenlendiği esnada konaklama, yiyecek-içecek, iletişim gibi ve paralelinde yürüyen turistik faaliyetlerle ilgili hediyelik eşya, halıcılık, dericilik, ulaşım gibi hizmet alımları ihtiyacı doğar. Tüm bu hizmetlerin karşılanması, yöresel olarak gerçekleştirileceğinden ve birçok iş kolunu ilgilendirdiğinden, yöre ekonomisini topyekûn pozitif yönde etkiler.

Kongre ve fuarların yerel ekonomiye etkisi, etkinlikler gerçekleştikten sonra tam olarak hesaplanabilmektedir. Yine de olası getirileri birkaç grupta sınıflandırmak mümkün olmaktadır;

- ✚ Fuar ve kongre hazırlıkları için organizatör firmanın harcamaları
- ✚ Gelen ziyaretçilerin harcamaları

- ✚ Dernek, birlik ya da kuruluşların harcamaları
- ✚ Katılımcıların harcamaları
- ✚ Organizatör firmaların yaptıkları harcamalara bakıldığında ise;
- ✚ Yönetim harcamaları,
- ✚ Promosyon Harcamaları (Dokümantasyon, diğer materyaller ve iletişim)
- ✚ Kira harcamaları (teknik düzenlemeler, standlar vs.)
- ✚ Tercüme, hostes ve ağırlama için personel harcamaları
- ✚ İkramlar (ihtiyaca göre açılış seremonileri, kokteyller, yemekler ve ara ikramlar)
- ✚ Uzman ücretleri
- ✚ Ulaşım, transfer, konaklama, şehir turları (özel organizasyonlarda geçerli olmak üzere)

Düzenlenen etkinliğe göre harcamaların büyüklüğü çeşitlilik göstermektedir. Ticari fuarlar yoğun bir tanıtım ve bilgi alış verişi gerektirir. Bu nedenle fuarların, kongre ve toplantılara göre gereksinimleri daha yüksek olup daha fazla miktarlarda harcama yapılmaktadır. Yapılan etkinliğin kapsamı ve düzenlendiği bölgedeki geçim endeksi ve fiyat seviyesi, harcama düzeyini etkileyen faktörlerdir.

Kongre etkinliklerinde harcamalardan en yüksek payı, konaklama ve yeme-içme almaktadır. Fuar organizasyonunda ise konaklama ve yeme-içmenin yanı sıra fuar alanının düzenlenmesi de önemli pay tutan harcamalardandır. Yapılan harcamaların büyük bir kısmı bölgedeki ekonomiye katkı sağlamaktadır.

Fuar ve kongre organizasyonlarının, sosyal ve kültürel etkileri de önemli boyutlardadır. Bu tür organizasyonlarda, bölgeye farklı bölgelerden ve farklı uluslardan yerli veya yabancı birçok insan gelir. Dolayısıyla yerel halk ile dışarıdan gelen ziyaretçilerin arasında iki yönlü bir etkileşim oluşur. Gelen ziyaretçiler bir yandan yöredeki farklı sosyal ve kültürel yapıdan etkilenirken, diğer yandan geldikleri bölgedeki insanları sosyal ve kültürel anlamda etkilerler. Böylece her iki grubun arasında bir bilgi ve kültür alış-verişi doğar. Bu etkileşim genelde pozitif sonuçlar doğurur. Gelen yabancı ziyaretçilerden etkilenen yerel halkta, özellikle gençlerde; yabancı dil öğrenme, yabancılarla iletişim kurma, beğendikleri olumlu davranış ve giyim tarzını benimseme gibi eğilimler ortaya çıkar. Gelen yabancı ziyaretçilerde ise, bulunuş oldukları bölgedeki farklı kültür, çevre ve davranış biçimlerini, döndüklerinde yakın çevrelerine aktararak yörenin tanıtımını yapma eğilimi oluşur.

Fuar ve kongre organizatörleri, belirli hizmet standartları ve çeşitliliğini yerel endüstrilerden talep ederek bir anlamda onları yenilik yapmaya teşvik ederler. Yerel hizmet sağlayıcıları, gelen talepler çerçevesinde zamanla hizmet kalitelerini geliştirerek, daha yüksek kalitede hizmet sağlamaya başlarlar. Bu anlamda, bölgedeki endüstrinin ürettiği katma değer artar.

Kongre turizminin geliştiği bölgelerde, alt ve üst yapı sorunları ile trafik ve diğer alanlardaki olumsuzluklar zaman içerisinde azaltılır.

Uluslararası organizasyonlarda katılan yabancı ziyaretçiler organizasyonun yapıldığı bölgeye yoğun ilgi gösterirler ve ülkelerine döndüklerinde çevrelerini bilgilendirirler. Böylece kentin uluslararası düzeyde bilinirliğinin artmasına katkıda bulunurlar.

Kongrelerde çalışan personelin diğer organizasyonlarda çalışanlara oranla daha eğitilmiş ve kültürlü olmaları gereği, bölgede insan kaynağının gelişimini hızlandırmaktadır.

Yerel buluşmalar, toplantı, düğün-dernek, sportif ve kültürel faaliyetler ise bölge insanının yaşayış ve düşünüş tarzını etkileyerek bir kimlik geliştirmesine yardımcı olur.

Yukarıda sayılanlar ve daha birçok faydaları ile fuar ve kongre organizasyonları, ekonomik getirilerinin yanı sıra, bölgenin sosyal ve kültürel gelişimine sayısal olarak ölçülemeyecek ama uzun dönemde önemli katkılar sağlamaktadır.

- **Fuar ve Festival Organizasyonu Faaliyetleri:**

Malatya Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarcılık Hizmetleri Tic. A.Ş. tarafından 2017 yılında yapılan fuar ve etkinlik faaliyetleri aşağıdaki şekildedir.

- **Malatya İnsan Kaynakları ve İstihdam Fuarı (MAİF) (16-18 Mart 2017)**

16-17-18 Mart 2017 Tarihleri arasında Malatya Büyükşehir Belediyesi Sanat Galerisi fuaye alanında; 6. Malatya İnsan Kaynakları ve İstihdam Fuarı Malatya Belediyesi Kültür A.Ş. ile İŞKUR il Müdürlüğü tarafından organize edilmiştir. “Bu fuarda iş var” sloganıyla yola çıkan fuarda Malatya’da faaliyet gösteren ve istihdama önemli katkıları olan değişik sektörlerden 45 firma stant açıp iş kolları ile ilgili olarak istihdam edebilecekleri nitelikli iş gücü konusunda çalışmalarda bulunmuşlardır.

- **Doğu ve Güneydoğu Anadolu Tarım Teknolojileri, Makine, Hayvancılık Ve Gıda Fuarı (12-16 Nisan 2017)**

Tarım ve hayvancılık sektöründeki teknolojik gelişmelerin izlenmesi, kaliteli ve maksimum üretimin sağlanması, üreticilerin karşılaştıkları sorunlara alternatif çözüm önerileri sunulması,

çiftçilerimizin daha bilinçli ve yüksek verimli üretim yapabilmeleri için; bölgenin en büyük fuarlarından biri olan “11. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Tarım Teknolojileri, Makine Hayvancılık ve Gıda Fuarı” 12 - 16 Nisan 2017 tarihleri arasında Malatya Mişmiş Park Fuar alanında Malatya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. tarafından organize edilmiştir.

Fuara; 61 il dışı, 57 il içi olmak üzere toplam 118 sektör firması katılmıştır. 9.000 m<sup>2</sup> kapalı ve 4.000 m<sup>2</sup> açık alanda, 25 farklı ilden toplam 75.500 kişi Malatya Tarım Fuarını ziyaret etmiştir.

Fuar süresince; En Güzel Buzağı Yarışması, En Güzel Kuzu Yarışması ve En İyi Bal Yarışması düzenlenmiştir. Fuar süresince Kurumlar ve üretici birlikler tarafından çeşitli ikramlar gerçekleştirilmiştir.

Malatya Tarım Fuarı 2017 kapsamında Tarımsal Mekanizasyon ve Teknolojileri, Sera Teknolojileri, Su ve Sulama Teknolojileri, Gübreler, Zirai İlaçlar, Tohum, Fide, Fidan ve Bahçecilik, Çiçekçilik ve İlgili Teknolojiler, Ekolojik Tarım, Çiftçilik ve Seralara Yönelik diğer Ekipman ve Hizmetler, Bağcılık, Agro Bilişim, Süt Endüstrisi ve Sektörel Yayınlar yer almıştır.

#### ▪ **Malatya Kitap & Kültür Fuarı (05 – 14 Mayıs 2017)**

05-14 Mayıs 2017 Tarihleri arasında Malatya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. tarafından Malatya Büyükşehir Belediyesi yanındaki fuar alanında, bu yıl “15 Temmuz Şehitleri” anısına düzenlenen 6.'sını organize edilmiş bölgenin en büyük kitap ve Kültür Fuarı çok büyük bir ilgi görmüştür. Türkiye'nin en büyük ve seçkin yayınevleri ve yazarları yoğun okuyucu kitlesiyle buluşmuştur.

Türkiye'nin en büyük ve seçkin yayınevleri ve yazarları yoğun okuyucu kitlesiyle buluşmasını ve okuma alışkanlığı kazandırılması amaçlayan fuara; 143 firmanın alt yayınlarıyla birlikte toplam 375 yayınevi katılmıştır. Ulusal ve Uluslararası 330'ü aşkın Gazeteci ve yazar okurlarıyla buluşmuştur. Toplam 9.500 m<sup>2</sup> alanda düzenlenen ve 10 gün süren Fuarı 380 bin kişi ziyaret etmiştir.

6.Malatya Kitap ve Kültür Fuarının Ana Teması "15 Temmuz Şehitleri" olmuştur. Bu kapsamda 44 yazarımız kaleme aldığı 15 Temmuz gecesi yaşananları anlatan “15 Temmuz Direniş ve Diriliş” kitabını kitapseverlerle buluşturulmuştur. Yine fuar kapsamında düzenlenen “15 Temmuz Süreci” konulu fotoğraf yarışması düzenlenmiştir. Türkiye'nin farklı illerinden 208 fotoğraf sanatçısının katıldığı 15 Temmuz Süreci konulu fotoğraf yarışmasında

702 fotoğraf değerlendirilip, fotoğraf Yarışmasında dereceye giren ve sergileme alan fotoğraflar, 6. Malatya Anadolu Kitap ve Kültür Fuarına katılan ziyaretçiler ile buluşturulmuştur.

6. Malatya Kitap ve Kültür Fuarı kapsamında düzenlenen ‘Bisiklet Turu’ etkinliğinde bisiklet seveler fuara dikkat çekmek ve farkındalık oluşturmak için pedal çevirmiştir.

Fuardan önce; “Kumbaram Dolsun Benim de Bir Kitabım Olsun” Projesi kapsamında 50 bin öğrenciye kumbara dağıtılmış olup, Fuar süresince, fuara katılan ve Ülkemizin önde gelen araştırmacı yazarların gerçekleştirdiği panel ve konferanslar düzenlenmiştir.

Fuar; Başbakanlık Tanıtma Fonu, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Malatya Valiliği, Malatya Büyükşehir Belediyesi, KOSGEB, İnönü Üniversitesi, Ticaret ve Sanayi Odası tarafından desteklenmiştir.

- **Malatya’da Ramazan Geceleri, Ramazan Çarşısı ve Dini Yayınlar Kitap Fuarı (27 Mayıs – 21 Haziran 2017)**

Ramazan Çarşısı ve Dini Yayınlar Kitap Fuarını bir arada 27 Mayıs - 21 Haziran 2017 tarihleri arasında Ramazan Ayı’nın ilk günü başlayıp 27. (Kadir) Gecesi son bulan Ramazan Çarşısı ve Dini Yayınlar Kitap Fuarını Malatya Büyükşehir Belediye Binası Yanı Fuar Alanında organize edilmiştir.

Ramazan Çarşısı ve Dini Yayınlar Kitap Fuarında; Dini yayın içerikli kitaplar, hediyelik eşya, gıda vb. ürünlerini sergilemiş ve satışını yapmıştır. Ramazan Ayı süresince yaklaşık 130 bin kişi tarafından ziyaret edilmiştir.

Vatandaşların yoğun ilgi gösterdiği etkinliklerde; Kur’an-ı Kerim tilaveti, ilahi sanatçılarının konserleri, tasavvuf müziği konserleri, ney dinletisi, Şiir dinletisi, tiyatro gösterileri, Söyleşi, Kukla gösterisi, Meddah, Hacivat ve Karagöz oyunları, Sivil Toplum Kuruluşları ve Derneklerin programları vb. etkinlikler yer almıştır.

- **Malatya Yapı ve Dekorasyon Fuarı (04–08 Ekim 2017)**

Malatya Yapı ve Dekorasyon Fuarı şirketimiz tarafından 04-08 Ekim 2017 tarihleri arasında Büyükşehir Belediye Binası Yanı Fuar Alanı’nda organize edilmiştir.

Yapı ve Dekorasyon sektöründeki teknolojik gelişmelerin izlenmesi, kaliteli ve maksimum üretimin sağlanması, üreticilerin karşılaştıkları sorunların giderilmesi, bilgilendirilmesi ve bilinçli üretim yapabilmeleri için bir birinden farklı yapı ve dekorasyon sektörü firmalarının



katıldığı fuar, görsel manada ziyaretçilerini memnun etmiştir. 1 il dışından ve 49 il içinden olmak üzere toplamda 50 firmanın katıldığı fuarı 4 gün boyunca yaklaşık 20 bin kişi ziyaret etmiştir.

▪ **İl İl Yöresel Ürünler Fuarı (20-29 Ekim 2017)**

Üçüncüsü düzenlenen İl İl Yöresel Ürünler Fuarı Malatya Büyükşehir Belediyesi Yanı Çadır Fuar Alanında 20 - 29 Ekim 2017 tarihleri arasında organize edilmiştir.

İl İl Yöresel Tatlar Fuarı'na il içinden ve il dışından toplam 102 gıda firması katılmıştır. Bu firmalar 37 farklı ilden (Erzurum, Hatay, İzmir, İzmit, Trabzon, Rize, Çorum, Giresun, Şanlıurfa, Edirne, Gümüşhane, Kars, Adıyaman, Denizli, Tokat, Elazığ, Yozgat, Ankara, Isparta, Ordu, Antalya, Muğla, Bartın, Kahramanmaraş, Siirt, Mersin, Sivas, Kastamonu, Amasya, Manisa, Adana, Osmaniye, Kayseri, Bursa, Aydın, Bitlis ve Malatya) katılan firmalar, temsil ettikleri illerin ve yörenin ürün ve lezzetlerini fuarda sergilemişlerdir.

Malatya ve çevre illerden yoğun bir ziyaretçi akınına uğrayan İl İl Yöresel Tatlar Fuarı'nı yaklaşık 250.000 kişi ziyaret etmiştir.

▪ **2017 Yılı Kültürel Ve Sanatsal Etkinlik Organizasyonları Faaliyetleri**

- ✓ Kutlu Doğum Haftası "Asr-I Saadet Gecesi"
- ✓ En İyi Yaş Kayısı Yarışması
- ✓ 15 Temmuz Demokrasi Nöbeti ve Şehitleri Anma Mitingleri Organizasyonu
- ✓ 14. Ehl-İ Beyt Sevgisi Ve Kerbela Programı
- ✓ Ankara'da Malatya Tanıtım Günleri (12 – 15 Ekim 2017)
- ✓ Peygamberimi Öğreniyorum - Çocuk Programı (30 Kasım 2017)
- ✓ Malatya Büyükşehir Belediyesi Daire Başkanlıklarına Yapılan Organizasyonlar
- ✓ M. Sait Çekmegil Paneli
- ✓ Çanakkale Dinletisi “Şiirler- Ağıtlar”
- ✓ Somuncu Baba paneli
- ✓ Sanat Halep için buluşuyor
- ✓ Ayşe Tüter ile Mutfak Sohbeti
- ✓ Siyer Dersi

- ✓ Kâğıt Rölyef Atölye Sergisi
- ✓ Deyimler Ağacı ( Çocuklarla Çocuk Tiyatrosu)
- ✓ Geleneksel Hünereli Eller Sergisi
- ✓ Milli Birlik ve Kardeşlik Resim yarışması
- ✓ Anadolu'dan Türküler Konseri
- ✓ Hasan Hüseyin Karatay Vefa Paneli
- ✓ Fethi Gemuhluođlu Sempozyumu ve Kitabı
- ✓ Kardeşlik Treni
- ✓ Gönül Penceresi Konseri
- ✓ Grup Retro Nostaljik Şarkılar Atölye Performansı
- ✓ 28 Şubat Bahara Kast Şiir ve Müzik Dinletisi
- ✓ Kız Kurusu Gül Hanım Konser
- ✓ Uluslararası Satranç Turnuvası
- ✓ Grup Melodi Unutulmayan Şarkılar Dinletisi
- ✓ Burcu Çetinkaya Dünya Kadınlar Günü Söyleşi
- ✓ Şehit İbrahim Tanrıverdi Temalı Resim Sergisi
- ✓ Pena – Mısra Şiir Ve Müzik Dinletisi
- ✓ Yaz Okulu Organizasyonu
- ✓ 15 Temmuz İhanetin Öteki Yüzü
- ✓ Mustafa Armađan-Abdülhamit Han Konferansı
- ✓ Seramik Sergisi
- ✓ Başkanlık Sempozyumu
- ✓ Ailecek Camideyiz
- ✓ Yağlı Boya Sergisi
- ✓ Genç Melodiler dinleti
- ✓ Malatya Masalları Sesli Eser Çalışması
- ✓ Genç Sanatçılar Sanat Merkezinde Buluşuyor
- ✓ Sev Kardeşim Çocuk Korosu konser

- ✓ Geleceğin İnşasında İmam Hatip Okulları Sempozyumu
- ✓ El Sanatları Atölyesi Performans Sergisi
- ✓ Serlevha Ayet ve Hadis-i Şerifler Sergisi
- ✓ Tiratlar
- ✓ Türkiye Bisiklet şampiyonası Malatya 4. Etap Yol Yarışları
- ✓ Sanat Sokakta
- ✓ Sena Altıntop “Sarı Kurdelam Sarı” Konseri
- ✓ Meyveler Çiçek Açtı Ödül Töreni
- ✓ Malatya Film Platformu Paneli
- ✓ Malatya Uluslararası Film Festivali Organizasyonu
- ✓ Malatyalı İlim ve Fikir Adamları Sempozyumu
- ✓ “Sonsuz Mutluluk” Kazakistan Tiyatrosu
- ✓ Öğretmenler Günü Konseri
- ✓ 3 Aralık Dünya Engelliler Günü “Engelsiz İletişim” Tiyatrosu
- ✓ “Şaban Sınıfımızda” Tiyatro Etkinliği
- ✓ Tasavvuf Musikisi Konseri
- ✓ Yeni Malatyaspor Kupa Töreni
- ✓ Kültür Evi Açılış Organizasyonu
- ✓ Fotoğraf Müzesi Açılış Organizasyonu
- ✓ Engelsiz Yaşam Merkezi Temel Atma Töreni
- ✓ İstanbul’da Malatya Günleri
- ✓ Battalgazi Sempozyumu
- ✓ Çevre Daire Başkanlığı Katı Atık Saha Temel Atma Töreni
- ✓ MASKİ Pütürge ve Doğan yol Temel Atma Organizasyonu
- ✓ MASKİ Yeni Binası Açılış Töreni
- ✓ MASKİ Peygamberimi Öğreniyorum Tiyatro Etkinliği
- ✓ MASKİ Eğitim Programları
- ✓ Fırat Kalkınma Ajansı Lojistik Çalıştayı

## - Malatya'nın Sosyoekonomik Durumu

### **Tarihi**

Eski çağ coğrafyacılarından Strabon (M.Ö. 58- M.S. 21) Malatya'yı sürekli Melitene adı ile zikretmiştir. Kesin olarak yerini vermediği geniş bir alan içerisinde Kataonia ile Fırat Nehri arasında Kommagene sınırında Kapadokya Krallığının (M.Ö. 280-212) on valiliğinden birisi olarak gösterir. Melitene, Sophane takriben bugünkü Elazığ ile Fırat Nehri arasındaki bölgeyi ifade eder. Strabona göre bu yöre zeytin, üzüm ve meyve ağaçlarıyla bezenmiş, Kapadokya'da bir benzeri bulunmayan tek yerdir. Plineye dayanarak Malatya'nın Asur kraliçesi Semiramis tarafından Meliten adıyla kurulduğunu kayıt eder. Bu bilgi daha sonraki çalışmalarda aynen doğrulanmıştır.

1075 de Türkler tarafından fethedilen Malatya, bir süre Memluklerin eline geçmiş, 1392de Yıldırım Beyazıt tarafından tekrar fethedilmiştir. Daha sonra Osmanlı egemenliğini tanıyan Dulkadiroğulları tarafından idare edilen Malatya, 1516'da doğrudan doğruya Osmanlı İmparatorluğuna katılmıştır. Bugünkü Malatya, eski Malatya'nın bulunduğu yerden 9 km uzaktadır. Şehir, 19. yüzyılın ilk yarısında Aspuzu denilen sayfiye bölgesine taşınmıştır. Cumhuriyetle birlikte (20 Nisan 1924 Anayasası 89. maddesi) il olan Malatya, yabancı işgaline uğramayan nadir kentlerinden biridir.

Medeniyetlerin doğduğu Avrasya'yı bir uçtan öteki uca kat edip Avrupa'nın batısı ile Asya'nın doğusunu birleştiren ve medeniyetlerin yayılma yolunu ifade eden eksen Anadolu'dan geçmektedir.

Tarihte olduğu gibi günümüzde de medeniyetleri buluşturan, yurdumuzun önemli kavşak noktalarından birinde de Malatya bulunmaktadır. Bu özelliği Malatya'yı tarihin her döneminde önemli kılmış ve dikkatleri hep üzerine çekmiştir.

### **Nüfusu**

2017 yılı rakamları ile Malatya, 786.676 kişilik nüfusa sahip bulunmaktadır. Malatya, dışarıya göç verirken nüfusu artan bir ilimizdir, net göç hızı binde eksi 3,3 iken yıllık nüfus artışı ise binde 5'tir.

Malatya 2017 yılında 27.523 kişi göç almış 28.222 kişi göç vermiş ve net göç farkı ise eksi 699 kişi olarak ortaya çıkmaktadır. İl nüfusunun 391.869 kişisi erkek 394.807 kişisi ise kadındır.

Malatya, ekonomik ve sosyolojik özelliklerinde olduğu gibi nüfus özellikleri açısından da Doğu Anadolu Bölgesi'nin önemli merkezlerinden biridir. Malatya'da yer şekillerinin olumlu etkiler oluşturması, önemli ulaşım güzergâhları, ekonomik gelişmişlik ve bulunduğu bölgedeki elverişli doğal koşulların yaşanması çevre yerleşim birimlerinden buraya yoğun göçlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bölgede nüfus ve yerleşmenin yoğunluk kazandığı alanlar olarak, fiziki özelliklerin en olumlu şartlar gösterdiği çukur sahalar, yani depresyon alanları görülmektedir. Bu sınırlı alanlarda ise genellikle Türkiye ortalamasının üstüne çıkan nüfus yoğunlukları görülmektedir. Malatya şehri içinde bulunduğu Doğu Anadolu Bölgesi'nin diğer şehir yerleşmelerine göre daha uygun doğal şartlara sahip olması nedeniyle daha fazla göç almıştır.

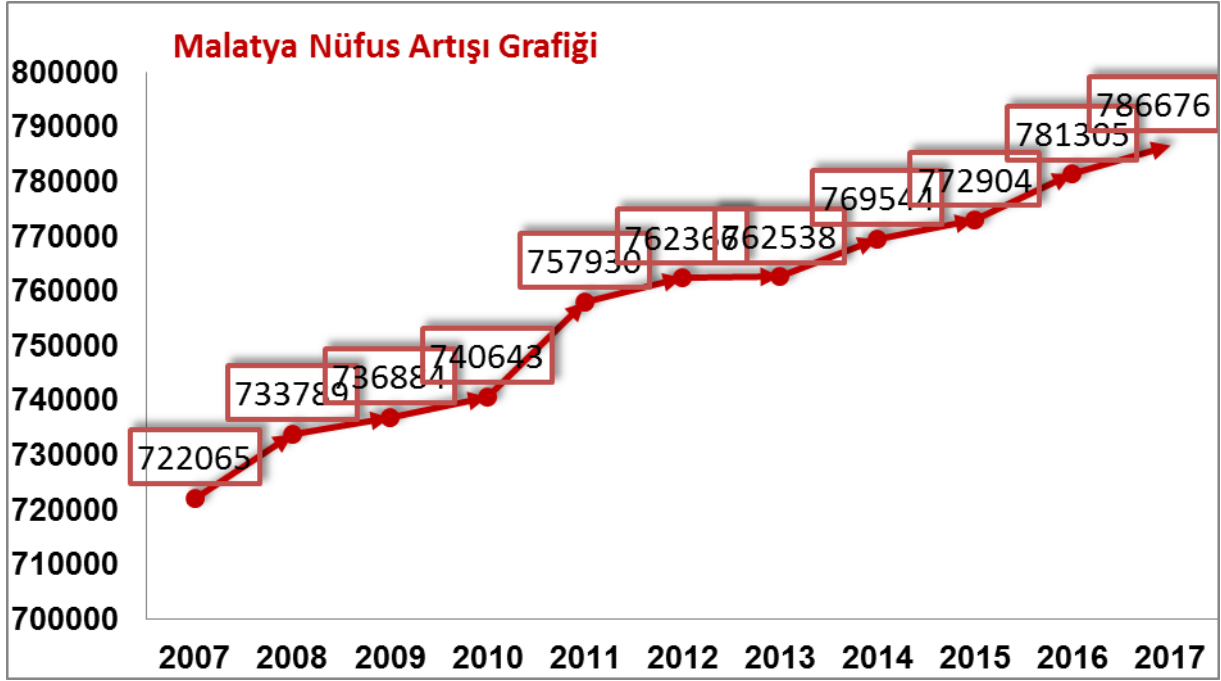
Özellikle şehrin üzerinde kurulduğu piedmont kuşağı fazla eğimli olmayan bir topografyaya sahiptir. Aynı zamanda iklim şartları, su kaynakları ve tarımsal faaliyetlerin olumlu etkileri, sanayi tesisleri, ulaşım olanaklarının modernize edilmesi gibi bazı faktörler, bu yerleşme merkezindeki nüfus hareketlerine yansımış ve nüfus artışı olumlu bir şekilde etkilenmiştir.

Şehir nüfusu dinamik bir özellik taşımaktadır. Şehir merkezinde görülen doğum oranı, ölüm oranından yüksektir. Şehir merkezinin nüfus artışında göçlerin önemli bir etkisi vardır. Aslında şehir merkezinden ülkenin diğer yerleşim merkezlerine göçlerin yaşanmasına rağmen, kırsal kesimlerinden şehir merkezine göç olması nedeniyle şehir merkezinin nüfusundaki artış miktarı dikkat çekicidir.

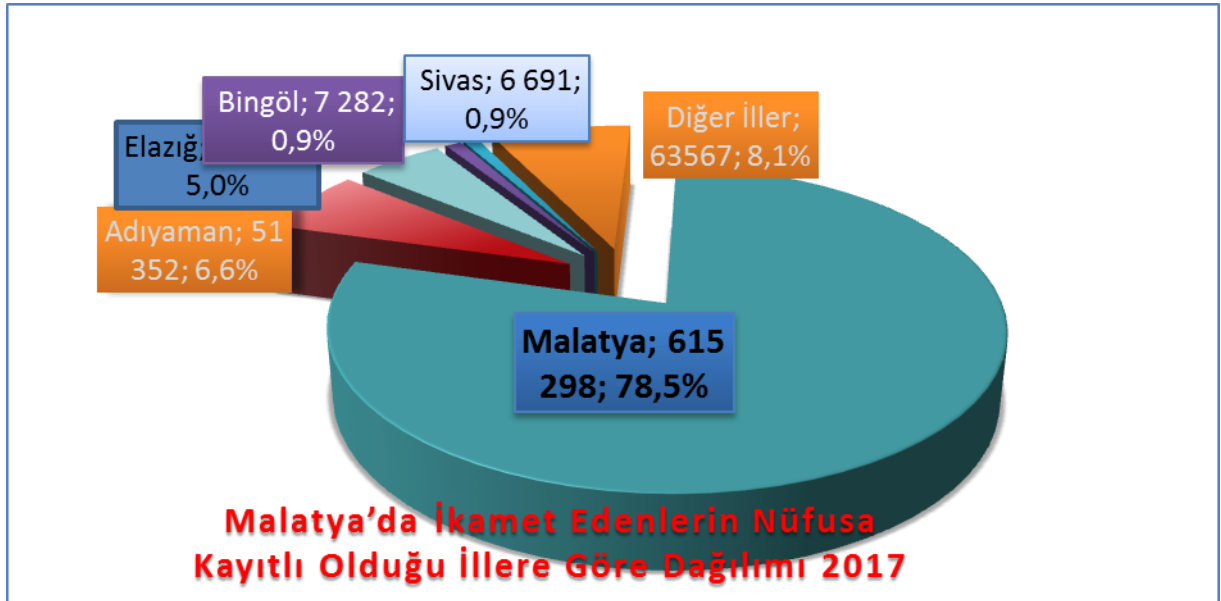
Nüfus artışı ile kentin diğer kentler içerisindeki kademesi ilerlerken, nüfus ve nüfus yoğunluğunun getirdiği hizmetler ise, çevredeki diğer birçok alanı, büyüyen kentin etki alanına sokacaktır. Daha önce farklı amaçlar için kullanılan alanlar artan nüfusun baskısı altında fonksiyon değiştirecek ve yerleşim alanına dönüşecektir.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Ahmet Turan Özbey, 6360 Sayılı Yasaya Göre Oluşturulan Büyükşehirler Üzerine Bir Araştırma ve Malatya Örneği, Bahçeşehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2016, s.63



Nüfus bakımından en büyük ilçeleri sırasıyla Merkez, Doğanşehir, Yeşilyurt, Darende, Akçadağ ve Battalgazi'dir. Yüzölçümü bakımından en büyük ilçesi Hekimhan, nüfus bakımından en küçük ilçe Doğanşol ve yüzölçümü bakımından en küçük ilçe Kale'dir.



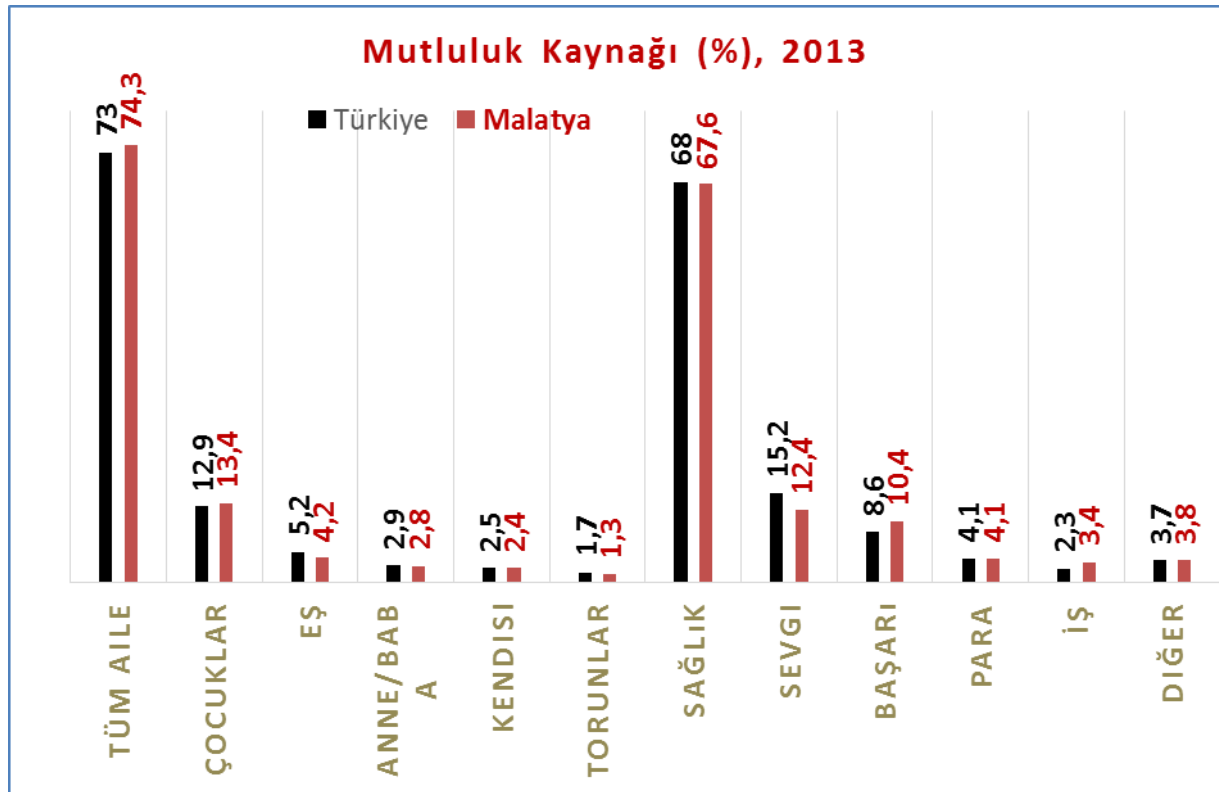
Malatya'daki ilçe sayısı 14, belediye sayısı 53 ve köy sayısı 495'dir. Malatya'da 0-15 yaş arasındakilerin toplam nüfusa oranı %26.6, 15-64 yaş arasındakilerin %65.7, 64 yaşından büyük olanların oranı ise %7.7'dir.

## Yaşam Memnuniyeti

Ekim 2016'da yayınlanan Forbes Dergisinin İş Yapmak ve Yaşamak İçin En İyi Kentler araştırmasının sonucuna Beşeri Sermaye ve Yaşanabilirlik, Marka Becerisi ve Yenilikçilik, Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli, Erişilebilirlik kategorileri dikkate alındığında genel sıralamada Malatya 81 il arasından 28. sırada yer almıştır.

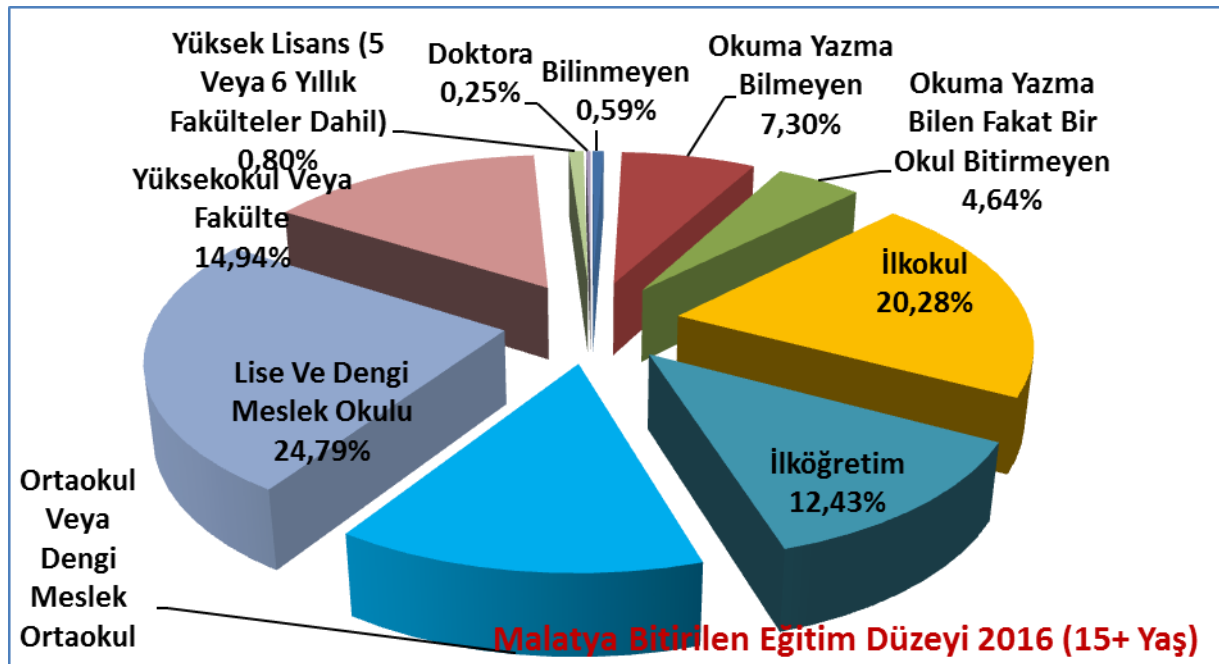
TÜİK'in 2015 yılı İllerde Yaşam Endeksi araştırmasına göre ise Malatya genel sıralamada 53. sırada yer alırken, konutta 56., çalışma hayatında 52., gelir ve servette 60., sağlıkta 23., eğitimde 34., çevrede 32., güvenlikte 30., sivil katılımı 53., altyapı hizmetlerine erişimde 33., sosyal yaşamda 35. ve yaşam memnuniyetinde 67. sırada yer aldı. Avrupa Birliği Üyeliğine İlişkin bireylerin referandum eğilimine bakıldığında Malatyalılar, %52 ile Türkiye ortalamasının üstünde Avrupa birliğine katılımın olumlu olacağını beyan etmektedir. (TÜİK İllere Göre Avrupa Birliği Üyeliğine İlişkin Bireylerin Referandum Eğilimi, 2013)

Kalkınma Bakanlığı'nın 2011 Yılı İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırmasında Malatya genel sıralamada 42. sıradadır.



