



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

NEVŞEHİR BÖLGESİNİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİNİN TURİZM
İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Akif ALAŞHAN

Danışman

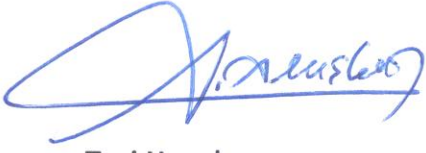
Doç. Dr. Duygu EREN

Nevşehir

MAYIS, 2018

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmada yer alan tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.



Tezi Hazırlayan

Akif ALAŞHAN

TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.



Tezi Hazırlayan
Akif ALAŞHAN



Danışman
Doç. Dr. Duygu EREN



Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Duygu EREN

KABUL VE ONAY SAYFASI

Doç. Dr. Duygu EREN danışmanlığında Akif ALAŞHAN tarafından hazırlanan “Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

30 / 05 / 2018

JÜRİ

Üye : Prof. Dr. Şule AYDIN
Danışman : Doç. Dr. Duygu EREN
Üye : Dr. Öğretim Üyesi Ömer ÇOBAN

İMZA

.....
.....
.....

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 21/06/2018 tarih ve 2018.25.43 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Dr. Öğretim Üyesi Vedat AKTEPE
Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

Kongre turizminin alternatif bir turizm çeşidi olarak Nevşehir’de değerlendirilmesi ve geliştirilmesi açısından önemli olacağını düşündüğümüz bu araştırmanın sağlıklı bir şekilde yürütülmesi ve sonuçlandırılması için desteğini ve tecrübesini hiçbir zaman esirgemeyen saygıdeğer tez danışman hocam Doç. Dr. Duygu EREN’e; değerli görüşlerini benimle paylaşan ve araştırmanın nihai şeklini almasına katkı sunan saygıdeğer jüri üyelerim sayın Prof. Dr. Şule AYDIN’a ve Dr. Öğretim Üyesi Ömer ÇOBAN’a;

İhtiyaç duyduğum her an bana yardımcı olan ve görüşlerini benimle paylaşan değerli arkadaşım Gökhan ONAT’a;

Görüşme taleplerimi kabul eden ve bana zaman ayıran tüm işletme mensuplarına; ayrıca bana her zaman destek olan, ilgisini, sevgisini ve çalışmam boyunca sabrını hiçbir zaman esirgemeyen sevgili hayat arkadaşım Merve ALAŞHAN’a yürekten teşekkür ederim.

**NEVŞEHİR BÖLGESİNİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİNİN TURİZM İŞLETME
YÖNETİCİLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ**

Akif ALAŞHAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Mayıs 2018

Danışman: Doç. Dr. Duygu EREN

ÖZET

Bu araştırmanın amacı Nevşehir bölgesinde var olan mevcut turizm potansiyelinin kongre turizmi açısından da değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesini ve hayata geçirilmesini sağlamaktır. Bu amaçla bir bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için gerekli kaynak ve uygulamalarda merkezi eğilim ölçüleri gibi istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket formu kullanılmıştır. Ankette yer alan kongre turizminin geliştirilmesine yönelik ifadeler bu konu ile ilgili geçmişte yapılan çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket, araştırma kapsamında kongre etkinliklerine hizmet sağlayan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri, özel belgeli konaklama tesisleri ile çoğu zaman etkinlikleri organize eden A grubu seyahat acentaları gibi turizm işletmelerinin üst ve orta kademe yöneticilerine yüz yüze uygulanmıştır.

Araştırma sonucunda toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı, kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri ve toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığının önemli olduğu fakat Nevşehir’de bu özelliklerin yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Doğal güzelliklere, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması, konaklama işletmelerinin sayısı, destinasyonun imajı ve güvenliği önemli olmakla birlikte Nevşehir’in bu alanlarda yeterli olduğu tespit edilmiştir. Bulgulara göre Nevşehir’de kongre ve ziyaretçi bürosu ile kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üye olmadıkları da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kongre Turizmi, Nevşehir’de Kongre, Turizm İşletmeleri.*

**THE ASSESMENT OF NEVŞEHİR CONVENTION TOURISM POTENTIAL FROM THE
POINT OF VIEW OF TOURISM BUSINESS MANAGERS**

Akif ALAŞHAN

**Nevsehir Hacı Bektas Veli University, Institute of Social Sciences, Department of
Tourism Management, Master of Science, May 2018**

Supervisor: Associate Prof. Dr. Duygu EREN

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine and put into practice several new strategies that will improve and come into prominence by evaluating the existing current potential of tourism in respect to convention tourism. For this purpose, so as to develop convention tourism in the region, statistical analysis methods such as central tendency measures have been used in the source and applications.

In the study, survey form was used as data collection method. The statements regarding the development of convention tourism in the survey have been formed by using the studies done in the previous subject. The survey was conducted face to face with the upper and middle level managers of tourism enterprises such as 4-star and 5-star hotel enterprises providing services to the convention events within the scope of the research, the accommodation facilities with private certificated, and to the A group travel agencies that mostly organise facilities.

As a result of the research, it was determined that the existence of physical spaces that enable meetings, product price alternatives for convention tourism, and the availability of technical equipment in meeting rooms are significant but these characteristics are not sufficient in Nevşehir. Along with Nevşehir's having natural beauty, historical and cultural richness, number of hospitality enterprises, image of destination and security, they are the areas that Nevşehir is sufficient. According to findings, it is found out that convention and visitor offices in Nevşehir and convention tourism companies are not members of national / international organizations in this field.

Key Words: *Convention Tourism, Convention in Nevşehir, Tourism Managements.*

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	ii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR VE SİMGELER	x
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Kongre Turizminin Tanımı ve Kavramları	3
1.2. Kongre Turizminin Tarihsel Gelişimi.....	5
1.2.1 Dünyada Kongre Turizminin Gelişimi.....	8
1.2.2 Türkiye’de Kongre Turizminin Gelişimi	15
1.3. Kongre Turizminin Özellikleri	24
1.4. Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi.....	26
1.4.1. Kongre Turizmi ve Politik Turizm	26
1.4.2. Kongre Turizmi ve Kültür Turizmi.....	27
1.4.3. Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi	28
1.4.4. Kongre Turizmi ve İş Turizmi.....	29
1.4.5. Kongre Turizmi ve Incentive (Teşvik) Turizmi	30
1.5. Kongre Turizminin Yararları	32
1.5.1. Kongre Turizminin Ekonomik Açıdan Yararları.....	33
1.5.2. Sosyo-Kültürel Açıdan Yararları.....	38

1.6. Toplantı ve Kongrelerin Sınıflandırılması	40
1.6.1. Düzenlenme Amaçlarına Göre Kongre ve Toplantı Türleri	41
1.6.1.1. Şirket Konferansları ve Toplantıları.....	42
1.6.1.2. Ulusal Dernek, Siyasi Parti ve Sendika Toplantıları	46
1.6.1.3. Uluslararası Birlik Kongreleri.....	47
1.6.2. Katılanların Milliyetlerine Göre Kongreler	48
1.6.2.1. Ulusal Kongreler.....	48
1.6.2.2. Uluslararası Kongreler.....	49
1.6.3. Katılımcı Sayısına Göre Toplantı Türleri	50
1.7. Kongre Turizminde Örgütlenmeler	52
1.7.1. Uluslararası Kongre Örgütleri.....	53
1.7.2. Kongre ve Ziyaretçi Büroları.....	56
1.7.3. Kongre Organizasyon İşletmeleri	58

İKİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZM DESTİNASYONLARI VE NEVŞEHİR BÖLGESİNİN KONGRE TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. Kongre Turizmi Destinasyon Seçim Özellikleri	61
2.2. Kongre Merkezlerinin Özellikleri.....	62
2.3. Dünya Kongre Turizm Destinasyonları	68
2.4. Türkiye'nin Kongre Turizm Potansiyelinin Analizi	76
2.5. Kongre Turizmi Arz Unsurları ve Nevşehir'in Değerlendirilmesi	87

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM İŞLETMELERİNİN BAKIŞ AÇILARIYLA NEVŞEHİR'DE KONGRE TURİZMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	95
3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları	96
3.3. Araştırmanın Yöntemi	96
3.3.1. Evren ve Örneklem.....	96
3.3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı.....	97
3.4. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi	97
3.5. Araştırmanın Bulguları	97
3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	97

3.5.2. Kongre turizminin geliştirilmesi açısından belirtilen özelliklerin ne derece önemli olduğunun değerlendirilmesi	100
3.5.3. Kongre turizmi açısından belirtilen özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğunun değerlendirilmesi	109
SONUÇ	121
KAYNAKÇA	128
ÖZGEÇMİŞ	136



KISALTMALAR VE SİMGELER

BAKA: Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı

CIC: Convention Industry Council

DMAI: Destination Marketing Association International

EFCT: European Federation of Convention Towns

IACB: International Association of Convention Bureaus

IAPCO: The International Association of Professional Congress Organizers

ICCA: International Congress and Convention Association

IMF: International Monetary Fund

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

UIA: Union of International Associations

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

WTO: World Tourism Organization

WTTC: World Travel and Tourism Council

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: 1963-2012 Yılları Arası Toplantı Sayısı	10
Tablo 2: 1963-2012 Yılları Arası ICCA'nın Üye Sayısı	11
Tablo 3: 1963-2012 Yılları Arasındaki Toplantıların Katılımcı Sayısına Göre Yüzdelerik Dağılımı	12
Tablo 4: 1963-2012 Yılları Arasındaki Toplantıların Konularına Göre Yüzdelerik Dağılımı	13
Tablo 5: Toplantıların Ülkelere Göre Dağılımı	14
Tablo 6: Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı.....	14
Tablo 7: 2004-2013 Yılları Arası Türkiye'de Yapılan Kongre Sayıları.....	19
Tablo 8: 2004-2013 Yılları Arası Kongre Katılımcı Sayıları	19
Tablo 9: 2004-2013 Yılları Arası İstanbul'daki Kongre Katılımcı Sayıları.....	20
Tablo 10: 2012 Yılıının En Çok Kongre Düzenlenen İlk 10 Şehri	20
Tablo 11: Katılımcı Sayısına Göre Toplantıların Sınıflandırılması.....	51
Tablo 12: Toplantıların Ülkelere Göre Dağılımı	70
Tablo 13: Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı.....	72
Tablo 14: Latin ve Kuzey Amerika Bölgesindeki Toplantıların Ülkelere Göre Dağılımı.....	73
Tablo 15: Latin ve Kuzey Amerika Bölgesindeki Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı.....	74
Tablo 16: Asya Pasifik ve Orta Doğu Bölgesindeki Toplantıların Ülkelere Göre Dağılımı	74
Tablo 17: Asya Pasifik ve Orta Doğu Bölgesindeki Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı	75
Tablo 18: 2010 – 2015 Yılları Arasında Türkiye'de Gerçekleştirilen Toplantıların Aylara Göre Dağılımı	78
Tablo 19: Türkiye'nin 2005 – 2015 Yılları Arasındaki Konaklama ve Yatak Kapasitesi	79
Tablo 20: Türlerine ve Sınıflarına Göre Türkiye'nin 2014 Yılıındaki Konaklama Tesislerinin Sayısı.....	80
Tablo 21: Türkiye'nin Kongre Kapasitesi.....	85
Tablo 22: Kapadokya Dünya Mirasları Listesi'nde Yer Alan Yerleşimler.....	88
Tablo 23: Kapadokya Bölgesinin Tanıtımı İçin Katılım Sağlanan Fuarlar	94
Tablo 24: Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	98
Tablo 25: Kongre Turizminin Geliştirilmesi Açısından Belirtilen Özelliklerin Önem Derecesi	100
Tablo 26: Kongre Turizmi Açısından Belirtilen Özelliklerin Nevşehir'deki Yeterlilik Derecesi	109

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: 1963-2012 Yılları Arası Toplantı Sayısı, 5'er Yıllık Periyotlar Halinde	10
Şekil 2: 5'er Yıllık Periyotlara Göre ICCA Üye Sayısı (Veriler Yıl Bazında Ayrıştırılmamıştır)..	11
Şekil 3: Tahmini Toplam Katılımcı Sayısı	12
Şekil 4: 2015 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Toplantıların Katılım Türüne Göre Dağılımı	21
Şekil 5: 2015 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Toplantıların Katılım Türüne Göre Dağılımı	22
Şekil 6: 2015 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Toplantıların Konularına Göre Dağılımı	22
Şekil 7: Uluslararası Toplantıların Bölgelere Göre Dağılımı	69



GİRİŞ

Dünya genelinde, hizmet ekonomisi içerisinde yer alan turizm endüstrisi, 20. yüzyıldan bu yana ekonomik ve sosyal getirisi yüksek olmasından dolayı en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden biridir. Bugün birçok ülke, turizmi ulusal ve bölgesel kalkınma aracı olarak kullanmakta ve her geçen gün bu pazardan pay almak isteyen veya mevcut payını arttırmak isteyen ülkelerin sayısı artmaktadır. Ortaya çıkan rekabet ortamında turizmden beklenti içerisinde olan ülkeler yeni turistik destinasyon ve ürünler bulma yoluna girmişlerdir. Bu gelişmeler turizmi tatil turizmi içerisinde alışlagelmiş olan belirli mevsimler ve kıyı bölgeleri dışına taşımaya çalışan çabalara dönüştürmüştür. Yayla turizmi, termal turizm, özel merak turizmi, golf turizmi, kongre turizmi, av turizmi, kültür turizmi vb. turizm türleri turizmin farklı mevsim ve bölgelere yayılması çabaları sonucu ortaya çıkmış olan alternatif turizm çeşitleri arasındadır. Bunlar arasında kongre turizminin, kongreye gelen katılımcıların tatilci turiste nazaran daha yüksek harcama gücüne ve eğilimine sahip olması, kamuoyu ve lobi oluşturmak adına da kullanılabilir olması gibi nedenlerden ötürü daha güçlü ekonomik ve politik etkiler yarattığı görülmekte, dolayısıyla bu anlamda daha istikrarlı olan kongre turizmi diğer alternatif turizm çeşitlerine göre daha fazla teşvik edilmektedir.

Kongre turizminin faydaları sadece harcamalarla ölçülmemektedir. Kongre turizminin oluşturduğu yeni iş alanları ve istihdam kapasitesi de ülkeler için ayrıca bir önem arz etmektedir. Bunların dışında kongrelere ev sahipliği yapan ülke veya bölgenin tanıtımı açısından kongre turizmi iyi bir propaganda aracı olabilmektedir (Karasu, 1990).

Bugün ülkemizde İstanbul başta olmak üzere Antalya, İzmir ve Ankara kongre turizminin yaygın olduğu şehirlerdir. Ancak kongre turizminde de diğer turizm türlerinde olduğu gibi katılımcıların ulaşım problemi olmayan, daha az maliyetli ve yeni destinasyonlar görme eğilimi içerisinde oldukları gözlemlenmektedir. Bu anlamda eşsiz doğal oluşumları, zengin tarihi ve kültürel mirası ile kültür turları açısından oldukça popüler olan Kapadokya bölgesinde yer alan Nevşehir, kongre katılımcıları ve beraberindeki refakatçiler için ilgi ve istek uyandırabilecek bir destinasyondur. Bölgede var olan mevcut turizm potansiyelinin kongre turizmi açısından da değerlendirilerek ön plana çıkarılmasını ve geliştirilmesini sağlayacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesi ve hayata geçirilmesi halinde Nevşehir'in kültür turizmi için olduğu gibi kongre turizmi için de önemli bir destinasyon haline gelmesi mümkün olabilecektir.

Bu çalışmada alternatif bir turizm çeşidi olarak kongre turizminin tanımına, tarihsel gelişimine ve özelliklerine değinilmiş, meydana getirdiği ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerden bahsedilmiştir. Ayrıca son olarak Nevşehir'in kongre turizmindeki mevcut durumu bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin bakış açılarıyla değerlendirilmiş ve ortaya çıkan eksiklikler ile bu eksikliklerin giderilmesi için gerekli çözüm önerileri sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Kongre Turizminin Tanımı ve Kavramları

İnsanoğlu tarih boyunca dinlenmek, öğrenmek, tartışmak, oylamak veya karara varmak gibi nedenlerle birçok toplantı düzenlemiş ve bu toplantıları da sınıflandırarak her birine seminer, sempozyum, konferans, kongre gibi adlar vermiştir (Oktay, 1997).

Montgomery ve Strick (1995), toplantının bilgi alışverişi yapmak maksadıyla insanların bir araya gelmeleri için tasarlanmış konferans, çalıştay, seminer veya benzeri etkinlikler olduğunu iddia etmişlerdir. Tanımlamalarında bu toplantılar fuarları kapsamamaktadır (Lee ve Park, 2002).

Farklı şekillerde organize edilen toplantılar ve tanımları şöyledir (Davidson, 1996'dan aktaran Dölalan, 2008):

Toplantı: Birden fazla insanın ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelmesi.

Konferans: Görüşlerin resmi olarak bildirilmesi veya toplanan insanlar tarafından genel fikirlerin tartışılması.

Sempozyum: Birçok uzmanın belirli bir konu hakkında (turizm, müzik, sanat gibi) kısa bildiriler sunduğu toplantılardır.

Zirve: Yüksek düzeydeki görevliler (devlet başkanları gibi) arasındaki toplantı.

Kolokyum: Uzman akademisyenlerin belirli bir konuda konuşmalar yaptıkları ve konu ile ilgili soruları cevaplandıkları toplantılardır.

Konklav: Özel veya gizli toplantılara verilen genel addir.

Konferans, sempozyum ve kongreler teknik açıdan değerlendirildiğinde çoğu zaman aynı anlamda kullanılan toplantı türleridir. Fakat konferans ve kongre kavramlarının kullanımının daha yaygın olduğu görülmektedir.

Kongre sözcüğü köken olarak “toplanma, buluşma” anlamına gelen Latince “Congressus” kelimesinden gelmektedir. Günümüzde benzer anlamı olarak sempozyum, konferans, seminer ve meeting gibi kelimeler de kullanılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nde parlamentonun bir kısmına “kongre” denilmesi dolayısıyla, uluslararası literatürde kongreler için yaygın olarak “convention” ifadesi kullanıldığı görülmektedir (Aymankuy, 2006).

Literatürde kongre kavramı birçok farklı kaynakta farklı şekillerde ifade edilmektedir. Sözlük anlamına göre kongre, çeşitli ülkelerden yöneticilerin, elçilerin, delegelerin katılmasıyla yapılan toplantılardır (www.tdk.gov.tr, 2017).

Bir başka tanıma göre kongre, bir veya daha fazla günle sınırlandırılmış ve önceden kararlaştırılmış bir program dâhilinde uzmanlık gerektiren mesleki veya bilimsel alanlarda, belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerin de katılımları ile meydana gelen bir toplantıdır (Çizel, 1999).

Arber çalışmasında literatürdeki tanımlardan yola çıkarak kongreyi daha önce tarihi, konusu ve içeriği bir program ile açıklanmış bir etkinlik olarak tanımlamıştır (Arber, 2008).

Bazı tanımlarda katılımcı sayısının da dikkate alındığı görülmektedir. Örneğin Çakıcı’nın yapmış olduğu tanıma göre kongre, katılımcı sayısının ulusal veya uluslararası düzeyde en az 300 olduğu ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunma imkânının sağlandığı büyük çaplı toplantılardır (Çakıcı, 2013).

Genel olarak tanımlardan katılımcıların çağrılı olarak mesleki, bilimsel, politik, ticari vb. konularda müzakere etmek, bilgilendirmek, değerlendirmek gibi çeşitli amaçlarla bir araya geldikleri toplantılar olduğu anlamı çıkmaktadır.

Günümüzde eğitim, siyaset, bilim, tıp ve turizm gibi birçok alanda iletişimin zorunlu olduğu ve bu iletişimin ulusal veya uluslararası düzeyde düzenlenen toplantı organizasyonları ile sağlanabileceği göz ardı edilemez bir durumdur. Bu tür toplantı organizasyonları ise, düzenledikleri bölgelerde turistik anlamda bir hareketlilik sağlamalarından ötürü “Kongre Turizmi” olgusunu ortaya çıkarmaktadır (Dölalan, 2008). Dolayısıyla kongre turizmi sadece kongre amaçlı seyahatleri değil sempozyum, seminer, panel vb. tüm toplantı etkinliklerini kapsamaktadır. Nitekim “kongre turizmi” ve “toplantı turizmi” kavramlarının literatürde sık sık birbirlerinin yerine kullanıldıkları ancak yaygın olarak “kongre turizmi” ifadesinin tercih edildiği görülmektedir.

Kongre turizmi, aynı veya farklı mesleklere mensup kişilerin sınırlandırılmış bir süre ve belirli bir program çerçevesinde mesleki, bilimsel veya belirli bir konuda bilgi alışverişinde bulunmak maksadıyla sürekli yaşadıkları veya çalıştıkları yerler dışına yaptıkları seyahat ve konaklamalardan meydana gelen olay ve ilişkilerdir (Çakıcı, 2013).

Bir başka tanıma göre ise insanların bir takım ortak konular hakkında toplu halde görüşmelerde bulunmak üzere oturdukları yerlerin dışına organize olarak seyahat etmeleri, gerektiğinde geçici konaklamalar yapacak biçimde bir yerde toplanmaları, bu esnada da dinlenmek, eğlenmek, etrafı görmek ve öğrenmek gibi eğilimlerini tatmin etme olayıdır (Aymanı, 2006).

1.2. Kongre Turizminin Tarihsel Gelişimi

Montgomery ve Strick (1995) çalışmalarında toplantıların aslında insanların var olduğundan bu yana olduğunu öne sürmektedirler. Eski kültürleri inceleyen arkeologlar, insanların bir araya gelerek toplumu ilgilendiren avlanma planları, savaş

faaliyetleri, barış anlaşmaları gibi olayları tartıştıkları ortak alanların tarihi kalıntılarına ulaşmışlardır. Bu durum uygarlıkların belirli coğrafik alanlarda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Her köy ya da şehir ortak toplanma alanlarına sahiptir. Bazı coğrafik alanlar zaman içerisinde gelişerek ticaretin merkezi haline gelmişler ve bu şehirler ticaret yapmak ya da bazı sorunları tartışmak isteyen kişiler için toplanma yerleri olarak görülmeye başlanmıştır (Weber ve Chon, 2002).

Günümüze kadar gelen süreç içerisinde soğuk savaşlar, eğitim ihtiyaçları, uluslararası örgütlenmelerin ve faaliyetlerin artması insanların daha sık bir araya gelmelerine neden olmuştur, bu gibi sebeplerden ötürü insanlar, müzakere etme, tartışma ve bilgi alışverişinde bulunma ihtiyacı duymuşlardır. Bu durum insanların bu ve benzer ihtiyaçlarını gidermek üzere toplantı, seyahat ve konaklama ihtiyaçlarını karşılamak ve bu süreç içerisinde hoş zaman geçirmelerini sağlamak amacıyla yeni girişimlerin oluşmasına vesile olmuştur. Birçok sektörde dernekleşme faaliyetlerinin ve uluslararası kongrelerin özellikle 1960 yılından itibaren hızla arttığı görülmektedir. 1960'tan itibaren modern anlamda küresel boyutta gelişmeye başlayan kongre turizmi günümüzde turizm endüstrisinin en canlı sektörleri arasında bulunmaktadır (Jubayeva, 2013).

İnsanların boş zamanlarının artması, seyahat formalitelerinin azaltılması veya kaldırılması, kişi veya ülke gelirlerinin çoğalması, hızlı ve konforlu ulaşım imkânlarının sağlanması gibi turizmin genel anlamda gelişmesinde rol oynayan etkenler aynı zamanda kongre turizminin de gelişmesini sağlamışlardır. Bu etkenlerin haricinde bilimsel ve teknolojik alanlarda yaşanan gelişmeler, artan uzmanlaşma ihtiyacı, kişilerin yeni teknolojilerden haberdar olmak, bilimsel çalışmalarını duyurmak ve bilgi alışverişinde bulunmak gibi amaçlarla bir araya gelmeleri ve ayrıca katılımcıların tüm bu süreç boyunca harcamalarının önemli bir kısmının mensubu oldukları kurumlarca ödenmesi ise kongre turizminin gelişmesine doğrudan katkı sağlayan etkenler olarak sayılmaktadır.

Kongre turizminin gelişmesini sağlayan diğer etkenler ise arz ve talep açısından olmak üzere şu şekildedir (Aymankuy, 2006):

Talep açısından;

1. Gerek ulusal, gerekse uluslararası kurum, kuruluş ve şirketlerin sayısında her geçen gün meydana gelen artışlar ve bu kuruluşların değişik nedenlerle toplantı yapma ihtiyaçları,
2. Bilimsel, teknolojik gelişmelerin (çalışmaların) ve mesleki alandaki uzmanlaşma ihtiyaçlarının artması, farklı veya aynı alanlarda çalışanların bilgi alışverişi ihtiyacı,
3. Gelişen teknoloji ve değişen tüketici alışkanlıklarına paralel olarak üretilen yeni ürünleri ve üretimine devam edilen mevcut ürünlerin pazarlanması ve tanıtım amacıyla yapılan sergi ve fuar gibi etkinliklerle birlikte, işletmenin farklı yerlerde, farklı türde toplantılar düzenlemesi,
4. Aynı veya farklı sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki ilişkiler, toplantı düzenlemesini arttıran bir özellik taşımaktadır. Aynı iş kolunda faaliyet gösteren işletmelerin bazen sektörle ilgili sorunları tartışmak, bazen de hiçbir neden olmadan olağan toplantılar düzenlemesi,
5. Aynı veya farklı meslekteki kişilerle tanışma isteği,
6. Bilimsel işbirliği yapma bilimsel araştırma sonuçlarını öğrenme,
7. Toplantı-kongre vesilesi ile yeni yerler görme isteği,
8. Toplantı ile tatil sürelerinin çakıştırılarak, toplantı öncesi ve sonrası tatil yapma isteği.

Arz açısından;

1. Kongre sarayları ve toplantı salonlarına yönelik yatırımların artması. Dünya genelinde kongre düzenlemeye elverişli kongre ve konferans merkezlerinin sayısının her geçen gün artması. Bu gelişmenin artarak sürmesi,
2. Ülkelerin kongre büroları kurmaları,
3. Toplantı düzenlemeye uygun salonları bulunan kongre otellerinin, kongre organizasyonu içerisinde verdikleri hizmetleri geliştirmeleri,

4. Kongre organizatörlerinin hizmete hazır olmaları,
5. Havaalanlarında toplantı salonları ve konaklama tesisleri gibi hizmetlere yer verilmesi,
6. Kongrelerin, turistik çekim merkezlerinde düzenlenmeleri, turlarla birleştirilerek, turistik bir olgu haline getirilmeleri,
7. Turizm sektöründe hizmet veren seyahat acentaları, konaklama işletmeleri ve ulaştırma şirketlerinin kongrecilik ile ilgili çalışmalar yapmaları, hatta bazı acentaların kongre organizasyonu alanında uzmanlaşmaları.

1.2.1 Dünyada Kongre Turizminin Gelişimi

Uluslararası Dernekler Birliği (UİA) kaynaklarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 1681 yılında Roma'da yapılan bir tıp kongresidir. Fakat politik öneminden olsa gerek, uluslararası kongreler literatüründe, 18 Temmuz 1914 ile 9 Haziran 1915 tarihleri arasında yapılan Viyana Kongresi dünyanın modern anlamdaki ilk ve en uzun kongresi olarak tarihe geçmiştir. 1860 yılına kadar dünya genelinde yılda ortalama 5 uluslararası kongre düzenlenmiş ve bu sayı 19.yy.' in ilk yarısında yılda 100' e ulaşmıştır (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

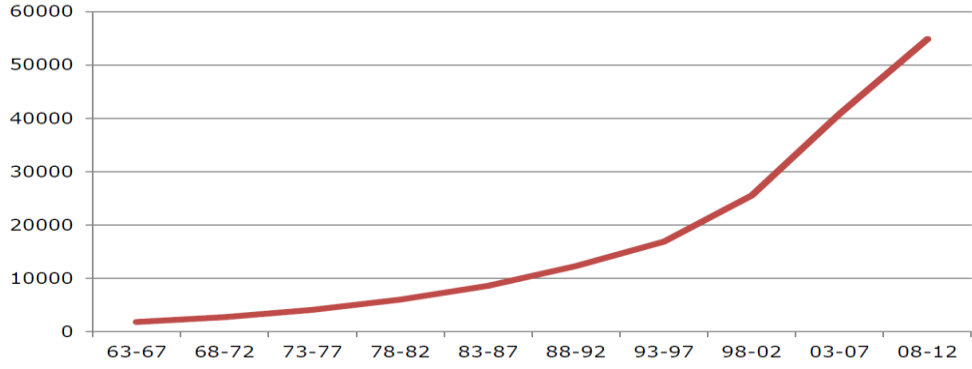
Tarihi bakımdan kökleşmiş Avrupa ile en fazla ilişki içerisinde olan Kuzey Amerika'nın doğu bölgesinde 1800'lü yılların ortalarına kadar kongre, fuar ve benzeri etkinlikler görülmemiştir. 1896 yılında Amerika'nın Detroit şehrinde bazı işadamları katıldıkları toplantı ve buluşmaların aynı zamanda toplandıkları şehir için önemli bir gelir kaynağı olduğunun farkına varmışlardır. Dolayısıyla bir anlamda toplantı ve fuar gibi etkinliklerin aslında çoğu topluluğun talep edebileceği faaliyetlere dönüştüğünü görmüşler ve tarihteki ilk örneği sayılabilecek toplantı bürosunu kurmayı düşünmüşlerdir. Aynı faaliyetleri daha sonra diğer şehirlerde de sürdürmüşlerdir (Weber ve Chon, 2002). 1895 yılında Detroitli bu iş adamlarının gazeteci Milton Carmichael'ın öncülüğünde Detroit'i bir kongre bölgesi olarak tanıtmaya karar almalarıyla günümüzdeki kongre ve ziyaretçi bürolarının temelleri böylece atılmıştır. Bu kişiler daha sonra Detroit Metro Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'nu (Detroit Metro CVB) kurmuşlardır (Özer, 2010).