## Eğitim

Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2016 yılında Malatya’da kadınların okuma-yazma bilenlerin oranı %89,7’dir<sup>5</sup>, bu oran TRB1 bölgesi ortalamasının (%87,8) üstünde, Türkiye ortalamasının (%92,4) ise altındadır. Malatya, Okul öncesi Eğitim (Malatya %73,4, Türkiye %66), İlköğretim (Malatya %97,45, Türkiye %97,10) ve Ortaöğretim (Malatya %86,42, Türkiye %79,37) aşamalarının hepsinde Türkiye ortalamasının üzerinde okullaşma oranlarına sahiptir. Öğretmen başına 15 öğrencinin düştüğü Malatya’da derslik başına düşen öğrenci sayısı ilköğretimde 21, ortaöğretimde 37’dir. 6.000’in üzerinde yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim almıştır.



İnönü Üniversitesi, 28 Ocak 1975 tarihinde kurulmuş ve bir yıl sonra eğitim faaliyetlerine başlamıştır. Ülkemizin saygın ve köklü üniversiteleri arasında yer alan İnönü Üniversitesi, 16 Fakültesi, 1’i Devlet Konservatuvarı olmak üzere 3 yüksekokulu, 11 meslek yüksekokulu, 5 enstitüsü, 1 Teknokent, Turgut Özal Tıp Merkezinin de aralarında bulunduğu 24 araştırma ve uygulama merkeziyle yaklaşık 46.000 öğrenciye eğitim ve öğretim hizmeti veren bir üniversitedir. Ayrıca 130 yüksek lisans 77 doktora programı ile 163 bölümü bulunmaktadır. Şehir merkezine 10 km. mesafede bulunan İnönü üniversitesi, 7.000 dekarlık merkez kampüsünün yanında, 620 dönümlük Battalgazi Kampüsünde ve 2’si şehir merkezinde 7’si

<sup>5</sup> TÜİK verilerine göre 2016 yılı okuma-yazma oranı; erkekler %93,8, kadınlar, %89,7 erkekler ise, %98,3 tür. Son 5 yılda ise okuma yazma oranında tüm demografik olarak iyileşme gözükmemektedir.



ilçelerde olmak üzere toplam 11 yerleşkede eğitim-öğretim, bilimsel araştırma ve uygulama faaliyetlerini sürdürmektedir.

TÜBİTAK ULAKBİM tarafından Üniversitelerin 2004-2014 yılları arasındaki Bilimsel Yayın Performansı değerlendirildiğinde İnönü Üniversitesi, 23.452 atıf sayısı ve 3.477 yayın sayısı ile Türkiye Üniversiteleri sıralamasında 29. sırada yer almaktadır.

1975 yılından bugüne hızla gelişen ve büyüyen üniversite, bugüne kadar 90.000'in üzerinde mezun vererek Türkiye'nin bilim, düşünce, sanat, ekonomi ve sosyal alanlarında kendini ispat eden on binlerce nitelikli insan yetiştirmiştir.

Kampüs alanı; nitelikli eğitim tesisleriyle olduğu kadar, çok amaçlı kültür salonları, sosyal tesisleri, spor ve rekreasyon alanları ile öğrencilerin ders dışı zamanlarını en verimli biçimde değerlendirmelerine olanak sunmaktadır. Engellilere yönelik eğitim ve uygulama merkezlerinin yanında 'Engelsiz Kampüs' çalışmasıyla da Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden biridir.

Toplam 3.300 öğrencinin barınma ihtiyacının karşılandığı İnönü Üniversitesi Kampüsünde, 2.500 kişilik bir devlet kız yurdu ve 805 kişilik özel kız ve erkek öğrenci yurtları mevcuttur.

Ayrıca Merkez Kampüsümüzde, Üniversitemize adını veren büyük devlet adamı İsmet İnönü'nün anısına açılmış olan İnönü Müzesi ile Turgut Özal Tıp Merkezimize adını veren 8. Cumhurbaşkanımız Turgut Özal'ın özel eşyalarının sergilendiği Turgut Özal Müzesi ve Fen Edebiyat Fakültesi binasında İnönü Üniversitesi Kurumsal Müzesi bulunmaktadır.

Yükseköğretim Kanunu ile Bazı Kanun ve KHK'lerde Değişiklik Yapan Kanun Tasarısı, TBMM Başkanlığı'na sunuldu. Bu yeni kanunla, Tasarıya göre ikisi vakıf olmak üzere 15 üniversite kuruluyor; İstanbul, Gazi, Karadeniz Teknik, İnönü, Selçuk, Erciyes gibi üniversitelerin bazı bölümleri yeni kurulacak üniversitelere bağlanması planlanmaktadır. Yeni üniversitenin adı Malatya Turgut Özal Üniversitesi olması beklenmektedir.

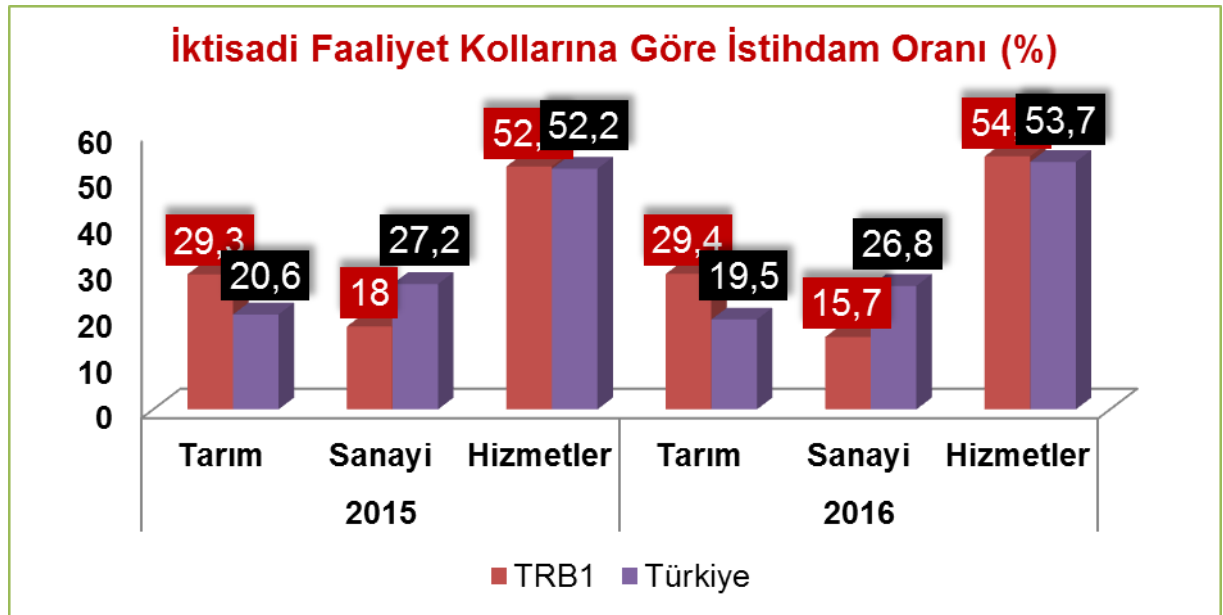
### **Sağlık**

2016 yılı TÜİK verilerine göre Malatya'da her 100.000 kişiye 295 hastane yatağı düşmektedir, bu oran 273 olan Türkiye ortalamasının üstündedir. Malatya'da çalışan sağlık görevlileri sayısı hekimler dâhil 6.837 kişiyle TRB1 bölgesinde en fazla sağlık görevlisi bulunan ildir.

İnönü üniversitesi bünyesinde 1996 yılında hizmete açılan Turgut Özal tıp merkezi, 880 yatak kapasitesine sahiptir. Hastane 120 yoğun bakım yatağı ve 26 adet son teknoloji ile donatılmış ameliyathaneye sahiptir. Kemik iliği ve göz kornea nakli hizmetlerini sunan, karaciğer naklinde Avrupa ve dünya sıralamasında en önlere yer alan Turgut Özal Tıp Merkezi, böbrek ve kalp nakilleri de yaparak önemli bir organ nakli merkezi olmayı hedeflemektedir. 2010 yılında faaliyete giren yanık ve kanser tedavi üniteleri ile bölgenin en önemli sağlık ihtiyaçlarını karşılayan tıp merkezi, bölgenin sağlık açısından önemli bir çekim merkezi olmasını ve bu sayede gerçekleşecek sağlık turizmi ile önemli bir gelir kaynağının oluşmasını amaçlamaktadır.

### İstihdam ve Çalışma Hayatı

Malatya’da 10 bini aşkın iş yerinde sigortalı çalışan sayısı 164 bin dolayında olup, nüfusa oranı %21’dir. Buna paralel olarak Malatya’da istihdam oranı %40,7 ile Türkiye ortalamasının (%41,7) biraz altındadır.



### Ekonomik Faaliyetler

Malatya, Doğu Anadolu ve TRB1 bölgesinde sanayisi en gelişmiş il olup Malatya Ticaret Odası’na kayıtlı 950 şirkette yaklaşık 28.500 kişi istihdam edilmektedir. Malatya’da sırasıyla Gıda, Tekstil ve İnşaat sektörlerinin hem istihdam sayısı, hem de şirket sayısı bakımından ön plana çıktığı görülmektedir.

Firma vergi kimlik numaralarının bağlı olduğu illere göre oluşturulan 2010 yılı verilerine göre Malatya’nın ihracatı 276 milyon dolar, ithalatı ise 91 milyon dolardır. Bazı yatırımların vergi

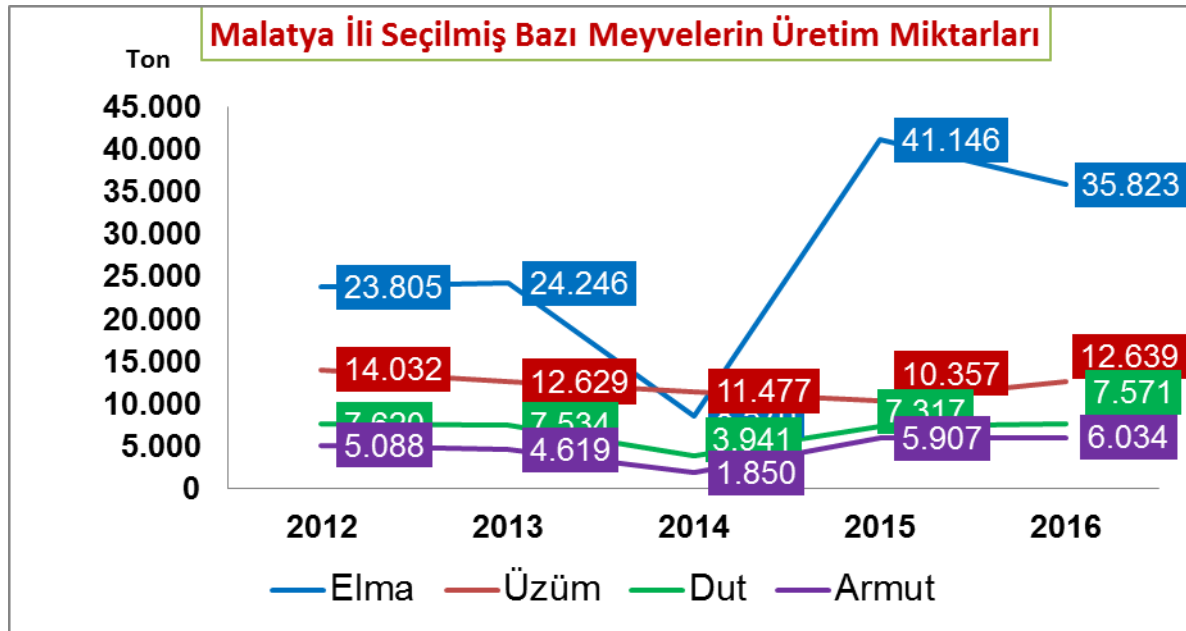
kimlik kayıtlarının İstanbul başta olmak üzere çeşitli illerde olduğu bilinmekte olup gerçekte Malatya ilinin 2010 yılı ihracatının 450 milyon dolar olduğu tahmin edilmektedir.

Malatya sanayisi son yıllarda tekstil ve konfeksiyon ağırlıklı olarak hızlı bir gelişim sergilemektedir. Türkiye'nin ve Dünyanın önemli markaları için Malatya Organize Sanayi Bölgelerinde üretim yapılmaktadır.

Şirket başına düşen istihdam sayısına bakıldığında ise tekstil, İnşaat ve Makine sektörlerinin önde olduğu ve bu sektörlerde entegre ve büyük ölçekli firmaların faaliyet gösterdikleri görülmektedir. İldeki toplam imalat sektörü istihdamının %54'ünün Tekstil sektöründe, %26'sının ise gıda sektöründe olduğu görülmektedir.

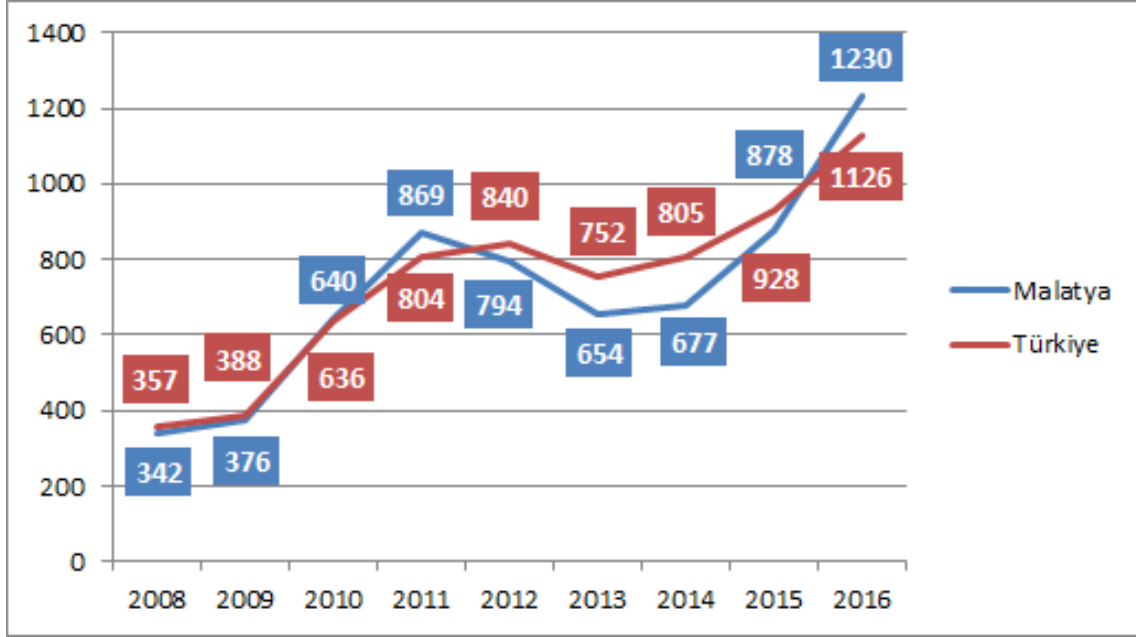
## Tarım

TRB1 bölgesinin bitkisel üretim değerinin %58'i, canlı hayvan değerinin %27'si, hayvansal ürün değerinin %38'i Malatya iline aittir. Tarımsal üretim; geleneksel usullerden kurtularak, hızla modernleşme yönündedir. Modern tarım teknolojilerinin yaygınlık kazanmasına bağlı olarak, ilde narenciye hariç her türlü tarımsal ürün yetiştirilebilmektedir. İlde yaygın olarak üretilen önemli tarım ürünleri ise; hububat, şeker pancarı, tütün, yaş sebze ve meyvelerdir.



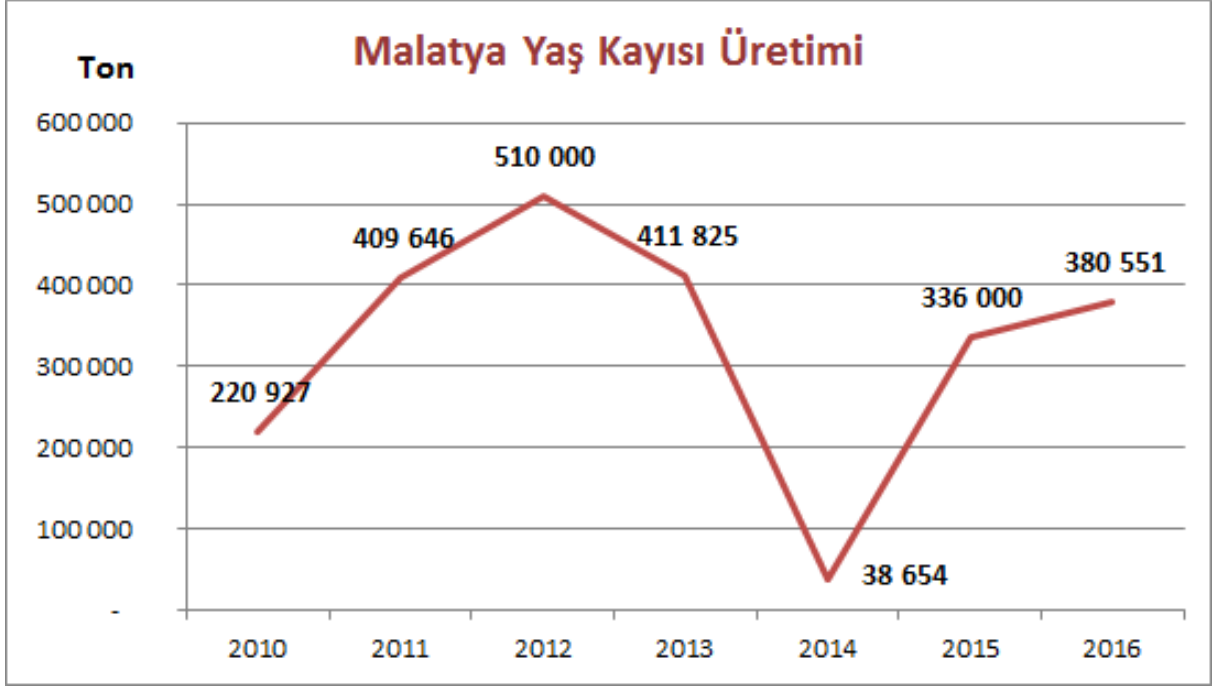
Malatya'da tarımın önemli kollarından biri de hayvancılıktır. Geniş meraları ve yeterli besicilik imkânları hayvancılık için uygun bir ortam oluşturmaktadır. İlde 2017 yılında 6.234 ton kırmızı et, 51.106 ton beyaz et, 220.791 ton süt, 950 ton bal üretilmiştir. Son yıllarda ilimizde su kaynaklarının değerlendirilmesi suretiyle su ürünleri yetiştiriciliğinde artış görülmektedir. 2017 yılında 125.000kg avcılık, 3.070.000 kg yetiştiricilik yolu ile olmak

üzere toplam 3.195.000kg balık elde edilmiştir. İlimizin 2017 yılı itibariyle toplam tesis sayısı 54, üretim kapasitesi ise 7.715 ton/yıl düzeyindedir.



Malatya ekonomisinin temeli büyük oranda kayısı üretimine dayanmaktadır. Türkiye’de yıldan yıla değişmekle birlikte üretilen kayısının önemli bir kısmı Malatya bölgesinde üretilmektedir. Malatya’da üretilen kayısların da yaklaşık %90’ı Malatya’da bulunan çok sayıdaki kayısı işleme tesisinde işlenmekte ve başta Avrupa ülkeleri olmak üzere yaklaşık 150 ülkeye ihraç edilmektedir. İlde her yıl 80-100 bin ton kuru kayısı üretilerek ihraç edilmekte ve bundan yaklaşık 350-400 milyon dolar döviz girdisi sağlanmaktadır. Malatya’da kayısı işleme tesislerinde yaklaşık 5 bin kişi istihdam edilmekte, 300 kadar esnaf ve tüccar ile 50 kadar da ihracatçı kayısı işletmeciliği ile uğraşmaktadır.

Ayrıca 10’a yakın firma kayısı makineleri imalatı yapmaktadır. Çiftçi kayıt sistemi (ÇKS) verilerine göre Malatya’da yaklaşık 30 bin aile kayısı tarımıyla uğraşmakta ve doğrudan ya da dolaylı olarak yaklaşık 200.000 kişi geçimini bu sektörden temin etmektedir.



### **Sanayi, Ticaret, Yatırımlar ve Ar-Ge**

TRB1 Bölgesi'nde imalat sanayi gelişmişlik sıralamasında en gelişmiş il Malatya iken; en geride olan il ise Tunceli'dir.

### **Organize Sanayi Bölgeleri**

Malatya'da yapım aşamasındakilerle birlikte 5 adet Organize Sanayi Bölgesi (OSB) vardır. Malatya Darende OSB ve Akçadağ Mermer İhtisas OSB'de altyapı çalışmaları devam etmektedir. Malatya OSB'lerine bakıldığında ağırlıklı sektörlerin gıda ve tekstil olduğu görülmektedir.

Malatya Merkez'de 2 adet OSB faaliyetini sürdürmektedir. Malatya I. OSB 300 hektar arazi üzerine 164 sanayi parseli üzerine kurulmuş olup altyapı ve sosyal tesisleri tamamlanmıştır. II. OSB ise 500 hektar arsa üzerine 160 parsel üzerine kurulmuş olup parsellerin tamamı tahsis edilmiştir. Malatya I. ve II. OSB'de tahsis edilecek parsel kalmaması ve çok sayıda müteşebbisin yatırım için yer talep etmesi nedeniyle 1.300 hektarlık alanın I.OSB'ye eklenmesi sağlanarak Malatya'nın 20-30 yıllık sanayi parsel ihtiyacı karşılanmıştır. Malatya'nın Darende ilçesinde yeni kurulmuş OSB bulunmakta, Akçadağ ilçesinde de Mermercilik OSB kuruluş çalışmaları sürdürülmektedir. Darende OSB parsellerinin tahsis çalışmaları ve altyapı çalışmaları sürdürülmektedir. Akçadağ Mermercilik İhtisas OSB için 125 hektar olarak yer tespiti yapılmış ve etüt çalışmaları tamamlanmıştır. Bölgede faaliyet

gösteren tüm organize sanayi bölgelerinde bakanlık kredisinden, gelir stopajı teşvikinden, enerji desteği teşvikinden ve 5084 sayılı teşvik kanunundan faydalanılmaktadır.

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı gıda sektöründe faaliyet gösteren şirketler incelendiğinde ise işletmelerin %35'inin "kayısı", %11'inin ise "ekmek" ve "un-yem ve bulgur" sektörlerinde olduğu görülmektedir. Katma değeri yüksek olan "Baharat", "Çerez" ve "Soğuk Hava Deposu" sektörlerinin ise ilde en düşük sayıya sahip işletmeler olduğu görülmektedir. İstihdam sayısına bakıldığında ise gıda sektöründeki istihdamın %35'inin "Kayısı", %22'sinin ise "Şekerli Maddeler" sektöründe olduğu görülmektedir. "Şekerli Maddeler" ve "Tuz-Et" sektörlerinin ise ilde şirket başına en fazla istihdam sağlayan sektörler olduğu görülmektedir.

Malatya, özel sektör yatırımları ile Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde tekstil sektörü açısından gelişmiş bir üretim merkezi haline gelmiştir. Mevcut durumda Malatya farklı cinslerde pamuk işleyebilme, farklı türlerde iplik üretebilme ve penye, branda, tente, döşemelik, indigo (kot) gibi farklı cins dokuma yapabilme kapasitesine sahiptir. Malatya'da işletme başına istihdam sayısının en fazla olduğu sektörün tekstil sektörü olduğu görülmektedir. "Dokuma", "Konfeksiyon" ve "Örme Kumaş" sektörlerinin işletme sayısı olarak, "Konfeksiyon", "İplik" ve "Dokuma" sektörlerinin ise istihdam sayısında öne çıktıkları görülmektedir. İşletme başına istihdam oranında ise sırasıyla "Dokuma" ve "İplik" sektörleri ön plana çıkmaktadır. Doğrudan istihdam sayısına bakıldığında tekstil sektörünün gıda sektöründen daha önde olduğu görülmektedir.

Malatya'da 200 milyon tonluk mermer rezervinin değerlendirilmesi amacıyla Akçadağ'da 125 hektarlık Mermer İhtisas OSB'si kuruluş çalışmaları ise devam etmektedir. Malatya ili madencilik sektörü incelendiğinde ise madencilik sektöründeki firmaların %57,1'inin, istihdamın ise %45,6'sının "Mermercilik" sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Kümelenme yaklaşımı bu üretim ağı içerisinde yer alan aktörlerin ürün ve servis üretiminde ve inovasyon yaratılmasında birbirleri ile olan bağları ve bağımlılıklarına odaklanmaktadır. Malatya'da kayısı kümelenme projelerine yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

Malatya'da yıllık 220 bin ton üretim kapasitesine sahip toplam 93 adet kuru kayısı işletme tesisi olmasına rağmen ortalama 100 bin ton üretim yapılmaktadır. Bu tesisler genellikle yıkama-paketleme tesisleri olup ağır bir otomasyon içermemekle birlikte nitelikli insan kaynağına da gerek duymamaktadır. Kayısı ihracatçı firmaları genelde finansman sıkıntısı yaşamamakta ve üreticiye karşı her zaman pazarlık gücü olan taraf durumundadırlar. Yeni

paketlenme teknikleri, ürünler ve ara ürünler geliştirip hem pazar hacmini hem de bölgede yaratılan katma değeri artıracak bir kayısı kümelenme projesinin çalışmaları devam etmektedir.

İnovasyon ve rekabetçilik kapsamında TRB1 Bölgesi'ndeki patent, faydalı model, marka ve endüstriyel tasarım başvuru ve tescilleri ile Tescilli Coğrafi İşaretler incelenmiştir. 2018 yılı itibarıyla Malatya Kayısı, Arapgir Köhnü Üzümü, Arapgir Mor Reyhanı ve Malatya Dalbastı Kirazı tescil edilmiştir. Birçok ürünün coğrafi tescil başvuru sürecine yönelik çalışmalar devam etmekte olup, 2020 yılına kadar coğrafi tescilli ürün sayısının 10'un üzerine çıkarılması hedeflenmektedir. Coğrafi tescil belgesi alınması planlanan bazı ürünler; Hekimhan Cevizi, Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Köftesi, Kâğıt Kebabı, Yoğurtlu Gendime Çorbası, Malatya Tandır Ekmeği, Malatya Tarhanası, Arguvan Susuz Kavunu, Analı Kızılı Köfte, Malatya Peyniri, Köpük Pestili, Dut Pestili, Acılı Ayran (Yandım Çavuş ayranı), Yeşilyurt Çırmıhtı Bezi, Akçadağ Kömbesi, Akçadağ Halısı, Pütürge Geven Balı, Pütürge Dermanı, Banazı Karası Üzümü 'dür.

Türk Patent ve Marka Kurumu 2017 verilerine göre Malatya 346 marka başvurusu ile Doğu Anadolu bölgesinin en çok marka başvurusu yapan ilidir. Yine 2017 verilerine göre patent başvuru sayısına bakıldığında Malatya Doğu Anadolu bölgesinde en çok patent başvurusu yapan 3. İl, TRB1 bölgesinde ise Elâzığ'dan sonra ikinci il konumundadır.

	<b>İller</b>	<b>Yapılan Patent Başvurusu (2017)</b>
1	Erzurum	26
2	Elazığ	25
3	Malatya	9
4	Van	9
5	Erzincan	7
6	Bitlis	6
7	Iğdır, Muş, Tunceli	1
8	Ardahan, Kars, Ağrı, Hakkâri, Bingöl	0

Malatya İnönü Üniversitesi 1977 yılında eğitime fiilen başlamış ve bünyesinde şu an özel sektörün de destek ve işbirliği ile araştırma ve teknoloji merkezleri bulundurmakta, Teknokent projesine devam etmektedir.

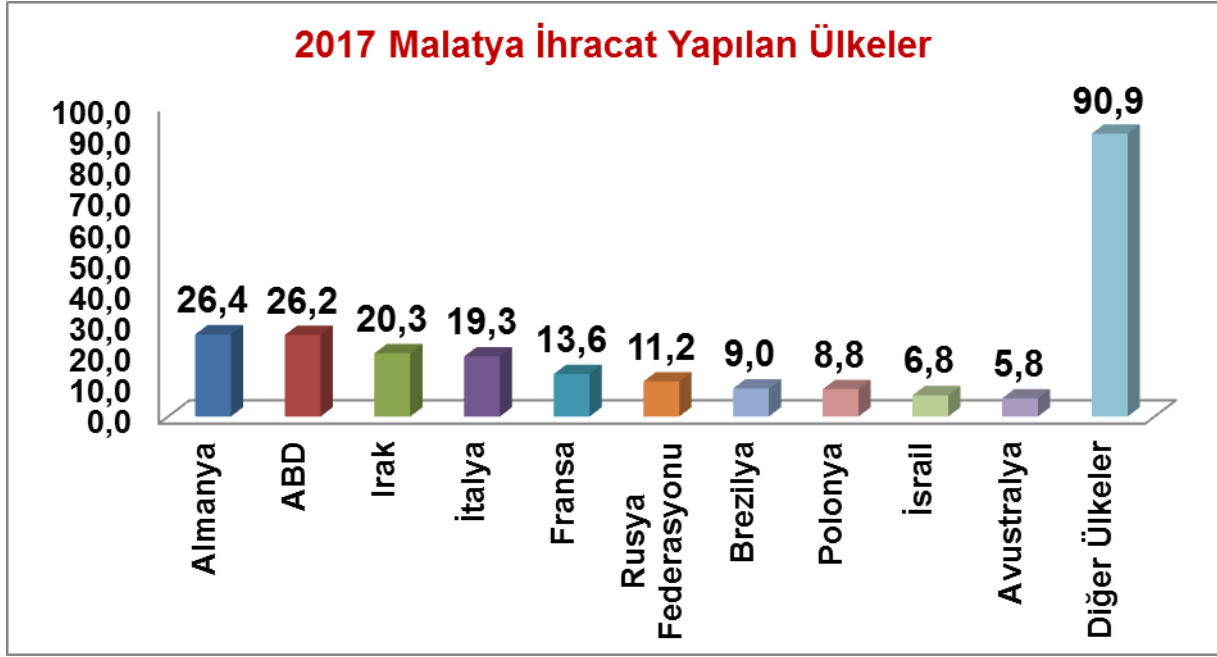
Malatya 2017 yılında 123 yatırım teşvik belgesi almıştır. Bu teşvik belgeleri ile 4.654kişinin istihdam edilmesi planlanmaktadır. Kamu yatırımlarına bakıldığında Malatya’da tarım, ulaştırma-haberleşme ve diğer kamu hizmetleri sektörlerinin ön plana çıktığı, imalat ise en son sırada yer aldığı görülmektedir. Malatya, TİM 2017 verilerine Doğu Anadolu bölgesi ve TRB1 bölgesinde en çok ihracat yapan il konumundadır. Tüm Türkiye’de 33. Sırada yer almaktadır. Bölgenin ihracat rakamlarında Malatya ilinin belirleyici rol üstlendiği de ayrıca gözlemlenmektedir. TRB1 Bölgesi’nde 3 ana sektöre göre ihracat rakamları karşılaştırıldığında bölgede ön plana çıkan ilin Malatya ve bu ilin de öne çıkan ihracat ana kaleminin tarım sektörü olduğu görülmektedir. TRB1 Bölgesi’nin alt sektörlerle göre ihracat analizi yapıldığında ihracat kalemleri arasında Malatya kayısı başı çekmektedir. Malatya kayısı, gerek kayısı çeşitlerinin kalitesi, gerekse sahip olduğu ekolojik üstünlükler nedeniyle rakip ülkelere kıyasla doğal bir rekabet avantajına sahiptir. Kayısı dahil kuru meyve mamullerinin ihracatı, bölgenin tarım ihracatının %93’üne ve toplam ihracatının %76’sına karşılık geldiği görülmektedir. Sektör bazında 2017 ihracat rakamlarına bakıldığında tarımın Malatya ekonomisine katkısı daha iyi ortaya konulmaktadır.

SEKTÖR	İHRACAT TUTARI (bin\$)
<b>Kuru Meyve ve Mamulleri</b>	151.942,18
<b>Hazır Giyim ve Konfeksiyon</b>	118.880,87
<b>Tekstil ve Hammaddeleri</b>	22.752,31
<b>Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller</b>	16.910,76
<b>Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri</b>	12.202,88
<b>Fındık ve Mamulleri</b>	5.335,62
<b>Yaş Meyve ve Sebze</b>	4.949,58



<b>Makine ve Aksamları</b>	4.809,59
<b>Elektrik Elektronik ve Hizmet</b>	3.373,39
<b>Meyve Sebze Mamulleri</b>	3.216,28
<b>Kimyevi Maddeler ve Mamulleri</b>	2.812,85
<b>Demir ve Demir Dışı Metaller</b>	2.648,16
<b>Madencilik Ürünleri</b>	1.792,76
<b>Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri</b>	1.414,70
<b>İklimlendirme Sanayii</b>	956,55
<b>Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri</b>	487,24
<b>Çelik</b>	353,44
<b>Otomotiv Endüstrisi</b>	60,95
<b>Halı</b>	41,71
<b>Deri ve Deri Mamulleri</b>	5,55
<b>Mücevher</b>	3,47
<b>Diğer Sanayi Ürünleri</b>	1,54
<b>Savunma ve Havacılık Sanayii</b>	0
<b>TOPLAM</b>	<b>354.952,38</b>

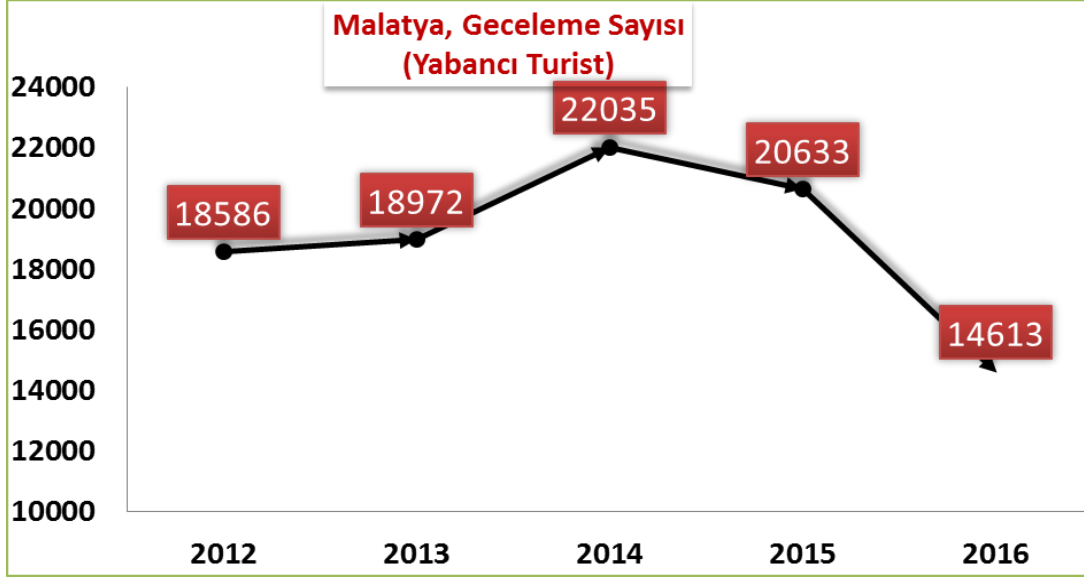
2018 yılı TİM'in yayımladığı istatistiklere göre Malatya'nın en çok ihracat yaptığı ülke Rusya'dır. ABD, Almanya, Fransa, İngiltere gibi gelişmiş ülkeler Rusya'yı izlemektedir. Malatya TRB1 Bölgesi'nin, her yıl dış ticaret fazlası vererek ülkeye döviz girdisi sağlayan en fazla ihracat yapan ili konumundadır.