Kongre turizminin asıl ciddi gelişiminin II. Dünya Savaşı sonrası başladığı görülmektedir. Bu dönemden itibaren birçok ülke bu tür toplantı etkinliklerine ekonomik fayda sağlamak maksadıyla ciddi önem göstermeye başlamış ve bu etkinlikler turizmin bir alt sektörü haline gelmiştir.

Bu savaştan sonra, özellikle uçaklar ulaşım aracı olarak bu alanda kullanılmaya başlanmıştır. Bilimsel, kültürel ve sosyal gelişmeler ile kaynakların ekonomik amaçlı kullanılması kongrelerin sayısını, dolayısıyla kongre turizmini arttırmıştır (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Dünya ticaretinin artması, yeni entegrasyonların ortaya çıkması neticesi insanların bilgi alışverişinde bulunmak ve tartışmak için bir araya gelmeleri, kongre amaçlı seyahatleri arttırmış ve kongre turizminin gelişimini hızlandırmıştır (Enes, 2013).

1960'lı yıllardan itibaren Batı Avrupa'da yavaş yavaş kongre faaliyetleri büyümeye başlamıştır. Sanayinin giderek geliştiği bu yıllarda Avrupa'da aynı zamanda bir takım uluslararası örgütler kurulmuştur. 1963'te kurulan Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği-ICCA (International Congress and Convention Association), 1964'te kurulan Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu-EFCT (European Federation of Convention Towns) ve 1968'te kurulan Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği-IAPCO (The International Association of Professional Congress Organizers) bahsedilen bu örgütler arasında yer almaktadır (Spiller, 2002).

2013 yılında Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA) tarafından yayımlanan ve 1963 ila 2012 yılları arasını kapsayan Uluslararası Toplantıların Modern Tarihi adlı raporda, 1963 yılından itibaren 2012 yılına dek düzenlenen uluslararası toplantı sayısının her yıl yaklaşık olarak % 10 oranında arttığı görülmektedir. Bu aynı zamanda, düzenlenen toplantıların sayısının her 10 yılda 2 kat arttığı anlamına gelmektedir (Kuşadası Ticaret Odası, 2014).



Şekil 1: 1963-2012 Yılları Arası Toplantı Sayısı, 5'er Yıllık Periyotlar Halinde

Kaynak: (ICCA, 2013).

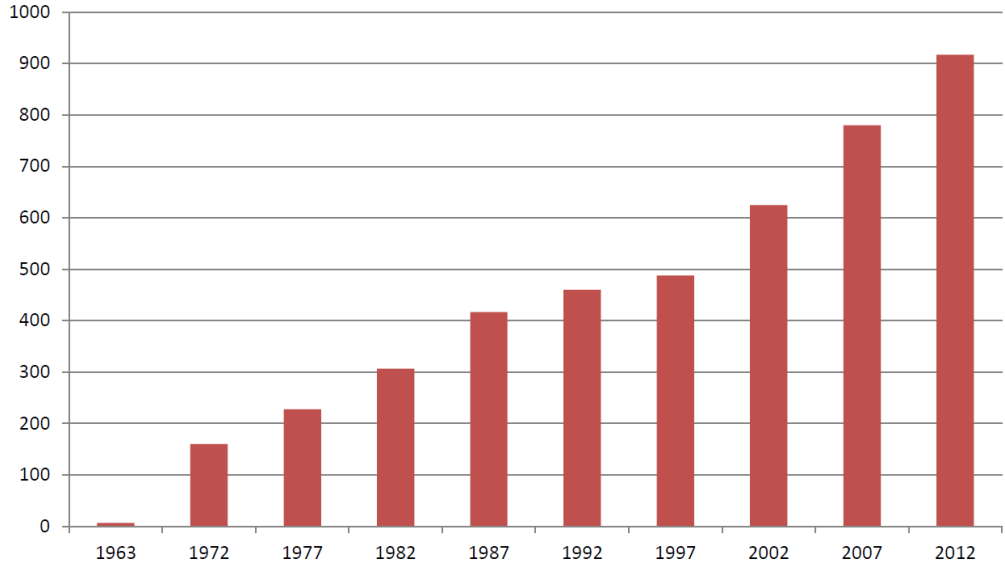
Bu verilere göre, 1963-2012 yılları arasında 173,432 adet toplantı gerçekleştirilmiştir. Bunların 1,795'i (% 1'i) 1963-1967 yılları arasında, 54,844'ü (% 31,6'sı) ise 2008-2012 yılları arasında düzenlenmiştir.

Tablo 1: 1963-2012 Yılları Arası Toplantı Sayısı

Yıl	Toplantılar
63-67	1,795
68-72	2,695
73-77	4,057
78-82	5,977
83-87	8,585
88-92	12,260
93-97	16,861
98-02	25,535
03-07	40,823
08-12	54,844
Toplam	173,432

Kaynak: (ICCA, 2013).

Bu raporda ICCA aynı zamanda birliğin son 50 yıldaki üye sayılarına ilişkin de bilgi vermektedir. Birliğin verilerine göre toplantı sayısındaki artışa paralel olarak birliğe üye sayısında da ciddi bir artış görülmektedir.



Şekil 2: 5'er Yıllık Periyotlara Göre ICCA Üye Sayısı (Veriler Yıl Bazında Ayrıştırılmamıştır)

Kaynak: (ICCA, 2013).

1963 verilerine göre henüz 7 üyesi bulunan Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği'nin 2012 yılına gelindiğinde üye sayısı 917'ye yükselmektedir.

Tablo 2: 1963-2012 Yılları Arası ICCA'nın Üye Sayısı

Yıl	Üye Sayısı
1963	7
1972	160
1977	228
1982	307
1987	417
1992	460
1997	488
2002	625
2007	780
2012	917

Kaynak: (ICCA, 2013).

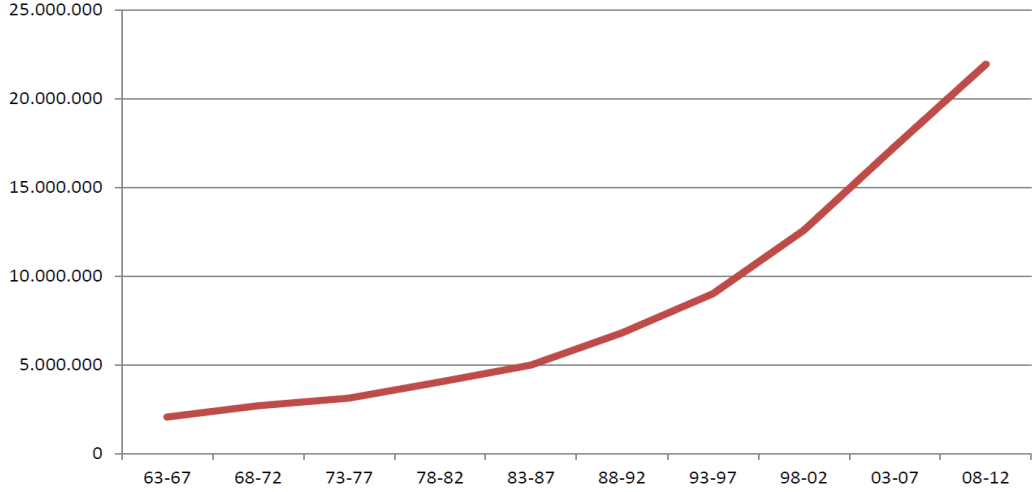
Rapora göre düzenlenen toplantılara iştirak eden katılımcıların sayısı baz alınarak yüzdelik dağılımı incelendiğinde ise son 10 yılda 50 ila 149 ve 150 ila 249 arası katılımcının olduğu küçük çaplı toplantı sayılarında önemli bir artış olduğu görülmektedir. 1963 ila 1967 yılları arasını kapsayan ilk dönemdeki oran % 9,4 iken, 2008 ila 2012 yılları arasındaki son dönemde bu oran % 34,8'e yükselmiştir.

Tablo 3: 1963-2012 Yılları Arasındaki Toplantıların Katılımcı Sayısına Göre Yüzelik Dağılımı

Kategori	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
50-149 arası	9.4%	10.8%	12.3%	14.0%	16.1%	17.6%	19.4%	24.1%	30.9%	34.8%
150-249 arası	12.5%	14.1%	15.3%	17.0%	18.5%	19.7%	19.9%	20.1%	21.4%	21.5%
250-499 arası	24.0%	25.8%	27.9%	28.7%	29.2%	29.3%	29.0%	27.6%	24.9%	23.5%
500-999 arası	24.3%	22.5%	23.4%	21.9%	20.5%	19.4%	19.0%	16.4%	13.7%	12.1%
1,000-1,999 arası	13.8%	13.9%	12.4%	11.9%	10.8%	9.1%	8.3%	7.4%	5.8%	5.1%
2,000-2,999 arası	6.4%	5.1%	3.8%	3.0%	2.6%	2.4%	2.0%	2.0%	1.5%	1.4%
3,000-4,999 arası	5.2%	4.4%	3.2%	2.1%	1.5%	1.4%	1.3%	1.4%	1.1%	0.9%
5,000-9,999 arası	3.0%	2.2%	1.1%	1.0%	0.7%	0.8%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%
10,000 ve üzeri	1.3%	1.1%	0.6%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%
Toplam	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Kaynak: (ICCA, 2013).

Toplantılara katılan tahmini kişi sayısı rakamsal olarak ifade edilecek olursa, 1963-1967 döneminde yaklaşık olarak 2 milyonu bulan katılımcı sayısı 2008-2012 döneminde 22 milyona ulaşmıştır.



Şekil 3: Tahmini Toplam Katılımcı Sayısı

Kaynak: (ICCA, 2013)

Son olarak aynı raporda 1963'ten 2012'ye kadar düzenlenen toplantıların konularına göre dağılımı da gösterilmektedir. Rapora göre son 5 yılda % 17,2 ile Tıp konulu toplantılar ilk sırada, % 14,5 ile Teknoloji konusu ikinci sırada yer almaktadır. Bunları

sırasıyla, Bilim, Sanayi, Eğitim, Sosyal Bilimler, Ekonomi, Yönetim, Ulaştırma & Haberleşme, Kültür, Ticaret, Tarım, Hukuk, Ekoloji & Çevre ve Spor konuları takip etmektedir.

Tablo 4: 1963-2012 Yılları Arasındaki Toplantıların Konularına Göre Yüzdeler Dağılımı

Toplantı konusu	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
Tip	16.5%	17.3%	17.3%	18.1%	18.5%	19.1%	19.3%	19.0%	17.7%	17.2%
Teknoloji	6.2%	6.9%	8.2%	8.8%	9.7%	10.6%	12.0%	13.3%	14.1%	14.5%
Bilim	13.3%	14.1%	15.3%	15.4%	15.1%	15.4%	15.3%	14.7%	13.8%	13.0%
Sanayi	7.7%	7.9%	8.0%	8.0%	8.2%	7.6%	7.1%	6.8%	7.2%	6.8%
Eğitim	3.8%	4.4%	4.6%	4.5%	4.5%	4.7%	5.0%	5.2%	5.5%	5.8%
Sosyal bilimler	6.2%	6.0%	6.2%	6.2%	5.9%	5.8%	5.4%	5.3%	5.2%	5.1%
Ekonomi	4.0%	4.3%	4.0%	3.7%	3.8%	3.8%	3.8%	3.9%	4.3%	4.4%
Yönetim	3.5%	3.1%	3.3%	3.0%	3.0%	2.9%	3.2%	3.3%	3.8%	3.9%
Ulaştırma ve Haberleşme	4.3%	3.7%	3.7%	3.7%	3.6%	3.3%	3.0%	2.9%	3.4%	3.6%
Kültür ve Fikirler	4.4%	3.6%	3.1%	3.1%	3.2%	3.1%	2.8%	3.0%	3.0%	3.1%
Ticaret	3.7%	3.3%	3.2%	3.2%	3.2%	3.0%	3.1%	3.0%	3.0%	3.0%
Tarım	4.9%	4.9%	4.1%	4.1%	3.6%	3.4%	3.3%	3.0%	2.8%	2.8%
Hukuk	2.8%	2.7%	2.5%	2.2%	1.8%	1.8%	1.8%	2.0%	2.3%	2.5%
Ekoloji ve Çevre	1.5%	1.7%	1.7%	1.6%	1.7%	1.7%	1.9%	2.0%	2.2%	2.4%
Spor	4.6%	4.0%	3.3%	2.8%	2.8%	2.7%	2.3%	2.0%	1.7%	1.8%
Diğer	12.7%	12.1%	11.6%	11.4%	11.4%	11.2%	10.8%	10.7%	10.1%	10.2%
Toplam	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Kaynak: (ICCA, 2013).

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği'nin (ICCA) yayınladığı bir başka rapora göre 2015 yılında dünya genelinde yaklaşık 12 bin 76 adet uluslararası kongre düzenlenmiştir. Düzenlenen kongrelerin kıtalar bazında dağılımı incelendiğinde, ilk sırayı 6 bin 565 toplantı ile Avrupa almakta, ikinci sırada her ne kadar 2 bin 627 toplantı ile Latin Amerika ve Kuzey Amerika yer almakta ise de Asya ve Ortadoğu da 2 bin 546 toplantı sayısı ile bu rakama çok yaklaşmıştır. Afrika kıtası ise 338 toplantı ile sıralamanın sonunda yer almaktadır.

Aynı raporda ülkelere göre dağılımı incelendiğinde, 925 toplantı ile ABD en popüler ülke olurken 667 toplantı ile Almanya ikinci sıradadır. Bunu sırası ile 582 toplantı ile İngiltere, 572 toplantı ile İspanya takip etmektedir. Türkiye 211 toplantı ile listede 18. sırada yer almaktadır.

Tablo 5: Toplantıların Ülkelere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	A.B.D.	925
2	Almanya	667
3	İngiltere	582
4	İspanya	572
5	Fransa	522
6	İtalya	504
7	Japonya	355
18	Türkiye	211

Kaynak: (ICCA, 2016).

Uluslararası kongrelerin şehirlere göre dağılımı incelendiğinde ise 195 toplantı sayısı ile Berlin bir önceki yılın birincisi Paris'ten liderliği almış, Paris ise 186 toplantı ile ikinciliğe gerilemiştir. Barcelona 180 toplantı ile üçüncü, Viyana 178 toplantı ile dördüncü sırada yer almaktadır. Aynı zamanda listede İstanbul ilimiz 148 toplantı ile 8. sırada, Antalya ise 27 toplantı ile 100. sırada bulunmaktadır.

Tablo 6: Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	Berlin	195
2	Paris	186
3	Barcelona	180
4	Viyana	178
5	Londra	171
6	Madrid	171
7	Singapur	156
8	İstanbul	148
100	Antalya	27

Kaynak: (ICCA, 2016).

Rapordan anlaşılacağı üzere düzenlenen toplantılar çoğunlukla Avrupa'da, özellikle gelişmiş ülke ve şehirlerde gerçekleşmektedir. Söz konusu bu bölgelerin toplantı etkinlikleri için gerekli olan çoğu alt ve üstyapı imkânlarına sahip olan bölgeler olduğu göz önünde bulundurulursa kongre turizminin gelişmişlik düzeyi fazla olan yerlerde büyüdüğü söylenebilir.

Bugün dünya turizm gelirleri toplamda 1 trilyon 75 milyon doları aşmakta ve bunun 250 milyar doları kongre turizminden elde edilmektedir. Dolayısıyla kongre turizm

gelirleri, dünya turizm gelirleri içerisinde yaklaşık % 30'luk bir paya sahiptir (TÜRSAB, 2014).

Günümüzde potansiyeli mevcut ülkelerin özellikle ekonomik getirisi, lobi oluşturma ve uluslararası alanda tanıtım imkânları göz önünde bulundurulduğunda kongre turizmini geliştirmek için bir nevi karşılıksız yatırımlar şeklinde girişimlerde buldukları ve bu amaçla kimi şehirlerini kongre şehri olarak yansıttıkları görülmektedir. Toplantı etkinlikleri genel olarak turizm endüstrisi içerisinde en hızlı gelişen alt alanlar arasındadır. En fazla vurgulanan nokta ekonomik katkısı olsa da imaj yaratma veya mevcut imajı geliştirme anlamında da oldukça önemlidir (McCartney, 2008).

Uzmanlar kongre turizmi açısından ülkelere nazaran şehirlerin daha ön plandan tutulması ve tanıtılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Kongreye ev sahipliği yapacak olan şehrin belirlenmesinde dikkate alınan kriterler genel olarak şunlardır (Eren ve Yılmaz, 2005):

- Şehrin çekiciliği (tarihi, doğal, ekonomik ve sosyo-kültürel unsurlar),
- Toplantı tesisleri ve imkânlarının standartları,
- Toplantı organizatörlerinin profesyonelliği,
- Konaklama işletmeleri türleri ve kaliteleri,
- Ulaştırma ve ulaşılabilirlik,
- Güvenlik ve sağlık,
- Yiyecek-içecek, alışveriş, rekreasyon gibi işletme ve imkanların kalitesi ve çeşitliliği,
- Sunulan hizmetin fiyata değer olması.

Kongrelerin gerçekleştirildiği destinasyonlar bu tür toplantılara tekrar ev sahipliği yapabilmek veya en çok tercih edilen bölge olabilmek için bu unsurları göz önünde bulundurmalıdırlar (Eren ve Bozkurt, 2015).

1.2.2 Türkiye’de Kongre Turizminin Gelişimi

Turizm sektörü Türkiye’de birkaç turizm çeşidi üzerinden ilerlemektedir. Bunlar arasında en yaygın bölümü deniz-güneş-kum turizmi oluştururken diğer önemli kısmını ise iş ve kültür turizmi oluşturmaktadır. Birçok alternatif turizm imkânı

bulunan Türkiye, son yıllarda bu iki ana turizm çeşidine kongre turizmini de dâhil etmeye çalışmaktadır. Yüksek kapasitesi, artan ziyaretçi sayısı ve sağladığı gelir nedeniyle kongre turizmi, giderek ilgi uyandırmaktadır. (Turizm & Yatırım Dergisi, 2012).

Türkiye birçok doğal güzele, tarihi ve kültürel zenginliğe sahip olmasının yanı sıra jeopolitik konumu, ulaşım, konaklama, yeme-içme ve diğer yan hizmetler sağlayabilmesi bakımından kongre turizmi açısından da oldukça önemli bir potansiyele sahiptir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Şu an kongre turizmi pazarı Türkiye’de halen arzu edilen seviyelere ulaşmış olmasa da oldukça hızlı bir büyüme göstermektedir. Katılımcı sayısının 500 ve üzeri olduğu uluslararası nitelikteki kongrelerin baz alındığı sıralamalarda, Türkiye'nin büyüme hızının dünya ortalamasının 2 katı olduğu görülmektedir. Kongre turizminin büyüme hızı dünyada yüzde 6 ila 10 civarında iken, Türkiye’deki büyüme hızı bu ortalamanın oldukça üzerindedir (TÜRSAB, 2014).

Türkiye uluslararası düzeydeki kongrelerle ilk defa 1969 yılında düzenlenen "Dünya Kızılhaç Kongresi" ve "Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi" ile tanışmıştır (Arslan, 2008). İlerleyen yıllarda Türkiye dünya kongre pazarındaki rekabette yer alabilmek için bazı girişimlerde bulunmuştur. 1975 yılında kurulan “Tanıtma Genel Müdürlüğü” adlı birim bu girişimlere bir örnektir. Bu birim daha sonra kongre turizmi alanındaki imkânların tanıtımını sağlamak, uluslararası kongreleri ülkeye kazandırmak ve kongrelerin organizasyonlarına yardımcı olmak üzere 1982 yılında “Kongreler ve Toplantılar Şubesi Müdürlüğü” adını almıştır (Karasu, 1985).

Bu gelişmelerden sonra bazı önemli uluslararası kongreler Türkiye’ye kazandırılmıştır. Örneğin 1993 yılında “15. Otorhinolaryngoloji ve Baş Boyun Cerrahisi Kongresi”, “Diyabet Kongresi” ve Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği’nin (ICCA) 32. Genel Kurulu olmak üzere aynı yıl içerisinde üç büyük organizasyon gerçekleştirilmiştir. Bu organizasyonlar arasında ICCA’nın genel

kuruluna katılmak üzere dünyanın 42 farklı ülkesinden kongre ve fuar organizatörleri, kongreleri getiren acentalar, kongreleri destekleyen otel, havayolu ve kongre merkezleri gibi işletme yöneticileri ile ulusal turizm bürolarının temsilcileri ülkemizi ziyaret etmiştir. Dolayısıyla bu toplantı Türkiye için ekonomik getirisinin yanında ilerleyen yıllardaki kongrelerin ülkeye kazandırılmasındaki katkıları açısından ayrı bir öneme sahiptir (Aydın, 1997).

Uluslararası kongreler anlamındaki en büyük adım ise 1996 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen "HABİTAT II-İnsan Yerleşmeleri Üzerine Birleşmiş Milletler Konferansı" ile atılmıştır. Son 20 yılın en büyük uluslararası organizasyonu sayılan bu konferans, Türkiye'nin dünya kongre pazarında adını duyurmasını sağlamıştır (Arslan, 2008).

1996 yılında hizmete açılan Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı da Türkiye için kongre turizmi alanındaki önemli gelişmelerden bir diğeridir.

Kongre turizmi için her şeyden önce bir kongre merkezi veya merkezleri yapılanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. "HABİTAT II-İnsan Yerleşmeleri Üzerine Birleşmiş Milletler Konferansı" nedeniyle yapımı tamamlanan Lütfü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı bu anlamda Türkiye'nin sahip olduğu ilk ciddi kongre merkezidir. Bundan önceki dönemlerde de İstanbul'da kongreler düzenlenmiştir fakat söz konusu bu konferans, İstanbul ve Türkiye için kongre turizminin dönüm noktası olmuştur (BAKA, 2012).

Kongre merkezi gibi yapılar, maddi kazanç gözetmeyen ve uzun vadeli yatırımlar olduğu için bu alandaki ilk yatırımlara kamu kurum ve kuruluşları öncülük etmiştir. İlerleyen yıllarda ise özel sektör de kongre pazarındaki gelişmelere ilgi duymaya ve bu alanda yatırımlar yapmaya başlamıştır. Böylece devletin yeterli olmadığı durumlar özel sektörün de katkısıyla giderilmeye başlanmıştır (Göymen, 2000).

Yine 1996 yılında İstanbul'da "Kongre ve Ziyaretçi Bürosu" kurulmuş, kongre turizmi alanında hizmet veren kongre merkezleri, otel ve seyahat acentaları gibi birçok işletme bu büroya üye olmuştur. Ayrıca aynı yıl Antalya'da da "Kongre ve Ziyaretçi Bürosu" açılmıştır (Aydın, 1997). Kar amacı gütmeksizin bulunduğu ülke veya bölgenin kongre turizmi alanındaki potansiyelini tanıtan, bu alanda hizmet veren işletme ve organizatörler arasında bağ kurmaya çalışan kongre ve ziyaretçi bürolarının, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kongre turizminin gelişmesinde çok önemli katkıları olmuştur. Özellikle İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, başta İstanbul olmak üzere ülke kongre turizminin gelişiminde çekici bir güç olmuştur (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Uluslararası kongre pazarında Türkiye için önem arz eden bir başka dönem 2004 yılı olmuştur. Bu yıl içerisinde düzenlenen "Dünya Gazeteler Birliği ve Dünya Editörler Forumu", "Uluslararası Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü KOBİ'lerden Sorumlu Bakanlar Konferansı", "İslam Konferansı Örgütü Bakanlar Konseyi" ve "NATO Zirve Toplantısı" için on binin üzerinde delege ve basın mensubu Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Söz konusu kongreler büyük bir başarı ile gerçekleştirilerek bu konuda Türkiye'ye olan güveni arttırmıştır. Bu sayede gelecek dönemlere yönelik kongre taleplerine de öncülük etmiştir (Arslan, 2008).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) yayınlamış olduğu rapora göre Türkiye'de 2004 ile 2013 yılları arasında her yıl düzenlenen kongre sayısındaki artış oranı %254'ü aşmıştır. 2004 yılında Türkiye'de 80 kongre düzenlenmiş 2013 yılında ise bu sayı 196'ya yükselmiştir. Bu artış Türkiye'yi dünya sıralamasında 10 basamak yükselterek 31'incilikten 21'inciliğe taşımıştır. Ayrıca bu verilere göre Türkiye Avrupa sıralamasında ise 18'incilikten 6 basamak yükselerek 12. sıraya ilerlemiştir (TÜRSAB, 2014).

Tablo 7: 2004-2013 Yılları Arası Türkiye’de Yapılan Kongre Sayıları

Yıl	Türkiye’deki kongre sayısı	Dünya sıralaması	Avrupa sıralaması
2004	80	31	18
2005	93	27	16
2006	98	28	17
2007	105	25	16
2008	98	28	18
2009	118	25	16
2010	160	20	12
2011	159	23	13
2012	179	21	12
2013*	196	-	-
10 yıllık değişim	% 245	10 sıra	6 sıra

Kaynak: (TÜRSAB, 2014).

* Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (ICCA) verileri baz alınmıştır. ICCA, 2013 yılına ilişkin verileri henüz açıklamamıştır, 2013 verileri 2012 yılındaki büyümenin aynı seviyede seyrettiği varsayımıyla öngörülmüştür.

Rapora göre ayrıca 2004 yılında 71 binlerde olan katılımcı sayısının 2013 yılında 115 binli rakamlara çıktığı görülmektedir. Bu verilere göre 2004 ile 2013 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte Türkiye’ye gelen kongre turisti sayısı % 161 oranında artmıştır.

Tablo 8: 2004-2013 Yılları Arası Kongre Katılımcı Sayıları

Yıl	Türkiye’deki katılımcı sayısı	Dünya sıralaması	Avrupa sıralaması
2004	71.330	22	11
2005	134.305	8	8
2006	98.090	20	13
2007	89.307	16	10
2008	96.089	20	8
2009	147.805	11	7
2010	79.014	23	11
2011	95.205	21	11
2012*	104.425	-	-
2013*	115.198	-	-
10 yıllık değişim	% 161	1 sıra	-

Kaynak: (TÜRSAB, 2014).

* Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (ICCA) verileri baz alınmıştır. ICCA, 2013 yılına ilişkin verileri henüz açıklamamıştır, 2013 verileri 2012 yılındaki büyümenin aynı seviyede seyrettiği varsayımıyla öngörülmüştür.

İl bazında bu artıştaki en büyük pay İstanbul'a aittir. Rakamlardan ülkeye kongre için gelenlerden % 70'inin İstanbul'u ziyaret ettiği anlaşılmaktadır. On yıllık dönemde İstanbul'daki ziyaretçi artışı % 435 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 9: 2004-2013 Yılları Arası İstanbul'daki Kongre Katılımcı Sayıları

Yıl	İstanbul'daki katılımcı sayısı	Dünya sıralaması	Avrupa sıralaması
2004	18.522	20	13
2005	47.921	4	4
2006	45.342	8	6
2007	33.430	13	10
2008	52.899	8	5
2009	75.899	4	4
2010	46.374	11	8
2011	66.384	8	7
2012*	72.800	-	-
2013*	80.638	-	-
10 yıllık değişim	% 435	12 sıra	6 sıra

Kaynak: (TÜRSAB, 2014).

* Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (ICCA) verileri baz alınmıştır. ICCA, 2013 yılına ilişkin verileri henüz açıklamamıştır, 2013 verileri 2012 yılındaki büyümenin aynı seviyede seyrettiği varsayımıyla öngörülmüştür.

Aşağıdaki tabloda İstanbul'un 2012 yılında dünya kongre şehirleri arasında da 9. sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 10: 2012 Yılında En Çok Kongre Düzenlenen İlk 10 Şehir

Sıra	Şehir	Kongre sayısı
1	Viyana	195
2	Paris	181
3	Berlin	172
4	Madrid	164
5	Barselona	154
6	Londra	150
7	Singapur	150
8	Kopenhag	137
9	İstanbul	128
10	Amsterdam	122

Kaynak: (TÜRSAB, 2014).