### **Turizm**

2017 yılında Malatya'ya gelen toplam turist sayısı 250.173 olup bunların 242.712'siyerli, 7.461'i ise yabancı turistir. 2016 yılında Malatya'ya gelen toplam turist sayısı ise 183.685 olup bunların180.391'i yerli, 3.294'ü ise yabancı turistir.

Malatya'da Turizm İşletme Belgeli 15 otel bulunmakta olup Toplam yatak sayısı2.335'dir. Belediye Belgeli 22 otelin yatak sayısı ise 968'dir. Ayrıca Turizm Yatırım Belgeli olan 1 otelin yatak kapasitesi 120'dir. Doğu Anadolu ve TRB1 Bölgesi'nin önemli ekonomik gücü olan Malatya'nın, turizmden sağladığı ekonomik kazanımlar oldukça düşük düzeydedir.



Malatya; tarihi, doğal güzelliklere ve değerlendirilebilecek potansiyellere sahiptir. Malatya tarih boyunca çeşitli kültür ve medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Aslantepe, Nemrut Dağı, Fırıncı Höyük, Ören Höyük, Kara Höyük, İsa Höyük, Morhamam Höyük gibi höyük yerleşimlerinin yanı sıra Akçadağ Levent vadisinde bulunan Kaya mezar odaları, Kral kabartması; Arapgir Onar kaya mezar odaları; Yazihan'daki Ansır Mağaraları ve Yerleşimi; Battalgazi(Eski Malatya) Şehir surları, Karamildan Tepe; Darende'de Zengibar Kale Kapısı, Yeniköy Aslantaşlar ile Darende, Arapgir, Arguvan, Doğanşehir, Yeşilyurt, Yazihan, Hekimhan, Akçadağ, Doğanşol'da bulunan Tümülüsler ve mezar odaları arkeolojik alanlara örnek olarak verilebilir.

Malatya'nın yerleşim tarihine ışık tutmaları yönüyle Karakaya Barajı altında kalmış olan Cafer Höyük (Neolitik Dönem ile ilgili çok önemli buluntuları Malatya Müzesinde sergilenmektedir), Değirmentepe (M.Ö. 5000 yılından itibaren yerleşim görmüştür. Mühürleri ile ön plana çıkmaktadır.), Köşgerbaba, Pirot Höyük gibi yerleşimlerden kurtarma kazısı yapılarak çıkartılan eserler Malatya Müzesinde sergilenmektedir.

Malatya ve ilçelerinde birçok dinsel ve kültürel taşınmaz kültür varlıkları da bulunur: Özellikle Arapgir, Hekimhan, Darende ve Battalgazi(Eski Malatya)'de cami, kümbet, çeşme, han, hamam, arasta, kervansaray vb. gibi Selçuklu, Beylikler ve Osmanlı dönemine ait eserler bulunur. Eski Malatya'daki Ulu Cami, mimarisi itibariyle görülmeye değer ender eserlerdendir. Yine Mustafa Paşa Kervansarayı ve Hekimhan'daki Taşhan önemli eserler arasındadır.

Geleneksel mimariyi yansıtması açısından Malatya’da merkezde iki katlı şahnişli (Çıkmalı Balkonlu), eyvanlı konutlar bulunmaktadır. Beşkonaklar’daki Beşkonaklar ve diğer geleneksel konutlar önemlidir. Yine merkezde Karakaş Konağı ve diğer birçok mahallede i iki katlı konuk örnekleri mevcuttur. Yeşilyurt ve Gündüz Bey, Darende ve Balaban, Pütürge’de de özgün örnekler vardır. Arapgir’deki yerin eğimine göre taş malzemeye yapılmış bazen iki bazen de üç katlı olan konutlar da geleneksel mimari özelliklerin yaşatıldığı konut örneklerindedir.

Ulu Cami: Malatya’ya 9 km uzaklıktaki Battalgazi ilçesinde bulunan bu cami Selçuklu hükümdarı I. Alaaddin Keykubat zamanında yapılmış ayrıca eyvanlı camilerin Anadolu’daki tek örneği özelliğini taşımaktadır.

Nemrut Dağı: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu’nun (UNESCO) dünya miras listesinde de bulunan, Malatya’nın Pütürge ilçesi ile Adıyaman’ın Kahta İlçesi sınırlarının kesiştiği yerde bir dağ olan Nemrut Malatya’ya 100 km mesafededir. Komagene Kralı I. Antiochos tarafından yapılmış 8-10 m yüksekliğinde heykel tanrıların bulunduğu dağ ayrıca güneşin batışı ve doğuşunun rengârenk tüm ayrıntılarıyla seyredilebildiği bir yer olması sebebiyle de turizm olarak ilgi çeken bir yerdir.

Aslantepe Höyüğü: Malatya’ya 6 km uzaklıkta bulunan Höyük, ilk olarak 1933 yılında Atatürk’ün talimatıyla kazılmaya başlamıştır. Yapılan kazılar sonucunda eski Tunç çağından başlamak üzere, Hitit, Helenistik, Roma ve Bizans çağlarına ait tabakalar bulunmuştur. Bölgenin açık hava müzesi olarak değerlendirilmesi çalışmaları sonuç vermek üzeredir.

Günpınar Şelalesi: Darende ilçesinde bulunan şelale manzarası, kaynak suları, serin havası ve üç boğum halinde akan şelalesi ile şehrin önemli turistik merkezlerindedir.

Somuncu Baba ve Çevresi: Darende ilçesi, eski Darende mevkiinde yer alan Somuncu Baba Camii önünde bulunan balıklı havuzu, balıkların çıktığı kuyu ile caminin hemen yanında akan Tohma suyunun geçtiği vadi ve Tohma kenarındaki Kudret hamamı görülmeye değer yerlerdir. Ayrıca Tohma’da rafting yapma imkanı da bulunmaktadır.

İspendere İçmesi: Malatya Elazığ yolu üzerinde Malatya’ın 28 km doğusunda İspendere köyündedir. Suyu; sindirim sistemi, idrar yolları ve karaciğer hastalıklarına iyi gelmektedir, İl Özel İdaresince yaptırılan bir motel ve gazinosu mevcuttur.

Yukarıda da bahsedildiği gibi Malatya’nın başlıca turizm değerleri; Battalgazi; Ulu Camii, Karahan Camii, Akminare Camii, Namazgah, Kervansaray, Şehir Suru, Aslantepe Höyüğü, Cafer Höyük, Fırıncı Höyük, Yeni Cami, Yusuf Ziya Paşa Camii, Şahabe-i Kübra Medresesi,

Tarihi Konaklar, Atatürk Evi, Atatürk ve İnönü Anıtları. Yeşilyurt; Kölükoğlu Camii, Taşhoran Kilisesi, Eski Konaklar Darendesi; Bedesten, Somuncu Baba Camii, Zengibar Kalesi, Tohma Kanyonu, Günpınar Şelalesi, Aslantaşlar. Arapgir; Ulu Camii, Çobanlı Camii, Gümrükçü Osman Paşa Camii, Cafer Paşa Camii, Mir-i Liva Ahmet Paşa Camii, Millet Han. Akçadağ; Levent Vadisi, Ören Höyük, Çarşı Camii, Sultansuyu Harası. Hekimhan; Köprülü Mehmet Paşa Camii, Taşhan, Girmana Vadisi, Yazıhan; Fethiye Camii.

<b>Malatya Turizm SWOT Analizi</b>	
<p><b>GÜÇLÜ YANLAR;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yaklaşık 6 Bin Yıllık Tarih, Yerleşme Alanı (Asur, Urartu, Pers, Helenistik, Roma, Bizans, Arap, Anadolu Selçukluları, Osmanlı, Türkiye Cumhuriyeti Dönemi Eserleri)</li> <li>• Doğal Kaynak Değerlerinin Fazlalığı, Doğal Çeşitlenme ve İlginç Jeomorfoloji (Dağlar, Ovalar, Kanyonlar, Göller vb.)</li> <li>• Farklı Turizm Faaliyeti/Ürünü Sunabilme Kapasitesi, Harekete Geçirilebilecek, Yukarıda Sayılan Çok Sayıda Kaynak Değerler</li> <li>• Yöresel yemek kültürünün çeşitliliği</li> <li>• Sosyal Sermayenin Yüksekliği (İnsan Kaynaklarındaki Gelişmişlik, Girişimcilik, Eğitim Düzeyindeki Görece Gelişmişlik)</li> <li>• Farklı Ulaşım Bağlantılarının Kesişme Noktasında Yer Alması,</li> </ul>	<p><b>ZAYIF YANLAR;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turizme Konu Olan Çekim Noktalarının Az Bilinirliği,</li> <li>• Tanıtım Eksikliği, (Web Sitesi Bulunmamaktadır, Kitapçık, Broşür ve benzeri CD, DVD ve Benzeri Elektronik Tanıtım Dokümanları Yeni Yapılmaya Başlanmıştır. Yeterli Sayılamaz).</li> <li>• Ana Tur Güzergâhlarına Uzaklık, Güzergâhların Dışında Kalması,</li> <li>• Konaklama ve Geceleme Adetlerindeki Performans Düşüklüğü, Ortalama Geceleme Adetlerindeki Düşüklük,</li> <li>• Yeterince Araştırılmamış Kaynak Değerler</li> <li>• Bilimsel Dokümantasyon Eksikliği,</li> <li>• Az Yayınlanmış Kaynak Envanteri</li> <li>• Genelde Beşeri Sermayenin</li> </ul>

<p>Görece Kolay Erişilebilirlik,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaliteli Konaklama Tesisleri Adedinin Hızla Artması</li> <li>• Giderek Çeşitlenen ve Kalitesi Artan Kentsel Donatılar,</li> <li>• Yüksek Gelişme Potansiyeli – Alt Coğrafyanın En Gelişmiş İli, Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endekslerinde Yüksek Değerler,</li> <li>• Görece Güçlü Ekonomik Yapı, İş Turizminde Gelişme Olanakları</li> <li>• İl Merkezi Başta Olmak Üzere Pek Çok Yerleşmede Altyapı Sorunlarının Çözülmüş Olması</li> </ul>	<p>Yüksekliğine Rağmen, Turizm Sektöründe Hizmet Sunan İnsan Kaynağının Fazla Gelişmiş Olmaması - Ustalık Bilgisi Eksikliği</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marka Değeri Taşıyabilecek Envanterin Az Olması.</li> <li>• Turizm Hareketliliğinde Bir Varış Noktası</li> </ul> <p>(Destinasyon) Değildir.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Özellikle İlçe Merkezlerinde Yeterince Tesis Olmaması – Donatı Sorunları.</li> </ul>
<p><b>FIRSATLAR;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Küresel Ölçekte Turizm Talebi Eğilimindeki Değişmelerin Malatya'nın potansiyeline uygun olması</li> <li>• Ulusal Ölçekte Turizm Talebindeki Değişimlerin, Yeni Yer ve Ürün Arayışlarının Malatya'nın Özgün Değerlerine Olan Uygunluğu</li> <li>• Gelişmişlik Göstergeleri İtibarı ile Bölgenin En Gelişmiş İli Olması</li> <li>• Bölgenin Yaşam Kalitesi Yüksek İlleri arasında yer alması (Erzurum ve Malatya)</li> </ul>	<p><b>TEHDİTLER;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yakın Çevrede Benzer Nitelikleri ve Envanteri Taşıyan İllerin ve Merkezlerin Olmaması,</li> <li>• Son Yıllarda Doğu ve Güneydoğu Anadolu Tur Güzergâhlarındaki Değişiklikler,</li> <li>• Doğu ve Güneydoğu'da Yaşanan Turizm Sektörü Talebi Daralması.</li> </ul>

## **Kentsel Altyapı ve Üstyapı:**

Planlama kavramsal olarak belirlenen bir hedefe ulaşabilmek amacıyla harekete geçmeden önce yapılan hazırlıklar, karar verme, seçim yapma süreci olarak tanımlanabilir.

Planlamanın amacı; belirlenen hedefe ulaşmak için en az zaman ve enerji kaybı ile en etkili rasyonel bir sonuca belirli bir sürede ulaşabilmektir. Şehircilik çalışmalarında planlama kavramı; şehrin fonksiyonel kullanım alanlarının (konut, ticaret, sanayi, park, yeşil alan, vb.) şehir yerleşmesi içindeki konum ve durumu ifade etmektedir. Bu tür planlamalarda şehrin gelişme ve yerleşme stratejilerinin belirlenebilmesi amacı ile genellikle 1/5000 ölçekli “imar planları” kullanılmaktadır. Şehir planlama çalışmalarında bir ekip oluşturulmalı ve bu ekip içinde tarih, coğrafya, toplum bilimi, hukuk-idare, mühendislik-mimarlık ve politika konularında uzman kişilerin bulunması gerekmektedir. Şehir planlaması çok yönlü bir çalışma sistemi gerektirmekte olup, bu çalışma sistemi içinde konu ile ilgili olan uzmanların ve yöre halkının temsilcilerinin katılımı sağlanmalıdır. Böylece oluşturulan plan akılcı ve uygulanabilir olmaktadır. Aksi takdirde yapılan planlar gerçekleştirilemez ve sonuç olarak şehrin yaşantısı bozulmaktadır.

Malatya, planlı bir gelişim çizgisinin takip edilmemesi nedeni ile nüfus ve ekonomik faaliyetlerdeki artışa bağlı olarak aşırı merkezi bir hal almıştır. Bu sıkışmışlık, uzun vadeli planlama ve uygulama hatalarından kaynaklanmaktadır. OSB’lerin de bulunduğu Malatya’nın batı yönü yoğun sanayileşme eğilimi içerisindedir. Şehrin gelişim yönü de ağırlıklı olarak batı tarafıdır. Aşırı merkezileşme, kentte konut fiyatlarının yüksek olmasına ve şehrin çevresinde önemli bir gecekondulaşmaya neden olmuştur. Bu durum, şehrin deprem kuşağında olmasına rağmen yapılaşmada çok katlılığı da artırmaktadır.

Malatya’da kırsal alanlardaki yerleşme okul, cami gibi yapıların etrafında oluşmuş kümeler halindeki klasik köy alanları şeklindedir. Bununla birlikte son zamanlarda afetlere bağlı olarak planlı bir yapılaşma da başlamıştır. Yapılaşma sürecinde daha çok yerel malzemeler (moloz, taş, kerpiç, toprak) kullanılmaktadır.

Bu planlar ve yapılan yanlış uygulamalar sonucunda Malatya için şu sorunların günümüzde de devam ettiğini görmekteyiz:

1. Plansız ve sağlıksız kentleşme,
2. Kent içi trafik,
3. Doğal afetler (Deprem, Don Olayları vs),

4. Su – Kanalizasyon ve Elektrik Sorunu gibi sorunlar Malatya da yanlış yapılaşma sonucu ortaya çıkan sorunları teşkil etmektedir(Malatya Belediyesi Stratejik Planı).

Ayrıca Malatya şehir planında yanlış yapılan uygulamalar sonucu tespit edilen bazı planlama yanlışlıklarını da şöyle sıralayabiliriz:

1. 1.Vagon Onarım Fabrikasının yeterli fizibilite çalışması yapılmaksızın inşa edilmesi,
2. Bölge Eğitim Hastanesi yer seçiminin yanlış yapılması,
3. Niyazi Mısır-i Caddesinin hem yol hem de yerleşim açısından yanlış planlanması
4. Beylerderesi köprüsü ve mevcut çevre yoluna inşa edilen alt geçitlerde raylı sistem hattının düşünülmemesi,
5. Fahri Kayahan bulvarının ve bölgesinin yanlış planlanması,
6. Organize Sanayi Bölgesinin şehrin gelişim yönü dikkate alınmaksızın projelendirilmesi ve sonuçta şehrin batıya doğru gelişiminde kesici bir etkiye yol açması,
7. Çat barajının maliyet - fayda ilişkisi açısından yanlış planlanması ve öngörülen hedefin gerisinde kalarak birçok üreticiyi mağdur etmesi,
8. Arıtma tesisi yer seçiminin, sistemden elde edilen temiz suyun sulamada kullanılmasına imkân vermeyecek şekilde seçilmesi (Daha yukarıya inşa edilmiş olsaydı sistemden elde edilen temiz sular sulamada kullanılabilirdi),
9. Malatya Belediyesi hizmet binasının fonksiyonellik – estetik dengesi açısından yanlış planlanması
10. Şehir planlamasının, alt merkezler düşünülmemesinin tek merkez olarak planlanması, (Çevre Durum Raporu, 2012)

Malatya'nın temiz su ihtiyacını karşılamak amacıyla dağınık su kaynakları Gündüz BeyKaptajı'nda toplanarak isale hattına verilmektedir. TRB1 Bölgesi'nin en önemli yatırımlarından biri Battalgazi Belediyesi ve Karakaya Baraj Gölü arasında 184.000 m<sup>2</sup>'lik alan üzerine kurulmuş olan Malatya Belediyesi evsel atık su arıtma tesisidir. 2004 yılında faaliyete geçen tesisin 2010 yılı itibari ile 720.000, 2020 yılı itibari ile 960.000, 2030 yılı itibariyle ise 1.200.000 eşdeğer nüfusa hizmet vermesi planlanmaktadır.

Türkiye'de kentsel yeşil alanlara standart getirilmesi amacıyla 02.09.1999 tarihli "3030 Sayılı Kanun Kapsamı Dışında Kalan Belediyeler Tip İmar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına



Dair Yönetmelik” ile kişi başına düşen yeşil alan miktarı büyükşehir belediyeleri haricinde belediye ve mücavir alan sınırları içerisinde 10m<sup>2</sup>, bu sınırın dışında 14 m<sup>2</sup> olarak belirlenmiştir. Kişi başına düşen yeşil alanın Malatya’da 2,62 m<sup>2</sup> olduğu dikkate alındığında Bölge’nin bu standartların oldukça altında olduğu görülmektedir.

Doğalgaz boru hattının döşenmesi ile ilgili olarak 2006 yılında çalışmalara başlanan Malatya’da abone sayısı 59.634’e ulaşmıştır.

## **Enerji**

Yer altı kaynaklarının yanında yıldızı parlayan bir diğer önemli yatırım konusu ise yenilenebilir enerji alanıdır. Güneş enerji santralleri ve rüzgâr enerji santralleri kurulumuna uygun bölgelerde yatırım araştırmaları yapan çeşitli firmalar bölgemizde de çalışmalar yürütmektedir. 2016-2017 yıllarında toplam 73 MW kapasiteli 72 adet GES yatırımı için, 10 MW kapasiteli 1 adet RES yatırımı için teşvik belgesi alınmıştır.

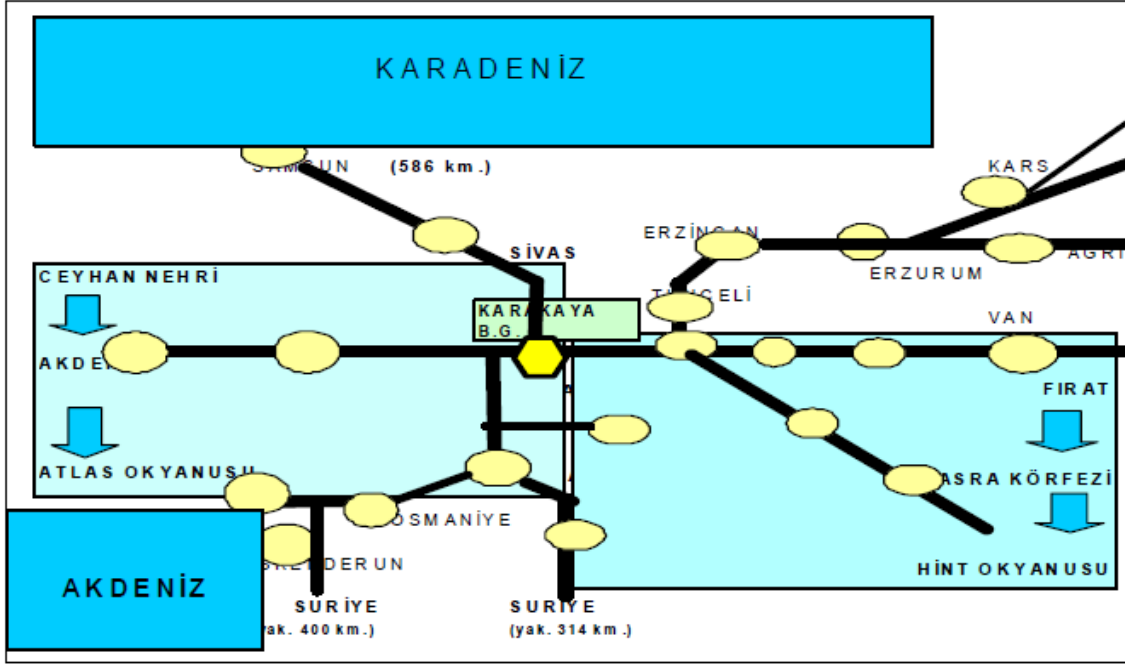
Malatya’nın ekonomik ve sosyal gelişimine paralel olarak yıllar içerisinde enerji tüketimi artmaktadır. İlde 2017 yılında alınan enerji 1.259.674,19 kWh, satılan enerji ise 1.119.842,95 kWh’dir.

Doğalgaz; Malatya doğalgaz dağıtım lisans ihalesi 07.07.2005 tarihinde yapılmış olup, Yeşilyurt, Battalgazi ilçelerini kapsamaktadır. İl Merkezine ilk defa 2006 yılında doğalgaz vermeye başlanmıştır. 2017 yılı sonunda ise Akçadağ ve Doğanşehir İlçelerine doğal gaz götürülmüştür.

2017 yılsonu itibariyle il genelindeki abone sayısı 154.729, fiili olarak doğalgaz kullanan abone sayısı 145.236, çekilen hat uzunluğu ise 1.375 km’dir.

## **Ulaştırma ve Haberleşme**

Malatya, İç Anadolu ve Akdeniz’den gelerek Doğu ve Güneydoğuya yönelen kara ve demiryollarının kavşak noktasıdır. Malatya ayrıca, Başkente ve İran, Ermenistan, Nahçıvan ve Gürcistan sınır kapılarına da eşit uzaklıktadır. Bu özellikleri ile İç Anadolu Bölgesi Orta kesimi ve Doğu Anadolu kütesinin merkezi konumundadır.

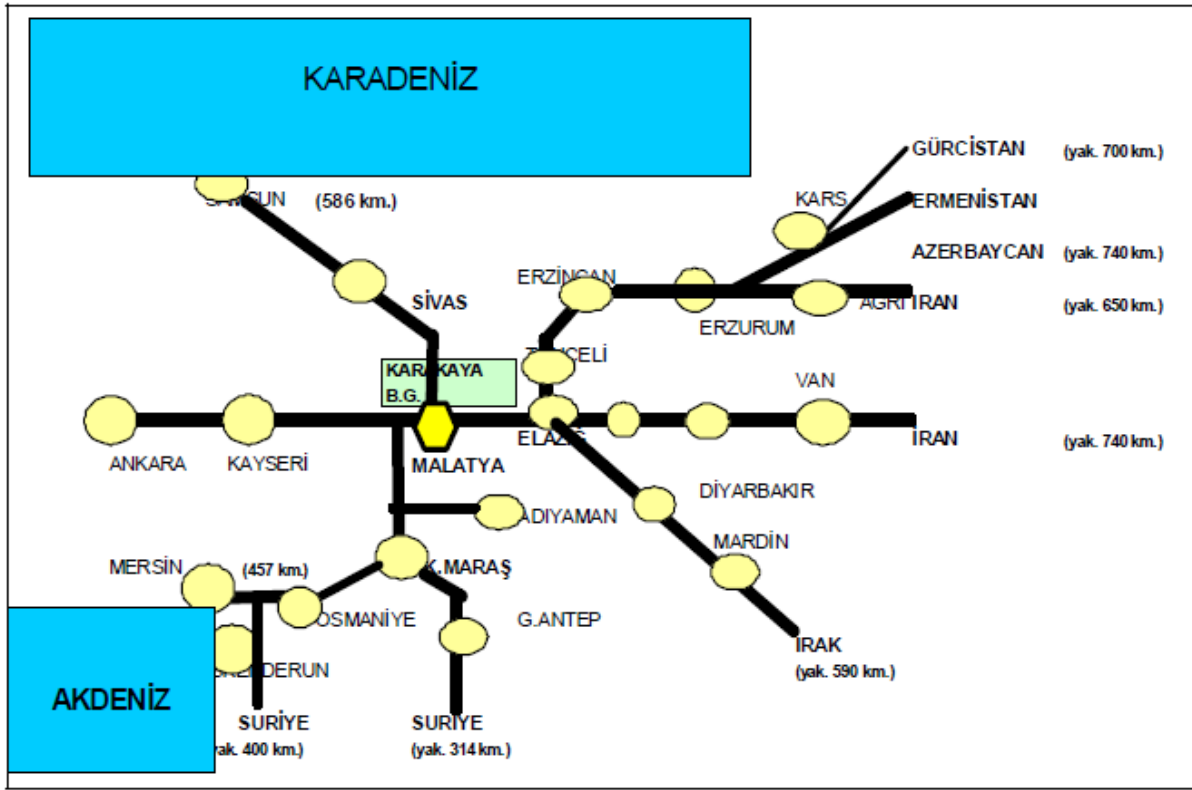


## Konum

Malatya ili konum itibariyle, Doğu Anadolu bölgesinin batı bölümünde yer almaktadır. Doğuda Elazığ (98 km) ve Diyarbakır (251 km), güneyde Adıyaman (185 km), batıda Kahramanmaraş (219 km), kuzeyde Sivas (245 km) ve Erzincan (363 km) illeri ile çevrilidir. İl topraklarının yüzölçümü 12.412 km<sup>2</sup> olup, 35-54° ve 39-03° kuzey enlemleri ile 38-45° ve 39-08° doğu boylamları arasında yer almaktadır.<sup>6</sup> Malatya ili Doğu Anadolu Bölgesinin Yukarı Fırat Havzasında yer almaktadır. Coğrafi konumu, sahip olduğu zengin su kaynakları ve tarihi kervan yollarının (Kral Yolu ve İpek Yolu) üzerinde bulunması nedeniyle Neolitik Çağ'dan itibaren önemli bir yerleşim yeri olmuştur.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Ahmet Turan Özbey, 6360 Sayılı Yasaya Göre Oluşturulan Büyükşehirler Üzerine Bir Araştırma ve Malatya Örneği, Bahçeşehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2016, s.63

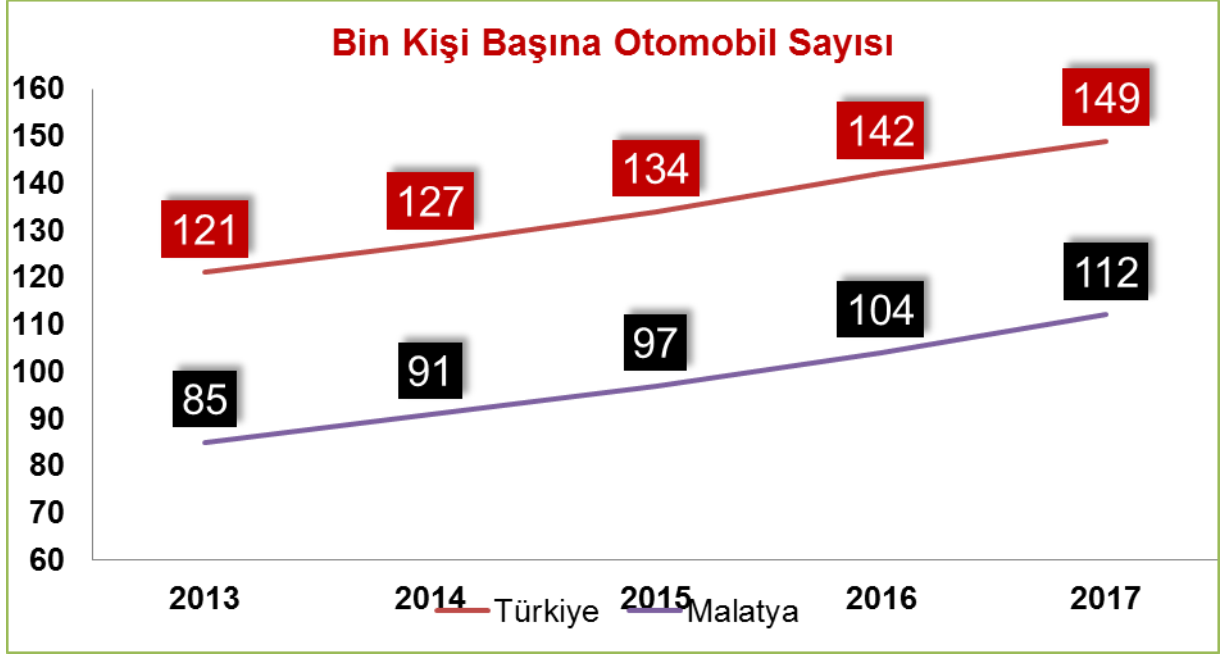
<sup>7</sup> Ahmet turan özbey, 2016. s.63



#### Karayolu:

Malatya, Doğu Anadolu'dan batı bölgelere, Akdeniz'e ve Güneydoğu'ya giden yolların geçiş merkezi olması nedeni ile karayolları bakımından gelişmiştir. Devlet ve il yolları dışında 415 km'si asfalt, 2.275 km'si stabilize, 3.141 km'si tesviye ve 655 km'si ham yol olmak üzere toplam 6.518 km köy yolu bulunmaktadır. Kent içinde trafik düzeninde önemli sorunlar mevcuttur.

Malatya'dan Gaziantep 244 km, Sivas 245 km, Diyarbakir 251 km, Kayseri 335 km, Adana 386 km, Ankara 657 km ve İstanbul 1063 km uzaklıktadır.



Tren yolu:

Malatya'dan çevre bölgelere üç demiryolu hattı bulunmaktadır. Bunlar; Kahramanmaraş yönünde Malatya-Narlı (98 km) hattı, Sivas yönünde Malatya-Çetinkaya (105 km) hattı, Elazığ yönünde Malatya-Yolçatı (34 km) hattı, şehri diğer bölgelere bağlamaktadır. TCDD 5. Bölge Müdürlüğü Malatya'da bulunmaktadır. Belirtilen uzunluklar hattın Malatya sınırları içinde kalan kısmını ifade etmektedir.

Hava yolu:

Malatya havaalanından İstanbul ve Ankara'ya her gün düzenli, İzmir, Antalya ve bazı uluslararası noktalara (Frankfurt, Köln) direkt uçuşlar yapılmaktadır.

Malatya Erhaç Havaalanı sivil-askeri kategoride olup 1941 yılında hizmete girmiştir. Meydan, Şehir merkezine uzaklığı 34 km, yıllık yolcu kapasitesi ise dış hat 100.000, iç hat 900.000 olmak üzere toplamda 1.000.000 olup, uçak kapasitesi 17.520dir.Sivil Havacılığın her gün tarifeli olarak 6 seferi mevcuttur. Meydan, Sivil ve Askeri amaçlı olup, intifa hakkı DHMİ ile Hava Kuvvetleri Komutanlığındadır.

Malatya Havaalanının bulunduğu coğrafi konum itibariyle çevre illere de hizmet vermesinin yanı sıra son yıllarda havacılık sektöründeki gelişmeler neticesinde uçak seferleri ve yolcu artışları % 100'lerin üzerinde gerçekleştiğinden, havaalanımızda hizmete sunulan mevcut pist ve terminal binası ihtiyaçları karşılama noktasında yetersiz kalmıştır. Bunun neticesinde yapılan ihaleler sonucunda yapımına 2009 yılında başlanan uluslararası standartlarda ki 3350mx45m uzunluğundaki pistimiz,23 Ekim 2010 Tarihinde ilk uçuş gerçekleşerek hizmete

açılmıştır. Yeni Pistimizle birlikte daha önce yıllık 300.000 olan yolcu sayımız yıllık 1.000.000' a ulaşmıştır.

#### İletişim altyapısı:

Malatya ili telekomünikasyon alt yapısı yaklaşık 192 bin sabit santral kapasitesine sahip olup ilde yaklaşık 124 bin sabit telefon abonesi ve yaklaşık 35 bin ADSL abonesi bulunmaktadır. Malatya ilinde Merkez ilçe dâhil 14 ilçe, 35 kasaba ve 501 köyde telefon bağlantısı mevcuttur. 99 köy ve 1 mezrada otomatik santral mevcut olup, 257 köy ve 259 mezraya da bu santrallerden abonelik verilmiştir. İlde ortalama 5,6 kişiye bir sabit telefon hattı düşmektedir. Ayrıca 14 mahalli radyo, 7 ulusal yayın yapan radyo temsilciliği, 5 mahalli TV, 2 adet aylık, 1 adet 15 günlük, 5 adet haftalık ve 5 adet ise yerel günlük gazete bulunmaktadır. Malatya ili iletişimde kullanılan telefon hatlarının %27'si yer altı, %73'ü de havai (direkt veya blokta) olarak tesis edilmiştir. Malatya il sınırları dâhilinde, telefon hizmeti verilmeyen ilçe veya köy bulunmamakta olup, telefonlaşma oranı %100'dür.

#### Coğrafi Yapı ve İklim

Malatya, Doğu, Güneydoğu ve Orta Anadolu arasında yer alan bir ovadır. Ova, kuzeyden güneye doğru hafif bir eğimle uzanır. Arazi denizden uzak ve yüksektir. Karasal ve Akdeniz iklimlerinin birlikte görüldüğü Malatya'da yazları sıcak ve kurak, kışları yağışlı ve soğuk geçer. Gece-gündüz, yaz-kış sıcaklık farkları yüksek olan Malatya'da yıllık sıcaklık ortalaması 13,3°C'dir. Yazları sıcak ve kurak; kışları ise, çoğu kez yağışlı ve soğuktur. İklim, değişik özellikler gösteren üç ayrı bölgede incelenebilir. İldeki yüksek platolarda İç Anadolu un step iklimi gözlenir. Güney ovasında, Fırat-Dicle nehirleri arasının ılık iklimi ile Suriye Çölü ün yakıcı sıcaklarının etkisinde özel bir Akdeniz iklimi görülür. Dağlık bölgelerde ise, kışları soğuk olup, her iki bölgenin de etkisinde bulunan bir iklim hüküm sürer. Denizden yüksekliği 900 metre olarak kabul edilen Malatya'da yılın en yağışlı mevsimi ilkbahardır. Bu iklim şartlarının kayısı yetiştiriciliği için çok elverişli olduğu bilinmektedir. En sıcak aylar Temmuz ve Ağustos, en soğuk aylar ise Ocak ve Şubat'tır. İlde bitki örtüsü olarak ormanlık alanlara pek rastlanmaz, ancak Pütürge ilçesinin dağlarında meşe ormanları genişçe bir yer tutar. Akarsu kıyılarında bol sayıda söğüt, kavak ve ceviz ağacı yetiştirilmiştir.

Başta kayısı olmak üzere elma, armut, şeftali, kiraz, vişne, dut, üzüm ve burada sayamadığımız birçok meyve çeşidi önemli miktarda yetiştirilmektedir. İlkbaharda yağışlarla yeşeren dağlar, yaz aylarındaki sıcaklık ve ardından gelen kuraklık sonucunda bozkır haline

dönüşür. İl sınırları içerisinde bulunan toprakların yüzde 53ünü çayır ve meralar, yüzde 10unu ormanlık ve fundalık alanlar oluşturur.

Malatya'nın rakımı 900 metredir. Malatya'daki büyük dağlar Toroslar'ın uzantısı olup, Akdağ 2608 m, Bozdağ 2581 m, Beydağı 2.544 m, Karakaya Tepe 2.424 m, Gayrık Tepe 2.306 m, Şakşak Dağı 2237 m, Kelle Tepe 2.150 m, Korudağ 2100 m, Becbel Tepe 2.006 m, yüksekliğe sahiptir.

Malatya'daki Beylerderesi ve Tohma Vadisi, TRB1 bölgesinin önemli vadileri arasındadır. Malatya'da Güneydoğu Toroslarının kuzeyinde Malatya Ovası bulunmaktadır. İlin diğer ovaları Doğanşehir, İzollu, Mığdı, Sürgü, Akçadağ, Yazıhan, Mandara, Çaplı, Distrik ve Erkenek ovalarıdır. Malatya'da doğal göl bulunmamaktadır.