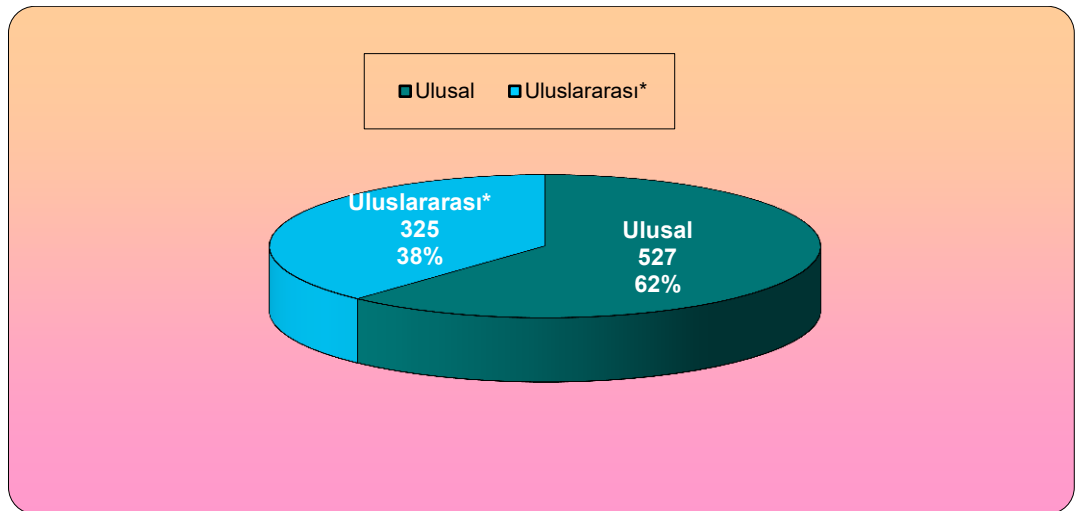
İstanbul 2013 yılında ise 146 kongre ile dünyada 8. sırada, Avrupa'da ise 7. sırada yer alarak seneyi kapatmıştır. İstanbul'un kongre turizminde son on yıl içinde geldiği

nokta çok önemli olup Berlin, Paris, Viyana, Barselona ve Singapur gibi şehirler ile bu alanda rekabet edebilir duruma gelmiştir (Heper ve Sarışık, 2015).

2013 yılında Kuşadası'nda hizmet vermeye başlayan Efes Kongre Merkezi, Türkiye'de kongre turizmi açısından son dönemlerdeki önemli gelişmelerden birisidir. Yaklaşık 200 milyon TL yatırımla inşa edilen merkez 12 bin kişilik kapasitesi ile bu gün ülkedeki en fazla kapasiteye sahip kongre merkezidir. Aynı yıl toplamda 2 bin ziyaretçinin katıldığı 2 büyük organizasyona ev sahipliği yapan Efes Kongre Merkezi, ilerleyen yıllarda daha fazla kongrenin ülkeye kazandırılması konusunda umut vaat etmektedir.

Türkiye'nin kongre turizmindeki yükselişi 2013'ten sonraki birkaç yılda da devam etmiştir. ICCA'nın yayınlamış olduğu rapora göre Türkiye 2015 yılı içerisinde 211 uluslararası kongreye ev sahipliği yaparak dünya sıralamasında 18'inciliğe yükselmiştir. Aynı rapora göre İstanbul da 148 kongre ile şehirler bazındaki sıralamada dünya 8'incisi olmuştur (ICCA, 2016).

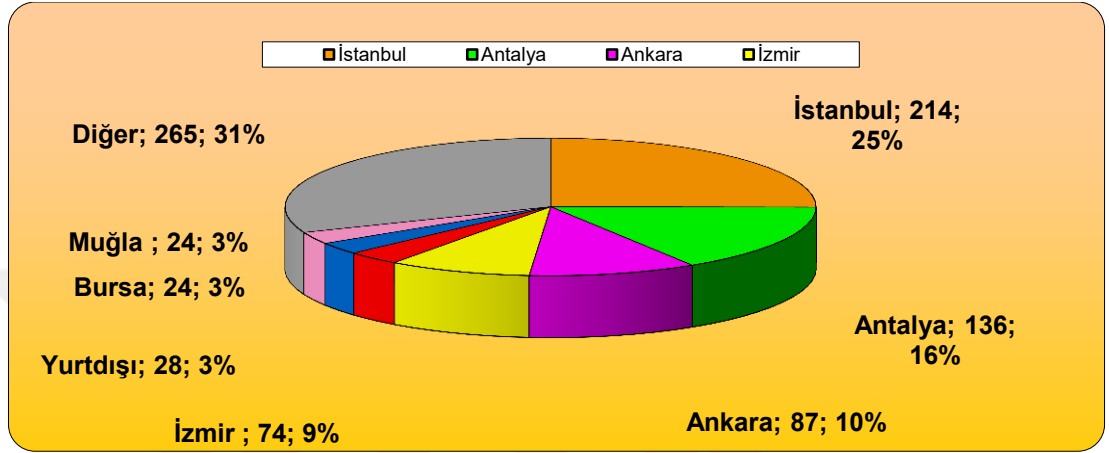
2015 yılı kongre istatistiklerine göre Türkiye'de 527'si ulusal, 325'i uluslararası olmak üzere kongre turizmi kapsamında değerlendirilebilecek toplam 852 toplantı düzenlenmiştir (KongreMerkezi.Net, 2016).



Şekil 4: 2015 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Toplantıların Katılım Türüne Göre Dağılımı

Kaynak: (KongreMerkezi.Net, 2016).

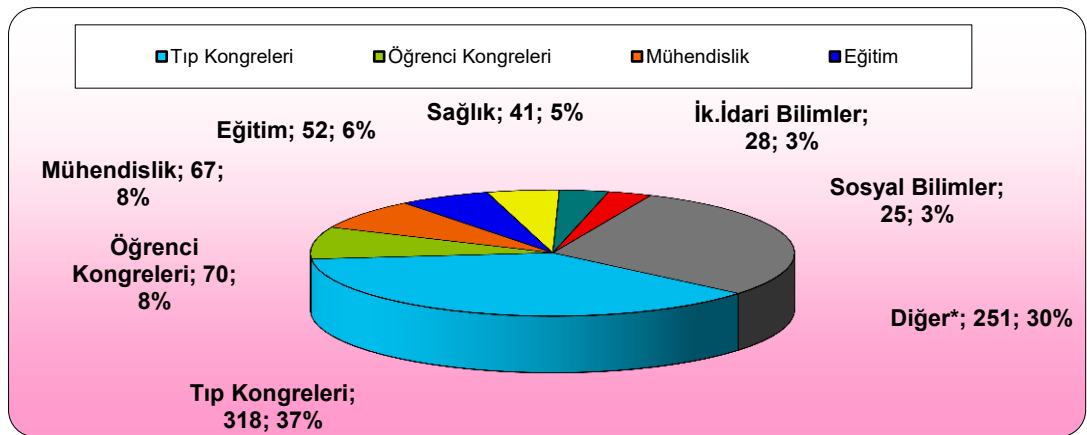
Yapılan toplantıların illere göre dağılımı incelendiğinde İstanbul'un 214 toplantı ile tüm toplantıların % 25'ine ev sahipliği yaptığı görülmektedir. İstanbul'u sırasıyla 136 toplantı ile Antalya, 87 toplantı ile Ankara ve 74 toplantı ile İzmir takip etmektedir. Diğer iller de çok daha az toplantı sayıları ile sıralamaya dâhil edilmiştir.



Şekil 5: 2015 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Toplantıların Katılım Türüne Göre Dağılımı

Kaynak: (KongreMerkezi.Net, 2016).

2015 yılı istatistiklerine göre dünya kongre turizm pazarında olduğu gibi Türkiye'de de tıp alanında yapılan kongreler, konusuna göre yapılan kongreler sıralamasında ilk sırada yer almaktadır. Sayı itibariyle tıp alanındaki kongrelerden çok daha az olmasına rağmen öğrenci kongreleri, mühendislik alanında yapılan kongreler ve eğitim alanında yapılan kongreler de sırasıyla en çok düzenlenen kongre türleridir.



Şekil 6: 2015 Yılında Türkiye'de Düzenlenen Toplantıların Konularına Göre Dağılımı

Kaynak: (KongreMerkezi.Net, 2016).

Raporlardan da anlaşılacağı üzere kongre turizmi Türkiye’de hızlı bir büyüme eğilimi göstermektedir. 2013 yılı itibarıyla Türkiye’nin toplam turizm geliri 32.3 milyar dolar olup bunun 2.5 milyar dolarlık kısmı doğrudan kongre turizminden elde edilmiştir. Bu rakam toplam turizm gelirinin % 7.7’sini oluşturmaktadır.

Kongre turizmi Türkiye’de özellikle başta İstanbul olmak üzere Antalya, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlerde ön plana çıkmaktadır. Bu şehirlerdeki beş yıldızlı oteller ve kongre merkezleri sahip oldukları teknik donanım ve sundukları hizmet bakımından oldukça yüksek kalitededirler. İstanbul’a özellikle diğer ülkelerden direkt uçuşların çok olması ve birçok uluslararası firmanın İstanbul’da merkezlerinin olması İstanbul’u uluslararası kongreler için diğer illere göre daha cazip hale getirmektedir (BAKA, 2012).

Ulusal kongreler için ise Antalya giderek artan bir rağbet görmektedir. Sahip olduğu coğrafi ve mimari yapısı, birbirinden güzel ve temiz koyları ile birlikte Antalya, kitle turizminin olması, havaalanına yakınlığı, önemli şehirlere uçuşların ve bağlantıların olması, ikliminin uygunluğu, teşvik ve ödüle dayalı toplantılarda eğlence ihtiyacına fazlasıyla yanıt verebilmesi gibi özelliklerinden dolayı kongre turizmi açısından hızlı bir gelişme kaydetmektedir (Arslan, 2008).

Bursa, Konya, Kuşadası ve Nevşehir de son zamanlar da kongre turizminde öne çıkmaya çalışan iller arasındadır. Bu illerde konaklama ve toplantı kapasitesini arttırmaya yönelik yeni otel ve kongre merkezi yatırımları yapılmaktadır (Turizm ve Yatırım Dergisi, 2012). Ayrıca Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023’te yer alan Eylem Planı’nda da potansiyeli olan illerde kongre turizminin yaygınlaştırılması, dolayısıyla kongre turizminin Türkiye’de daha da geliştirilebilmesi için bir takım çalışmalara yer verilmiştir. Eylem planında bu amaçla İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Konya ve Mersin şehirleri kongre şehri olarak belirlenmiş ve bu bölgelerin nitelikli turizm tesisleri ile uluslararası havaalanına sahip olmalarının sağlanması kararı alınmıştır. Planda Türkiye’nin

2023'e dek kongre turizmine dair diğer hedefleri şoyledir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007);

- Kongre turizmine yönelik planlama ve tahsis çalışmalarını yapılarak, yatırımcılara yön gösterici, kongre vb. etkinlikleri teşvik edici politikalar geliştirilecektir.
- Kongre turizminde varış noktası yönetim şirketlerinin rolü yeniden düzenlenecektir.
- Her ilde kongre merkezi oluşturularak gerek ulusal gerekse uluslararası kongrelerin Türkiye'de yapılması için tanıtma planlama ve uygulama projeleri yapılacaktır.
- Kongre turizminin gelişmesi için öncelikli olarak seçilen yedi ilde (İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa, Konya ve Mersin) Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde toplantılar düzenlenerek kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulması sağlanacaktır.
- İl Turizm Konseyleri'nin girişimleri ile öncelikli her ilde yönetim ve pazarlama ile ilgili kongre turizmi şirketlerinin veya buna benzer yapılanmaların kurulmasında aktif rol üstlenecektir.

1.3. Kongre Turizminin Özellikleri

Kongre turizmi ikili bir turizm türüdür. Burada esas olan kongre olup turizm kongrenin bir türevi olarak ortaya çıkmaktadır (Karasu, 1990). Bir kongre programında sadece toplantılar yer almamakta, toplantı haricindeki boş zamanlar da planlanarak gezi, eğlence, alışveriş vb. etkinlikler programa dahil edilmektedir (Aymanıuy, 2006). Bazı yönleriyle klasik turizmden ayrılan kongre turizminin temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kongreler turizm mevsimini uzatıcı bir etkiye sahiptir (Karasu, 1990). Özellikle yüksek sezon dışındaki aylarda yoğunluk göstermesi bakımından otellerin yıl içerisindeki doluluk oranlarını arttırır (Çorbacı ve Kuleli, 1998).
- Kongreler belli dönemlerde yoğunluk göstermekle birlikte genel olarak yıl boyu düzenlenen etkinliklerdir. Dolayısıyla kongre turizminde sezonluk

dalgalanma hassasiyeti diğer turizm türlerine nazaran daha azdır (Lee ve Josiam, 2004'den aktaran Jubayeva, 2013).

- Kongreye katılmak için gelen delegeler normal turiste oranla daha fazla harcama yapmaktadır (Karasu, 1990).
- Kongre turizmi; duyuruların organize edilmesi, davetiye hazırlama ve dağıtımı, kongre binası ve merkezinin ayarlanması, otel rezervasyonları, çeşitli transferler, medya ile delegelerin bir araya getirilmesi, simültane tercüme, özel programlar, refakatçi ve eşler için ayrıca turların hazırlanması gibi detaylı ve uzmanlık isteyen hazırlıklar gerektirmektedir (Öner, 1997).
- Kongre turizmi yeni iş alanları yaratmakta ve toplam istihdam kapasitesini arttırmaktadır (Karasu, 1990). Özellikle kongre organizasyonuna yönelik düzenlemeler ve diğer yan hizmetler, konusunda uzmanlaşmış işletmeler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu durum yan sektörler oluşturarak istihdama katkı sağlamaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004).
- Kongrelerden memnun ayrılan özellikle iş adamları gibi saygın insanların, bölgeye dair paylaştıkları olumlu görüşler, farklı kişilerin de bölgeyi ziyaret etmeleri konusunda olumlu etkilere sahiptir (Davidson, 1994'den aktaran Khalilov, 2009).
- Kongre turizmi, ev sahibi ülke ve kentin dünya kamu oyuna tanıtılması için bir propaganda aracı olabilmektedir (Karasu, 1990). Özellikle uluslararası kongrelerin, düzenlendiği ülke açısından önemli bir tanıtım vazifesi gördüğü kabul edilmektedir (Gülbahar, 2006).
- Kongre vb. organizasyonlar, ülkelerce lobi ve kamuoyu oluşturmak adına da kullanılabilir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).
- Kongre turizminin oluşması, modern kongre ve konaklama tesisleri, bölgeye ulaşımı kolaylaştıran; havaalanları, tren yolları ve otobanlar gibi yüksek maliyetli yatırımları gerektirmektedir (Karasu, 1990). Bu anlamda kongreler gerçekleştirildikleri ülke veya şehirdeki alt ve üst yapıların gelişmesine katkı sağlamaktadırlar (Aymankuy, 2006).
- Kongre turizminde kongre merkezleri gibi yüksek maliyetli tesisler, maddi kazançtan ziyade sektöre faydalı olması beklendiği için bu alandaki yatırımlar

genellikle devlet kurumları veya yerel yönetimler tarafından yapılmaktadır (Karasu, 1990).

1.4. Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi

Turizm olayı farklı tür ve biçimlerde meydana gelmekte ve böylece farklı birçok turizm kavramı oluşmaktadır. Kongre turizmi, ulusal ve uluslararası zeminlerdeki dinamik ve çok yönlü gelişmelerin neticesi olarak ortaya çıkmıştır (Aymankuy, 2006).

Kongreler, içerisinde toplantı oturumlarının ve gerek katılımcılar gerekse beraberinde gelen refakatçiler için gezi, alışveriş, dinlenme ve eğlenme amaçlı çeşitli etkinliklerin yer aldığı organizasyonlardır. Bununla birlikte katılımcıların, bölgeye kongre öncesi gelerek kongre programı başlayana kadar turistik faaliyetlerde buldukları veya bu faaliyetlerini program sona erdikten sonra konaklamalarını uzatarak sürdürdükleri de gözlemlenmektedir. Bu anlamda kongre turizminin, diğer turizm türleriyle ilişkili olduğu çok yönlü bir turizm türü olduğu söylenebilir.

Diğer taraftan kongre organizasyonlarının, bölgenin turizm mevsimini uzatması anlamında etkili olabilmesi için diğer kongre faaliyetleri ve turizm türleri ile zaman ve mekân açısından uyum içinde olmaları gerekmektedir (Usal, 1984'den aktaran Aymankuy, 2006).

1.4.1. Kongre Turizmi ve Politik Turizm

Politik turizm, diplomatlar ve politikacılar tarafından çeşitli amaçlarla gerçekleştirilen seyahatleri kapsamaktadır (Aymankuy, 2006). Siyasi partiler ve gerek ulusal gerekse uluslararası politik amaçlı birlik ve örgütler günümüz toplantı pazarını oluşturan kuruluşlar arasında sayılmaktadır. Bu kuruluşlar kendi içerisinde tartışma, oylama, stratejilerin belirlenmesi gibi veya yapılan çalışmalardan, alınan kararlardan üyelerini ve kamuoyunu haberdar etme gibi amaçlarla çeşitli toplantılar düzenlemektedir. Diğer toplantı türlerinde olduğu gibi politik amaçlı toplantıların gerçekleştirilebilmesi de birtakım hizmetlerin kullanılmasını gerektirmektedir.

Delegelerin, siyasi partilerin düzenlemiş olduğu genel kurullara vb. siyasi toplantılara katılım süreci boyunca ulaşım, konaklama ve toplantı salonu hizmetlerinden faydalanmalarından ötürü bu tür toplantılar kongre turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Karasu, 1985).

Diplomatik amaçlı yapılan uluslararası toplantılarda delegeler ev sahibi ülke tarafından resmi konuk olarak davet edilirler, dolayısıyla turist olarak değerlendirilemezler. Bu bakımdan diplomatik toplantılar bir anlamda politik toplantılardan farklıdır. Fakat her ne kadar turist olarak değerlendirilmeler de diplomatik amaçlarla gelen bu delegelerin yapmış oldukları harcamalar kongre faaliyetleri kapsamındadır (Aymankuy, 2006).

1.4.2. Kongre Turizmi ve Kültür Turizmi

Kültür; sanat, dil, din, tarih, mimari yapı, yaşam tarzı gibi birçok etkeni barındıran geniş kapsamlı bir kavramdır. Kültür kavramının kapsadığı bu etkenler birçok turistte, toplumlara ait kültürleri tanıma isteği uyandırmakta ve turistleri bu amaçlı seyahatlere yönlendirmektedir. Turistlerin çeşitli kültürleri görüp tanımak için yapmış oldukları bu seyahat ve konaklamalar “kültür turizmi” olarak adlandırılmaktadır (Uygur ve Baykan, 2007).

Turistler, ziyaret ettikleri yörelerin ağırlıklı olarak kültürel çekiciliklerini görme amacı gütmektedirler. Kültür unsurları ile diğer turizm kaynaklarının bir araya gelmesi ise ülkeler için birçok açıdan kazanç sağlayabilmektedir (MacDonald ve Jolliffe, 2003). Kongre turizmine katılan delegeler genellikle eğitim seviyesi yüksek, kültüre ve sanata duyarlı insanlardır. Bu delegelerin kongrelere katılmasındaki birincil amaç bildiri sunmak veya dinleyici olarak iştirak etmek olsa da gidilen destinasyonlardaki kültürel değerlere kayıtsız kalmadıkları ve yoğun ilgi gösterdikleri görülmektedir. Bu anlamda kültürel değerler açısından zengin bölgeler kongre faaliyetleri için de cazip mahallerdir (Aymankuy, 2006).

Kültür turizmi, geliştiği yerlerin tarihi ve kültürel mirasının korunması konusunda da etkili olmaktadır. Diğer bir ifade ile turizm, kültürel mirasın korunmasında bir araç haline getirilebilmektedir (Uygur ve Baykan, 2007). Dolayısıyla kongre turizminin ekonomik katkısının yanında, kültürel değerler açısından zengin merkezlerdeki gelişiminin aynı zamanda bu değerlerin korunmasına da katkı sağlayabileceği söylenebilir.

1.4.3. Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi

Kongre nedeniyle gelen delegeler kongre haricindeki zamanlarda turistik davranışlarda bulunabildikleri gibi gidilen ülke, bölge, şehir veya işletmeyi beğendikleri için daha sonrasında tatil için de aynı tercihte bulunabilirler (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Fakat kongre turizminin tatil turizmini olumlu veya olumsuz yönde etkilemesi genellikle kongrelerin gerçekleştirildiği zamana ve mekâna göre değişiklik göstermektedir.

Kongreler için tatil turizminin yoğun olduğu dönemlerin ve sayfiye otellerinin tercih edilmesi durumunda iki turizm türünün birbirlerini olumsuz etkiledikleri görülmektedir. Diğer taraftan yapılan araştırmalar toplantılar için genellikle ilkbahar ve sonbahar aylarının tercih edildiğini, tatil amaçlı seyahatlerin ise genellikle bu aylar dışında gerçekleştirildiğini göstermektedir. Dolayısıyla bu iki turizm türü arasında bir sezon ayrılığı söz konusudur. Bu açıdan kongre turizminin tatil turizmini engellemediği veya gelişimini yavaşlatmadığı söylenebilir (Aymanıkuy, 2006).

İki turizm türü arasındaki ilişkiyi belirleyen diğer bir unsur ise kongrelerin ulusal veya uluslararası düzeyde olmasıdır. Kongrelerin bu açıdan türü, tatil turizmi içerisinde özellikle hafta sonunun tercih edildiği seyahatlere etki etmektedir.

Ulusal kongreler için genellikle hafta sonları tercih edilmekte dolayısıyla aynı bölgede tatil amaçlı hafta sonu turizme katılacak ziyaretçiler konaklama işletmelerinde yer bulmakta güçlük yaşayabilmekteler. Uluslararası kongreler ise genellikle pazartesi günü başlayıp cuma günü sonlanmaktadır. Bu kongrelere katılan

kimi delegeler kongre bölgesinin çeşitli imkânlarına göre kalış sürelerini uzatıp hafta sonunu da programlarına dâhil etmektedirler. Böyle bir durumda uluslararası kongreler hafta sonu tatilcilerinin yer bulmalarını zorlaştırabilmektedir (Erdoğan, 2006). Fakat kalış sürelerine hafta sonunun dâhil edilmediği durumlarda uluslararası kongrelerin hafta sonu turizmini olumsuz yönde etkilemesi söz konusu değildir.

Sonuç olarak özellikle tatil amaçlı seyahat eden kişilere hizmet veren konaklama işletmeleri ve şehirdeki diğer turistik işletmeler ile yerel halk açısından kongre turizmi, turizm sezonun uzatılması açısından önem verilmesi gereken bir turizm çeşididir (Aymankuy, 2006).

1.4.4. Kongre Turizmi ve İş Turizmi

İş turizmi, bir iş yeri sahibi veya temsilcisinin kongre, sergi, fuar gibi toplantılara katılmak, iş ile ilgili anlaşmalar veya araştırmalar yapmak gibi ticari amaçlarla başka şehir veya ülkelere en az 24 saat süren ve gidilen yerin ekonomisine katkıda bulunacak şekilde konaklama, yeme-içme, eğlence vb. için harcamalar yaptığı turistik seyahatler olarak tanımlanmaktadır. (Skeekings, 1992'den aktaran Aymankuy, 2006).

İş turizmi kongre turizmi ile yakın bir ilişki içerisinde ve uluslararası kongreler, mesleki konferans ve kongreler, iş toplantıları, incentive (teşvik) seyahatler, eğitim, fuar ve sergi ziyaretleri iş turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Bu bakımdan kongre turizminin aslında iş turizmin bir alt türü olduğu ve ülkelere önemli ölçüde döviz girdisi sağlayan bu iki turizm türü arasında doğru orantılı bir uyum bulunduğu söylenebilir (Arslan, 2008). Ayrıca uluslararası istatistiklerde ve raporlarda bazen iş turizmi ve kongre turizmi ile ilgili bilgi ve veriler birlikte, bazen de ayrı düzenlenmektedir. Dolayısıyla kongre turizmi, büyük ölçüde iş amaçlı seyahatler ile ilgilidir (Aymankuy, 2006).

Bilimsel alandaki gelişmelere, iş ilişkilerinde meydana gelen yeni alışkanlıklara, çok uluslu şirketlerin, uluslararası birliklerin ve organizasyonların çoğalmasına ve artan

iletişime bağılı olarak iş turizmi son yıllarda hızla gelişmeye başlamıştır. Şirketler, üretim alanları dışında yeni müşteri ve satış alanları arayışında oldukları için iş amaçlı seyahatler gün geçtikçe artmaktadır. Uluslararası ticaret kısıtlamaları azaldıkça iş seyahatleri de buna oranla artış göstermiştir. İş seyahatleri özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısında gelişim kaydetmiştir. Bu gelişim yirmi birinci yüzyılda da aynı hızla devam edecektir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (World Travel and Tourism Council - WTTC) tarafından yapılan bir araştırmada iş turizminin gelişiminin 1998 ile 2010 yılları arasında her yıl ortalama % 3.7 oranında büyüdüğü belirtilmektedir. Fazla sayıda insanın iş amaçlı seyahatlere katılması bu turizm türünün gelişimini devam ettirecektir. Küreselleşmenin gelişimi ile birlikte şirketlerin seyahat harcamaları da artmaya devam edecektir (Davidson ve Cope, 2003'den aktaran Erdoğan, 2006). Ayrıca WTTC tarafından yapılan bir başka araştırmaya göre 2009 ile 2015 yılları arasında iş turizmindeki gelişimin her yıl ortalama % 3,1 oranında büyümeye devam edeceği de belirtilmektedir (Özer, 2010).

1.4.5. Kongre Turizmi ve Incentive (Teşvik) Turizmi

Teşvik turizmi; şirketlerin belirli ölçütlere göre başarılı saydığı personelini ödüllendirmek maksadıyla, masrafları şirket tarafından karşılanmak üzere gönderdiği yurtiçi veya yurtdışı tatillerdir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Bir başka tanımda ise şirket çalışanları, dağıtıcılar ve satış ekiplerini ödüllendirmek ve motive etmek amacıyla düzenlenen seyahatler olarak ifade edilmektedir (O'Brian, 1997). Dolayısıyla teşvik turizmi kapsamındaki tatillerin şirketin sadece doğrudan çalışanları için değil aynı zamanda bayii ve satış ekipleri gibi şirkete bir anlamda hizmet eden herkes için düzenlendiği anlaşılmaktadır.

Teşvik seyahatleri özelliğini ticari işletmeler ile ilgili olmasından ve iktisadi hayatın bir parçası olarak yerleşmesinden almaktadır. Paket tur olarak satın alınan seyahatler tamamiyle dinlenme amaçlı olmayıp aynı zamanda satışları arttırmak, mesleki bilgi edindirmek, şirketin imajını korumak, satış eğitimi yapmak gibi ticari amaçlar da taşıyan gezi türleri şeklindedir (Çizel, 1999). Dolayısıyla bu seyahatler

tamamen eğlenme ve dinlenme amaçlı olabileceği gibi bunların yanı sıra eğitim, şirketin yeni ürün tanıtımı vb. amaçlara yönelik programları da içerebilir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Bu açıdan değerlendirildiğinde kongre turizminde faydalanılan özellikle toplantı türü hizmetlere teşvik amaçlı seyahatlerde de yer verildiği söylenebilir.

Teşvik seyahatlerinde de kongre organizasyonlarında olduğu gibi teşvik seyahati düzenlemek isteyen bir firma bu iş için ayırdığı bütçesini bu konuda uzmanlaşmış bir organizatöre emanet ederek kendileri için bu seyahatleri organize etmelerini talep eder (Turplan, 1993). Teşvik seyahatleri ve bu tür toplantılar arttıkça her geçen gün bu alanda organizasyon yapan işletme sayısı da hızla çoğalmaktadır. Bu işletmeler genel anlamda teşvik amaçlı seyahat paketlerinde, ulaşım, konaklama ve toplantı saatleri haricindeki zamanlarda tur düzenlemede, konferans ve toplantı organizasyonlarında uzmanlık kazanmış işletmelerdir (Astroff ve Abbey, 1998).

Teşvik turizmi alanında da başarılı olmak açısından sürekli yeniliklerde bulunmak önemli bir ihtiyaçtır. Bu anlamda kruvaziyer seyahatler de (gemi) teşvik amaçlı seyahat ve toplantılarda tercih edilebilmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Teşvik seyahatlerinin en önemli özelliği, seyahati düzenleyen firmanın tüm masrafları karşılaması ve seyahat programının kusursuz bir biçimde hazırlanarak uygulanmasıdır (Aymanıy, 2006). Dolayısıyla masrafların firmaları tarafından ödenmesinden ötürü bütçe bilinçlerinin olmaması, seyahat ve konaklamalarını bir program dâhilinde ve genellikle gruplar halinde gerçekleştirmeleri; teşvik turizmi katılımcıları ile kongre turizmi katılımcıları arasında öne çıkan ortak noktalardır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Teşvik amaçlı seyahatler kongre organizasyonlarında olduğu gibi istenildiği zaman düzenlenebilmeleri ve kış aylarında da talep edilmeleri bakımından ayrı bir avantaj sağlar. Kış aylarında boş olan otellerin teşvik gruplarına olan ilgisi artmakta ve

maliyetler azalmaktadır. Bu aylarda kalabalık teşvik grupları için otellere başvuru yapan acentalar da büyük ilgi görür (Çizel, 1999).