TRB1 Bölgesi'nde yer alan barajların tamamına yakını Malatya ve Elazığ illeri ve çevresinde kurulmuştur. Karakaya Barajı 298 km<sup>2</sup> alanı ve 9,58 milyar m<sup>3</sup> su kotu, Keban barajı 675 km<sup>2</sup> alanı ve 31 milyar m<sup>3</sup> su kotu ile bölgenin ve ülkenin en büyük ikinci ve üçüncü barajları niteliğindedir.

### **Doğal Kaynaklar**

Gelişen sanayisi yanında Malatya'nın; yer altı zenginlikleri ve turizm değerleri bakımından da bir yatırım cenneti olduğunu söylemek abartı olmaz. Zengin demir, profillit ve mermer yataklarına sahip Malatya'da, 2017 yılı sonu itibariyle 19 olan maden ve metal sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı artmaya devam etmektedir.

Malatya'da en fazla kahverengi topraklar mevcuttur. Toplam ekilebilir tarım alanı 425.450 ha'dır. I.sınıf ile IV. sınıf arasındaki toplam ekilebilir alan 402.310 ha olup, V. Sınıf ile VIII. Sınıf arasındaki alan ise 23.140 ha'dır.

Malatya ili sınırları içerisindeki yer altı su potansiyeli toplam 75,5 hm<sup>3</sup>/yıl'dır. Malatya kent olarak su miktarı açısından sorunu olmayan iller arasındadır. Genelde yöre halkı tarafından sulama suyu olarak kullanılan önemli su kaynakları şunlardır: Derme Kaynağı, Horata Pınarı, Elemendik Kaynakları, Davullu Kaynakları, Beylerderesi KaynaklarıMalatya'da İspendere İçmesi, Malatya-Elazığ yolu üzerinde Malatya ın 28 km doğusunda İspendere Köyü'nde olup su sıcaklığı 24°C'dir. Kudret Hamamı, Darendede Tohma Çayı kenarında bulunmaktadır. Suyun sıcaklığı 21,5°C'dir. Hamam pınarı Ilıcası, Hekimhan ilçesinde olup su sıcaklığı 29°C'dir.

Malatya’da, doğal ve plantasyon olarak 149.128 ha orman alanı bulunmaktadır. Ormanlarda çoğunlukla meşe, kayın, çam, ardıç ve kavak ağaçları yetişmektedir. Orman içi ve civarındaki köyler orman köyleri olarak kabul edilmiş olup buralara muhafaza amaçlı özel yardımlar sağlanmaktadır.

Malatya florasında yoğunlukla meşe, ahlat, alıç, kara çalı, sakız ağacı, keven, potaryum, ayrik, kekik ve yumak otu mevcuttur. Malatya’ya özgü çeşitli kayısı türleri, Arapgir siyah köhnü üzümü, Yeşilyurt dalbastı kirazı, Akçadağ hocamız armudu, Hekimhan cevizi vs. yöreye has çeşitlerdir. Malatya’da fauna olarak yabani domuz, tilki, tavşan, keklik, yabani ördek, yabani kaz, kurt, çakal, bildircin, kaya güvercini, üveyik, sansar, sakarmeke ve çulluk orman alanlarında yaşamaktadır (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2004). Ayrıca Malatya’da Derme Suyu dışındaki akarsularda, zengin sayılabilecek bir biyoçeşitlilik vardır. Akarsularda en çok rastlanan balık türü alabalıktır. Fırat Irmağı’nda alabalık dışında bol miktarda sazan, yayın ve kum balığı vardır. Bunlara ek olarak Fırat nehri ve Tohma çayında su kaplumbağası, yengeç ve tatlı su midyesine rastlanmaktadır. Beydağlarındaki sularda kayabalıkları vardır.

Türkiye’nin tek, dünyanın da sayılı yataklarından biri olan profillit yatağı Malatya Pütürge de bulunmaktadır. Metalik maden açısından, bu yöre demir ve bakır yönüyle zengindir. Ayrıca ilde dolomit, florit, vermikülit, tras, mermer ve çimento hammaddeleri bulunmaktadır. Türkiye’nin en önemli demir yataklarından biri olan Hekimhan demir yatağı, Malatya’dadır.

### **3. Proje Gereçesi**

Ülkemizdeki geçmişi çok eski olmayan fuarcılığın zaman içinde gelişmeye çalıştığı ve bölgesel anlamda yayılma gösterdiği görülse de henüz istenilen ve beklenen seviyeye gelememiştir. Türkiye genelinde fuarcılık açısından göze çarpan ilk durum fuarcılık sektörünün çok büyük bir oranının İstanbul’da yoğunlaşmış olduğudur. Bu durum kendine has neden ve sonuçlara sahiptir. En büyük ve en fazla fuar alanının İstanbul’da bulunmasının yanında, fuarcılık anlamında gerek akademik, gerek iş gücü gerekse de finansal bağlamda bir altyapının İstanbul’da yer alması da ayrı bir özellik olarak görülebilir. Metropol olmanın yanında fuarcılık açısından da önemli bir merkez olma yolunda hızla ilerlemektedir.

Fuarcılık etkinliklerinin yurt genelinde aynı ölçüde gerçekleşmediğini görüyoruz. Bu noktada batıdaki merkezlerin ekonomik ve sosyal seviyesinin yüksek olması, iş hacminin ve yatırımların buralarda fazlalığı; kısacası sermayenin batıda yoğunlaşması, fuarcılık üzerine yapılan etkinliklerin batıda daha yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu etkinliklerin

yoğunluğu gözle görülür biçimde yeni fuar alanları ve sergi salonlarının açılmasından veya düzenlenen fuar sayılarından da anlaşılabilir hale gelmektedir.

Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri'nde fuar sayılarının nispeten az olması fuarcılığın bu bölgelerde desteklenmesi ve geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bunun için yapılması gerekenler, yerelde daha güçlü birlikler ortaya çıkarmak, fuar organizatörlerinin bu bölgelerde etkinlik gerçekleştirmesini teşvik etmek, altyapı yatırımları ile il ve hatta ilçeleri desteklemek gerekmektedir.

Malatya Fuar Merkezi Projesi, TRB1 Bölgesinin ve Malatya'nın, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet edebilir, beşeri ve sosyal sermayesi gelişmiş, potansiyellerini değere dönüştürmüş, kent ve sosyal altyapısını geliştirerek yaşam kalitesini arttırmış bir potansiyele kavuşmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Malatya'nın konum itibarıyla birçok ilin bağlantı noktasında olması ticari faaliyet ve etkinlikler noktasında da bağlantı noktasında yer alması durumunu doğurmuştur. Bölge illerden yoğun göç alması ve yaşam kalitesinin yükselmesi ile birlikte göç vermemesi ilimiz nüfusunun hızlı bir şekilde artmasına yol açmıştır. İl nüfusunun büyükşehir boyutlarında olması taleplerin ve yapılması gereken yatırımların da büyükşehir boyutlarında yer alması gerekliliğini doğurmaktadır. İlimizde proje kapsamında yapılması planlanan fuar merkezi artan nüfusun ve gelişen ekonomik-ticari faaliyetlerin ihtiyacına cevap verebilmek için planlanmıştır.

Hali hazırda var olan ve atıl olarak bekleyen fuar alanı şehir merkezine 15 km uzaklığında olup, ulaşım sorunu bulunmakta, bununla birlikte güvenlik sorunu barındırmakta ve konaklama tesislerine uzak olmaktadır. Ayrıca mekân olarak sadece büyük depoları andırır bir şekilde planlanmış ve kullanım yönünden etkinliklere hizmet verebilecek niteliklerde yer almamaktadır. Etkinlikler kapsamında toplantıların yapılabileceği alanlar, sergi alanları, söyleşi alanları, konferans salonu gibi detaylar düşünülmemiştir.

Bu da söz konusu etkinlikler için katılımcıların merkezi konumdaki söyleşi, konferans vb. kullanım alanlarına gelme dönmelerine neden olmakta ve hem katılımcıları hem de vatandaşları zor durumda bırakmaktadır. Mevcut fuar alanı artık artan organizasyonlar ve etkinlikler için hem ulusal hem de uluslararası düzeyde ihtiyaca cevap verememektedir. Bu nedenle düzenlenen fuarlar yapılması talep edilen fuar alanı projesi yerinde çadırda yapılmaktadır. Bu durum her ne kadar katılımcılara ve fuara katılım gösteren firmalara ulaşım ve konaklama, güvenlik gibi kolaylıklar sağlasa da çadır formu hem prestij açısından uygun



olmamakta ve hem de konferans, söyleşi ve toplantılar için uygun olmamaktadır. Ayrıca çadır kurulum gideri olan kiralama gideri ise çok ciddi tutarlardan oluşmaktadır. Giderlerin karşılanması için firmalardan daha yüksek yer kiralamaları talep edilmekte bu durum firmaların katılımlarını düşürmekte veya büyük firmalar haricinde orta ve küçük ölçekli firmaların katılımını engellemektedir.

Malatya ili yerel gündem raporu ile Malatya ili genelinde geniş katılımı yapılan çalıştaylar, odak grup toplantıları ve arama konferansları sonucu, yatırım ortamına ilişkin çeşitli sorunlar tespit edilmiştir. Tespit edilen sorunların en önemlilerinden birinin, Malatya fuar alanının ihtiyaca cevap vermemesinin olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca, Fuar alanı ihtiyacı her dönem Malatya da yapılan başta ticari, sosyal ve kültürel etkinliklerin paydaşları olan Malatya Valiliği koordinasyonunda Malatya Ticaret ve Sanayi Odası, Malatya Ticaret Borsası, Malatya Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ve diğer paydaşlarımız ile görüşmeler neticesinde ortaya çıkmıştır.

Paydaşların talepleri doğrultusunda büyükşehir belediyesi olarak projeye öncülük edilmesi ve ihtiyaçları karşılayacak proje sunulması kararı alınmıştır. Yine bölgenin en büyük fuar organizatör şirketi olan Malatya Kültür A.Ş ile yapılan görüşmeler neticesinde firma tarafından yapılan anketler sonucu ortaya çıkan sorun analizlerinde ağırlık firmalar tarafından mekânsal sorunlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Firmalar yapılan organizasyonlara katılım sağlamakla beraber fiziki yetersizliklerin kendileri için bir engel olduğunu belirtmişlerdir.

Malatya’da her yıl onlarca fuar ve festival düzenlenmektedir. Bu organizasyonlar gerek Büyükşehir Belediyesi gerekse diğer ilçe belediyeleri ve kurumlar tarafından organize edilmektedir. Ancak organizasyon ve fuarların büyük çoğunluğu Büyükşehir Belediyesi koordinatörlüğünde gerçekleştirilmektedir. Bu organizasyonların başında Tarım ve Ticaret Fuarı, Yapı ve Dekorasyon Fuarı, Malatya Uluslararası Sinema Film Festivali ve Anadolu Kitap Fuarı gelmektedir. Bu organizasyonlar vasıtasıyla Malatya’ya yerli ve yabancı bini aşkın firma ve katılımcı gelmektedir.

Ayrıca TOBB'nin illere göre düzenlenen fuar sayıları verileri incelendiğinde Doğu Anadolu Bölgesinde Malatya, Elazığ’ın öne çıktığı görülmektedir. Yine TOBB analizlerinde fuarlara katılan firmaların büyük bir bölümünü orta ve büyük ölçekli firmaların oluşturduğu görülmektedir. Bu durum genellikle mikro ve küçük ölçekli firmaların fuara katılım konusunda karşılaştıkları sorunların başında gelen uzaklık ve maliyet sorunlarının orta ve büyük ölçekli firmalar tarafından aşılabildiği ve bu firmaların fuarlara sıklıkla katılabildiklerini göstermektedir. Malatya’da yapılacak olan fuar merkezi Malatya ve TRB1

bölgesinde faaliyet gösteren küçük ölçekli firmaların ulaşım ve diğer maliyetlerden dolayı oluşan engelleri ortadan kaldıracaktır.

Yapılmak istenen merkezin ihtiyacının yüksekliği ve proje paydaşlarımızın kararlı istekleri bu alanın proje için tahsis edilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Bu alan merkezde olması ulaşım kolaylığı sağlaması konaklama tesisleri ve çarşı merkezine yakınlığı sebebiyle tercih edilmiştir. Ayrıca sunulacak olan hizmet kalitesi açısından da beklentileri karşılayacak bir konumdadır. Halkın beklentisi mekân cazibesi ile doğru orantılı olduğundan dolayı seçilen alan Fuar merkezi yapımı için ideal bir konumdadır.

### **Yatırımın Ulusal ve Bölgesel Düzeydeki Planlarla İlgisi**

- **Türkiye de Ulusal ve Bölgesel Planlama - Kalkınma İlişkisi**

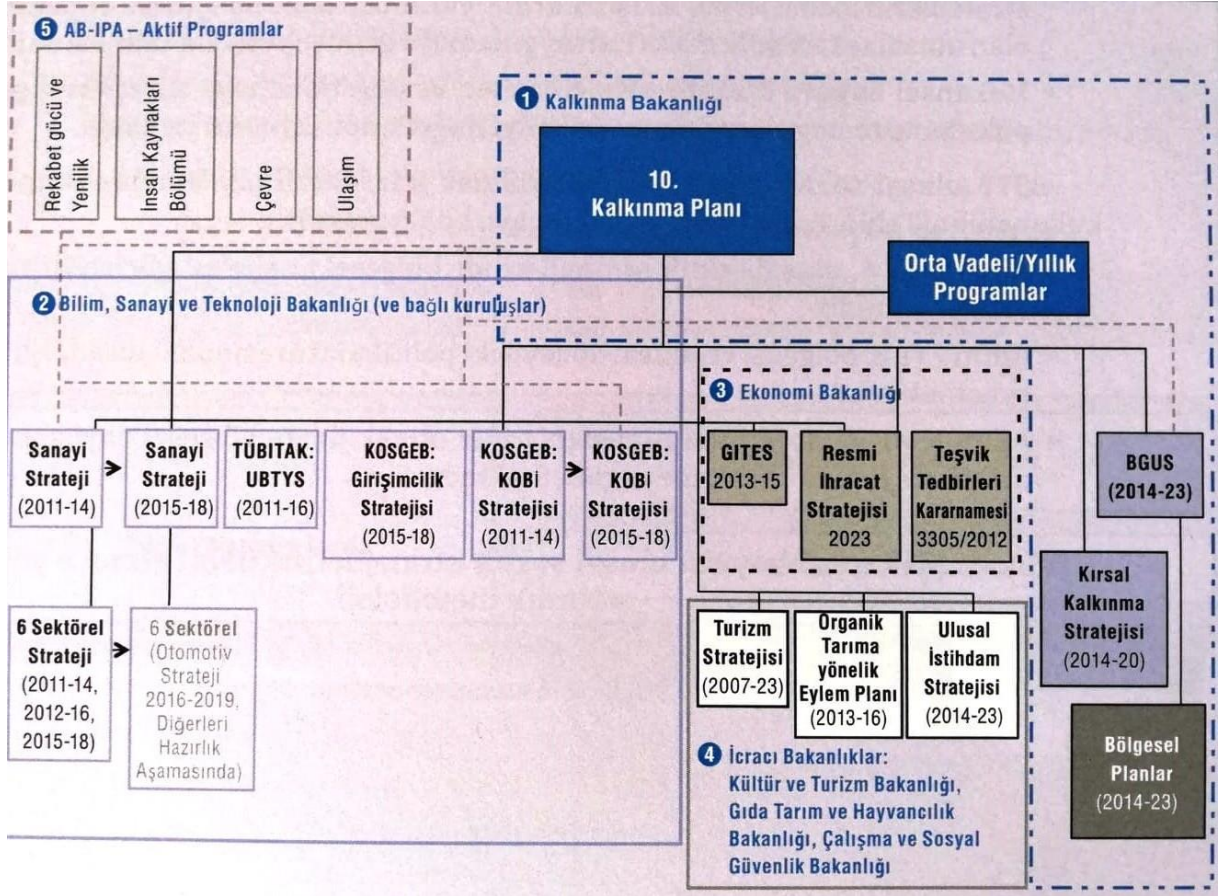
Dünya genelinde politika çevrelerinde bölgelerin ulusal rekabet edebilirliği arttırabileceği giderek daha fazla kabul görmektedir. Son yıllarda bölgelerin ulusal büyümeye verimliliğe ve yeniliğe katkılarını anlatmaya yönelik analizler, ivme kazanmış ve rekabet edebilirlik kavramı bölgesel kalkınma politikasının temel boyutlarından biri haline gelmiştir. Firmaların rekabet gücünü gerçek anlamda geliştiren bölgesel politikalar yatırım çekilmesine önemli ekonomik kazanımlar elde edilmesine ve son olarak hayat standartlarının katkı sağlamaktadır.

Politikaların birbiri ile bağlantılı olduğu dönemde bölgesel politikaların amaca uygun, sürdürülebilir ve çok boyutlu bir şekilde belirlenip uygulanabilmesi sektör stratejisinin yanında ulusal ve bölgesel stratejilerin etkili koordinasyonuna bağlıdır.

Türkiye son yıllarda güçlü büyüme ve geçirdiği yapısal dönüşüme rağmen bölgesel rekabet edebilirlik konusuna önemli güçlüklerle karşı karşıya bulunmaktadır. Genel olarak ülkenin ulusal ekonomik performansı başta üretim ve ticaret ustü konumunda olan İstanbul, Ankara, İzmir ile Marmara bölgesinde bulunan sanayi merkezleri olmak üzere batıda yer alan bölgelere bağlı olmuştur. Anadolu kaplanları olarak öne çıkan bazı iller dışında, ülkenin doğusunda bulunan birçok bölge tarımın hala ekonomik faaliyetlerin temelini oluşturması ile birlikte, düşük performans göstermektedir. Türkiye en yüksek ve en düşük kişi başına brüt katma değere sahip bölgeler arasındaki farkın en yüksek olduğu OECD ülkeler arasında olup, bölgesel kalkınmayı politika gündeminde en üst sıralarda ele almaktadır.

Türkiye'nin temel ulusal stratejisinin haritalanması, boyut, usul, içerik ve süre açısından farklılık gösteren çok sayıda çok sayıda strateji belgelerinden oluşan karmaşık bir çerçeve ortaya koymaktadır. Ulusal sektör stratejilerinin hazırlanması, ulusal ve bölgesel kurumlar

arasında etkin koordinasyonun kaçınılmaz olduğu politika alanlarından biridir. Ulusal stratejinin başarısı doğası itibariyle bölgenin özgün özelliklerinin ne derece dikkate alındığına ve bu doğrultuda nasıl ihtiyaca uygun politika tasarlandığına doğrudan bağlıdır.



- **10.kalkınma planı**

2014-2018 dönemini kapsayacak olan Onuncu Kalkınma Planı ile Türkiye'nin uluslararası değer zinciri hiyerarşisinde üst basamaklara çıkmış, yüksek gelir grubu ülkeler arasına girmiş ve mutlak yoksulluk sorununu çözmüş bir ülke haline gelmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, 2018 yılında GSYH'nin 1,3 trilyon dolara, kişi başına gelirin 16 bin dolara yükseltilmesi; ihracatın 277 milyar dolara çıkarılması; işsizlik oranının %7,2'ye düşürülmesi hedeflenmektedir. Bu hedefler doğrultusunda ülkemizin büyüme performansının daha yüksek, istikrarlı ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması, rekabet gücünün ve toplumun refah seviyesinin artırılması öngörülmektedir.

Kalkınma hedeflerine tam olarak ulaşılabilmesi, kalkınmanın sürdürülebilir olması ve refahın yaygınlaştırılması, insanların buldukları mekânlarda yaşam kalitesinin ve yaşanabilirlik standartlarının çevreye duyarlı bir şekilde yükseltilmesi halinde mümkün olacaktır. Bu çerçevede, şehirlerin ve kırsal alanların kendine özgü koşul ve niteliklerine göre, daha iyi iş

fırsatlarını ve yaşam ortamlarını sunabilir hale gelmesi Onuncu Kalkınma Planının temel amaçları arasındadır. Bu doğrultuda, ülke genelinde sosyo-ekonomik uyumun güçlendirilmesi ve topyekûn kalkınmanın sağlanması için bölgesel gelişmişlik farkları azaltılacak, bölge ve şehirlerin potansiyelleri değerlendirilerek ve ekonomik tabanları genişletilerek rekabet güçleri geliştirilecektir. Yerleşimlerde temel yaşam kalitesi standartları oluşturulacak, düşük gelirli bölge ve şehirler başta olmak üzere ulaştırma, lojistik ve iletişim altyapısı iyileştirilerek piyasalara ve kamu hizmetlerine erişim kolaylaştırılacaktır. Gelişmiş bölge ve şehirlerin küresel ekonomiyle bütünleşmesi güçlendirilecektir.

10. kalkınma planında iki başlıkta yapılacak olan yatırımla ilgili yön gösterici bilgiler yer almaktadır. Bunlardan ilki turizm diğeri bölgesel Gelişme ve Bölgesel Rekabet Edebilirlidir.

Turizmde, Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını; sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kurvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek turizm sektörünü geliştirme potansiyeli bulunduğu belirtilmekte, Sağlık turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, kış turizmi, kurvaziyer turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi sağlanacak ve alternatif turizm türlerinin gelişimi destekleneceği ifade edilmektedir.

Bölgesel Gelişme ve Bölgesel Rekabet Edebilirliliğin sağlanması için planda, ekonomik faaliyetin mekânda daha dengeli ve etkin şekilde dağılımı ve örgütlenmesi için politikaların ve uygulamaların bölge ve yerleşme şartlarına daha duyarlı hale getirilmesine ihtiyaç olduğu, bu kapsamda, metropollerin küresel düzeyde nitelikli ürün ve hizmet sunmaları sağlanırken, Anadolu'daki imalat ve ihracat odaklarının rekabet gücünün artırılması, gelir düzeyi orta ve düşük olan bölgelerin ise ulusal piyasa ile güçlü bir biçimde bütünleşmeleri, ekonomik yapılarının güçlendirilmesi ve çeşitlendirilmesi gerektiği aktarılmıştır.

Bu amacı gerçekleştirmek içinse politika olarak, orta gelirli bölgelerde üretim yapı- sının dönüşümü, sektörel çeşitliliğin artırılması, girişimcilik ortam ve kültürünün geliştirilmesi ve yeni istihdam alanlarının oluşturulması sağlanacaktır. Şehirlerin alt ve üst yapısının iyileştirilmesiyle bu bölgelerin yaşam ve yatırım koşulları bakımından cazibesi artırılması amaçlanmaktadır.

Planda da belirttiği üzere hem bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını azaltmak için hem de turizm gelirlerini artırmak için, Rekabet gücünün artırılması önem arz etmektedir. Yapılacak olan Malatya Yeni Fuar alanı yatırımı bu amaca uygun hizmet etmektedir.

- **Türkiye Turizm Stratejisi-2023**

Türkiye Turizm Stratejisi, turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023 çalışması 9. Kalkınma Planı (2007-2013) hedefleri ile uyum içindedir.

Planda; “*ülkemiz kıyı turizmi yanı sıra, alternatif turizm (sağlık ve termal turizm, kış sporları dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve eko turizm, kongre ve fuar turizmi, kurvaziyer ve yat turizmi, golf turizmi, v.b.) gibi turizm türleri açısından da eşsiz imkânlarla sahip bulunmaktadır. Bununla birlikte, bu potansiyel rasyonel anlamda kullanılmamaktadır. Söz konusu turizm kaynaklarının noktasal ölçekte planlanması yerine gelişim aksları boyunca turizm koridorları, turizm bölgeleri, turizm kentleri ve eko turizm bölgeleri oluşturacak şekilde ele alınması, bu değerlerin tanıtımı ve kullanım kriterlerinin belirlenmesi açısından daha doğru bir yaklaşım olarak görülmektedir. Böylece, turizm potansiyeli bulunan bölgelerin diğer alternatif turizm türleri ile cazibesi artırılabilir*” söylenmektedir.

Turizm Çeşitlendirilmesi Stratejisi içinde planda;

Strateji: “Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi” olarak belirlenmiştir. Bu stratejiye uygun bir şekilde katkı sağlayacak eylemler aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

- Kongre Turizminin gelişmesi için öncelikli olarak seçilen yedi ilde (İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Bursa, Konya ve Mersin) Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde toplantılar düzenlenerek kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulması sağlanacaktır.
- İl Turizm Konseylerinin girişimleri ile öncelikli her ilde yönetim ve pazarlama ile ilgili kongre turizmi şirketlerinin veya buna benzer yapılanmaların kurulmasında aktif rol üstlenilecektir.
- Fuar şehirlerinde yeterli konaklama kapasitesi sağlanacak, sektör ve ziyaretçi çekebilecek kabiliyette organizasyonlar düzenlenecek, uluslararası uçuşlara açık hava alanı, havaalanına çok yakın ve nitelikli fuar merkezleri yaptırılacaktır.

- TOBB ve sektör temsilcileriyle birlikte Türkiye fuarlarının markalaşmasının önündeki engeller belirlenerek bunların ortadan kaldırılması için öncelikli tedbirler alınacaktır.
- TOBB tarafından belgelendirilen ve Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından “Yurtdışı Alım Heyetleri” programına alınan fuarlar, Kültür ve Turizm Bakanlığının tanıtım materyallerinde dikkate alınacaktır.
- Çok fazla yurt dışı ziyaretçi çeken fuarların daha da büyümesi için tedbirler geliştirilecektir.
- Fuar etkinlikleri döviz kazandırıcı turizm ve hizmetler olarak ihracatın sürdürülebilmesi açısından “stratejik sektör” olarak değerlendirilecektir.
- Fuar düzenlenen şehirlerde Yerel Yönetimler, Yüksek Öğrenim Kurumları, Meslek Odaları ve kamu yönetimlerine kent fuarlarına sahip çıkma bilinci verilecektir.
- Fuar organizatörü ve personeli yetiştirmek için ön lisans programlarının açılmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Yukarıda da ön görüldüğü gibi planda stratejik şehirler belirlenmiş olsa da fuarcılığın gelişmesine verilen önem ortaya konulmaktadır. Malatya da yapılacak olan yeni fuar merkezi bu çevrede Türkiye turizm stratejisinde belirlenen hedeflerle uyumlu bir yatırımdır.

#### • **TRB1 Bölgesi Bölge Planı 2014-2023**

Malatya, Elazığ, Bingöl ve Tunceli illerinden oluşan TRB1 Bölgesini 2023 yılına taşıyacak olan öncelik ve tedbirleri ortaya koyan 2014-2023 Bölge Planı Fırat Kalkınma Ajansı koordinasyonunda ilgili paydaşların katılımıyla hazırlanmıştır.

Ülkemizin sınır ve liman bölgelerinden uzak, iç kesimlerinde yer almanın dezavantajlarını yaşayan TRB1 Bölgesi, Malatya ve Elazığ cazibe merkezleri ile Bingöl ve Tunceli illerinden oluşmakta, hali hazırda ülkemiz Gayri Safi Katma Değeri (GSKD) içindeki %1,3'lük payı ile tarıma dayalı ekonomisini sanayi ve turizm yönünde evirmeyi hedeflemektedir. Malatya ve Elazığ merkezlerinin ulusal ve uluslararası düzeyde rekabetçi olduğu alanları güçlendirmek ve Bingöl ve Tunceli illeri ile Malatya ve Elazığ çeperinde yer alan ilçelerin yaşam kalitesini yükselterek ekonomik gelişmelerini hızlandıracak ortamı sağlama üzerine kurulu plan, bu ikili-heterojen mekânsal durumu, iki gelişme eksenini bir matris yapı olarak ele almaktadır.

Planda mevcut durum analizinde;

- ✓ Malatya'nın bölgenin lokomotifi olduğu
- ✓ Bölge içerisinde genç göçü için odak merkezi olan il Malatya'dır. Büyükşehir olan Malatya'da bu genç göçünün sosyal ve ekonomik sorunlara neden olmaması için özellikle sanayi ve hizmetler sektöründe genç işgücünü massedecek stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir
- ✓ Türkiye'de yer alan, Kültür ve Turizm Bakanlığımıza bağlı 189 müzeden yalnızca 3'ü TRB1 bölgesinde bulunmakta, Bingöl ve Tunceli illerinde ise müze bulunmamaktadır. Bakanlığa bağlı devlet müzelerinin dışında ülkemizde bulunan 174 özel müzenin 3'ü bölgemizde Malatya ilinde yer almaktadır. Bunlar İnönü Üniversitesi tarafından kurulan İsmet İnönü ve Turgut Özal Müzeleri ile Es-Seyyid Osman Hulusi Efendi Vakfi tarafından kurulan Somuncu Baba ve Darende Tanıtım Merkezi'dir
- ✓ TRB1 Bölgesinin sağlık hizmetleri Malatya ve Elazığ'da yoğunlaşmıştır. İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi ve Fırat Üniversitesi Fırat Tıp Merkezi, Doğu Anadolu bölgesine hizmet veren büyük ölçekli sağlık merkezleridir. Turgut Özal Tıp Merkezi karaciğer naklinde Avrupa ve Dünya sıralamasında; girişimsel anjiyografi ve kanser tedavisinde ise Türkiye'de en önlere yer almaktadır.
- ✓ TRB1 Bölgesi Küresel Rekabet Endeksi Değeri sıralamasında 26 Düzey 2 Bölgesi arasında 18 inci sırada yer almaktadır. 29,65 endeks değeri Türkiye ortalamasının ve ortanca değerin altında yer almaktadır. Bu bağlamda TRB1 Bölgesinin küresel ölçekte rekabet gücünün ortalamanın altında olduğu söylenebilir.
- ✓ Bölge illerinden Malatya ve Elazığ, cazibe merkezleri olmaları nedeniyle yenilikçilik ve teknoloji alanında daha ileri bir düzeydedirler. Bu illerde daha çok ileri teknolojilerin gelişmesine yardımcı olacak girişimcilik ve altyapı (fiziksel ve insan gücü) yatırım ve projeleri öncelik sahibi olmalıdır.
- ✓ Türkiye İstatistik Kurumu Bölgesel İstatistik verilerine göre, bölgede tarım alanı en fazla Malatya, en az ise Bingöl ilindedir.
- ✓ Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de TRB1 bölgesine fazla atıfta bulunulmamakla birlikte son yıllarda TRB1 bölgesinin kalkınma sürecinde turizm sektörü önem kazanmıştır. Bu çerçevede FKA tarafından hazırlanan TRB1 Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Stratejisi ve Eylem Planına göre tarih, kültür, doğa, sağlık, termal, inanç ve kış turizmi türlerinin geliştirilebilir olduğu gözlemlenmiştir.

TRB1 Bölgesinin sosyal ve ekonomik açılardan mevcut durumunu ortaya koyan istatistik veriler, yapılan saha çalışmaları ve yakın geçmişte yürütülen pek çok sektörel ve mekânsal araştırmanın hemen hepsinde bölgenin çift yönlü bir heterojen yapı arz ettiği gözlemlenmektedir. Özellikle Malatya ve Elazığ il merkezleri ve yakın çevresinde yoğunlaşmış olan ekonomik canlılık ve zengin sosyo-kültürel hareketlilik bölgenin ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet edebilecek boyutlarını oluştururken Bingöl, Tunceli ve çeperde yer alan ilçeler ve kırsal bölgeler, yaşam kalitesi, fiziki altyapı ve ekonomik hareketlilik açılarından görece daha az gelişmiş bir yapı sergilemektedir.

TRB1 Bölgesi Bölge Planı 2014-2023 çerçevesinde Bölge Vizyonu hedefleri arasında bölgedeki hayat standartlarının yükseltilmesi, fiziki ve sosyal imkanları ile tercih edilen bir bölge olması için yaşam kalitesinin yükseltilmesi yer almakta, vizyon ifadesinin "Yaşam Kalitesi" ve "Sürdürülebilir Ekonomi" şeklinde iki eksen barındırdığı görülmektedir.

Bölge planında Eksen 2: Sürdürülebilir Ekonomi öncelikleri incelendiğinde yapılması planlanan fuar merkezinin, fuar merkezide yapılacak ticari faaliyetler itibariyle "Tarımsal Üretim ve Verimliliğin Arttırılması", "Alternatif Turizm Türlerinin Geliştirilmesi" ve "Endüstriyel Üretim Güçlendirilmesi" öncelikleri kapsamında yer aldığı görülmektedir.

Eksen 2.3 Endüstriyel Üretim Güçlendirilmesi başlığı tedbirleri incelendiğinde tüm tedbirler kapsamında yapılması gereken faaliyetler arasında "İşletmelerin dış pazarlara açılmasına yönelik mali ve teknik destek programları oluşturulması" ve "işletmelerin pazarlama yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik programlar oluşturulması" yer aldığı görülmektedir.

Fuar merkezleri kısa süreli etkinlikler olarak görülse de hem işletmelerin dış pazarlara açılmasına öncülük etmekte ve hem de pazarlama yeteneklerini geliştirmektedir. İş bağlantıları kurulmakta ve yeni pazarlara açılma fırsatları yakalanmaktadır. Yeni fuar merkezi yatırımı ile TRB1 bölgesi önemli bir rekabet avantajı sağlayacak altyapı kavuşacak ve bölgesel çekim merkezi konumunu güçlendirecektir.



### III. TALEP ANALİZİ

#### 1. Mevcut Fuar Kapasitesi

Öngörülen yatırımın kapasitesinin belirlenmesinde; Türkiye'deki fuarcılık sektörünün yapısı, Malatya'nın ve çevre illerin oluşturduğu ekonomik potansiyel, bölgede yer alan firmaların rekabet gücü ve sektörel yoğunlaşma, bölgenin büyüme potansiyeli ve beklentiler, Malatya'da düzenlenen fuarların yapısı, bölgede yer alan firmaların fuarlara katılımı, paydaşların görüşleri gibi anketler vb. unsurlar öncelikle dikkate alınmaktadır.

#### Malatya'da önemli fuarlar ve kapasiteleri

Malatya İnsan Kaynakları Ve İstihdam Fuarı

Doğu Ve Güneydoğu Anadolu Tarım Teknolojileri, Makine, Hayvancılık Ve Gıda Fuarı:

Fuara; 61 İl dışı, 57 il içi olmak üzere toplam 118 sektör firması katılmıştır. 9.000 m2 kapalı ve 4.000 m2 açık alanda, 25 farklı ilden toplam 75.500 kişi Malatya Tarım Fuarını ziyaret etmiştir.

Malatya Kitap & Kültür Fuarı: Toplam 9.500 m<sup>2</sup> alanda düzenlenen ve 10 gün süren Fuarı 380 bin kişi ziyaret etmiştir.

Malatya'da Ramazan Geceleri, Ramazan Çarşısı Ve Dini Yayınlar Kitap Fuarı

Ramazan Ayı süresince yaklaşık 130.000 kişi tarafından Ramazan çarşımızı ve Dini yayınlar Kitap Fuarını ziyaret edilmiştir.

Malatya Yapı ve Dekorasyon Fuarı: 1 il dışından ve 49 il içinden olmak üzere toplamda 50 firmanın katıldığı fuarı 4 gün boyunca yaklaşık 20.000 kişi ziyaret etmiştir

İl İl Yöresel Ürünler Fuarı

Malatya ve çevre illerden yoğun bir ziyaretçi akımına uğrayan İl İl Yöresel Tatlar Fuarı'nı yaklaşık 250.000 kişi ziyaret etmiş ve fuardan memnun bir şekilde ayrılmışlardır.

Türkiye'de fuarcılık sektörünün en gelişmiş olduğu il, İstanbul'dur. Ardından İzmir gelmektedir. Fuar İzmir, İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat Etkinlikleri A.Ş. adlı Belediye İktisadi Teşebbüsü tarafından işletilmektedir.

Anadolu illerinde düzenlenen bölgesel fuarların ekonomik ve sosyal kalkınmaya olan etkisi her geçen gün artmakta ve son yıllarda yeni fuar alanı yatırımları planlanarak hayata

geçirilmesine paralel önümüzdeki yıllarda Eskişehir gibi Anadolu'nun belirgin ekonomik merkezlerinde de fuarcılık sektörünün gelişmesi beklenmektedir.

### **1. Anket Çalışması:**

Malatya Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı yaklaşık 7 bin firma bulunmaktadır. 1. Organize Sanayi Bölgesinde 191, 2. Organize Sanayi Bölgesinde 152 firma yer alıp, ihracat yapan 153 firma bulunmaktadır. Yine Malatya Ticaret ve Sanayi Odası kayıtlarına göre 1160 sanayici bulunmaktadır.

Malatya'da şu ana kadar düzenlenen fuarlar ve fuarlara katılan göz önüne alınarak Ticaret ve Sanayi Odası, Malatya Kültür A.Ş. ve sivil toplum kuruluşları aracılığı ile fuarlara katılma potansiyeli olan firmalara yönelik eposta, firma ziyareti ve çevrimiçi olarak anket düzenlenmiştir. Çalışma sonucunda 71 firmadan geri dönüş sağlanmıştır.