Gerek ticari gerekse sosyal kurumların, işgörenleri işlerinde ve üretimde teşvik etmek, bilgi alışverişi ve teknolojik gelişmeler gibi sebeplerle küreselleşen dünyada insanların bir araya gelerek kongre ve konferanslar düzenlemeleri, ticari işletmelerin ürünlerini tanıtmaya ve satmaya arzusu, teşvik ve kongre turizminin uluslararası turizm pazarından büyük pay alarak söz sahibi olmasını sağlamıştır (Aymankuy, 2006).

1.5. Kongre Turizminin Yararları

Bir turizm çeşidi olması nedeniyle kongre turizmi, genel anlamda turizmden beklenen bütün faydaları sağlamaktadır (Aymankuy, 2006). Diğer taraftan toplantıların gelişmişlik düzeyi yüksek şehirlerde düzenlenmesi, periyodik bir özelliğinin olmaması, katılımcıların gelir seviyelerinin ortalamasının üzerinde olması gibi özelliklerden ötürü kongre turizmi her ne kadar iş turizminin bir parçası olarak değerlendirilse de iş veya tatil turizminden bu yönleri ile ayrılmaktadır (Koşan, 1996).

Toplantı, sergi ve fuarlar; ekonomik durgunluk, petrol fiyatlarının yükselişi ve terör olayları gibi nedenlere bağlı olarak bazı dalgalanmalar yaşasa da en hızlı gelişen ve en fazla ekonomik fayda sağlayan turizm türüdür (Baytok, Soybalı ve Emir, 2010).

Kongre, seminer, konferans gibi bilgi alışverişi amacıyla ulusal veya uluslararası düzeyde organize edilen toplantılar, düzenledikleri ülkelere gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan birçok önemli yararlar sağlar. Ekonomik faydalarının başında, toplantıların düzenledikleri destinasyonlarda büyük ölçekli harcamalara neden olması yer almaktadır (Çakıcı, 2013). Ayrıca kongreler düzenlendiği destinasyonlarda alt ve üst yapıların iyileştirilmesine ve geliştirilmesine de katkı sağlamaktadırlar (Aymankuy, 2006). Bir kongre etkinliği ev sahibi şehir açısından devasa bir olay halini aldığı için ev sahibi halkı ekonomik katkısının ötesinde zenginleştiren özel yararlar sağlama olanağına sahiptir (Hiller, 1996'dan aktaran Çizel, 1999).

Kongre turizminin de odak noktası tüm turizm türlerinde olduğu gibi insandır. Katılımcılar gittikleri bölgelerdeki insanlardan, sosyal ve kültürel çevreden etkilendikleri gibi aynı zamanda kendileri de gittikleri destinasyonları sosyal ve kültürel açıdan etkilemektedirler (Çizel, 1999).

Sonuç olarak son yıllarda bu alanda potansiyeli olan çoğu ülkenin giderek artan bir önem vermeye başladığı kongre turizminin ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan yararları olduğu söylenebilir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

1.5.1. Kongre Turizminin Ekonomik Açıdan Yararları

Dünya turizm gelirlerinin yüzde 30'a yakını kongre turizminden sağlanmaktadır. Toplam 1 trilyon 75 milyon doları aşan turizm gelirlerinin içerisinde kongre turizminin aldığı pay 250 milyar dolar olarak hesaplanmaktadır (TÜRSAB, 2014).

Kongre turizmindeki girdi ve çıktılar genel turizme oranla daha büyük ölçekli olduğundan ekonomiye daha büyük ölçeklerde fayda sağlamaktadır (Oktay, 1997). Kongrenin ekonomik etkileri genel olarak kongrenin süresine, büyüklüğüne, günlük ortalama harcamalara, kongre öncesi ve sonrası faaliyetlere bağlı olarak değişir (Çizel, 1999).

Kongre turizminin ekonomik açıdan yararlarını, organizatörlerin harcamaları ve katılımcıların harcamaları olmak üzere iki grupta toplamak mümkündür (Koşan, 1996). Kongre organizatörlerinin yaptıkları harcamalar aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Çizel, 1999);

- Yönetim (kongre sekreteryası) harcamaları
- Dokümantasyon (promosyon materyalleri, konferansla ilgili açıklamalar, tebliğlerin kopyaları vb.) harcamaları
- Kira harcamaları (konfor ve teknik düzenlemeler)
- Tercüman ve mütercimler

- İkramlar (duruma göre öğle yemeği, ziyafetler, kokteyller, toplantı arası ikramlar)
- Uzmanlar için yapılan harcamalar (ulaşım, transfer ve konaklama masrafları gibi)

Organizatörler kongrenin gerçekleşebilmesi için bir kısmı kongre öncesinde, bir kısmı kongre esnasında ve bir kısmı da kongre sonrasında olmak üzere tüm süreç boyunca yukarıda bahsedilen harcamaları yapmaktadırlar. Ayrıca kongre organizatörlerinin kongre esnasında elektrik, telekom, temizlik, güvenlik, çiçek, mobilya gibi birçok yan hizmetten de faydalandığı bilinmektedir (Gilbert, 2010'dan aktaran Cinnioğlu, Akcan ve Yazıt, 2015). Dolayısıyla organizatörler bu tür yan hizmetlerin tedariki için de harcama yapmak durumundadırlar.

ABD ve Kanada'daki 30 farklı şehirde yapılan bir araştırmaya göre, kongre organizatörlerinin destinasyon seçimi konusunda kararlarını olumlu yönde etkileyen ve bu yüzden kongre turizmi açısından önemli bulunan faktörler önem sırasına göre şöyledir (Opperman, 1996);

1. Kongre salonları ve imkânları
2. Otel hizmet kalitesi
3. Otel odası bulunabilirliği
4. Destinasyonun temizliği ve çekiciliği
5. Destinasyonun güvenliği
6. Havayolu ile ulaşım kolaylığı
7. Yemek ve konaklama maliyeti
8. Genel harcama gereği
9. Şehir imajı
10. Ulaşım maliyeti
11. Yeme-içme tesisleri/lokantalar
12. Sergi imkânları
13. Manzara/gezi fırsatları
14. İklim

15. Gece hayatı

Görüldüğü üzere organizatörlerin destinasyon seçiminde ağırlıklı olarak destinasyonun alt ve üst yapı olanakları etkili olmaktadır. Dolayısıyla kongre turizminin bir diğer önemli faydası, altyapı ve üstyapının gelişmesini sağlamasıdır. Kongreler bir şehrin her yönüyle kalkınmasına katkıda bulunur. Kongre merkezinin inşası esnasında verimsiz arazilerin kullanılmasıyla büyük faydalar sağlanır (Badur, 2004). Kongreler, düzenledikleri bölgelerde kongre merkezleri ve kongre salonları gibi yapıların yanı sıra tiyatrolar, sinemalar, alışveriş merkezleri gibi yatırımların da yapılmasına katkıda bulunur. Kongre turizminin geliştiği bölgelerde diğer bölgelerde görülen alt ve üst yapıdaki eksiklikler ile trafik ve diğer alanlardaki olumsuzluklar en aza indirilmişlerdir veya tamamen giderilmiştir (Mustafazade, 2015). Bu anlamda kongrelerin aynı zamanda birçok iş koluna etki ettiği ve yeni iş alanlarının oluşmasını sağladığı da söylenebilir. Kongrelerin hazırlık aşamalarında inşaat, ulaşım ve teknik hizmeti sunan sektörler gelişir. Düzenleme esnasında ise yiyecek-içecek, kiralık oto, telefon, halıcılık, dericilik, hediyelik eşya, ulaşım, konaklama, tercümanlık gibi sektörlerle iş olanakları sağlanmaktadır (Tosun, 1994).

Yapılan araştırmalar kongre organizasyonu içerisindeki harcamalarda en fazla payın katılımcılara ait olduğunu göstermektedir. Katılımcı harcamaları içerisinde en büyük payı, yaklaşık %50'sinden fazlası otel (konaklama) harcamaları oluşturmaktadır, ikinci sırada restoran ve üçüncü sırada perakendeci mağazalarda (alış-veriş için) yapılan harcamalar yer almaktadır. Bu gelirler, seyahat acentalarına ve otellere kâr sağlamakla birlikte kongre düzenlenen şehre doğrudan gelir girmesine sebep olmaktadır (Davidson ve Cope, 2003'den aktaran Erdoğan, 2006). Katılımcı harcamaları, sadece ulaşım, konaklama, yeme-içme ve kongre katılım bedelleriyle sınırlı kalmamaktadır. Gelir düzeylerinin yüksek olması ve masraflarının kuruluşları tarafından karşılanmasından ötürü kongre turistinin harcama eğilimleri yüksektir. Ayrıca kongre katılımcıları yanlarında çoğu zaman eşlerini de getirmektedirler. Delegelerin ve eşlerinin boş zamanlarında yapmış oldukları faaliyetler de kongre turizmi içerisinde değerlendirilir (Aymanıuy, 2006). Üstelik delegelere sadece eşleri

refakat etmezler. Delegeler kongreye eşleri dışında çocukları, akrabaları, duruma göre sekreterleri ya da gazeteciler ile birlikte de gelebilirler (Karasu, 1990). Gerçekte herhangi bir turistin yaptığı harcamaların da ekonomiyi aynı biçimde etkilediği düşünülebilir. Ancak, delege harcamalarının diğer turist harcamalarından fazla oluşu, kongre turizmini önemli kılan başlıca etkendir (Aydın, 1997). Örneğin tatil için genellikle Türkiye'nin Akdeniz ve Ege kıyılarını tercih eden turistlerin kişi başına düşen harcaması ortalama 750-800 dolar iken kongre turizmi için ülkeye gelen turistlerin kişi başı harcaması ise ortalama 2 bin-2 bin 500 dolardır. Yani kongre turisti, tatil için kıyıları tercih eden turistin yaklaşık 3 katı para harcamaktadır (TÜRSAB, 2014).

Kongre turizmi, turistik ürün çeşitliliğini de arttırmaktadır. Kongrelere katılım için gelen delegeler sadece kongreye katılmakla kalmamakta aynı zamanda gidilen bölgenin diğer turistik ürünlerinden de faydalanmaktadırlar. Örneğin bölgedeki tarihi eserlerin, müzelerin, doğal güzelliklerin vb gibi turistik ürünlerin de dâhil olduğu çeşitli paket turlardan yararlanılabilmektedir (Cinnioğlu, Akcan ve Yazıt, 2015).

Kongre etkinliklerinde, katılımcı, refakatçi, organizatör, sponsor ve medya dışındaki diğer ziyaretçilerin de ciddi harcamalar yaparak yerel ekonomilere katkı sağladıkları görülmektedir. Başka bir ifade ile kongre harcamaları, kongre katılımcı ve organizatörleri ile sınırlı kalmayıp, tüm bölgenin gelirine etki yaratacak öğeleri içermektedir (Arber, 2008).

Turizm sektörü, döviz açığının kapanması açısından istikrarlı bir döviz kaynağı durumundadır. Turistik nedenlerle ülkeye gelen yabancıların, mal ve hizmet satın almaları sonucu kazandırdıkları döviz, turizmi görünmeyen ihracat haline getirmekte ve de ödemeler dengesindeki açığın kapatılmasına da fayda sağlamaktadır. Ülkesel turizm gelirleri içerisinde kongre turizmi ikinci sırada yer almaktadır, bu amaçla yapılan harcamalar ise turizm gelirlerinin %30'u civarındadır. Dolayısıyla kongre

turizminin ülkelere kazandırdığı döviz kazancı, ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki yaratması bakımından da oldukça önemlidir (Aydın, 1997).

Kongre ve benzeri toplantıların genellikle mevsim dışı dönemlerde düzenlenmesi tercih edildiği için turizm mevsimini uzatıcı bir etkisi de vardır (Çizel, 1999). Mevsim faktörünün dünyada birçok ekonomik etkinliğin temelinde küçümsenmeyecek bir etkisi bulunmaktadır. Bu etki turizm hareketlerinde de görülmektedir. Hava, kara, deniz taşımacılığı yapanlar, tur düzenleyicileri ve oteller gibi birçok turistik işletmenin faaliyetleri ile turizm hareketlerinde aydan aya değişen dalgalanmalar yaşanmaktadır. Mevsim faktörüne ve beraberindeki diğer faktörlere bağlı olarak ortaya çıkan bu dalgalanmalar, kapasitenin ve personelin yetersiz ve verimsiz kullanımına sebep olmaktadır (Usta, 1986). Tatil amaçlı turistik faaliyetler özellikle yaz aylarında görülürken toplantı amaçlı seyahatlerde aynı durum söz konusu değildir. Toplantılar genellikle Şubat, Mart, Ekim ve Kasım gibi turizm sezonu dışına taşan aylarda yapılmaktadır (Çakıcı, 2013). Dolayısıyla kongre turizmi geliştikçe turizm mevsimlik özelliğinden uzaklaşmakta ve yıl geneline yayılmaktadır (Çizel, 1999). Böylece hem elde edilen kazançlar yıl geneline yayılmakta hem de turizmin mevsimsellik özelliğinden kaynaklanan sorunlar giderilmektedir.

Kongrelerin ekonomik anlamdaki bir diğer yararı istihdam arttırıcı rolünün olmasıdır. Bir kongreye katılım için gelenlerin ulaşım, konaklama, toplantı, yeme-içme, eğlence ve seyahat esnasındaki ihtiyaçlarının giderilmesi için birçok işin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu da birçok insanın istihdam edilmesini sağlayacaktır. Kongreler üç aşamada istihdam yaratmaktadır: Kongre organizasyonu esnasında kongre merkezinin faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için gerek duyduğu personel, doğrudan istihdam aşamasını oluşturmaktadır. Katılımcıların kongre bölgesine ulaşımını sağlayan seyahat şirketlerinde, konaklamalarını gerçekleştirdikleri otellerde, yeme-içme ihtiyaçlarını giderdikleri restoranlarda, eğlence merkezlerinde ve hediyelik eşya satan işletmelerde çalıştırılan personeller ise dolaylı istihdam aşamasını oluşturmaktadır. Bu tür iş yerlerinin ihtiyaçlarını karşılayacak malzemeleri üreten

diğer iş kollarında çalışan kişiler de yine dolaylı istihdam olarak üçüncü aşamada yer almaktadır (Aydın, 1997).