Yapılan anket çalışmasında firmalara;

Ankete katılan işletmelerin % 17,6'sı imalat, %55,9'u ticaret ve %26,5'i hizmetler sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu işletmelerin %68,6 sı yurt içi ve yurt dışı fuarlara katıldıklarını belirtirken, yeni kurulacak fuar merkezinde fuara katılmayı düşündüğünü belirten firma oranı %91.4 olmuştur. Malatya'da bir fuar merkezi kurulmasının ilin sosyal ve ekonomik kalkınmasına faydalı olacağını ve kendi şirketleri üzerinde de olumlu katkı sağlayacağını belirten firma sayıları %90'ın üzerindedir.

Ankete katılanların verdikleri bu cevaplar, kalıcı bir fuar merkezine çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren firmalar tarafından talep olduğu şeklinde yorumlanmış ve genel anlamda yüksek oranda Malatya'da yeni bir fuar alanının kurulmasına yönelik talep ve beklenti bulunduğunu göstermektedir. Bu açılardan sektör anketlerinde alınan cevaplar ile paydaş görüşmeleri çözümlenmeleri birbirini destekler niteliktedir.

İşletmelere fuara katılmama nedenleri sorulduğunda başlıca cevaplar, % 18 ile hedef kitlenin olmaması, %16 ile yüksek maliyet, %16 fiziki altyapı sorunları ve %15 organizasyon için gerekli iş gücü eksikliği olmuştur. Hedef kitlenin olmamasını belirtenlerin arasında %44'lük pay, yapı ve inşaat malzemesi sektörüne aittir. Diğer önemli kesimi ise %20'lik pay ile anket kapsamında sınıflandırılmamış "Diğer sektörler" oluşturmaktadır. Yapı fuarına olan talep ile yapı sektöründen katılımın paralel olduğu gözlenmiştir. Bu durum, fuara katılım isteği ile beraber değerlendirildiğinde Malatya'da yapı fuarına sektör tarafında önemli bir talebin olduğunu göstermektedir.

Firmalara ticari fuarlara katılım amacı sorulduğunda yarından fazlasının cevabı, yeni ve mevcut müşteriler ile birebir iletişim ve işbirliği yapma imkânına sahip olma ile tanıtım ve pazarlama olmuştur. (Detaylı bilgi için anket raporu ve çapraz sorgu ekler kısmında yer almaktadır.)

## 2. SWOT Analizi

Malatya'nın Kurulacak Yeni Fuar Merkezine ait SWOT analizi aşağıdaki şekildedir.

<b>Güçlü Yönler</b>	<b>Zayıf Yönler</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Malatya Büyükşehir belediyesi kültür A.Ş. fuar deneyimi ve mevcut kapasitesi</li><li>• İldeki nüfusun eğitim ve kültür düzeyinin TRB1 diğer illerine kıyasla yüksekliği</li><li>• Türkiye ekonomisinin büyüme trendi</li><li>• 2018 yılında turizmin önceki yıllara göre olumlu performans yakalaması</li><li>• Malatya'nın Sağlık turizminde sağladığı gelişim</li><li>• Malatya'nın ulaşım imkânları (hava, kara ve demiryollarıyla erişim kolaylığı )</li><li>• Malatya'da sanayi altyapısının (OSB, TEKNOKENT) bulunması</li><li>• İnönü üniversitesinin Güçlü katkısı</li><li>• Kuru kayısı gibi stratejik bir ihrac ürüne sahip olunması</li><li>• Geçmişte de ilde başarılı fuarların düzenlenmesi</li><li>• Malatya etkinlik takviminin çeşitliliği</li><li>• Malatya'da ziyaretçileri cezp edecek turizm ve kültür varlıklarının bulunması</li><li>• Fuar için gelecek ziyaretçi ve katılımcıları ağırlayacak yeterli turistik altyapısının bulunması (otel, toplu taşıma, restoran v.b.)</li><li>• Gelişmiş bir Tarım ve hizmetler</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elazığ fuar merkezinde düzenlenen alternatif fuarlar</li><li>• Diyarbakır fuar merkezinin TUYAP tarafından işletilmesi</li><li>• İlin gelişmişlik sıralamasında ortalarda yer alması</li><li>• Limanlara uzaklığı</li><li>• Lojistik imkânlarının yeterince gelişmemiş olması</li><li>• İlin uluslararası marka değerinin zayıf olması</li></ul>

sektörlerinin varlığı <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kamu STK işbirliğinin gücü</li> <li>• Lojistik konumunun güçlü olması</li> <li>• Güçlü bir imalat sanayinin varlığı</li> <li>• İşgücünün verimliliğinin yüksek olması</li> </ul>	
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Malatya'nın açıklanan 23 cazibe merkezi ilden birisi olması</li> <li>• İnönü üniversitesinin bölünmesi sonucu kurulacak yeni üniversitenin sağlayacağı katkı</li> <li>• Devlet teşviklerin sağladığı avantajların artması<sup>8</sup></li> <li>• Geçmişte düzenlenen fuarlar ve bu alanda var olan bilgi ve tecrübe</li> <li>• Fuarların “domino etkisi” meydana getirmek suretiyle sektörler arası ve TRB1 bölgesinin işbirliğine katkı sağlaması</li> <li>• Fuarların düzenlenme sürecinde kamu ve özel kurumları arasında işbirliği ve iletişimin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Malatya'da şimdiye kadar düzenlenen fuarların özgünlük içermemesi</li> <li>• Şehir markalaşması ile ilgili çalışmaların zayıflığı</li> <li>• Paydaşların projenin başlamasından sonra doğacak ilgisizliği</li> <li>• Kalkınma Bakanlığının desteğinin alınamaması</li> <li>• Döviz kurlarında yaşanan olumsuz gelişmelerin maliyetlere etkisi</li> <li>• Nitelikli personel bulmadaki zorluk</li> <li>• Global ticaretin tarife savaşlarından olumsuz etkilenmesi</li> <li>• İzmir ve İstanbul gibi kentlerde güçlü fuar yatırımlarının ve firmalarının</li> </ul>

<sup>8</sup>22 Şubat 2017 Tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan **2017/9917** sayılı karar ile Malatya 6. Bölge desteklerinden faydalanacağı ilan edildi. İlgili kararın 2. maddesine göre; “Cazibe Merkezleri Programı kapsamında yer alan 4 üncü ve 5 inci bölge illerindeki organize sanayi bölgeleri ile Kilis ilinde yer alan organize sanayi bölgelerinde gerçekleştirilecek bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik teşvik uygulamaları kapsamındaki yatırımlar, tabi olunan uygulama kapsamında 6. bölgede uygulanan desteklerden aynı oran, miktar, süre ve şartlarda yararlanır.” ifadesiyle Malatya'da yapılacak bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik teşvik uygulamaları kapsamındaki yatırımlar 6. Bölge imkanlarından yararlanacaktır. Buna ilaveten aynı kararın 6. maddesinde eklenen aşağıdaki geçici maddelerle, 2017 yılında yapılacak yatırımlar için ek destekler getirilmiştir; GEÇİCİ MADDE 8- (1) Bu Karar ve daha önceki kararlara istinaden imalat sanayine yönelik (US-97 Kodu: 15-37) düzenlenen yatırım teşvik belgeleri kapsamında, 1/1/2017 ile 31/12/2017 tarihleri arasında gerçekleştirilecek yatırım harcamaları için; a) Bina inşaat harcamalarında KDV iadesi, b) Bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik teşvik uygulamaları kapsamında vergi indirimi desteğinde uygulanacak yatırıma katkı oranları her bir bölgede geçerli olan yatırıma katkı oranına 15 puan ilave edilmek suretiyle, kurumlar vergisi veya gelir vergisi indirimi tüm bölgelerde yüzde yüz oranında ve yatırıma katkı tutarının yatırım döneminde yatırımcının diğer faaliyetlerinden elde ettiği kazançlarına uygulanacak oranı yüzde yüz olmak üzere, teşvik belgesi üzerinde herhangi bir işlem yapılmaksızın uygulanır.

<p>güçlendirilmesine sağladığı olumlu etki</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Havayolu ulaşımında yaşanan artış</li> <li>• Malatya'nın teşvik sisteminde daha avantajlı konumda olması</li> <li>• Firmaların yeni fuar merkezine ihtiyaç duyması</li> <li>• İhracatın yıllık 2 milyar dolara çıkarma hedefinin bulunması</li> <li>• Yeni fuar merkezinin fuar alanı haricinde ihtiyaçlar içinde kullanılabilme olanağı (afet merkezi vb.)</li> <li>• Malatya'da 3. Organize sanayi bölgesinin açılması ile ilgili girişim</li> <li>• Görüşülen paydaşların olumlu yaklaşımı</li> <li>• Yeni çevre yolu yatırımı</li> <li>• Malatya'nın terör tehdidinden uzak, güvenli bir şehir olması</li> <li>• Bölgenin tarım üstü olma potansiyeli</li> <li>• 100 e yakın ülkeye yapılan ihracat sonu var olan ticari ağ</li> <li>• TRB1 Bütüt katma değerinde %20'yi geçen ortama yıllık büyüme hızı</li> </ul>	<p>bulunması</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bingöl ve Tunceli'nin görece zayıf ticari potansiyeli</li> </ul>
---	--

### 3. Paydaş Analizi

Proje ile ilişkisi olabilecek herhangi bir birey, kurum, kuruluş, örgüt veya firma paydaş olarak tanımlanmaktadır. Projeden en fazla sosyal ve kurumsal getiriye elde etmek ve olumsuz etkileri en aza indirebilmek önemlidir. Özellikle, sosyal ve kamusal yararı ön plana alan projeler tek başına bir grubun, örgütün ya da kuruluşun desteği ile gerçekleştirilemez. Birçok

aktörün projeye katkı sağlaması gerekmektedir. Katkı sağlayacak bu aktörler; kendi bireysel, kurumsal ve örgütsel özellikleri, projeden beklentileri, yetersizlikleri, mevcut potansiyelleri ile projenin hazırlanmasında ve uygulanmasında önemli roller üstlenmektedir.

Türkiye Fuar Yapımcılar Derneği Başkanı Bülent Ünal, “geçmişin çok büyük fuarlarının cazibesini yitirdiğini, yerlerini daha küçük, iyice ihtisaslaşmış bölgesel fuarlara ve onların uzantıları mahalli fuarlara bıraktığını, mahalli fuarların endüstrinin yoğunlaştığı şehirlerimizde hazırlanmakta olduğunu” ve “her ilde bir fuar merkezi olmasının doğru olmadığını, yapılması gerekenin doğru merkezlerde komşu illerin yerel yönetimlerinin, ticaret ve sanayi odalarının, meslek örgütlerinin vb. kurumların ortak akılları ve dayanışmaları ile kurulması gerektiğini” ifade etmektedir. Bu kapsamda Malatya’da yapılacak yeni fuar alanı yatırımında çeşitli paydaşlarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

- ✓ Malatya Büyükşehir Belediyesi
- ✓ Malatya Valiliği
- ✓ Malatya Ticaret Ve Sanayi Odası
- ✓ Malatya Ticaret Borsası
- ✓ İnönü Üniversitesi
- ✓ MASİAD
- ✓ MÜSİAD
- ✓ Çeşitli Firmalar

#### **Paydaşların ortak görüşlerinin özeti:**

- ✚ Malatya’da çok amaçlı bir fuar alanının kurulmasına ihtiyaç bulunmaktadır.
- ✚ Yıllardan beri süre gelen Fuarcılık hizmetleri Malatya’nın ekonomisine katma değer yarattığı bir gerçektir.
- ✚ Büyükşehir Belediyesinin fuarcılık alanında deneyimi bulunmaktadır.
- ✚ Malatya’nın merkezi konum itibari ile Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinin kesişim yeri, şehrin kalkınmışlık düzeyi, nüfus yapısı ve en önemli özelliği olan Kayısının tanıtımı açısından önemli bir değer olduğu düşünülmektedir.

- ✚ Belediyenin yanına yapılacak bir fuar alanı trafik sorununu da birlikte getirecektir. Buna bir çözüm bulunmalıdır.
- ✚ Fuar alanının Belediye yanına yapılması bina yoğunluğunun artmasına bağlı olarak ortaya çıkacak park sorunu, insan yoğunluğu ve mimari açıdan mevcut durum ile karşılaştırıldığında şehri temsil etmeyen görünüm ortaya çıkabilir.
- ✚ Şehir merkezine yakın ama geniş bir alanda fuar merkezi planlanması uygun olacaktır.
- ✚ Malatya'da gerçekleştirilebilecek fuarlar;
  - ✓ Tekstil-hazır giyim-halı,
  - ✓ Taşıt araçları ve yan sanayi,
  - ✓ Gıda ve gıda teknolojisi,
  - ✓ Toprak sanayi,
  - ✓ Mobilya sanayi,
  - ✓ Kayısı fuarı
  - ✓ Kitap fuarı
  - ✓ Sağlık fuarı
  - ✓ Tekstil fuar
  - ✓ Çeşitli etkinlikler(İlçe tanıtım günleri, çocuk şenliği, bilim şenliği,

İstihdam ve kariyer günleri, turizm etkinlikleri, vakıf ve STK kermes etkinlikleri, resim sergileri, outlet günleri)

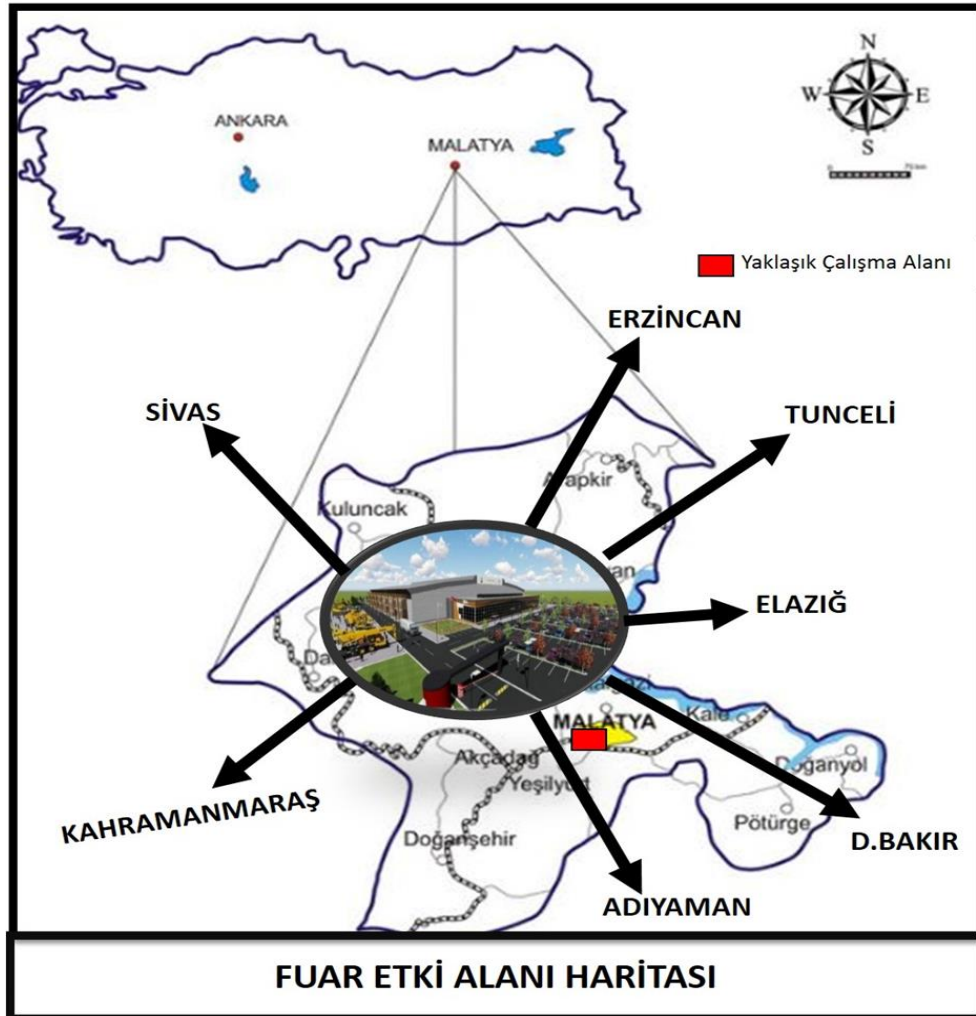
- ✚ Malatya'da yapılacak fuarlar uluslararasılaşma potansiyeline sahiptir.
- ✚ Fuarçılık hizmetlerinin bölgenin sosyal ve kültürel gelişmesi ile ekonomik gelişmeye katkısı olabileceği düşünülmektedir.
- ✚ Çevre illerde düzenlenen fuarlar lojistik, terör gibi nedenle sönük geçmekte, Malatya bu anlamda önemli avantaja sahip bulunmaktadır.
- ✚ Bazı fuarların çadırda yapılması Malatya'nın imajını olumsuz etkilemektedir.
- ✚ Fuar organizasyonunun profesyonelleşebilmesi için nitelikli personele (yabancı dil bilen, fuar pazarlama ve organizasyon vb.) ihtiyaç duyulmaktadır.
- ✚ Malatya'da kurulacak fuar alanının ekonomik ve sosyal çarpan etkisi sonucu şehrin gelişimine önemli katkıda bulunulacaktır.
- ✚ Malatya ve fuar kavramları şehrin marka değerini olumlu etkilemektedir.

- ✚ Mevcut fuar alanlarında yaşanan sorunlar ve sınırlı imkânları yeni fuar alanını ihtiyaca neden olmaktadır.
- ✚ Bazı olumsuz görüşlerde ise Malatya'da gerçekleşecek fuarların uluslararası olamayacağı da yer almıştır.

#### IV. PROJE YERİ

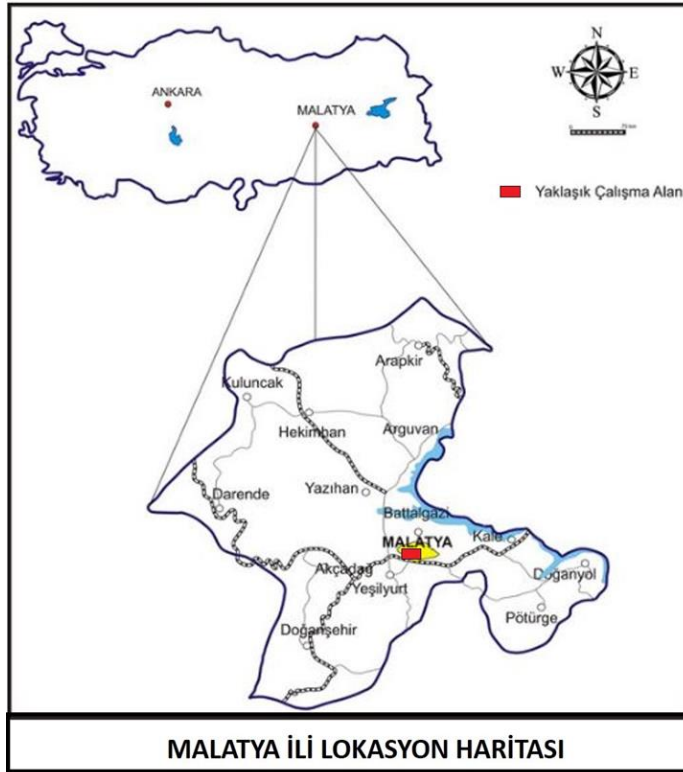
Malatya, il topraklarının yüzölçümü 12.313 km<sup>2</sup> olup, 35° 54' ve 39° 03' kuzey enlemleri ile 38° 45' ve 39° 08' doğu boylamları arasında kalmaktadır.

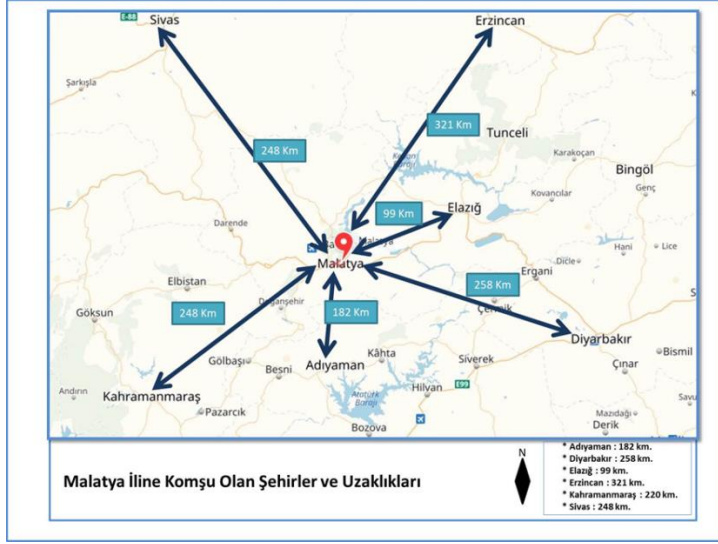
Malatya; Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Fırat Havzasında ve Adıyaman, Malatya, Elazığ, Bingöl, Muş, Van çöküntü alanının güneybatı ucunda yer almaktadır. Çevresini doğuda Elazığ ve Diyarbakır, güneyde Adıyaman, batıda Kahramanmaraş, kuzeyde Sivas ve Erzincan illeri çevirir.



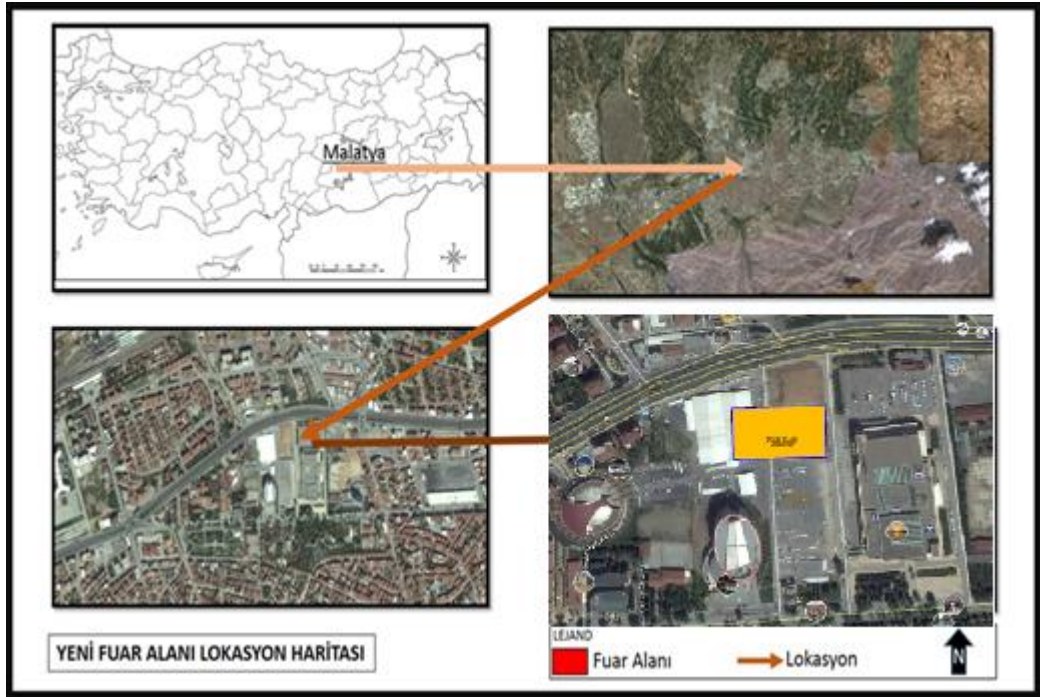


Malatya'nın biri Merkez olmak üzere on dört ilçesi vardır. İlçe merkezi, Beydağı'nın eteklerinde Malatya Ovasının güney ucunda kurulmuştur. Malatya eski ve yeni Malatya olarak iki kısımdır. **Akçadağ**: İl merkezine 34 km mesafededir. **Arapkir**: İl merkezine 60 km mesafededir. Gelişmemiş ve küçük bir yerleşim merkezidir. **Battalgazi**: İlçe merkezi, Malatya Ovasında küçük bir akarsuyun kenarında kurulmuştur. Malatya-Elazığ demiryolu ve Hekimhan-Malatya karayolu ilçeden geçer. Eski ismi, eski Malatya idi. **Darende**: Ekonomisi tarıma dayalıdır. İlçe merkezi, Malatya-Kayseri-Ankara karayolu üzerinde yer alır. İl merkezine 110 km mesafededir. Çok eski tarihe sahiptir. Eti ve Sümerlere ait eserler vardır. **Doğanşehir**: İl merkezine 57 km mesafededir. **Kuluncak**: İl merkezine 9 km mesafededir. **Pötürge**: İl merkezine 72 km mesafededir. **Yeşilyurt**: İl merkezine 78 km mesafededir. Belediyesi 1884'te kurulmuştur. **Doğanyol, Kale, Hekimhan, Yazıhan, Arguvan,**



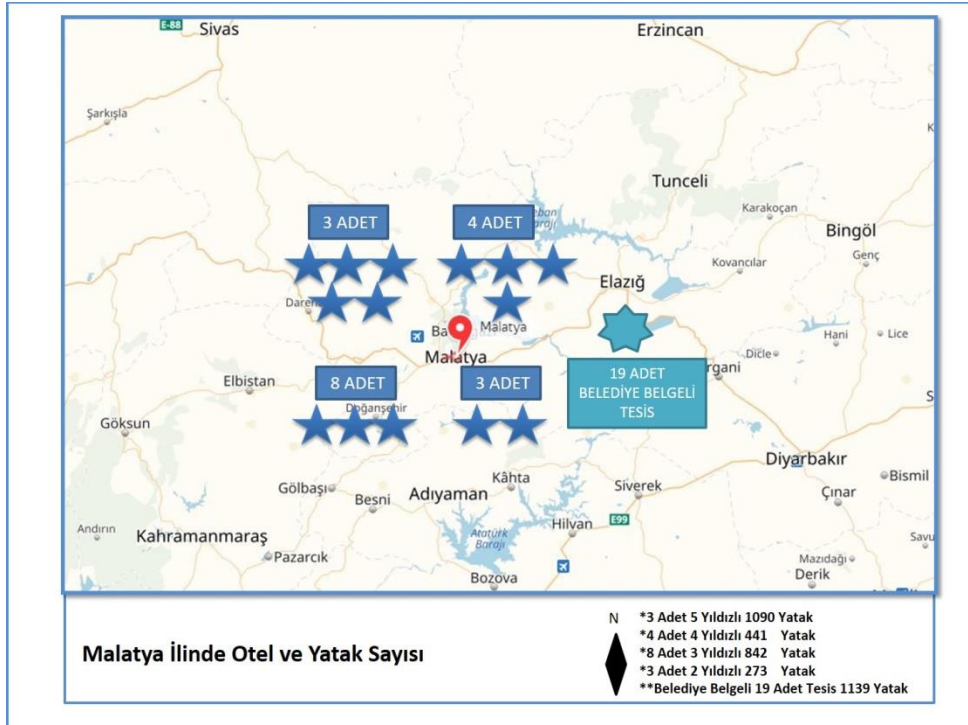


Malatya yeni fuar alanının arazisinin mülkiyeti Malatya büyükşehir belediyesine aittir. Fuar Alanı 580 ada 537 ve 540 parsel de tapuludur.



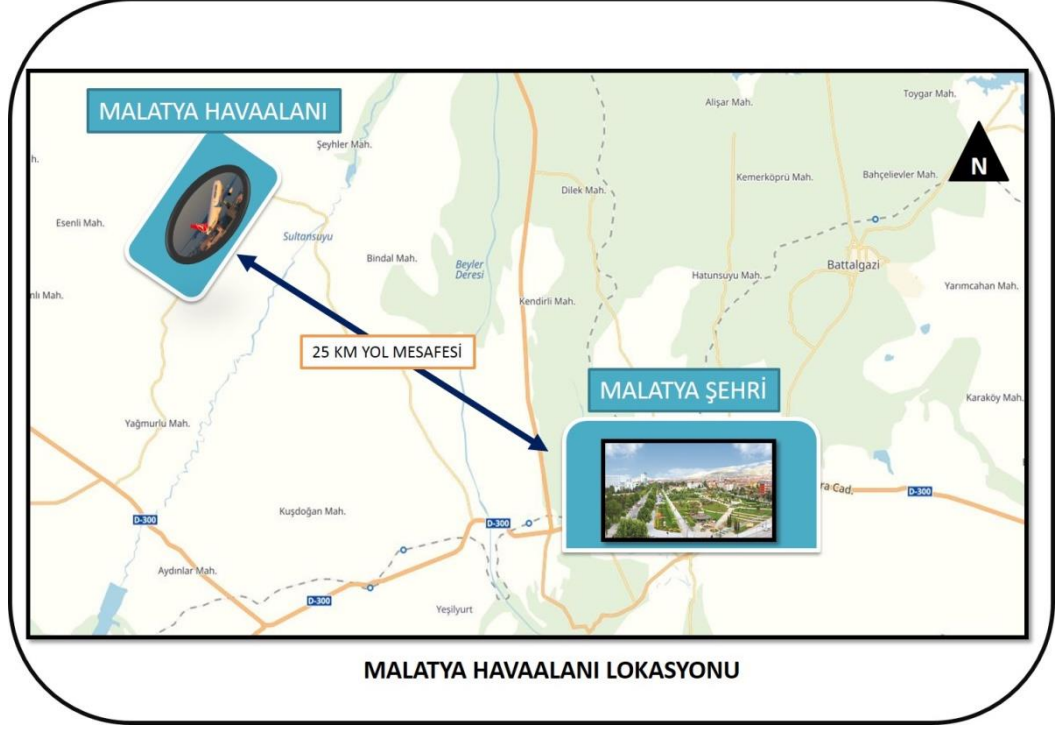
- ✓ Yeni fuar alanı, Malatya -Elâzığ çevre yolu ve Malatya- Ankara yolu üzerindedir.
- ✓ Dolmuş, taksi, belediye otobüsü ve Trambüs ile ulaşım mümkündür.
- ✓ Proje alanı merkezi konumdadır ve şehir merkezine ise 2.3 km uzaklıktadır.

- ✓ Malatya sanat sokağına yürüme mesafesindedir.
- ✓ Hemen yanında 2 tane 5 yıldızlı otel bulunmaktadır.
- ✓ Malatya kongre ve kültür merkezi ve Sabancı kültür merkezine eşit uzaklıkta (300 m) bulunmaktadır.
- ✓ Tren garına 1 km uzaklıkta bulunmaktadır.
- ✓ Abdullah Gül kent parkına 100 m uzaklıktadır.
- ✓ Hemen arkasında ve önünde Trambüs durağı bulunmaktadır.
- ✓ İki tane alışveriş merkezine 100 m (Malatya Park AVM) uzaklıkta diğerine 1 km (Doğa Cadde AVM) uzaklıktadır.
- ✓ Fuar merkezine 100 m uzaklığında bir yere müze kurulması planlanmakta ve fuar alanı ile ortak yerleşkede olacaktır.
- ✓ Malatya büyükşehir belediyesi sosyal tesisine ise 750 m uzaklıktadır.



Malatya'dan İskenderun Limanı 318 km, Mersin Limanı 454 km mesafede olup limanlara demiryoluyla da ulaşım sağlanmaktadır. 2023 yılında tamamlanması planlanan Yüksek Hızlı

Tren geçiş hattında yer almaktadır. Malatya Erhaç Havaalanı Yeni Fuar Alanına 25 km uzaklıktadır ve 70 km hızla 30 dakika sürmektedir.



## V. TASARIM

- Projenin kapasitesinin belirlenmesinde iki faktör etkili olmuştur. Bunlardan birincisi TOBB'nin uyguladığı "Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar"ın fuar düzenlenebilir alanları belirleyen 7'nci maddesinde sayılan fuar alanlarında bulunması gereken asgari özelliklerdir. Bölüm 5'de de bahsedildiği gibi, uluslararası fuar düzenlenebilmesi için kapalı alanların 3.000 m<sup>2</sup>, açık alanların 7.000 m<sup>2</sup>'den büyük olması öngörülmektedir. Söz konusu açık alan var olup uluslararası fuar düzenlenebilecek kapasitededir. Bu proje aşamasında Kapalı alan:13.335 mt<sup>2</sup> ( idari fonksiyonlar ve fuar alanı dâhil) ve Kapalı fuar alanı: 8.826 mt<sup>2</sup>dir.

Malatya yeni fuar alanı yerleşkesinde Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslara uygun olarak;

- ✓ Kapalı fuar alanlarında taban-tavan mesafesinin en az dört buçuk metrenin üzerindedir.
- ✓ Ziyaretçiler için ayrı giriş-çıkış ve acil durum çıkışları
- ✓ Sergilenen ürünler için yükleme-boşaltma kapıları
- ✓ Aydınlatma ve gereğinde güç kullanımı için yeterli kapasitede elektrik donanımının ve temel işlevler için yeterli sayıda jeneratörü
- ✓ Kapalı alanlar için çalışır durumda ısıtma ve havalandırma sistemleri
- ✓ İletişim için gerekli araç ve gereçlerle yeterli iletişim alt yapısının,
- ✓ Fuar alanına uygun sayıda lavabo ve tuvaletler
- ✓ İhtiyaç ölçüsünde büfe
- ✓ Düzenleyici ve görevlendireceği personele ait danışma, yönetim, gözetim büroları
- ✓ Güvenlik ve ilk yardım hizmetleri için gerekli üniteler
- ✓ Yeterli otopark alanının ve VIP salonu
- ✓ Konuk ağırlama yerleri
- ✓ Basın odası,
- ✓ Seminer salonu gibi yerlerin ve bayrak direklerinin bulunması planlanmıştır.

Bununla birlikte fuar alanında yerleşkesi içinde yapılması planlanan imar değişikliği ile birlikte müze ve sosyal donatıları yapılması planlanmaktadır. Yeni yapılacak olan bu yapı fuar alanı ile birlikte tasarlanmaktadır.

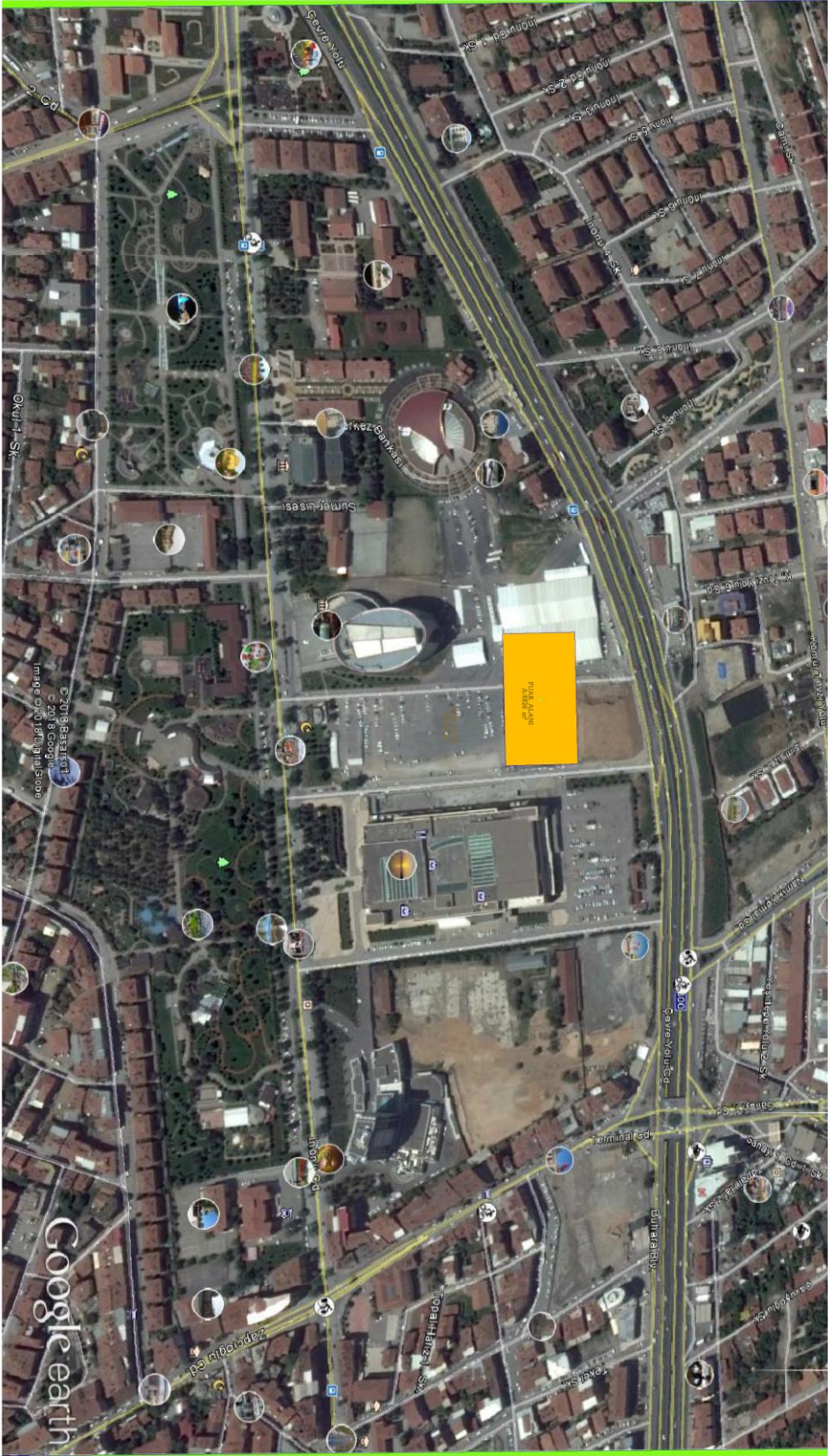
Yapı tasarlanırken talebe uygun bir şekilde toplu taşıma ile kolay ulaşım sağlanabileceği düşünülerek iki katlı bir bina ve altına otopark düşünülmemiştir. Ayrıca tek katlı tasarlanmasının bir sebebi de fuar yerleşkelerinde ziyaretçilerin genelde düzayak kullanımını tercih etmesidir.

<b>O.00 Kat Planı</b>	<b>Alan:</b>
Z-35 Bay Mescit:	114,44 m <sup>2</sup>
Z-32 Bay Abdesthane:	30,31 m <sup>2</sup>
Z-33 Temizlik Od. :	8,31 m <sup>2</sup>
Z-34 Bebek Bak. Od.:	2,94 m <sup>2</sup>
Z-31 Bay LvWc Engelli Wc Depo:	159,30 m <sup>2</sup>
Z-32 Hol:	20,18 m <sup>2</sup>
Z-28 Hol:	20,18 m <sup>2</sup>
Z-29 Bayan Abdesthane	30,31 m <sup>2</sup>
Z-27 Temizlik Od. :	8,31 m <sup>2</sup>

Z-26 Bebek Bak. Od. :	2,94 m <sup>2</sup>
Z-25 Bayan Mescit:	114,44 m <sup>2</sup>
Z-24 Toplantı Odası:	239,48 m <sup>2</sup>
Z-23 Ofis 7:	57,15 m <sup>2</sup>
Z-20 Bay Lv-Wc Engelli:	57,81 m <sup>2</sup>
Z-19 Bayan Lv-Wc Engelli:	65,66 m <sup>2</sup>
Z-16 Sistem Od.:	9,66 m <sup>2</sup>
Z-17 Mescid:	16,15 m <sup>2</sup>
Z-15 Arşiv:	55,69 m <sup>2</sup>
Z-14 Ofis 6:	55,69 m <sup>2</sup>
Z-13 Ofis 5:	55,69 m <sup>2</sup>
Z-12 Toplantı Odası:	55,69 m <sup>2</sup>
Z-50 Kazan Dairesi:	85,17 m <sup>2</sup>
Z-09 Sekreter:	34,04 m <sup>2</sup>
Z-10 Özel Kalem:	27,07 m <sup>2</sup>
Z-03 Revir:	25,44m <sup>2</sup>
Z-04 Arşiv:	45,82m <sup>2</sup>
Z-05 Ofis 1:	58,61m <sup>2</sup>
Z-06 Ofis 2:	58,61m <sup>2</sup>
Z-07 Ofis 3:	58,61m <sup>2</sup>
Z-08 Ofis 4:	58,61m <sup>2</sup>
Z-01 Fuaye:	323,71 m <sup>2</sup>
Z-44 Koridor:	156,93 m <sup>2</sup>
Z-48 Work Shop:	59,81 m <sup>2</sup>
Z-45 Work Shop:	57,73 m <sup>2</sup>
Z-46 Work Shop:	56,10 m <sup>2</sup>
Z-47 Work Shop:	58,23 m <sup>2</sup>
Z-22 V.İ.P.:	33,16 m <sup>2</sup>
Z-22-2 Engelli Wc:	3,21 m <sup>2</sup>
Z-22-1 Mutfak:	7,30 m <sup>2</sup>
Z-22-3 LvWc:	8,01 m <sup>2</sup>
Z-11 Genel Müdür:	94,40 m <sup>2</sup>

Z-11-1 Dinlenme:	12,76 m <sup>2</sup>
Z-11-2 Lv-Wc-Duş:	8,62 m <sup>2</sup>
Z-43 Kafeterya:	410,50 m <sup>2</sup>
Z-41 Giriş Holü:	15,86 m <sup>2</sup>
Z-42 Jeneratör:	36,46 m <sup>2</sup>
Z-40 Mutfak:	92,25 m <sup>2</sup>
Z-37 Depo:	9,00 m <sup>2</sup>
Z-38 Kuru Gıda Depo:	9,00 m <sup>2</sup>
Z-36 Soğuk Hava Dep.:	9,00 m <sup>2</sup>
Z-53 Su Deposu:	187,00 m <sup>2</sup>
Z-52 Elektrik Pano Odası:	38,86 m <sup>2</sup>
Z-51 Depo:	405,16 m <sup>2</sup>
YÜK ASANSÖRÜ(12 M2)	
<b>+3.80 Kat Planı</b>	
<b>N-01 Fuar Alanı:</b>	<b>8691,52 m<sup>2</sup></b>
N-03 Güvenlik:	26,82 m <sup>2</sup>
N-02 Danışma:	26,82 m <sup>2</sup>

Fuar Alanı Projesi Google Maps





## Fuar Alanı Projesi



## VI. PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI

### a) Proje yönetimi

Türkiye'nin en büyük fuar kompleksi olan Fuar İzmir; İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin bir şirketi olan İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat Etkinlikleri A.Ş. tarafından işletilmektedir. Malatya Büyükşehir Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarcılık Hizmetleri Tic. A.Ş. 15 Nisan 1993 yılında kurulmuştur. Yatırım projesi tamamlandıktan sonra Yeni Fuar Alanı, İzmir'de olduğu gibi Malatya'da da Malatya Büyükşehir Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarcılık Hizmetleri Tic. A.Ş. tarafından yönetilecektir.

Malatya Büyükşehir Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarcılık Hizmetleri Tic. A.Ş.'nin ana faaliyeti; başta Malatya olmak üzere Türkiye'nin çeşitli yerlerinde ve yabancı ülkelerde

- ✓ Fuar, sergi, Panel, Konferans, Sempozyum ve çeşitli organizasyonlar düzenlemek,
- ✓ Her türlü kültürel, eğitsel ve sanatsal, sportif ve benzeri etkinliklerde bulunmak,
- ✓ Halkın boş vakitlerini değerlendirmesini ve eğlenmesini sağlayacak olanakları hazırlamak, düzenlemek ve düzenlenenlere katılmak,
- ✓ Malatya Büyükşehir Belediyesine personel hizmeti sunmaktır.

Şirket bu amaçlarını gerçekleştirmek için her türlü ticari faaliyetlerde bulunmaktadır.

✚ 2017 Yılında Personel sayısı 35'dir.

✚ Şirket; farklı sektörel Fuarlar düzenleme çalışmaları yapmakta ve değişik kültürel etkinlik organizasyonları düzenlemek için Ar-Ge yapmaktadır.

### Kültür A.Ş 2016 - 2017 Finansal Durum ve Gelir Tablosu

1. Şirketin tarafından düzenlenen Fuarlar ve Sosyal Kültürel etkinliklerin organizasyonunda toplumsal yararlar gözetildiğinden, giderleri fazla durumdadır.
2. Hakediş bedellerinin zamanında alınamaması sonucu, 6552 ve 6736 sayılı yasalarla yapılandırılan borçların gecikme faizleri bulunmaktadır.
3. Ticari alacakların (Fuar vb.) vadesinde tahsil edilememesi ve şüpheli alacak haline gelmektedir.

		<b>Önceki Dönem (2016)</b>		<b>Cari Dönem (2017)</b>	
<b>A</b>	<b>BRUT SATIŞLAR</b>		4.933.143,83		7.702.171,27
1-600	YURTCI SATIŞLARI	4.910.327,64		7.668.993,95	
2-602	DİĞER GELİRLER	22.816,19		33.177,32	
<b>B</b>	<b>SATIŞ İNDİRLERİ</b>		-4.979,49		-0,00
1-610	SATISTAN İADELER	-4.979,49		-0,00	
	<b>NET SATIŞLAR</b>		4.928.164,34		7.702.171,27
<b>C</b>	<b>SATIŞLARIN MALİYETİ</b>		-4.197.449,85		-7.241.796,76
1-621	SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ	0,00		0,00	
2-622	SATILAN HİZMET MALİYETİ	-4.197.449,85		-7.241.796,76	
	<b>BRÜT SATIŞ KARI VEYA ZARARI</b>		730.714,49		460.374,51
<b>D</b>	<b>FAALİYET GİDERLERİ</b>		-2.002.894,95		-2.222.260,01
1-631	PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİDER.	-75.278,98		-17.054,35	
2-632	GENEL YONETİM GİDERLERİ	-1.927.615,97		-2.205.205,66	
	<b>FAALİYET KARI VEYA ZARARI</b>		-1.272.180,46		-1.761.885,50
<b>E</b>	<b>DİĞER FAAL.OLAGAN GELİR VE KAR</b>		977.738,01		1.101.534,69
1-642	FAİZ GELİRLERİ	680,19		2.065,70	
2-644	KONUSU KALMAYAN KARSILIKLAR	11.667,94		4.673,00	
3-649	FAALİYETLE İLGİLİ DİG. GELİRLER	965.389,88		1.094.795,99	
<b>F</b>	<b>DİĞER FAAL.OLAGAN GİDER VE ZAR</b>		-136.472,13		-185.801,19
1-653	KOMİSYON GİDERLERİ	-1,86		-10,50	
2-654	KARSILIK GİDERLERİ	-2.700,00		-0,00	
3-655	MENKUL KIYMET SATIŞ ZARARLARI	-0,00		-2.618,51	
4-659	DİĞER GİDER VE ZARARLAR	-133.770,27		-183.172,18	
<b>G</b>	<b>FINANSMAN GİDERLERİ</b>		-4.427,87		-2.289,79
1-660	KISA VADELİ BORCLANMA GİDERLER	-4.427,87		-2.289,79	
	<b>OLAĞAN KAR VEYA ZARAR</b>		<b>-435.342,45</b>		<b>-848.441,79</b>
<b>H</b>	<b>OLAGANDISI GELİR VE KARLAR</b>		60.393,23		44.449,54
1-671	ÖNCEKİ DÖNEM GELİR VE KARLAR	0,00		10.916,72	
2-679	DİĞER OLAGANDISI GELİR VE KARL	60.393,23		33.532,82	
<b>I</b>	<b>OLAGANDISI GİDER VE ZARARLAR</b>		-11.598,26		-103.758,04
1-681	ONCEKI DONEM GİDER VE ZARARLAR	0,00		-50.000,00	
2-689	DİĞER OLAGANDISI GİDER VE ZAR.	-11.598,26		-53.758,04	
	<b>DÖNEM KARI VEYA ZARARI</b>		<b>-386.547,48</b>		<b>-907.750,29</b>
	<b>DÖNEM NET KARI VEYA ZARARI</b>		<b>-386.547,48</b>		<b>-907.750,29</b>
	DÖNEM KARI VERGİ KARŞILIĞI				
	DÖNEM NET KARI VEYA ZARARI				

KÜLTÜR A.Ş 2016 - 2017 BİLANÇOSU

AKTİF	(VARLIKLAR)	Önceki Dönem (2016)			
<b>1</b>	<b>DONEN VARLIKLAR</b>		3.339.221,73		3.468.964,60
10	NAKİT VE NAKİT BENZERLERİ		410.050,41		176.192,99
100	KASA	3.698,00			4.798,01
101	ALINAN ÇEKLER	0,00			140.000,00
102	BANKALAR	391.668,41			6.619,64
108	DİĞER NEKİT VE NAKİT BENZERİ VARLIKLAR	14.684,00			24.775,34
12	TİCARİ ALACAKLAR		2.842.769,32		3.256.445,70
120	ALICILAR	2.337.559,12			2.905.831,27
121	ALACAK SENETLERİ	33.849,00			9.887,00
126	VERİLEN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	290.631,14			61.625,09
127	DİĞER TİCARİ ALACAKLAR	175.384,37			243.075,18
128	SUPHELİ CARİ ALACAKLAR	106.446,14			132.454,61
129	SUPHELİ CARİ ALACAKLAR KARS.	-101.100,45			-96.427,45
13	İLİŞKİLİ TARAFLARDAN ALACAKLAR		9.730,00		8.206,00
135	PERSONELDEN ALACAKLAR	9.730,00			7.630,00
136	DİĞER ÇEŞİTLİ ALACAKLAR	0,00			576,00
15	STOKLAR		14.300,00		19.162,91
153	TİCARİ MALLAR	2.300,00			0,00
157	DİĞER STOKLAR	12.000,00			19.162,91
19	DİĞER DONEN VARLIKLAR		62.372,00		8.957,00
195	İS AVANSLARI	53.622,00			3.622,00
196	PERSONEL AVANSLARI	8.750,00			5.335,00
	<b>DONEN VARLIKLAR Toplamı</b>		<b>3.339.221,73</b>		<b>3.468.964,60</b>
<b>2</b>	<b>DURAN VARLIKLAR</b>		1.210.988,98		1.065.209,85
22	TİCARİ ALACAKLAR		719,47		1.325,08
226	VERİLEN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	719,47			1.325,08
24	MALİ DURAN VARLIKLAR		162.418,51		0,00
242	İSTİRAKLER	162.418,51			0,00
25	MADDİ DURAN VARLIKLAR		554.994,73		582.989,02
252	BİNALAR	135.000,00			135.000,00
253	TESİS MAKİNE VE CİHAZLAR	588.676,04			588.676,04
254	TASITLAR	503.537,38			388.389,65
255	DEMİRBAŞLAR	512.959,93			751.174,41
257	BİRİKMİS AMORTİSMANLAR	-1.185.178,62			-1.280.251,08
26	MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR		252.421,61		234.030,51
264	OZEL MALİYETLER	441.301,02			458.176,02
267	DİĞER MADDİ OLMAYAN DURAN VAR.	32.603,63			32.603,63
268	BİRİKMİS AMORTİSMANLAR	-221.483,04			-256.749,14
28	GELECEK YIL AIT GİD. VE GEL. TA.		240.434,66		246.865,24
280	GELECEK YILLARA AIT GİDERLER	240.434,66			246.865,24
29	DİĞER DURAN VARLIKLAR		0,00		0,00
	<b>DURAN VARLIKLAR Toplamı</b>		<b>1.210.988,98</b>		<b>1.065.209,85</b>
	<b>AKTİF (VARLIKLAR) TOPLAMI</b>		<b>4.550.210,71</b>		<b>4.534.174,45</b>
<b>PASİF</b>	<b>(KAYNAKLAR)</b>	<b>Önceki Dönem (2016)</b>			

<b>3</b>	<b>KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR</b>		1.231.286,19			2.521.264,80
32	TİCARİ BORÇLAR		892.260,64			2.052.399,88
320	SATICILAR	869.399,55			2.029.978,28	
326	ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	1.410,00			1.410,00	
329	DİĞER TİCARİ BORÇLAR	21.451,09			21.011,60	
33	DİĞER BORÇLAR		149.923,98			137.901,65
335	PERSONELE BORÇLAR	111.800,28			99.697,77	
336	DİĞER CESİTLİ BORÇLAR	38.123,70			38.203,88	
34	ALINAN AVANSLAR		10.600,00			18.939,00
340	ALINAN SİPARİŞ AVANSLARI	10.600,00			18.939,00	
36	ODENECEK VERGİ VE DİĞER YUK.		169.196,79			311.109,34
360	ODENECEK VERGİ VE FONLAR	93.442,80			231.747,89	
361	ODENECEK SOSYAL GÜVENLİK KES.	34.404,89			79.361,45	
369	ODENECEK DİĞER YUKUMLULUKLAR	41.349,10			0,00	
38	GELECEK AYLAİT GELİGİD.TAHAK		9.304,78			914,93
380	GELECEK AYLARA AİT GELİRLER	5.826,27			0,00	
381	GİDER TAHAKKUKLARI	3.478,51			914,93	
	<b>KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR Toplamı</b>			<b>1.231.286,19</b>		<b>2.521.264,80</b>
<b>4</b>	<b>UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR</b>		1.291.124,49			192.859,91
42	TİCARİ BORÇLAR		37.464,40			45.270,40
426	ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	37.464,40			45.270,40	
43	DİĞER BORÇLAR		1.253.660,09			147.589,51
438	KAMUYA OLAN ERT.TAKSİT.BORÇLAR	1.253.660,09			147.589,51	
	<b>UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR Toplamı</b>			<b>1.291.124,49</b>		<b>192.859,91</b>
<b>5</b>	<b>OZKAYNAKLAR</b>		2.027.800,03			1.820.049,74
50	ODENMİS SERMAYE		6.420.000,00			7.120.000,00
500	SERMAYE	6.420.000,00			7.120.000,00	
57	GEÇMİS YILLAR KARLARI		3.952.258,41			3.952.258,41
570	GEÇMİS YILLAR KARLARI	3.952.248,41			3.952.248,41	
58	GEÇMİS YILLAR ZARARLARI		-7.957.910,90			-8.344.458,38
580	GEÇMİS YILLAR ZARARLARI	-7.957.910,90			-8.344.458,38	
59	DONEM NET KARI (ZARARI)		-386.547,48			-907.750,29
591	DONEM NET ZARARI	-386.547,48			-907.750,29	

### Finansal (Mali) Durum Analiz Tablosu

	<b>OZKAYNAKLAR Toplamı</b>			<b>2.027.800,03</b>		<b>1.820.049,74</b>
	<b>PASİF (KAYNAKLAR) TOPLAMI</b>			<b>4.550.210,71</b>		<b>4.534.174,45</b>

	2017		2018	
<b>Cari Oran: Dönen Varlıklar /Kvyk</b>	3.339.221,73	2,71	3.468.964,60	1,38
	1.231.286,19		2.521.264,80	
<b>Finansal Kaldıraç Oranı:</b>	2.522.410,68	0,55	2.714.124,71	0,60
<b>Toplam Borçlar / Pasif Toplam</b>	4.550.210,71		4.534.174,45	
<b>Sermaye Çarpanı Oranı:</b>	4.550.210,71	0,71	4.534.174,45	0,64
<b>Toplam Aktifler / Ödenmiş Sermaye</b>	6.420.000,00		7.120.000,00	

#### b) Proje Uygulama Programı

Uygulama programında gerekli yatırım kararının 2018 yılı temmuz ayı başında Cazibe merkezleri programı desteğinin alınması ile verilmesi planlanmaktadır. Yine bu ayda arazin belediye meclisi kararı da alınacaktır. Yatırımın uygulama planında en uzun faaliyet inşaat faaliyetleridir. Yatırımın en kritik ayı ise 2019 Kasım ayıdır.

Faaliyetler	Aylar/2018						2019												
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Yatırım Kararı</b>																			
<b>Mimari Tasarım</b>																			
<b>İnşaat İhalesi</b>																			
<b>İnşaat İşleri</b>																			
<b>Peyzaj İşleri</b>																			
<b>Tefrişat</b>																			
<b>Kabul</b>																			

<b>İşlemleri</b>																				
<b>İşletmeye Alma</b>																				
<b>Tanıtım Ve Reklam</b>																				
<b>İlk Fuar</b>																				

## VII. İŞLETME YAPISI

Yatırımın, Malatya Büyükşehir Belediyesi yanındaki 580 ada 537 ve 540 parsellerde yapılmasına karar verilmesi durumunda, yatırımın imalat sürecini yürütmek için Malatya büyükşehir belediyesine bağlı Fen İşleri Daire Başkanlığı ile İmar ve Şehircilik Dairesi Başkanlığı sahip olduğu insan kaynakları (mimar, mühendis, tekniker), teknik bilgi birikim ve donanım ile destek verecektir.

İşletme aşaması ise yine Malatya Büyükşehir Belediyesine bağlı Malatya Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarlık Hizmetleri Tic. A.Ş. tarafından gerçekleştirilecektir. Yeni fuar alanının arazi ve bina mülkiyeti Malatya Büyükşehir Belediyesi'ne ait olacak ve Malatya Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarlık Hizmetleri Tic. A.Ş.'ye tahsis edilecektir.

Ticaret Sicil No:	7052
Adres:	Koyunoğlu Mah. İnönü Cad. No:189 Yeşilyurt / MALATYA
Vergi Dairesi:	Beydağı
Vergi No:	6110015338
Mersis No:	00611001533800019
Telefon:	0422 336 4412- 13 Fax: 0422 336 4494
İnternet:	<a href="http://www.malatyakultur.com">www.malatyakultur.com</a>

## Şirketin Sermaye ve Ortaklık Yapıları

	<b>Ortak Adı:</b>	<b>Hisse Oranları (%)</b>
1	Malatya Büyükşehir Belediyesi	97,349
2	Esenlik İmar İnş.Ltd.Şti.	2,050
3	Megsaş Ekmek Fabrikası	0,517
4	İnönü Üniversitesi Vakfı	0,036
5	Ticaret ve Sanayi Odası	0,018
6	Kayısı Ar-Ge Vakfı	0,018
	<b>Toplam:</b>	<b>100,000</b>

Sürdürülebilirlik, projelere destek sağlayan kuruluşların özellikle üzerinde durduğu temel konuların başında gelmektedir.

Ön değerlendirme aşamasında sürdürülebilirlik için sıralanan faktörlerin tamamı fon sağlayan kuruluşlar açısından olduğu kadar işletme içinde önemlidir. Zira, yapılan değerlendirme ve sürdürülebilirlik faktörleri tüm kuruluşlar için aynıdır.

### **Finansal sürdürülebilirlik:**

Yeni fuar alanın işletmesini üstlenecek olan Malatya Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarçılık Hizmetleri Tic. A.Ş., sadece Fuar ve etkinlik hizmetleri yapmamakta aynı zamanda çeşitli gelir getirici işlerde gerçekleştirmektedir. Bu faaliyet gelirleri ile birlikte işletme döneminde oluşabilecek giderler (personel, iklimlendirme, tanıtım ve medya, lojistik vb.) işletme tarafından karşılanma olanağına sahiptir.

#### **• Reklam Faaliyetleri:**

**Çilesiz Otobüs Durağı Reklam Uygulaması:** Şirket tarafından faaliyetine devam edilen Belediye Yanı Çilesiz-Devlet Hastanesi Otobüs Durağında 10 adet raket pano ve 10 adet yatay pano olmak üzere toplam 20 adet ışıklı reklam panosu yer almakta olup, 2013 yılından günümüze kadar mevcut panolar fuarların tanıtımları yapılmış ve bazı firmalara kiraya verilmiştir.

#### **• Otopark İşletmesi Faaliyetleri**



**Katlı Otopark İşletmesi:** Şirketimiz tarafından işletilen Atatürk Caddesi Uçar Sokakta bulunan 380 adet kapalı, 100 adet açık park kapasiteli otopark halkımıza hizmet vermeye devam etmektedir.

- **Kantar İşletmesi Faaliyetleri**

Çavuşoğlu Mahallesi Buğday pazarında 40 tonluk kantar ile üreticilerimizin yıl içerisinde üretmiş oldukları ürünleri tartmaktadır.

- **Mişmiş Park Fuar Alanı İşletmesi**

Mülkiyeti Malatya Belediyesi'ne ait olan 35 dönümlük Mişmiş Park Fuar Alanı 1995 yılından beri Şirketimiz tarafından işletilmektedir. Vatandaşlarımızın özellikle yaz aylarında yoğun bir ilgi gösterdiği ve piknik ve mesire yeri olarak hizmet vermekte olan alanımız, Belediyemiz tarafından 9000 m<sup>2</sup>'lik fuar merkezinin yapılması ile birlikte daha fazla işlerlik kazanmış ve daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. 2009 yılı sonlarına doğru alan içerisinde çevre ve peyzaj düzenlemesi ile ilgili planlamalar ve alt yapı çalışmaları tamamlanmıştır. Belediyemiz ve Şirketimiz daha iyi hizmet verebilmek amacıyla yoğun bir çaba sarf etmektedir.

- **Kiraya Verilen Taşınmazlar**

Mülkiyeti Malatya Büyükşehir Belediyesine ait olup şirket uhdesinde bulunan taşınmazların kiraya verilmesi ve kontrol edilmesi işlerini yapılmaktadır.

<b>Kiraya Verilen Taşınmaz Listesi:</b>
1- Sanat Sokağı Bakır İşletmeciliği Ve Antika Malzeme Satış Dükkânı No:3/A - 3/B
2- Sanat Sokağı Kayısı Ürünleri Satış Dükkânı No:3/C
3- Sanat Sokağı Ahşap El Sanatları Ürünleri Satış Dükkânı No:3/D
4- Sanat Sokağı Malatya Mutfağı No:5
5- Sanat Sokağı Halıcı Dükkanları No:5/A - 5/B - 5/C
6- Sanat Sokağı Şal, Eşarp ve Takı Malzemeleri Satış Dükkanı No:4/A
7- Sanat Sokağı Ahşap Oyma Ve Hat Sanatı Ürünleri Satış Dükkanı No:4/C
8- Sanat Sokağı Sabun Ve Kokulu Taş Satış Dükkanı No:6/A
9- Sanat Sokağı Dekoratif Malzeme, Antika ve Müzik Aletleri Satış Dükkanı No:6/B
10- Sanat Sokağı Sanatsal Malzeme Satış Dükkanı No:6/C
11- Sanat Sokağı Kitap Kafe No:8 - 8/1

12- Nikah Sarayı Kafeterya
13- Nikah Sarayı Mini Market
14- Nikah Sarayı Çiçekçi
15- Nikah Sarayı Fotoğrafçı
16- Nikah Sarayı Erkek Kuaför
17- Nikah Sarayı Bayan Kuaför
18- Nikah Sarayı Emlak Ofisi
19- Nikah Sarayı Seyahat Acente Ofisi
20- Hürriyet Parkı Restoran Kafe
21- Hürriyet Parkı Dondurma Büfesi 1
22- Hürriyet Parkı Dondurma Büfesi 2
23- Hürriyet Parkı Büfe 1
24- Hürriyet Parkı Büfe 2
25- Hürriyet Parkı WC
26- Hürriyet Parkı Kitap Satış Yeri
27- Mişmişpark Lunapark
28- Mişmişpark Büfe
29- Mişmişpark WC
30- Turgut Özal Çocuk Parkı
31- Katlı Otopark Yıkamacı
32- Katlı Otopark Esenlik Market
33- Katlı Otopark Öz Urfalı Lokantası
34- Katlı Otopark II
35- Merkez Polis Karakolu Karşısı WC
36- Merkez Polis Karakolu Karşısı Çay ocağı

**Kurumsal sürdürülebilirlik:** Kurumsal sürdürülebilirlik, proje açısından projeyi yürütecek kurumsal yapının nasıl ve hangi şekilde devam edeceği ile ilişkilidir. Projeyi hazırlayan ve uygulayan kuruluş, projenin bitiminde aynı yapıyı açıkladığımız finansal sürdürülebilirlik prensipleri doğrultusunda devam ettirebileceği gibi, proje hazırlık aşamasında “yeni bir kurumsal yapı: dernek, kooperatif, ticari işleme, birlik vb.” projenin çıkış stratejisinin bir parçası olarak planlanıp, kurumsal sürdürülebilirliği sağlamak açısından proje bu yapıya devredebilmektedir. Projenin yürütücü kuruluşu Malatya Büyükşehir belediyesidir. Yeni fuar

Alanını işletecek kuruluş ise Malatya Belediyesi Kültür Sanat Etkinlikleri ve Fuarcılık Hizmetleri Tic. A.Ş.'dir. Her iki kuruluşta kanun ile kurulmuş kamu tüzel kişiliği ve Belediye İktisadi Teşebbüsü (BİT)'dür. BİT'ler genel olarak, "birtakım yerel hizmetlerin yerine getirilmesi amacıyla belediyeler tarafından kurulan veya yönetilmek üzere ortak olunan, bağımsız bir bütçeye sahip özel hukuk tüzel kişileri" olarak tanımlamak mümkündür. Bu anlamda Yeni fuar alanının kurumsal olarak sürdürülebilirliğini sağlayacak olan iki kuruluşta hem yatırım aşamasında hem de işletme aşamasında kurumsal sürdürülebilirliği sağlayacak yetkinliktedir. Kurumsal sürdürülebilirlik açısından önemli olan, söz konusu yapıya paydaşların katılım seviyesi ve sahiplenmesidir. Fuarcılık faaliyetleri turizmin önemli kollarından biridir. Tek başına bir kuruluşun bu tür faaliyetleri yürütmesi mümkün değildir. Kültür A.Ş. sermayesini oluşturan ortakların çeşitliği gibi( üniversite, Sanayi ve Ticaret Odası v.b.) hem paydaşları hem de sektörün diğer kuruluşları ile olumlu etkileşim içindedir.

**Politik sürdürülebilirlik:** Yeni Fuar Alanı Yatırım Projesinin uygulama süresinde ve sonrasında yerel otoritelerin proje konusunda yapacağı yasal ve idari yapısal düzenlemeler sürdürülebilirlik açısından önemli etkilere sahip olmaktadır. Mevcut düzenlemelerin hayata geçirilmesi projenin başarısını ve sürdürülebilirliğini etkileyebilmektedir. Belediye tarafında şehir merkezinde artacak yoğunluğa bağlı olarak Yeni fuar alanının Ulaşım Master Planına dahil edilmesi ve oluşması beklenen trafik probleminin asgariye indirilmesi politik sürdürülebilirliği destekler niteliktedir.

## VIII. YAPIM MALİYETLERİ

### o Yapım maliyetleri

Yatırım maliyetlerini hazırlık aşamasında yapılacak olan maliyetler ve inşaat harcamaları ve satın almaları ile genel giderler ve danışmanlık hizmetlerini kapsamaktadır.

### o Yatırım finansmanı

Projenin inşaat giderleri cazibe merkezleri programı ile karşılanması beklenirken diğer tüm giderler Malatya Büyükşehir belediyesince karşılanması planlanmaktadır.

Toplam yatırım maliyeti	Birim	Tutarı/TL	Açıklama
Proje Teknik tasarım		0	Projenin her türlü statik ve mimari tasarım vb. işlemleri Malatya büyükşehir belediyesi etüt, proje ve keşif şube müdürlüğü tarafından yapılacaktır.
Yatırım inşaat maliyeti	13.335 m <sup>2</sup>	11.174.740	Bayındırlık birim maliyetlerine göre hesaplanmıştır. Cazibe merkezleri programınca karşılanması planlanmıştır.838*13335mt2=11.174.740
Peyzaj ve çevre düzenlemesi	13.078 m <sup>2</sup>	598.000	
Tefrişat ve dekorasyon satın almalar		507.000	
Yatırım dönemi genel giderler ve danışmanlık işleri		100.000	
<b>Toplam:</b>		<b>12.379.740TL</b>	

## IX. İŞLETME GELİR VE GİDERLERİ

### İşletme Gelirleri:

2018 yılında, Kitap Fuarına katılan firmalardan stant katılım bedeli olarak metrekare birim fiyatı üzerinden 80 TL +KDV ücret alınmaktadır.2018 kitap fuarında kurulan 4.250 metrekare stant alanı için firmalardan 340.000TL+ KDV bir gelir elde edilmiştir. Sponsorluk kapsamında 45.000 TL+KDV bir gelir kaydedilmiştir. Diğer düzenlenen fuarlarda daha yüksek stant kira ücretlerinin uygulandığı bilgisi verilmiştir. 6220 metrekarelik stant alanının 80 TL/m<sup>2</sup> + KDV stant ücreti ile düzenlenen fuar başına 497.600 TL +KDV gelir elde edileceği öngörülmektedir:

$$\begin{array}{rclcl} 6220 \text{ m}^2 & \times & 80 \text{ TL/m}^2 & = & \mathbf{497.600 \text{ TL+KDV}} \\ \text{(Kiralabilir Stant Alanı)} & \text{(Birim Stant Kira Ücreti)} & & \text{(1 Fuar İçin Kira Geliri Beklentisi)} & \end{array}$$

Mevcut senaryoda; toplam kiralabilir alanın tamamının kiralandığı ancak hiç sponsorluk anlaşmasının yapılmadığı durumdaki gelir durumu ele alınmaktadır.

### İşletme Giderleri:

2018 yılında düzenlenen Malatya Kitap Fuar'ında toplam giderler 772.300 TL+KDV olarak gerçekleştirmiştir. Bu giderin 400.000 TL + KDV'si çadır fuar alanı kiralama gideri ve 80.000 TL + KDV'si tabanın halı ile kaplanması için harcanmıştır.

Aşağıdaki tabloda 2018 Yılında gerçekleştirilen Malatya Kitap Fuar'ındaki giderler referans alınarak yapılan gider hesaplamasına yer verilmiştir:

## KİTAP FUARI GİDER KALEMLERİ

TALEP EDİLEN MALZEME		BİRİM	MİKTAR	FİYAT	TUTAR
1	CEPLİ DOSYA	Adet	1.000	1,00	1.000,00
2	AFİŞ 50X70	Adet	500	0,80	400,00
3	A5 BROŞÜR	Adet	5.000	0,20	1.000,00
4	FİRMA DAVETİYESİ	Adet	5.000	0,20	1.000,00
5	DAVETİYE VE ZARF	Adet	2.000	2,00	4.000,00
6	SÖZLEŞME	Adet	500	0,10	50,00
7	KATALOĞ	Adet	1.000	1,00	1.000,00
8	CADDELERE KIRLANGIÇ 3 mt X 1mt	Adet	150	30,00	4.500,00
9	YOL VİNİLİ 7.5 mt X 1.5mt	Adet	50	250,00	12.500,00
10	BİLBORD VE RAKET REKLAMLARI	Adet	200	35,00	7.000,00
11	HANGAR ÖNÜ + SAHNE ARKASI VİNİL	Adet	4	1.000,00	4.000,00
12	YAKA KARTI + İP VE KAP	Adet	500	2,00	1.000,00
13	TV REKLAM	Adet	20	750,00	15.000,00
14	RADYO REKLAM	Adet	16	150,00	2.400,00
15	GAZETE REKLAM	Adet	5	500,00	2.500,00
16	İNTERNET SİTESİ REKLAM	Adet	2	750,00	1.500,00
17	DERGİ REKLAM	Adet	2	750,00	1.500,00
18	YEMEK(il dışından gelen ziyaretçiler )	Adet	5000	7,00	35.000,00
19	YAKIT(il dışı ziyaretçilerin transferi)	LT	7000	4,50	31.500,00
20	SES SAHNE İŞİK	Adet	1	10.000,00	10.000,00
21	PERSONEL GİDERİ(10 Gün günlük 100tl)	Adet	50	1.000,00	50.000,00
22	KOKTEYL	Adet	1	1.200,00	1.200,00
23	HEDİYELİK KAYISI	Paket	25	40,00	1.000,00
24	SÜSLEME	Adet	1	500,00	500,00
25	KONAKLAMA	Kişi	40	100,00	4.000,00
26	ULAŞIM	Kişi	20	500,00	10.000,00
27	ARAÇ KİRALAMA	Adet	4	500,00	2.000,00
28	ALAN SÜSLEME	Metre	300	4,00	1.200,00
29	TOBB MÜRACAT VE SİGORTA	Adet	1	4.000,00	4.000,00
30	GÜVENLİK	Adet	100	80,00	8.000,00
31	TEMİZLİK	Adet	80	90,00	7.200,00
32	HALI SERİMİ	Metre	10000	8,00	80.000,00
33	SONUÇ KİTAPÇIĞI	Adet	10	20,00	200,00
34	FİRMALARA PLAKET	Adet	100	50,00	5.000,00
35	SUNUCU	Adet	1	150,00	150,00
36	STANT KURULUMU	m2	1500	10,00	15.000,00
37	NAKLİYE FOLKTİF	Adet	1	2.000,00	2.000,00
38	ÇADIR KİRALAMA	m2	10000	40,00	400.000,00
39	PLATFORM KURULUMU	Adet	1	1.000,00	1.000,00
40	SANDALYE KİRALAMA 5 Gün	Adet	500	3,50	1.750,00
41	MASA KİRALAMA 5 Gün	Adet	100	10,00	1.000,00
42	KARGO GİDERLERİ	Adet	750	3,00	2.250,00
43	ELEKTRİK ve İKLİMLENDİRMEGİDERLERİ	Adet	1	20.000,00	20.000,00
44	İL DIŞI ZİYARETLER	Adet	15	1.000,00	15.000,00
45	KAMERA ÇEKİMLERİ	Adet	1	3.000,00	3.000,00
<b>toplam</b>					<b>772.300,00</b>
<b>Çadır kiralama hariç tutulduğunda Toplam</b>					<b>292.300,00</b>
<b>TOPLAM KDV %18</b>					<b>139.014,00</b>

Yeni fuar alanlarında çadır kiralama ve halı kaplaması değişken giderleri yer almayacağından her bir fuar için öngörülen giderin 480.000 TL azalarak **292.300 TL'+KDV** olacağı değerlendirilmektedir.

## **X. EKONOMİK ANALİZ**

### **Rekabet Analizi ve Cazibe Merkezi Olma Potansiyeli**

#### **Çarpan etkisi**

Türkiye’de fuarcılıkla ilgili çalışmaların sonuçlarının rakamsal açıdan ölçen mekanizmalar henüz oluşturulmadığı için fuarcılığın ne ülke ekonomisine nede Malatya ekonomisine yapacağı katkıyı bilmek de mümkün olmamaktadır. Ancak, bir fuar gerçekleşikten sonra oluşacak ekonomik etkinin ötesinde hesaplanmayan dolaylı ekonomik etkilerinde varlığı açıktır.

Ticaret fuarı ile birlikte harcanan bir Liralık değerın etkisi, çarpan etkisi ile çoğalarak ekonomide zincir etkisi oluşturur. Fuar organizasyonlarının özel stantlar için yaptırılan projeler, fuar hostesleri, temizlik işleri, promosyonlar, broşür, katalog, dijital afiş çalışmaları, ulaşım ve konaklama hizmetleri, yemek ve gezi programlarına kadar birçok sektörü etkileme gücü göz önüne alındığında yerel ve bölgesel anlamda büyük ölçüde katkı sağlayacağını söylemek mümkün olacaktır. Katılımcı gelirleri yerel ekonomik genişlemenin bir kaynağıdır. Buna bağlı olarak katılımcıların ve ziyaretçilerin fuar süresince gezip göreceği yerlerde yaptıkları harcamalar, konaklayacakları, yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılayacakları işletmelerde yaptıkları harcamalar da yerel işletmelere katkı sağlama bağlamında önemlidir. Ayrıca fuar süresince yerel işletmelerin, katılımcıların ve ziyaretçilerin isteklerini, beklentilerini karşılayacak ve memnuniyetlerini artıracak şekilde yapılandırılması ildeki ve bölgedeki alt ve üst yapıların iyileştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu anlamda fuar organizasyonlarının Malatya ekonomisini canlandırma ve kalkındırma anlamında önemli etkileri olduğunu söylemek mümkündür.

#### **Rekabet Analizi**

##### **✓ TRB1 Bölgesi**

Malatya’nın da içinde yer aldığı TRB1 bölgesinde yaratılan kişi başına gayri safi katma değer 2004-2011 yılları arasında mutlak olarak artmakta olup, bölgesel kişi başına GSKD’in ülke

ortalamasına yakınsaması 2004 yılında %59,12 iken 2011 yılında %62,96 düzeyine yükselmiştir.

2011 yılı itibariyle Cari Fiyatlarla TRB1 Bölgesel (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) Gayri Safi Katma Değerden en yüksek payı %63,2 ile Hizmetler Sektörü almış, Sanayi Sektörü %22,8 ile ikinci sırada yer alırken Tarım Sektörü %14 düzeyinde pay almıştır.

2014 yılı TÜİK verilerine göre Malatya'da Kişi Başına Gayrisafi Yurtiçi Hasıla 6.954 Dolar, TRB1 Bölgesinde ise (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) 7.214 Dolar düzeyindedir.

TRB1 Bölgesinin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması:

İl	SEGE Sıralaması
Malatya	42
Elâzığ	39
Tunceli	58
Bingöl	72

✓ **Malatya**

- Kalkınma, ekonomik açıdan büyümenin yanı sıra söz konusu olan yerin refah seviyesi ve yaşam kalitesi ile de ilişkilidir. Eğitim, sağlık, iş imkânları, gelir, çevresel etmenler, vb. bileşenlerin kalkınma üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu yüzden, bir yerin gelişmişliği tartışılırken sadece ekonomik büyüme üzerinden ilerlemek yeterli olmamaktadır. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı bu anlamda ülkelerin gelişmişlik seviyelerini ölçmek üzere bir araç geliştirmiştir. İnsani Gelişme Endeksi (İGE), kalkınmayı ölçmek üzere her biri alt endeks olarak ölçülen üç bileşenden oluşmaktadır: Sağlık, eğitim, gelir.
- İnsani gelişme endeksine göre Malatya 0,711 skora ve 35. sıraya sahiptir.
- Birleşmiş milletler kalkınma programı ülke sıralamasına göre ise 98. sırada yer alan Kolombiya ile aynı skora sahiptir.
- Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan İllerde Yaşam Endeksi-2015 sıralamasında Malatya tüm iller sıralamasında 53. Sırada yer almıştır.



- Malatya, DPT tarafından en son 2003 yılında yayınlanan "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması" sonucuna göre Malatya il geneli olarak tüm iller içerisinde sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında 41. sırada yer almıştır.
- Malatya SEGE ye göre dördüncü derece gelişmiş iller kategorisinde yer alan 17 ilden biridir.
- Kalkınma Bakanlığı tarafından yapılan “2011 Yılı İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması’na göre ise Malatya 81 il arasında 42. sırada yer almaktadır.
- Türkiye iş bankası tarafında 2013 yılında hazırlanan rapor, İller arasındaki gelişmişlik farklılıklarının belirlenmesi; gelir dağılımı dengesizliklerinin giderilmesi, sosyal farklılıklarının ortadan kaldırılması ve özellikle bankacılık ve perakendecilik gibi ülke genelinde yaygın şube ağları ile hizmet vermeyi hedefleyen kurumların yatırım kararlarının yönlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.
- 2013 yılı verileri kullanılarak hazırlanan endeks sonuçlarını sunduğu çalışmada, “İllerin Gelişmişlik Endeksi(İGE)’ne ortaya çıkarılmıştır. Malatya bu İGE sıralamasında 31.sıradadır.
- İGE, illerin genel gelişmişlik düzeyi ile ilgili karşılaştırma yapılmasına imkân vermekle birlikte, endeks içerisindeki ağırlıkları dikkate alındığında finansal gelişmişlik kriterlerinin genel gelişim seviyesinde önemli bir belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda finansal gelişmişliğin etkisini ayırt edebilmek amacıyla iller bazında finansal gelişmişlik endeksi (FİGE) hesaplanmıştır. FiGE ye göre Malatya daha iyi bir performansla 30. sıradadır.
- İstanbul Üniversitesi’nin İSTKA desteğiyle gerçekleştirdiği, 2010-2011 verilerinden yararlanarak hazırladığı Küresel Rekabet araştırmasında, Malatya küresel rekabet endeksine göre Türkiye’de 39.,inovasyon endeksine göre 34., girişimcilik endeksine göre 41., teknolojik altyapı endeksine göre ise 16. Sırada yer almaktadır.

### **Malatya’nın Cazibe Merkezi Olma Potansiyeli**

Malatya 2007–2013 yılları arası yani IX. Kalkınma Planı Döneminde AB hibe kredilerinin öncelikli olarak verileceği 12 cazibe merkezinden biri olarak belirlenmiştir. Malatya’nın cazibe merkezi olmasında en önemli rolü organize sanayi bölgelerinin üsteleneceği düşünülmektedir. Malatya’da hâlihazırda dört sanayi bölgesi bulunmaktadır.

Malatya; bir şehrin gelişimi için gerekli altyapıyı oluşturan; kara yolu, demir yolu, hava yolu ulaşımları ile iletişim ve enerji kaynakları açısından yeterli imkânlarla sahiptir. Dahası Malatya organize sanayi bölgeleri ve istihdam imkânları ile birlikte kamu teşvik ve ilgisine de mazhar olan bir şehirdir.

Bu özellikleri dikkate alındığında Malatya'nın coğrafi açıdan iyi bir konumda olduğu söylenebilir. Bölgeler arası kesişme noktasında olması ve bir transfer şehri özelliği göstermesinden dolayı Malatya sosyal yapı açısından da çeşitlilik ve zenginlik gösterir.

1985'ten itibaren özellikle sanayide sağladığı başarılarla Malatya, bölgesindeki diğer tüm illerin toplamından daha fazla sanayi üretimi yapan ve bölgenin en gelişmiş şehri kabul edilen noktaya gelmiştir. Bu yüzdendir ki doğusundaki illerden yoğun göç almaktadır. Fakat Malatya'nın bu başarısı ve gelişmişliği coğrafi bölgesine göredir ve görecelidir. Yakın komşuları olan Kayseri, Antep, Adana gibi şehirler dikkate alındığında bu illerle benzer potansiyele sahip olan Malatya'nın bu illere benzer bir çıkış yapamaması düşündürücü ve araştırma konusudur.

Malatya; çözmesi gereken birçok sorununun varlığına rağmen, günümüzde tekstil ve gıda ağırlıklı sanayisi, kayısı ağırlıklı tarım sektörü ve sağlık ağırlıklı hizmet sektörü ile bölge ve ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Bu anlamda ülkemizin birçok bölgesinde önemli çıkışlar yapan ve bölgelerinin lokomotifi olan illerin yaptığı gibi bir benzerini Doğu Anadolu'da yapma potansiyeli en yüksek olan il Malatya'dır ve bu yönüyle cazibe merkezi olabilecek potansiyele sahiptir. Açıklanan cazibe merkezleri programında adı geçen Malatya'nın teşvik ve destelerden yararlanıp konumunu güçlendirmek için iyi bir fırsat yakalamaktadır.

Bir yatırımın ekonomik net bugünkü değeri (ENBD), belli bir iskonto oranına göre indirgenmiş giderlerinin toplamı ile indirgenmiş net gelirleri ve hurdanın bugünkü değeri toplamı arasındaki farktır.

Bu fark pozitif ise proje kabul edilir. Yani ENBD > 0 olmalıdır. Birden fazla proje olması durumunda ENBD'yi yüksek olan proje tercih edilmelidir.

### **Toplam Yatırım Maliyeti:**

$$12.379.740 \text{ TL} \times 0.8 \text{ (indirgeme katsayısı)} = 9.903.792 \text{ TL} + \text{KDV}$$

### Yıllık Toplam Vergi Öncesi Kar Beklentisi:

= Fuar Sayısı X (Fuar Gelir Beklentisi – Fuar Gider Beklentisi) X 0.8 (İndirgeme Kat.)

Malatya fuar Merkezinde en az yıllık 8 fuar organizasyonunun düzenleneceği değerlendirilmektedir. Bu karşın, ihtiyatlı olmak adına brüt kar, 5 fuar organizasyonuna göre hesaplandığında;

= 5X(497.600 TL – 292.300 TL) X 0.8

= **821.200 TL / YIL + KDV**

### Projenin Ekonomik Net Bugünkü Değeri<sup>9</sup>

$$ENBD = \frac{S_0}{(1+i)^0} + \frac{S_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{S_n}{(1+i)^n}$$

$S_0 = -9.903.792$  TL (-12.379.740,00\*0,80) - Yapım Maliyeti

<sup>9</sup>Ekonomik analizde amaç projenin genel olarak kamuya getirdiği fayda ve maliyetleri ortaya koymaktır. Ekonomik analizde takip edilecek yöntemle ilişkin önemli unsurlar şunlardır:

- Projenin ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilecektir.
- Yapım maliyetleri ile işletme gelir ve giderleri vergi vb. dış etkenlerden arındırmak amacıyla 0.8 ile çarpılarak hesaplamalarda kullanılacaktır. Maliyetler sabit fiyatlarla hesaplanacak, enflasyon hesaba katılmayacaktır.
- Projenin kamu menfaati açısından bölgesel gelişme, çevre, insan sağlığı ve verimlilik gibi konularda sağlayacağı fayda ve maliyetler mümkün olduğu ölçüde parasallaştırılarak hesaplara dâhil edilecektir.
- Projenin parasal değerinin ölçülmesi mümkün olmayan faydaları varsa belirtilecektir.
- Projenin diğer sektörlerde meydana getireceği dışsallıklar da fayda ve maliyet olarak hesaplamalara dâhil edilecektir.
- Analizde net fayda ve maliyetler kullanılacaktır. Projenin fayda ve maliyetleri hesaplanırken projenin yapılmadığı durumdaki fayda ve maliyetler analizde dikkate alınacaktır.
- Projenin Ekonomik Net Bugünkü Değeri (ENBD) aşağıdaki formülle hesaplanacaktır:

$$ENBD = \frac{S_0}{(1+i)^0} + \frac{S_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{S_n}{(1+i)^n}$$

Formülde  $S_n$ 'inci yıldaki fayda ve maliyet arasındaki farkı (net fayda),

i indirgeme oranını simgelemektedir. n projenin ekonomik ömrüne eşittir.

i ekonomik analizde yüzde 9 alınacaktır

Yıllara göre Net Fayda Hesaplaması yapılırken, son beş yılın 2013-2018 Mayıs dönemi için Merkez Bankası Enflasyon Hesaplayıcı Modülüne (<http://www3.tcmb.gov.tr/enflasyoncalc/enflasyonyeni.php>) göre yıllık hesaplanan yıllık ortalama enflasyon % 9,6 referans alınarak yıllık Net Fayda değerlemesi yapılmıştır.

#### 20 Yıllık Net Fayda Beklentisi (Sn)

<b>S<sub>0</sub></b>	<b>- 9.903.792,00 ₺</b>
<b>S<sub>1</sub></b>	<b>821.200,00 ₺</b>
<b>S<sub>2</sub></b>	<b>900.035,20 ₺</b>
<b>S<sub>3</sub></b>	<b>986.438,58 ₺</b>
<b>S<sub>4</sub></b>	<b>1.081.136,68 ₺</b>
<b>S<sub>5</sub></b>	<b>1.184.925,80 ₺</b>
<b>S<sub>6</sub></b>	<b>1.298.678,68 ₺</b>
<b>S<sub>7</sub></b>	<b>1.423.351,84 ₺</b>
<b>S<sub>8</sub></b>	<b>1.559.993,61 ₺</b>
<b>S<sub>9</sub></b>	<b>1.709.753,00 ₺</b>
<b>S<sub>10</sub></b>	<b>1.873.889,29 ₺</b>
<b>S<sub>11</sub></b>	<b>2.053.782,66 ₺</b>
<b>S<sub>12</sub></b>	<b>2.250.945,79 ₺</b>
<b>S<sub>13</sub></b>	<b>2.467.036,59 ₺</b>
<b>S<sub>14</sub></b>	<b>2.703.872,10 ₺</b>
<b>S<sub>15</sub></b>	<b>2.963.443,82 ₺</b>
<b>S<sub>16</sub></b>	<b>3.247.934,43 ₺</b>
<b>S<sub>17</sub></b>	<b>3.559.736,13 ₺</b>
<b>S<sub>18</sub></b>	<b>3.901.470,80 ₺</b>
<b>S<sub>19</sub></b>	<b>4.276.012,00 ₺</b>
<b>S<sub>20</sub></b>	<b>4.686.509,15 ₺</b>

### Ekonomik Net Bugünkü Değeri (ENBD) Analizi

Yıl	$S_n/(1+i)^n$
0	- 9.903.792,00 ₺
1	753.394,50 ₺
2	757.541,62 ₺
3	761.711,57 ₺
4	765.904,48 ₺
5	770.120,47 ₺
6	774.359,67 ₺
7	778.622,20 ₺
8	782.908,19 ₺
9	787.217,78 ₺
10	791.551,09 ₺
11	795.908,25 ₺
12	800.289,39 ₺
13	804.694,66 ₺
14	809.124,17 ₺
15	813.578,06 ₺
16	818.056,47 ₺
17	822.559,54 ₺
18	827.087,39 ₺
19	831.640,16 ₺
20	836.218,00 ₺
<b>Toplam ENBD</b>	<b>5.978.695,64 ₺</b>

ENBD 5.978.695,64 TL >0 olduğundan projenin 20 yıl ekonomik ömrü dikkate alındığında yapılan Ekonomik Analize göre Malatya Fuar Merkezi Projesinin fizibil olduğu değerlendirilmektedir.

## XI. FİNANSAL ANALİZ

### Mali Net Bugünkü Değeri (MNBD)<sup>10</sup>

$$MNBD = \frac{S_0}{(1+i)^0} + \frac{S_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{S_n}{(1+i)^n}$$

### 20 Yıllık Net Fayda Beklentisi (Sn)

S <sub>0</sub>	- 12.379.740,00 ₺
S <sub>1</sub>	1.026.500,00 ₺
S <sub>2</sub>	1.125.044,00 ₺
S <sub>3</sub>	1.233.048,22 ₺
S <sub>4</sub>	1.351.420,85 ₺
S <sub>5</sub>	1.481.157,26 ₺
S <sub>6</sub>	1.623.348,35 ₺
S <sub>7</sub>	1.779.189,79 ₺
S <sub>8</sub>	1.949.992,01 ₺
S <sub>9</sub>	2.137.191,25 ₺
S <sub>10</sub>	2.342.361,61 ₺
S <sub>11</sub>	2.567.228,32 ₺
S <sub>12</sub>	2.813.682,24 ₺
S <sub>13</sub>	3.083.795,74 ₺
S <sub>14</sub>	3.379.840,13 ₺
S <sub>15</sub>	3.704.304,78 ₺
S <sub>16</sub>	4.059.918,04 ₺

<sup>10</sup>Finansal analizin amacı projeyi işletecek idare açısından karlılık düzeyini ortaya koymaktır. Finansal analizde takip edilecek yöntemle ilişkin önemli unsurlar şunlardır:

- Projenin ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilecektir.
- Sadece nakit girdi ve çıktılar hesaba katılacaktır. Amortisman gibi nakit akışına sebep olmayan maliyet unsurları analizde dikkate alınmayacaktır.
- Analizde net fayda ve maliyetler kullanılacaktır. Projenin fayda ve maliyetleri hesaplanırken projenin yapılmadığı durumdaki fayda ve maliyetler analizde dikkate alınacaktır.
- Maliyetler sabit fiyatlarla hesaplanacak, enflasyon hesaba katılmayacaktır.
- Projenin Mali Net Bugünkü Değeri (MNBD) aşağıdaki formülle hesaplanacaktır:

$$MNBD = \frac{S_0}{(1+i)^0} + \frac{S_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{S_n}{(1+i)^n}$$

Formülde S<sub>n</sub>'inci yıldaki fayda ve maliyet arasındaki farkı (net fayda),

i indirgeme oranını simgelemektedir. n projenin ekonomik ömrüne eşittir.

i finansal analizde yüzde 12 alınacaktır

<b>S<sub>17</sub></b>	<b>4.449.670,17 ₺</b>
<b>S<sub>18</sub></b>	<b>4.876.838,50 ₺</b>
<b>S<sub>19</sub></b>	<b>5.345.015,00 ₺</b>
<b>S<sub>20</sub></b>	<b>5.858.136,44 ₺</b>

### Mali Net Bugünkü Değer (MNBD) Analizi

Yıl	$S_n/(1+i)^n$
0	- 12.379.740,00 ₺
1	916.517,86 ₺
2	896.878,19 ₺
3	877.659,37 ₺
4	858.852,38 ₺
5	840.448,40 ₺
6	822.438,80 ₺
7	804.815,11 ₺
8	787.569,07 ₺
9	770.692,59 ₺
10	754.177,75 ₺
11	738.016,80 ₺
12	722.202,15 ₺
13	706.726,39 ₺
14	691.582,25 ₺
15	676.762,63 ₺
16	662.260,58 ₺
17	648.069,28 ₺
18	634.182,08 ₺
19	620.592,46 ₺
20	607.294,05 ₺
<b>Toplam MNBD</b>	<b>2.657.998,19 ₺</b>

MNBD 2.657.998,19 TL > 0 olduğundan projenin 20 yıl ekonomik ömrü dikkate alındığında yapılan Finansal Analize göre Malatya Fuar Merkezi Projesinin fizibil olduğu değerlendirilmektedir.

## **XII. RİSK DEĞERLENDİRMESİ**

Projeler, geleceği öngörü niteliğinde olması nedeniyle, geleceğin belirsizliğinden kaynaklanan risklere maruz kalmaktadır. Yapılan analizinden de görüleceği gibi yatırımın karşılaşacağı en önemli risk faktörü talep tahminlerindeki sapmalardır. Hesaplamalarda talep tahminleri bölgenin ekonomik ve sosyal yapısı dikkate alınarak analiz edilmiş olmasına rağmen, genel ekonomik konjonktürdeki yaşanacak olumsuzluklar yatırımın geri dönüş süresini uzatabilmektedir. Ancak fuar işletecek firmanın belediye Kültür A.Ş. olması dolayısı işletme sadece fuardan gelecek gelirlere bağlı kalmamaktadır. Bununla birlikte fuarlara olan talebin azalması sonucu sabit maliyetler aynı kalırken değişken maliyetler düşmektedir. Fuar A.Ş.'nin yıllık ana faaliyet konusu dışı gelirleri sabit maliyetlerini karşılamak için yeterli düzeydedir.

Karşılaşılabilecek riskler sıralanırsa,

1. Sonuca ulaşamama riski: yatırımın Malatya Büyükşehir Belediyesi tarafından yapılması dolayısı yaşanacak herhangi bir olumsuz koşulda, yatırım kamu kaynakları ile tamamlanması olanağı bulunmaktadır.
2. Gecikme riski: yatırımın gecikmesine nedeni olacak riskler belirlenmiş ve Malatya Büyükşehir Büyük Şehir Belediyesi tarafından bu riskler çözüme kavuşturulmuştur. Yatırımın ihale aşamasında yaşanacak sorunlar KİK kurallarının belirlediği bekleme süreleri içinde çözülecektir.
3. Bütçeyi aşma riski: yatırım esnasında bina inşaat maliyetinde yaşanacak artışlar yatırımın en önemli riskleri arasındadır. İnşaat maliyetinde yaşanacak riskler yapılacak ihale ve anlaşma sonucunda yüklenici firma tarafından üstlenilecektir.
4. Kapasitenin yeterince tahmin edilememesi: yapılacak olan yatırım orta ölçekli bir fuaye alanını (İzmir fuarı D hol kiralama alanı) kapsamaktadır. Talebin yüksek olması durumunda fuar merkezin açık alanı kullanım olanağına sahip bulunmaktadır.
5. Yetersiz işletme sermayesi ile çalışılması: yatırım bittikten sonra fuar alanını işletecek firmanın mali gücü ile işletme giderleri karşılanabilecektir.
6. Projenin nitelikli yürütülememesi: Büyükşehir Belediyesi bünyesinde hem proje yürütme anlamında hem tecrübeli proje uzmanları bulunmakta ve hem de yapılacak inşaat çalışmasının ihale dokümanlarının hazırlanmasından işin yapılarak kabulünün yapılması süreçlerini de yönetecek nitelikte teknik personeli mevcuttur. Proje için personeller arasından bir ekip oluşturulacak ve belirlenen dönemlerde proje paydaşlarımız ile toplantılar yapılarak proje bilgilendirmesi yapılacaktır. Bu nedenle



proje yönetiminde destekleri ile CMAP amaç ve hedefleri doğrultusunda nitelikli gerçekleştirilecektir.

7. Fuarlara katılımın yeterli olmaması: Organizasyonlara katılımcılarla ilgili Kültür A.ř ve proje ortaklarımızın bağlantıları ve firma havuzu oldukça geniştir. Hem nceki organizasyonlarda edinilen tecrübe ve nitelikli programlar firmalarda memnuniyet düzeyini gittikçe arttırmış ve her sonraki organizasyona katılım oranı ve niteliği de gittikçe artmıştır. Yine proje paydaşlarımızın ve kurumumuzun kararlılığı fuarlara katılımın öngörülenin üstünde olmasını sağlayacaktır.

### **XIII. EKLER**

#### **EK:1**

#### **Malatya Yeni Fuar Alanı Firma Anketi**

(\* İşareti ile başlayan sorular zorunludur.)

**\*Firma adı**

---

**\*Yetkilinin adı soyadı**

---

**Çalışan sayınız**

---

**2017 yılı yaklaşık cironuz**

---

**Firma/Tesisin bulunduğu mevki**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

- Malatya Merkez
- 1.OSB
- 2.OSB
- İlçeler

**İhracat yapıyor musunuz?**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

- Evet
- Hayır

**Firmanın faaliyet gösterdiği sektör**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

- İmalat
- Ticaret
- Hizmet

**Firmanızın ana pazarlama kanalları nelerdir**

(Bir ya da birden çok seçim yapabilirsiniz.)

- Doğrudan müşterilere(perakende)
- Doğrudan müşterilere(toptan)
- Bayiler dağıtıcılar aracılığıyla
- İşletme satış ekibi aracılığı ile
- Dijital / e ticaret

### Mal/hizmetler grubu

(Bir ya da birden çok seçim yapabilirsiniz.)

- Meyve ve Sebze Tesisleri
- Kuru Gıda
- Hayvancılık
- Makine ve Teçhizat İmalat Sanayi
- Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi
- Yapı/İnşaat Malzemeleri
- Maden ve Döküm
- Enerji Sektörü
- Sağlık
- Turizm

### Yurt içi / yurt dışı fuarlara katılıyor musunuz?

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

- Evet
- Hayır

### Malatya'da yapılan fuarlara katılmama nedenleriniz

(Bir ya da birden çok seçim yapabilirsiniz.)

- Yüksek maliyet
- Zaman ayıramama sorunu
- Organizasyon için gerekli işgücü eksikliği
- Uzaklık ve ulaşım sorunları
- Faydasına inanmıyoruz
- Alanın yeterli olmaması
- Fiziki altyapı sorunları
- Hedef kitlenin olmaması

### Malatya dışındaki fuarlara katılmama nedenleriniz

(Bir ya da birden çok seçim yapabilirsiniz.)

- Zaman ayıramama sorunu
- Organizasyon için nitelikli işgücü eksikliği
- Uzaklık ve ulaşım sorunları

- Faydasına inanmıyoruz
- Yeterli bütçenizin olmaması
- Fuar desteklerinden yararlanamama
- vize, izin vb. problemler

**Malatya'da stant açarak katılımcı olduğunuz fuarları alt alta yazınız**

---

---

---

**Malatya dışında stant açarak katılımcı olduğunuz fuarları alt alta yazınız**

---

---

---

**Ziyaretçi olduğunuz fuarları alt alta yazınız**

---

---

---

**Ticari fuarlara katılım amacınız?**

(Bir ya da birden çok seçim yapabilirsiniz.)

- Tanıtım ve pazarlama
- yeni ve mevcut müşteriler ile birebir iletişim ve işbirliği yapma imkanına sahip olma
- rakipleri yakından tanıma fırsatı bulma
- sektördeki teknolojik yenilikleri takip etmek ve bilgi paylaşımında bulunma

**İlde yeni bir fuar merkezi kurulsa katılmayı ister miydiniz**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

- Evet
- Hayır

**Yapılacak fuar merkezi sizce şehir içi bir lokasyonda mı olmalı?**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

- Evet
- Hayır

**Bölgenizde bir fuar merkezi kurulmasının bölgenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına faydalı olacağını düşünüyor musunuz**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

Evet

Hayır

**Bölgenizde bir fuar merkezi kurulmasının Firmanıza bir katkıda olacağını düşünüyor musunuz?**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

Evet

Hayır

**Malatya'da bir fuar merkezi kurulması için bölgenin altyapısı uygun mudur.**

(Sadece bir seçeneği işaretleyiniz.)

Evet

Hayır

**Bir yıl içerisinde kaç defa fuarlara ziyaretçi olarak katılırsınız?**

---

**Bir yıl içerisinde kaç defa fuarlara stant açarak katılırsınız**

---

**Size Malatya'da kurulacak fuar merkezine 1 yılda kaç ziyaretçi gelir**

---

**Size Malatya'da kurulacak fuar merkezine 1 yılda kaç fuar organize edilir**

---

**Malatya'da inşa edilecek olan fuar merkezinde hangi alanlarda fuarların açılmasını istersiniz?**

(Bir ya da birden çok seçim yapabilirsiniz.)

Yapı

Mobilya

Turizm

Tarım

Gıda

Diğer( başka hangi fuarlar Malatya da yapılabilir)

## EK: 1-1

### ANKET SONUÇLARI

<u>Firma/Tesisin bulunduğu mevki</u>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Malatya Merkez	<b>49</b>	<b>71,01 %</b>
Organize sanayi bölgeleri	12	17,39 %
İlçeler	2	2,89 %
Şehir Dışı	6	8,69 %

<u>Yurt içi / yurt dışı fuarlara katılıyor musunuz?</u>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Evet	<b>47</b>	<b>68,11 %</b>
Hayır	22	31,88 %

<u>Firmanızın ana pazarlama kanalları nelerdir?</u>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Doğrudan müşterilere(perakende)	<b>44</b>	<b>34,1 %</b>
Doğrudan müşterilere(toptan)	27	20,93 %
Bayiler dağıtıcılar aracılığıyla	24	18,6 %
İşletme satış ekibi aracılığıyla	28	21,7 %
Dijital / e ticaret	5	3,87 %
Diğer (belirtiniz)	1	0,77 %

<b><u>Ticari fuarlara katılım amacınız?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Tanıtım ve pazarlama	<b>31</b>	<b>31,63 %</b>
yeni ve mevcut müşteriler ile birebir iletişim ve işbirliği yapma imkanına sahip olma	20	20,4 %
rakipleri yakından tanıma fırsatı bulma	19	19,38 %
sektördeki teknolojik yenilikleri takip etmek ve bilgi paylaşımında bulunma	27	27,55 %
Diğer	1	1,02 %

<b><u>Malatya'da yapılan fuarlara katılmama nedenleriniz?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Yüksek maliyet	19	16,52 %
Zaman ayıramama sorunu	12	10,43 %
Organisasyon için gerekli işgücü eksikliği	18	15,65 %
Uzaklık ve ulaşım sorunları	4	3,47 %
Faydasına inanmıyoruz	5	4,34 %
Alanın yeterli olmaması	15	13,04 %
Fiziki altyapı sorunları	18	15,65 %
Hedef kitlenin olmaması	<b>22</b>	<b>19,13 %</b>
Diğer	2	1,73 %

<b><u>Malatya dışındaki fuarlara katılmama nedenleriniz</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Zaman ayıramama sorunu	25	17,36 %
Organisasyon için nitelikli işgücü eksikliği	20	13,88 %
Uzaklık ve ulaşım sorunları	18	12,5 %
Faydasına inanmıyoruz	7	4,86 %
Yeterli bütçenizin olmaması	<b>27</b>	<b>18,75 %</b>
Fuar desteklerinden yararlanamama	25	17,36 %
Döviz kurlarının yükselmesi	13	9,02 %
vize, izin vb. problemler	8	5,55 %
Diğer	1	0,69 %

<b><u>İlde yeni bir Fuar Merkezi kurulsa katılmayı ister miydiniz?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Evet	<b>61</b>	<b>92,42 %</b>
Hayır	5	7,57 %

<b><u>Yapılacak yeni Fuar Merkezi sizce şehir içi bir lokasyonda mı olmalı?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Evet	<b>47</b>	<b>70,14 %</b>
Hayır	20	29,85 %

<b><u>Bölgenizde bir Fuar Merkezi kurulmasının bölgenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına faydalı olacağını düşünüyor musunuz</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Evet	<b>63</b>	<b>95,45 %</b>
Hayır	3	4,54 %



<b><u>Bölgemizde bir Fuar Merkezi kurulmasının firmanıza bir katkıda olacağını düşünüyor musunuz?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Evet	59	89,39 %
Hayır	7	10,6 %

<b><u>Malatya'da bir Fuar Merkezi kurulması için ilin yeterli altyapı ve kapasitesi mevcut mu ?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Evet	45	69,23 %
Hayır	20	30,76 %

<b><u>Malatya'da inşa edilecek olan fuar merkezinde hangi alanlarda fuarların açılmasını istersiniz?</u></b>	<b>Sayı</b>	<b>Oran</b>
Yapı	41	18,8 %
Mobilya	39	17,88 %
Turizm	21	9,63 %
Tarım	36	16,51 %
Gıda	35	16,05 %
Doğal Taş	10	4,58 %
Bilişim	22	10,09 %
Diğer( başka hangi fuarlar Malatya da yapılabilir)	14	6,42 %

## EK-2

### MALATYA FUAR ALANI FİZİBİLİTE ÇALIŞMASI

<u>ADI SOYADI</u>	
<u>KURUM</u>	
<u>TELEFON</u>	
<u>E-MAIL</u>	

#### Paydaş Analizi Görüşme Soruları :

1. Sizce bölgede bir fuar merkezi kurulmasına yönelik ihtiyaç var mı? Varsa; neden böyle bir merkez Malatya'da kurulmalı?
2. Malatya'da gerçekleştirilen fuarlar MişmişPark Fuar Alanı yerleşkesi ve belediye yanında çadırdaki gerçekleştiriliyor.Sizce bu yerleşkeler yeterli mi,avantaj ve dezavantajları nelerdir. Ne tür iyileştirmeler yapılabilir.
3. Bir fuar merkezi ihtiyaç varsa bu şehir merkezinde bir lokasyonda mı kurulmalı, değil ise sizin öneriniz.
4. Malatya'da kurulacak fuar alanı başka hangi amaçlarla da kullanılabilir?
5. Kurulacak fuar merkezinin Malatya'nın bölgesel bir çekim merkezi olmasına katkı sağlayacağını düşünüyor musunuz?
6. Kurulacak bir fuar merkezinin uluslararası fuarlara ev sahipliği yapma imkânı olur mu? Bölgede böyle bir potansiyelin varlığına inanıyor musunuz?
7. Sizce Malatya'da kurulacak fuar merkezi için, ziyaretçiler ve katılımcılar için konaklama, yeme, içme tesislerinin yeterliliği ve ulaşım açısından, yeterli altyapı mevcut mudur? Burada bir sorun olacağını düşünüyor musunuz?
8. Malatya'da kurulacak bir fuar merkezinin bölgenin sosyal ve ekonomik gelişmesine faydalı olacağına inanıyor musunuz? Eğer faydalı olacaksa, nasıl bir faydası olacağını düşünüyorsunuz?
9. Sizce kurulacak olan fuar merkezi genellikle hangi amaçlar için kullanılacaktır? Burada hangi fuarlar gerçekleştirilebilir.
10. Sizce Malatya'ya kurulacak fuar merkezi ve gelecekteki organizasyonlar açısından en avantajlı yönleri neler?
11. Bu yatırımların uzun vadeli olduğu düşünüldüğünde Malatya'nın ve bölgenin bu yöndeki gelişim potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz?
12. Diğer görüşler
13. Malatya yılda kaç fuara ev sahipliği yapabilir? Bu fuarlara ilişkin tahmini katılım düzeylerini aşağıda belirtir misiniz?

*(Malatya'da düzenlenebilecek fuarlar hangileri olabilir? bu fuarlara tahmini stand açan işletme sayısı kaç olur? bu fuarlara gelen ziyaretçi sayıları ne kadar olur? bu fuarlara katılan işletmelerin yüzde kaçını sizce Malatya firması olur? yüzde kaçını yakın şehir firması olur? yüzde kaçını ulusal yüzde kaçını yabancı olur? tahmini?)*

Fuar Adı	Fuara Katılan İşletme Sayısı	Fuar Ziyaretçi Sayısı
	Toplam: Malatyalı: % Yakın İl : %	Toplam:

	Ulusal : % Yabancı: %	
	Toplam: Malatyalı: % Yakın İl : % Ulusal : % Yabancı: %	Toplam:
	Toplam: Malatyalı: % Yakın İl : % Ulusal : % Yabancı: %	Toplam:
	Toplam: Malatyalı: % Yakın İl : % Ulusal : % Yabancı: %	Toplam:
	Toplam: Malatyalı: % Yakın İl : % Ulusal : % Yabancı: %	Toplam:
	Toplam: Malatyalı: % Yakın İl : % Ulusal : % Yabancı: %	Toplam:

## Paydaş Görüşleri –Yüz Yüze Görüşme

### Üniversite Paydaş Görüşü

Malatya’da çok amaçlı bir fuar alanının kurulmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Böyle bir araştırmanın yapılması Malatya’da fuarcılık alanında ilk kuruluşun yapıldığı dönemde olması gerekirdi. Yıllardan beri süre gelen Fuarcılık hizmetleri Malatya’nın ekonomisine katma değer yarattığı bir gerçektir. Malatya’nın merkezi konum itibari ile Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinin kesişim yeri, şehrin kalkınmışlık düzeyi, nüfus yapısı ve en önemli özelliği olan Kayısının tanıtımı açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, fuarlar bölgesel ve uluslararası kültürel ve ticari faaliyetlerin gelişmesine de etki eden faaliyetlerdir.

Fuar alanları kurulduğu bölgede tanınır alanlardan oluşmalıdır. Her faaliyet alanı için farklı merkezlerde kuruluş yeri belirlenmesi ekonomik açıdan uygun olmayacağı düşünülmektedir. Öte yandan her faaliyet alanı için farklı alanların tespit edilmesi şehircilik açısından da uygun

olmayabilir. Mişmiş Park öteden beri Malatya için fuar alanı olarak bilinmektedir. Şehir planlamacıları ve şehir yöneticilerin planlarını uzun vadeli yapabilmiş olduklarında, bu alanda daha faydalı ve ekonomik alanların oluşturulması mümkün olabilir.

Belediye yanında oluşturulacak olan ve ya yapılması planlanan bir fuar alanının;

- 1- Çok amaçlı kullanıldığı durumda araba park sorunu yaşanması muhtemel bir sorun olarak gözükmektedir.
- 2- Belediye binası, bildiğim kadarı ile, uluslararası bir kuruluşun sponsorluğunda mimari ödül alan bir binadır. Proje durumunu bilmemekle birlikte, Mimari projenin yapılışından binanın çevre düzenlenmesinin dikkate alınmış olacağını düşünmekteyim. Proje sahibinin binanın görünümünü etkileyebilecek yeni yapılaşmaya, telif haklar açısından ne derece uygun olduğunun değerlendirilmesi gerekmektedir. Proje sahibinden izin alınması konusunda endişeler olabilir.
- 3- Öğrendiğim kadarı ile belediye yerleşkesi etrafında Cami, Şehir kütüphanesi, şehir müzesi gibi binaları yapılması planlanmaktadır. İkinci maddede açıklanan telif hakkı konusu da geçerli olmak koşulu ile fuar alanının aynı yerleşkeye yapılması bina yoğunluğunun artmasına bağlı olarak ortaya çıkacak park sorunu, insan yoğunluğu ve mimari açıdan mevcut durum ile karşılaştırıldığında şehri temsil etmeyen görünüm ortaya çıkabilir.
- 4- Mişmiş park alanının uygun proje ve fuarın programlarının planlaması ile gelecek için bir fuar merkezi olabileceği düşünülmektedir.
- 5- Fuar alanlarını belli bir merkezde yapılması herkes tarafından tanınan ve bilinen bir yer olacağı için fuarın bulunduğu şehrin gelişme potansiyelini ve yönünün belirlenmesinde yardımcı olur

Fuar alanları şehirlerin aynası durumundadır, kurulduğu şehrin kültür mirasını ve ticari hayatını yansıtır. Şehir merkezinde yapılan bir fuar merkezi, genişleme imkânı olmadığından gelecekteki Malatya'nın görünüm ve gelişimi için engel olabilir. Ayrıca fuar alanları, bulunduğu şehrin genişleme yönünü belirler. Malatya Batı yönünde yeterince genişlemiştir. Uzun dönemde şehrin genişlemesi ve yeni yerleşim alanlarının açılması için şehrin doğu yönünde de genişlemesi gerektiği düşünülmektedir. Şehir merkezinde kurulacak bir fuar merkezi kısa vadede ekonomik olduğu düşünülse de, her faaliyetin farklı fuar alanlarında

kurulması uzun dönemde maliyetleri artırabilir veya faaliyetlerden bazılarının daha sönük geçmesine neden olabilir. Bu nedenle, her türlü faaliyetlerde kullanılacak tek bir fuar alanının kurulmasının doğru olacağını, bunun yeri olarak, gerekli düzenlemeler yapılmak suretiyle Mişmiş Parkın uygun olacağı düşünülmektedir.

Öte yandan farklı alanlarda oluşturulan fuar merkezleri uzun vadede yapılması düşünülen ihtisas fuarlarının açılmasını önleyebilir. Fuarcılıkta yatay fuarcılığın gelişmesi dikey ( ihtisas) fuarcılığın gelişmesine de neden olabilir. Bu nedenle uzun dönem için yer seçimi önem kazanmaktadır.

Tekstil alanında gelişme gösteren organize sanayi bölgesinin tanıtımı için Malatya sanayi fuarı daha geniş kapsamlı olarak kullanılabilir. Ancak bu konuda teknolojik gelişmelerin daha fazla olması gerekmektedir.

Tek bir fuar alanının genel amaçlı olarak kullanılması mümkün olduğunda, uzun vadede uzmanlaşmış fuarlara dönüştürülebilecek olan alanlar;

- Tekstil-hazır giyim-halı,
- Taşıt araçları ve yan sanayi,
- Gıda ve gıda teknolojisi,
- Toprak sanayi,
- Mobilya sanayi,

Fuarları yöresel veya bölgesel olarak başlayıp uzun dönemde ulusal düzeyde fuarlara dönüştürülebilir.

Belirli bir alanda sadece fuar alanı olarak kullanılacak bir yer olduğunda, farklı fuarcılık faaliyetleri için kullanılması durumunda çekim merkezi olabilir. Dağınık ve farklı yerlerde alanlar kurulması yerine tek bir fuar alanının kurulması ve her türlü fuarcılık faaliyetlerine hizmet edebilmesi bu amaç için uygun olabilir.

Kısa dönemde uluslararası fuarcılık hizmetinin verilmesi, Malatya İlinin özellikli mal veya hizmet üretiminin olmayışı dolayısıyla mümkün görülmemektedir. Ancak, farklı fuarcılık alanında verilen hizmetlerinden elde edilecek bilgi birikimleri gelecekte özellikli bir alanda Uluslararası Fuarcılık hizmeti verilebilir.

Yeterli sayıda konaklama olduğunu düşünülebilir. Gelecekte ortaya çıkacak talebe bağlı olarak yeni konaklama arzı sunulabilir.

Evet, fuarcılık hizmetlerinin bölgenin sosyal ve kültürel gelişmesi ile ekonomik gelişmeye katkısı olabileceği düşünülmektedir. Ancak, faaliyetlerin etkin bir şekilde planlanıp denetlenmesi gerekmektedir. Örneğin, tarım fuarında genellikle düşük fiyatla tarım ürünleri satılırken denetimin yetersiz olması nedeniyle sahte veya katkı maddelerin fazla olduğu ürünler satıldığından uzun dönemde toplumda güven unsurunun azalması talebi de azaltabilir.

Mevcut tarım fuarı, Kitap fuarı ve kayısı fuarının devam edilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Bu fuarların dışında, yukarıda açıklanan fuarlar gerçekleştirilebilir.

Fuarlar düzenledikleri şehir, bölge ve ülkeler açısından birçok fırsatlar. Fuarların kurulduğu bölgelerde insan hareketliliği artacağı için sosyal ve kültürel paylaşımlarda artış meydana gelir. Bunun yanı sıra, fuarlar sayesinde bölgede bir ticari hareketlenme olmakta ve sonucunda ekonomik katma değer oluşmaktadır. Fuar süresince bölgede bulunan katılımcı ve ziyaretçilerin konaklama ve yeme içme ihtiyaçlarını karşılama zorunluluğu bölgede ekonomik bir girdinin sağlanmasına ve orada faaliyet gösteren birçok işletmenin gelirinin artmasına yardımcı olmaktadır. Bütün bunlara ek olarak bölge halkının fuar aktivitelerinden yararlanması ve sosyalleşme fırsatlarının olması da fuarların Ücretleri, salon ve stant kiralama, istihdam harcamaları, nakliye maliyetleri ile bunun yanı sıra otel ve konaklama harcamaları, yerel turistik eğlence ve restoranların gelirleri yer almaktadır.

## **İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü**

Son yıllarda yapılan fuar sayısına baktığımızda yeni bir fuar merkezi kurulmasına ihtiyaçtır. Büyükşehir Belediyesinin bu konuda ciddi bir deneyimi var. Bu iş yapılacaksa oturmuş bir tesis içerisinde yapılmalı. Ayrıca coğrafi açıdan Malatya'nın merkezi bir konumu (kuzey-güney, doğu-batı yollarının aksında bulunması)var. Mesela son birkaç yıldır Van'da turizm fuarı düzenleniyor, kimse gidemiyor, gitmek istemiyor veya lojistik sebeplerle zorlanıyor. Malatya için bu engel yok. Bakanlığın da desteklediği bu fuar Malatya'ya kaydırılabilir. Kaydırmak da şart değil, Malatya ayrı bir fuar açar. Bunu sadece turizm olarak düşünmemek lazım; Malatya her türlü fuar için, ulaşım ve lojistik açısından, avantajlı konumda diğer uzak doğu illerine göre. Ayrıca doğudaki kentlere de merkezi konumda.

Çadırın avantajı olabilir mi? Çadır olacak iş mi? Ben cenaze çadırına dahi tahammül edemezken (sabit yerler olmalı) fuar çadırda yapılır mı? Bir kere yağmurda-karda ortalık berbat oluyor; insanlar geldiğine de geleceğine de pişman oluyor. Her türlü altyapının

sağlandığı tesisler olmalı. Bu hem bir prestij hem katılımcılar için cazibenin artması anlamına gelebilecektir. Ben birçok kurumun çadır meselesi yüzünden gelmek istemediğini düşünüyorum. Diğer husus çadır ortamında hijyeni sağlayamazsınız. Bilhassa fuarda yiyecek stantları oluşturulmuşsa. Şahsen ben bugüne kadar oralardan 50 gram bir şey almadım, almam. Hijyen olacak. Bunu kapalı ve modern tesisle sağlayabilirsiniz.

Artık şehrin içi dışı diye bir yer kalmadı. Şu anki Yeni Cami/İnönü Heykelinin bulunduğu çarşıda bir yer zaten mümkün değil. Yıllardır Malatya'nın her yerine toplu taşıma araçlarıyla giden birisi olarak, İnönü Üniversitesine giden yerde, arada bir yerde, alan seçimi, yani şehrin doğusunda, yapılmalı. Nedenini bilmiyorum ama Malatya merkezinden batı tarafına trafik daha zor akıyor. Mişmiş Parka olmaz çünkü orası tabiat parkı bildiğim kadarıyla. İzin çıkmayabilir ilgili kurumlardan.

Başka amaçla pek kullanılacağını sanmam. Sadece fuar gibi etkinlik sayısı artırılıp etkin biçimde kullanımı sağlanabilir. Şüphesiz fuar düzenlemek için fuar düzenlemenin anlamı da yok. Kazanç getirecekse, amaca uygunsa yapılmalı.

Olacağını düşünüyorum. Ama bir şartla: Fuar alanının yönetimini ehil ellere teslim ederseniz. Yoksa mesele sadece bina meselesi değil. Bina yapılır ama onu işletecek elemanlar fuar işletmesi alanında hiçbir vasfı olmayan çapsızlardan seçilirse Barselona spor hayali kurarken Eleşkirt spora razı olursunuz.

An itibarıyla imkansız diyorum. Uluslararası olabilmeniz için bu alanda deneyimi olan kadro artı çok iyi bir İngilizce hâkimiyetine sahip kadro gerekiyor. Bu, Malatya'da şu anda yok.

Olmaz. Hatta mevcut tesisler için bir avantaj söz konusu. Bana göre son yıllarda Malatya'da gereğinden fazla konaklama tesisi yapıldı. Elimde doluluk oranları yok ama deneyimimle biliyorum.

Olacaktır olmasına ama işi doğru yaparsanız (ihtiyaca uygun, çok iyi tasarlanmış tesisler artı vasıflı kadroyla yönetim) fayda görürsünüz. Basit bir hesap yapın: Fuara dışarıdan bin kişi gelse, günde en az üç bin çay içer, üç öğün yemek yer. Belki gelen birileri Malatya'da iş kuracak, istihdam yaratacak; belki bizim firmalar dışarıya bir şeyler satacak. Ama tüm bu işler, bir çay servisi bile, doğru dürüst yapılacak. Sosyal gelişme dersiniz, pek sanmam. O ayrı bir hikâye!

Malatya'nın ana ekonomik sektörleri sanıyorum tekstil ve gıda. Ekonomik verilere bakarak hareket etmek lazımdır. Ama diğer alanlarda (örneğin bilişim, teknoloji geliştirme vb.) açılıp yatırım teşviki yapılabilir. Turizm fuarı da olur çünkü son 15 senede nispi geliri artan Türk vatandaşları, eskiye kıyasla, seyahat ediyor. Turizmi sadece Malatya'ya gelen yabancı olarak algılamayın. Çok ciddi bir yerli turizm potansiyeli var artık. Yerli turist yabancı turist kadar para harcayamasa da, geziyor.

Bir kere insanlar “Malatya ve fuar” sözcüğüne aşına olacaklar. Bu bile yetmez mi?

Tek başına hiçbir şey hiçbir yeri geliştirmez ama gelişim denen şeyin bir organizasyon ve “halkalar bütünü” olduğunu unutmamalıyım. Malatya bana, mevcut görüntüsü itibarıyla, pek gelişecek bir şehirmiş gibi gözüküyor. Hayal görmemek lazım gelmektedir. Önce mevcudu korumak lazımdır. Doğma büyüme buralı bir insan olarak Malatya insanının genel yapısının gelişmeye müsait olmadığını gözlüyorum. Gelişecek olan gidip başka yerde gelişiyor zaten. Bunun nedenleri burada tartışılacak bir şey değil ama tespitim bu.

Bu konuda en doğru fikri Malatya Belediyesinin fuarcılık biriminden alacağınızı düşünüyorum çünkü onlar yıllardır bu işi yapıyorlar. Turizm açısından bakarsanız 1 fuar yeterli, bilemediniz 2. Üçüncüsü israfa girer.

Malatya'da Doğu + Güneydoğu Anadolu turizm fuarları düzenlenebilir. Şu anda yabancı katılımcı olacağını hiç sanmıyorum çünkü son yıllarda Malatya'da yabancı turist sayısı ihmal edilecek düzeyde aza düştü. Yerli rakamı konusunda da fikrim yok. Ancak 20-25'i geçeceğini sanmam. Fuarlara resmi kurumlar da katılabiliyor ama bunun ticarete zerre faydası olmuyor. Mesela Malatya yaklaşık 20 sene EMITT fuarına katıldı; oradan bugüne kadar değil bir (yanlış okumadınız bir, rakamla 1) turist dahi gelmedi. Sebebi, fuarda stant açmak ticaret erbabın işidir; resmi kurumların değil. Bu işler stant etrafında tandır ekmeği dağıtmakla, davul çalıp halay çekmekle olmuyor. Çünkü oraya gelen ticaret yapmaya geliyor.

Belki fuar Malatya'daki seyahat acenteleri için de kendilerini gösterebilecekleri bir ortam yaratır.

### **Malatya Ticaret ve Sanayi Odası**

-İhtiyaç var. Doğu Anadolu Bölgesinin batısı, İç Anadolu Bölgesinin doğusu, kuzey-güney olarak da orta bölgede özellikle Doğu Anadolu için nispi bir cazibe merkezi konumundadır.



Yapılan fuarlara talepler yeterli seviyede sayılır. Bu nedenle uygun bir konumda sabit bir fuar alanına ihtiyaç vardır.

- Mişmiş park alanı nispeten yeterli olsa da Belediyenin yanındaki alan otoparkı yeterli değil.
- Belediyenin yanındaki arsanın komple altı 2 kat kapalı otopark yapıp üstü de sabit fuar alanı yapılabilirse ulaşım yönünde de daha iyi olur.
- Evet. Muhakkak katkı sağlar.
- Özellikle Ortadoğu ülkeleri, İran, Türki Cumhuriyetler için evet.
- Ulaşım konusunda Malatya'nın herhangi bir sıkıntısı yok.
- Başta ticaret ve üretimin, istihdamın, turizmin gelişmesine faydalı olacağını düşünüyorum.
- Genel Ticaret fuarları, ihtisas fuarları gerçekleştirilir.
- Doğu Anadolu'ya, Ortadoğu'ya hitap etmesi, Marmara ve Ege Bölgesi için doğuya hitap etmesi avantajlı yönleridir.
- İyi değerlendiririm. Malatya Doğu Anadolu'dan çok göç alıyor.

### **Malatya Büyükşehir Belediyesi**

Kesinlikle ihtiyaç vardır. Neden ise; Malatya sorusuna gelince ilimizin coğrafi olarak bir kavşak noktasında bulunması, kurulan organize sanayi bölgeleri ile sanayileşmede önemli yol kat etmiş olması, yapmış olduğu fuarlarla fuarcılık konusunda yetki belgesine sahip olan şirketi ve güçlü altyapısı olan bir ekibi bünyesinde bulundurması ve çevresinde günü birlik fuar ziyareti yapılabilecek 7 ile komşu olması bölgesel fuarlar merkezi konusunda ilimizin başlıca avantajlarıdır.

Mişmiş park fuar alanının tek avantajı sabit bir yerleşke olmasıdır diğer tüm fuar kriterleri göz önüne alındığında dezavantajlar ortaya çıkmaktadır.

Şehre uzak olması, kurulduğu yıl şartlarında ve ziyaretçi yoğunluğu hesaplandığında belki yeterli olan ancak gelişen fuarcılık sektörünün ihtiyaçlarına artık cevap vermeyen bir konumda olması, sosyal alt yapılarının düşünülmemiş olması, iklimlendirme sisteminin olmaması gibi konularda yetersiz kalmaktadır.

Yukarda belirtilen şartlardan dolayı ve yapının mevcut durumundan dolayı bu alana yapılması düşünülen iyileştirmeler kaynak israfı olacaktır. İyileştirmeden ziyade yeni bir alanın belirlenen eksiklikleri düşünerek yapılması daha mantıklı olacaktır

İlimizde mevcut olan fuar kültürüne göre tasarlanacak alanın şehir merkezine yakın bir lokasyonda kurulması daha mantıklı olacaktır.

İlçe tanıtım günleri, çocuk şenliği, bilim şenliği, istihdam ve kariyer günleri, turizm etkinlikleri, vakıf ve STK kermes etkinlikleri, resim sergileri, outlet günleri gibi birçok etkinlik planlanabilir.

Kesinlikle çünkü fuarcılıkta önemli yol almış olan kurumumuz yaptığı fuarlara ilave olarak yapmayı planladığı fuarlarla doğu ve güneydoğuda bir çekim merkezi olacak ve bu çalışmalar ilimizi her konuda bir cazibe merkezi haline getirecektir.

Hali hazırda yapmış olduğumuz tarım ve kitap fuarlarımız geldikleri konum itibariyle uluslararası hüviyet kazanmaya başlamıştır dolayısıyla kurulacak yeni fuar alanında başta turizm olmak üzere yabancı yatırımcılara hitap edecek fuarların yapılması mümkün olacaktır. Bu konu ile ilgili çalışmalarımızda mevcuttur.

Malatya yatak kapasitesi açısından bölgemizin en zengin ilidir.(Ramada, Hilton, Anemon, Divalin Hotel gibi 5 yıldızlı otellerin yanında 4 ve 3 yıldızlı otelleriyle yaklaşık 5000 yatak kapasitesi mevcuttur dolayısıyla konaklama konusunda herhangi bir sıkıntı yaşanmayacaktır.

Yapılan mevcut fuarlarla ilin ekonomik gelişimine önemli bir katkı sağlanmaktadır. Kitap ve tarım fuarı baz alınacak olursa bu fuarlarda il dışından 20 binin üzerinde ziyaretçi gelmektedir bu ziyaretçilerin tamamı konaklama ve alış veriş yapmakta olup ilimizin turizm açısından önemli bölgelerini ziyaret etmektedirler bu ziyaretlerin orta ve uzun vadede ilin tanıtımı açısından önemi çok büyüktür.

Genellikle fuar amacı güdülmelidir gerçekleştirilebilecek fuarlar:

- Tarım,
- Yapı ve dekorasyon,
- Kitap ve kültür fuarı,
- Turizm fuarı,
- Gıda fuarı,
- İstihdam fuarı,

- Turizm fuarı,
- Eğitim ve kırtasiye fuarı,
- Evlilik ve çeyiz fuarı,
- Sağlık fuarı,
- Anne baba çocuk fuarı,
- Otomobil fuarı,
- Sanayi ve ticaret fuarı

Malatya sürekli değişen ve gelişen bir potansiyele sahip olduğundan ve sanayileşmenin artması Malatya'ya kurulması planlana 2. Üniversitenin faaliyete geçmesi ile Malatya bölgenin fuar merkezi olması açısından bölgenin en avantajlı ili konumundadır.

Yukarıda belirtilen tüm hususlar dikkate alındığında yapılacak olan yer ve sosyal donatıları iyi planlana bir fuar merkezi ile doğu ve güneydoğu bölgesinin altyapı, güvenlik, gelişmişlik ve sanayileşme yolunda önemli bir konumda olan ilimiz hızlı bir sıçrama ile bölgemiz ve ülkemizin önemli bir cazibe merkezi konumuna gelecektir

### **Malatya Valiliği**

1. Büyükşehir Malatya'nın bölgede çekim merkezi olabilmesi, bölgenin parlayan yıldızı olabilmesi için tabii ki İlin potansiyeli, sosyo-ekonomik gelişmişliği ile orantılı bir Fuar merkezine ve o fuarın büyük illerdeki fuarlarla rekabet edebileceği bir anlayışla organize edilmesi gereklidir.
2. İlimizde Mişmiş Park Fuar Alanında ve Büyükşehir Belediye binasının yanında bulunan alanda geçici (çadır) yapılarda fuar organize edilmektedir. Bu yerleşkeden Mişmiş Park Fuar Alanı kapalı olarak yeterli gözüксе de sosyal donatıları, otoparkı, ulaşım sorunları (giriş-çıkış) yönünden yeterli değildir. Fuarın fiziki büyümesiyle birlikte bir gelişme göstermemiştir. Belediye yanındaki çadır ise sadece fuardan ziyade panayır organizasyonu görüntüsü vermektedir. En basit Tuvalet-Lavabo ihtiyacı ya yakındaki Küçük Cami'nin WC'sinden veya yakınında bulunan alışveriş merkezinin WC' sinden giderilmektedir.
3. İlimizdeki fuar organizasyonlarında sektörel fuarlar Mişmiş Parkta, alışveriş amaçlı fuarlar (panayır) ise halkın ulaşım sorunu yaşamaması ve yakınındaki AVM, Park ve

Sanat Sokağının ziyaretçilerinden faydalanmak suretiyle Çadır da yapılmaktadır. Bu ikilem durumu bir çözüme kavuşturmak gerekir.

4. Fuar merkezine ihtiyaç var demiştik, halen mevcut bir fuar alanı hatta 2. Alan da (Çadır Fuar) var, hatta Şeker Fabrikası alanına bir fuar alanı kurulması da gündemdeydi ancak özelleştirme gerçekleşmediği ve Fabrika alanında sportif tesisler yapılması nedeniyle alanın da daraldığını düşünüyorum. Yani askıya alındı.

Başka da bir alan şimdilik yok. O zaman Mişmiş Park Fuar alanını yeniden revize ederek en başta ulaşım sorununu çözerek (Eğer mümkünse Tranbüs hattını Fuar alanı içerisine indirmek) özel araçlarıyla gidiş gelişler için daha geniş yol, otopark, çevreyolundan rahat giriş-çıkışlar (Viyadük, Altgeçit, büyük sorun olan WC-Lavabo, Mescit, Lokanta, Kafeteryaların fuara yakışır şekilde yapıp hizmete sunulması gerekir. Fuar alanının yanındaki alanlar özel sektör tarafından (Okul, Düğün Salonu ve Gıda deposu) kapatılmış durumdadır. Eğer bu fuar alanından istifade edilecekse bu yapılaşmanın önüne geçilmelidir.

1. Malatya'da başka bir fuar alanı kurulması gerekir mi? önce bunu netleştirelim, kurulacaksa nerede kurulmalı, mevcut fuarlardaki sıkıntı yeni fuar alanında olmamalı.
2. Ülkemizdeki ve bölgemizdeki fuar anlayışında tanıtımın yanında satış ta olmalı zihniyeti hakim bu nedenle sektörel fuarların yanına alış veriş stantları, kültürel etkinlikler, müzik dinletileri, sergileri içeren etkinlik alanlarını da monte edersek fuara ziyaretçi sayısında artış ve bir hareketlilik sağlanır.
3. Kurulacak veya mevcut fuar merkezinin iş ve işlevine bağlı bir durum söz konusudur. Büyük düşünürsek bölgede açılmayan fuarları ilimize çekebilirsek o zaman bölgesel çekim sağlayacak bir fuara kavuşmuş oluruz.
4. Malatya da gerçekleştirilen veya gerçekleştirilecek fuarın Uluslararası bir organizasyona dönüştürülmesi uluslararası firmalarla işbirliği ile olur. Bölgemizde ne yazık ki uluslararası işbirliğini sağlayacak cılız organizasyonlar yapılmakta. Bu anlayışla belirtilen hedefe ulaşılması zor gözüküyor.
5. İlimiz fuar, kongre ve daha büyük sosyal kültürel ve ticari organizasyonları konaklama, yeme içme tesisleri ve diğer sosyal donatılarla kaldıracak kapasitededir.

6. Malatya da kurulacak bir fuar merkezinin bölgesel ve ekonomik gelişmeye faydası tartışılmaz. Kentin ticari, sanayi ve kültürel gelişimine ve kongre turizmine olumlu katkıları olacaktır.
7. İlimiz de yılın belirli aylarında bir takım fuarlar gerçekleştirilmektedir. Bunların dışında ilimiz OSB’de üretim yapan firmaların sektörel dağılımına göre ağırlık hangisinde ise onların görüşleri alınarak mesela tekstil iplik, gıda gibi fuarlar düşünülebilir. En önemlisi Malatya Kayısı ihracatı önemli bir girdi kayısı ihracatı ve perakende sektör için diğer gıda ürünleri Pestil, Kuru meyve, bulgur, süt ürünleri ve ilimizin önemli diğer gıda ürünlerinin önünü açmak düşüncesi ile ambalaj fuarı yapılması gerekli, uluslararası gıda fuarı gerekli.
8. Avantajlarımız komşu illerimizde Gaziantep hariç diğer illerde organize bir fuar yok. İlimizde konaklama, ulaşım, altyapı sorunu yok. İlin tarihi ve turistik değerleri, Gastronomisi önemli bir avantaj.
9. Bu yatırımlar her yıl üzerine bir şeyler eklenerek daha büyüyerek, gelişerek işletilirse ile katkısı olumlu olacaktır.
10. Belirttiğimiz fikirlerin haricinde İlimizde güçlü bir Fuar organizasyonu gerçekleştirmek istiyorsak, İlimizin bölgesinde veya ülkemizdeki fuar pastasından pay alabilmesini istiyorsak yerel imkânlarla yaptığımız fuarlarla bu hedefi yakalayamayız. Malatya da ki mevcut fuar alanını veya yeni yeni bir fuar alanını ulusal bir fuar markasıyla (TÜYAP, CNR, vs.) birlikte yeniden organize ederek ve işletmesini bu ulusal markaya vererek başarı sağlayabiliriz.

Bu karşılıklı anlaşma ile gerçekleştirilecek bir organizasyon olacaktır. Nasıl ki ülkemizdeki AVM’ler doğuda en uç ilde de açılacak batıda en büyük ilde de açılacak işletmesi tek elden yürütülünce bütün markaların doğudaki bir AVM de zorunlu olarak yer aldığını görüyoruz, işte fuar organizasyonu da böyle bir anlayışın işletme elinin değmesi gerekir.

### **Malatya Ticaret Borsası**

- Yerelin elini güçlendirmek için Malatya’da yeni bir fuar merkezine ihtiyaç duyulmaktadır.
- Mevcut alanlar kapasiteyi kaldırarak kadar yeterli değil

- Vagon onarım fabrikası fuar alanına dönüştürüle biliniir, üniversitenin karşıısı, kuzey çevre yolu üzeri,
- Şehir merkezinde bir fuar alanında ulaşım çok sağlıklı bir şekilde sağlanması gerekir.
- Yapılan fuarların özelliklerine göre lokasyon önemli
- Kitap fuarı önemli, yazarla ve okuyucular bunu takip ediyor.
- Malatya'nın tekstili var ama fuarı yok
- Malatya otel kapasitesi ve belediyenin donatıları ve imkanları ile uluslararası fuar gerçekleştirebilir.
- Malatya'da kurulacak fuar alanı, şehrin ekonomisine çok önemli katkı sağlayabilir. Şehrin kültürünü etkileyecek ve kültürel transfer sağlayabilecektir.
- Enerji fuarı, sağlık fuarı, turizm fuarı düzenlenebilir.
- İklim, insan gücü, kapasite, şehrin sosyal donatıları ve alt yapısı Malatya'nın en önemli avantajlarındanıdır.
- Kayısı fuarı Fransa'da yapılıyor Malatya'da da yapılabilir.
- Yapılan fuarlardan turizm bakanlığı gibi ulusal düzeyde destek almak gerekmektedir.
- Reklam ve sosyal medya fuarlar için önem taşımaktadır.

### **MASİAD Paydaş Görüşü**

- Bölgenin yeni fuar merkezine ihtiyacı bulunmaktadır
- Sağlıkta iyi durumdayız, üç organize sanayi sitesi olması, 2. Ordu Malatya'da, ikinci üniversitenin kurulacak olması, ürün eşitliliği
- Eski fuar alanları yetersiz, fuar alanı yerleşkenin dışında olmalıdır, belediyenin yanında olan trafik oluşturur. Belediyenin yanında olan alanda çadırda yapılıyor ve bu çok uygun değil. Mışmış fuar alanında park alanı bile yok.
- Fuar alanı şehir merkezinden uzakta yapılmakta
- Sivas yolunda, sevgi evlerinin üstlerinde, şoför okulu civarı, beler deresinin öbür tarafı, TEDAŞ'ın karşı bölgesi yeni fuar alanı olabilir.
- Diğer fuar alanlarında kullanılan fonksiyonlar bu fuar alanında da kullanılabilir. Fuarlar çeşitlenebilir.
- Fuar merkezi Malatya'yı bir çekim merkezi yapmaz ve uluslararasılaştırmaz.
- Malatya yeterli altyapıya sahiptir.

- Yeni fuar alanının kurulması ekonomik ve sosyal hayata katkısı olur, otel sayısı artar, turizme katkısı olur.
- Malatya'nın gelişim potansiyeli bulunmaktadır.
- Fuar alanına gelecek olan eğer fuar ile ilgili ise fuar merkezine uzakta olsa gelir. Fuar alanının merkezde olması uygun değil.
- Fuar merkezi modern bir bina olmalıdır.

### **MUSİAD Paydaş Görüşü**

- Malatya'nın kesinlikle yeni bir fuar merkezine ihtiyacı vardır.
- Mevcut fuar alanları yetersidir. Bölgeye hitap edecek yeni fuar alanlarına ihtiyaç duyulmaktadır.
- Yeni fuar alanı şehre yakın ama kenarında kurulabilir.
- Otogar yanı veya otogarın yıkılarak yerine, otogar arkasında tren garına kadar olan yer, belediye kamulaştırarak kuzey çevre yoluna yakın bir yerde yeni fuar alanı kurulabilir.
- Yeni fuar alanı afet sonrası toplanma merkezi olabilir, sportif etkinlikler gerçekleşebilir. Sivil savunma maçlı kullanılabilir.
- Yeni fuar merkezi Malatya'yı çekim merkezi olma konumunu güçlendirir.
- Yeni fuar merkezi uluslararası fuarlara imkân tanıyabilir, Afrika, Rusya, Çin ABD ve Ortadoğu ülkelerinde katılımcı ve ziyaretçi çekebilir.
- Altyapımız fazlasıyla yeni fuar alanını destekleyecek kapasitededir.
- Yeni fuar alanı ekonomik ve sosyal alanda büyük katkısı olacaktır.
- Malatya'nın tarihi geçmişi, coğrafyası ve yemek kültürü, konaklama imkanları Malatya'yı avantajlı konuma getirmektedir.
- Yeni kurulacak fuar alanı sadece Malatya için değil bölgeye yönelik olmalıdır. Çünkü bölgenin 4-4 ilinin ticareti Malatya'dan yapılmaktadır. Malatya'nın potansiyeli bölgenin fuar ve ticaret merkezi olmasına hem müsait hem de olanaklarına sahiptir.

## KAYNAKLAR:

1. 20th UFI Global Exhibition Barometer / January 2018
2. [www.tepav.org.tr/upload/files/14679291229.81\\_II\\_icin\\_Insani\\_Gelismislik\\_Endeksi.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/14679291229.81_II_icin_Insani_Gelismislik_Endeksi.pdf)
3. [https://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/ar\\_07\\_2015.pdf](https://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/ar_07_2015.pdf)
4. Ahmet Turan Özbey, 6360 Sayılı Yasaya Göre Oluşturulan Büyükşehirler, Üzerine Bir Araştırma ve Malatya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Bahçe Şehir Üniversitesi, İstanbul, 2016
5. Fahrettin Engin, CBS Yardımı İle Toplu Konut Alanları Yer Seçimi; Malatya Örneği, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Elazığ, 2015
6. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Stratejik Planı
7. Mehmet Zeki Hedekoğlu, Toplu Taşımada Trolleybüs Sistemi Ve Malatya Örneği, Bahçe Şehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2015
8. Ayda GÖK, Hakan TUNA, Turizm Pazarlaması Açısından Malatya İlinin Potansiyelinin Belirlenmesi, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 15 (24): 01-11, 2013
9. İbrahim Halil Kaymaz, Malatya Şehri'nin Mekânsal Gelişimi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş, Haziran - 2014
10. Avşar Baş, Uluslararası Fuarların Katılımcı İşletmelere Etkileri: MARMOMACC Taş Tasarımı Ve Teknolojisi Fuarı Katılımcı İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme, Anadolu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 2014
11. Barış Demirci, Ebru Arslaner, Fuar Organizasyonlarının Yerel Ekonomiye Ve Tekrar Gelme Niyetine Etkileri: Bursa Örneği, Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi, Cilt 4, No 2, 2012 ISSN: 1309-8012 (Online)
12. Malatya Valiliği İl Brifingi
13. 2015-2019 dönemi Malatya Büyükşehir Belediyesi Stratejik planı
14. <https://www.iaee.com/expo-expo-2018/>
15. <http://www.expodatabase.com/aussteller/>
16. <http://fka.gov.tr/>
17. <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/index.aspx>



18. Boran Toker, İzmir ilinin ihtisas fuarları bakımından arz potansiyeli ve mevcut durumun değerlendirilmesi, Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review 7 (2) 2007: 421-443
19. Deniz Senem Celep, Pazarlama İçinde Fuarcılığın Yeri, İşletmelerin Fuarcılık Faaliyetine Bakışı İle İlgili bir Uygulama, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2008
20. Elif Aksu, Küresel Bir İletişim Platformu Olarak Fuar İç Mekânları Ve Uluslararası Fuarlar Üzerinden Bir İrdeleme, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aralık 2016
21. Fatih Yücel, Ahmet Yılmaz Ata, Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarcılık: Birinci Ve İkinci Çukurova Sanayi Ve Ticaret Fuarlarının Değerlendirilmesi, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 15, Sayı 1, 2006, S.505-522
22. Irmak Aytekin, İlişkisel Pazarlama Perspektifinden İhtisas Fuarlarına Katılımın Fuar Performansına Etkisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı, İzmir-2017
23. Kerim Acartürk, Türkiye’de Fuarcılık Ve Fuarların Coğrafi Dağılımı, Coğrafya Dergisi Sayı 25, Sayfa 55-66, İstanbul, 2012
24. Kerim Acartürk, Fuar Organizasyonlarının Katılımcı Firmaların Finansal Performanslarına Etkileri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013
25. Melisa Özdemir, E-Posta Pazarlamasının, Fuar Organizasyonu Katılımcıları Olan KOBİ’lerin Davranışsal Niyetlerine Etkisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 2015
26. Murat Eryeli, Fuar Organizasyonlarında Geçici Süreli Mekân Kurgusu Ve Ziyaretçi Davranışı İlişkisinin Sentaktik Olarak İrdelenmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı, Aralık 2017.
27. <http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=yRTFbxhDDv4rSXGMt4Qw12WbHgBpJ13h8nn4WPrJ9MGvY3kQyJCp!383305713>
28. <http://www.izfas.com.tr/izfas-fuarlari>
29. <http://www.izmir.bel.tr/>
30. <http://www.malatya.bel.tr/>

31. ŞakirSarıçay,Küçük ve Orta Boy İşletmelere (Kobi) Yönelik Fuar Teşvikleri Ve Fuarların Türkiye Ekonomisine Katkısı,Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Maliye Programı Yüksek Lisans Tezi,2010