1.5.2. Sosyo-Kültürel Açından Yararları

Toplumlar açısından ekonomik sermayenin yanında, sosyal sermayenin de oldukça büyük önemi vardır. İnançlar, değerler, çevreye bakış, benlik kavramı ve birikimleri sosyal sermayeyi oluşturan unsurlardır. Kongreler, toplumların inanç ve sosyal değerlerine, dolayısıyla da gelecekteki başarılarına önemli etkilerde bulunmaktadır (Arcodia ve Whitford, 2006).

Kongre katılımcılarının demografik özellikleri dikkate alındığında özellikle eğitim ve kültür seviyeleri, harcama imkânları, geldikleri toplumlarda referans grubu üyeleri konumunda oldukları, hayata olumlu ve geniş açıdan baktıkları, seyahat tecrübelerinin fazla olduğu ve normal turistlere oranla daha sık seyahat ettikleri görülmektedir. Bu özellikteki katılımcılar, kongre için gittikleri bölgedeki yöre halkı ve kongrenin gerçekleştiği işletmenin iç ve dış çevresiyle temasta bulunmakta ve gerek katılımcılar gerekse ev sahibi ülkedeki yaşayanlar açısından sosyal ve kültürel anlamda etkileşimler gerçekleşmektedir. Sonuç itibariyle bu etkileşim süreci içerisinde giyimden, davranışlara, yeni alışkanlıklar kazanmaktan bilgi paylaşımına kadar birçok konuda etkileme ve etkilenme söz konusu olmaktadır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Kongreler bir ülkenin dış tanıtımında önemli bir yere sahiptir. Uluslararası bir kongreden memnun ve iyi bir izlenime sahip bir şekilde ayrılan delege, ülkenizin ücretsiz ve etkin bir şekilde tanınmasını gerçekleştirebilecek bir tanıtım aracıdır (Rogers, 2013). Kongreler, gerçekleştirildikleri ülkenin tanıtımını ve gelişmesini sağlayıp prestij getirirken aynı zamanda o ülkenin kamu yönetimindeki başarısının da göstergesi olur (TÜRSAB Dergisi, 1991).

Kongre turizmi kültür ve sanat etkinliklerinin desteklenmesine de katkı sağlamaktadır. Kongre katılımcıları, toplantılar dışında kalan boş zamanlarında

gittikleri ülkenin kültür ve sanatını tanımak isterler. Kongre organizatörleri bu amaçla programa dans, müzik, tiyatro gibi çeşitli sanat ve kültür etkinlikleri dâhil ederler. Bu etkinlikler aracılığıyla bir taraftan delegeler eğlendirilirken bir taraftan da ülkeye has akılda kalacak motiflerle ülkenin tanıtımı yapılmaktadır. Dolayısıyla ülkenin karakteristik özelliklerini yansıtan unsurlar bu tarz etkinliklerin ayırt edici özelliği durumundadır. Bu organizasyonlar sayesinde hem gidilen ülkenin kültür ve sanatını dünyaya tanıtmaya, hem de halkın uluslararası üne sahip birçok sanatçıyı izleme şansı doğar (Aydın, 1997).

Diğer taraftan bir ülke veya bölgede, özellikle delegelerinin kültüre ve sanata oldukça ilgili olduğu kongre turizminin gelişmeye başlamasıyla ülkedeki ve bölgedeki tarihi ve kültürel eserlerin korunması, bakımı ve onarımı gibi işler de daha çabuk ve titizlikle gerçekleştirilir (Ayman, 2006). Bir bölgenin manzarası ve doğal kaynakları, tarihi ve kültürel mirası, bölgesel mimarisi gibi faktörler, ziyaretçileri o bölgeye çeken önemli unsurlar arasındadır (İçöz, Var ve İlhan, 2002). Kongre katılımcılarının bu unsurlara olan ilgisi sayesinde bu varlıkların korunması için uzun vadeli önlemlerin geliştirilmesi sağlanmaktadır.

Tatil merkezlerindeki, doğayı korumaya yönelik olmayan plansız yapılaşmalar, günümüzde turizmin neden olduğu en büyük çevre sorununu teşkil etmektedir. Kongre turizmi hammadde olarak doğrudan doğal çevreyi ve mekânsal olarak da kıyıları ve kırsal alanları kullanma zorunluluğu taşımayan bir turizm türüdür. Tatil turizminin bir alternatifi olarak, şehirlerde de çok rahatlıkla yapılabilmesi bakımından kongre turizmi, özellikle kıyılardaki tatil turizmi modelinin sonucu bu bölgelerde ortaya çıkan betonlaşmanın turizme vereceği zararı olumluya çevirmesi açısından faydalı bir turizm türü olarak görülebilir. Kongre turizmi bu sayede kıyı bölgelerinde yapılmış olan planlama hatalarının telafisi olarak doğru bir model olabilir (Aydın, 1997).

Kongre turizminin sosyo-kültürel açıdan bir diğer yararı, ziyaret edilen bölgedeki sosyal gelişmelere, halkın kültürünün artmasına ve dünya görüşlerinin değişmesine

olumlu katkılar sağlamasıdır. Kongre delegeleri, eğitim, kültür ve sosyal seviyeleri yüksek ve aynı zamanda alanlarında söz sahibi kişilerdir. Bu nedenle ziyaret ettikleri bölgede yaşayan insanları sosyal ve kültürel açıdan daha fazla ve olumlu yönde etkileyebilmektedirler (Aymankuy, 2006).

Kongre turizmi sayesinde ayrıca birçok bilimsel bilgiye ve gelişmelere kısa yoldan ulaşma imkânı sağlanmaktadır. İstatistiklere göre kongrelerin %43,1'i bilimsel amaçlı düzenlenen toplantılardan oluşmaktadır. Dünyanın dört bir yanından alanında uzmanlaşmış ve çalışmaları ile tüm dünyanın kabulünü ve takdirini kazanmış bilim adamları, bildiri sunmak veya izlemek üzere bu tür toplantılara katılmaktadır (Dallı, 1996). Dolayısıyla kongreler, bu gibi bilim adamları ile bilgi alışverişinde bulunma ortamı yaratarak bilimsel bilgi ve gelişmelere ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Son olarak kongre turizmin politik anlamda da bir yararından bahsedilebilir. Büyük ve önemli kongrelere ev sahipliği yapabilecek, kongre turizmi açısından gelişmiş ülkeler çok önemli siyasi toplantılar organize ederek ülkeler arasındaki uzlaşmayı sağlayacak barış havası oluşturabilirler. Bu anlamda da kendi ülkelerine avantaj sağlayabilirler. Böylesine seçkin otoriteleri bir araya getiren kongreler dünyanın dikkatini çekmektedirler. Bu tür toplantılar sonrası o kongre şehri dünyanın gözünde imaj, prestij ve önem açısından dünya şehirleri arasında bir basamak yukarı tırmanmaktadır. Bu şehirler farklı kültür ve medeniyetlerin temsilcileri arasında bir köprü vazifesi görürler (Aydın 1997). Diğer taraftan söz konusu toplantılar, alınan sosyo-politik kararlardan ötürü de politik anlamda önem arz etmektedir. Bu kararlar ülkelerin geleceklerini etkileyebildiği gibi yalnızca bu toplantıların katılımcılarını değil, o bölge ve ülkede yaşayanları da yakından ilgilendirebilmektedir (Çakıcı, 2013).

1.6. Toplantı ve Kongrelerin Sınıflandırılması

Toplantı talebinde bulunanlar genel olarak; şirketler, kamu kuruluşları, dernekler, topluluklar, sendikalar, siyasi partiler gibi kuruluşlar ile gerçek kişilerdir (Çakıcı, 2013). Toplantı ve kongreler amaç, konu, düzenlendiği yer, katılımcı sayısı,

düzenlenme sıklığı gibi kriterler dikkate alınarak çok farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Literatürde genel olarak aşağıdaki gibi sınıflandırıldığı görülmektedir;

- Düzenlenme amaçlarına göre kongre ve toplantı türleri
- Katılanların milliyetlerine göre kongreler
- Katılımcı sayısına göre toplantı türleri

1.6.1. Düzenlenme Amaçlarına Göre Kongre ve Toplantı Türleri

Günümüzde birçok konuda farklı amaçlarla çeşitli kongreler düzenlenmektedir. Amaçlara göre yapılan sınıflandırma dikkate alınarak Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) kongre konularını 18 farklı başlık altında toplamıştır (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Bunlar:

- Bibliyografi, doküman, basın
- Din, etik
- Sosyal bilimler, hümanist çalışmalar
- Uluslararası ilişkiler
- Politika
- Hukuk, kamu idaresi
- Sosyal yaşam seviyesi
- Meslekler, işverenler
- Ekonomi, finans
- Ticaret, sanayi
- Tarım
- Ulaşım, seyahat
- Teknoloji
- İlim
- Sağlık
- Eğitim
- Sanat, radyo, sinema
- Spor, eğlence

UIA'nın belirlemiş olduğu bu konular dâhilinde veya haricinde birçok farklı alanlarda toplantılar düzenlenmektedir. Bu alanlardaki farklı amaçlarla düzenlenen kongre ve toplantı türleri şöyledir (Aymankuy, 2006);

- Şirketler konferansları ve toplantıları
- Ulusal dernek, siyasi parti ve sendika toplantıları
- Uluslararası birlik kongreleri

1.6.1.1. Şirket Konferansları ve Toplantıları

Kongre turizmi açısından şirketler önemli bir yere sahiptir. Şirket bünyesinde iletişimin tam manasıyla gerçekleştirilebilmesi için toplantılar esastır ve bu anlamda şirketler küçük, orta veya büyük ölçekli olmak üzere her boyutta, sık sık toplantı yapmaktadırlar (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Şirketler, çeşitli türlerde toplantı düzenleyebilirler. Bunlar arasında, yönetici kademesindeki kişilerin düzenli aralıklarla yaptıkları toplantılar, en sık rastlanan türüdür. Bunun haricinde daha alt seviyedeki yöneticilerin ve işgörenlerin katıldıkları toplantı türleri de bulunmaktadır (Çakıcı, 2013).

Şirket toplantıları şirket merkezinde düzenlenebileceği gibi katılımcıları rahatlatmak, onlara önem verildiğini hissettirmek, bazı sorunları bertaraf etmek ve daha verimli bir hale dönüştürmek için farklı mekânlarda da düzenlenebilir (Çakıcı, 2013).

Modern işletmecilik anlayışının hâkim olduğu günümüz ekonomisi içerisinde şirketlerin, ortaklarına, çalışanlarına, satış elemanlarına, bayilerine ve tüketicilere yönelik olarak farklı nedenlerle düzenledikleri bu toplantıların tamamı kongre turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Aymankuy, 2006). Semer ve Purzycki'nin (2000) yapmış oldukları araştırmaya göre her yıl ortalama 800 bin adet şirket toplantısı tertip edilmekte ve bu rakam şirket, birlik ve dernek toplantı pazarının yaklaşık olarak %79'una tekabül etmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Bu pazar payı özellikle oteller açısından büyük önem arz etmektedir. Şirket toplantılarını otel

işletmeleri için cazip hale getiren hususlar şöyle sıralanabilir (Chon, 1993'den aktaran Çakıcı, 2013):

- Şirketlerin yaptığı birçok toplantı, 50 kişiden daha az insanı kapsamaktadır. Bu durum küçük ve orta büyüklükteki otellerin de bu pazardan pay alabilmelerini sağlar.
- Şirket toplantılarının göreceli olarak daha küçük olması, otel işletmesine aynı anda farklı şirketler için toplantı düzenleme imkânı sunarak daha çok toplantıya hizmet etme şansı verir.
- Şirket toplantıları daha sık yapılabilmekte, herhangi bir yere veya bölgeye bağımlılıkları olmamakta ve yılın herhangi bir döneminde gerçekleştirilebilmektedir. Dolayısıyla, oteller açısından, düşük sezonu değerlendirebilmek açısından avantaj sağlayan bir pazar bölümüdür.
- Şirket toplantılarına katılanlar, otelin restoranı, sağlık kulübü, bar gibi tesislerini daha fazla kullanma eğiliminde olan ve daha çok harcama gücüne sahip kişilerdir.

Şirket toplantıları da kendi içerisinde aşağıdaki gibi gruplandırılabilir (Tavmergen ve Aksakal, 2004):

- Yönetim toplantıları
- Eğitim toplantıları
- Bölgesel/ulusal satış toplantıları
- Yeni ürün tanıtımları
- Teşvik seyahatleri/toplantıları
- Hissedar toplantıları
- Diğer şirket toplantıları

Yönetim Toplantıları: Yönetim toplantıları, finansal değerlendirmeden stratejik planlamaya kadar çeşitli konularda düzenlenebilen ve şirket toplantı pazarının en geniş kategorisini oluşturan toplantı türleridir. Yönetim toplantılarındaki katılımcı sayısı ortalama 45 kişidir (İçöz, 1998).

Yönetim toplantıları genellikle çok büyük boyutlu toplantılar olmadıkları için organizasyonu işletmedeki bir kişi tarafından yapılabilmekte ve ayrıca toplantı yeri olarak işletmenin genel merkezinin bulunduğu bölge veya yakın çevresi tercih edilmektedir. Holding ve çok büyük şirketlerin yönetim toplantıları hariç ortalama 1 gün sürmektedir (Aymankuy, 2006).

Eğitim Toplantıları: Bu tür toplantılar şirket çalışmalarıyla ilgili yeni teknikleri, ürün uygulamalarını ve endüstriyel eğilimleri öğretmek ve çalışanların, bayilerin bilgilendirilmesi amacıyla düzenlenen toplantılardır. Eğitim toplantıları, şirket toplantı pazarında yönetim toplantılarından sonra ikinci büyük kategoriye oluşturmaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Bu toplantılar, bir kongre veya konferansın tamamını kapsayabileceği gibi bir bölümü olarak da programda yer alabilir. Bazen de bir seminer olarak tek başına düzenlenebilir (Baylav, 1995).

Eğitim toplantılarında toplantı mekânı olarak genellikle şehir merkezlerine yakın konumdaki kongre merkezleri veya büyük oteller tercih edilmektedir (Baylav, 1995). Toplantı zamanı olarak ise, seyahat ve konaklama hizmetlerinden daha ucuza yararlanmak ve turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmasını sağlamak amacıyla, genellikle tatil turizmi açısından ölü sezon olarak kabul edilen sonbahar ve kış ayları tercih edilmektedir (Aymankuy, 2006).

Bölgesel/Ulusal Satış Toplantıları: Bölgesel veya ulusal satış toplantılarının temel gayesi satış becerilerini geliştirmek, ürünü her yönü ile satış temsilcilerine tanıtmak ve hizmet verilen pazara yönelik politikaları belirlemek olup bununla birlikte ürünün pazarlanmasını gerçekleştiren çalışanların motive edilmesini ve dinlenmesini de sağlamaktır (İçöz, 1998). Satış toplantılarında amaçlardan biri çalışanların motive edilmesini de sağlamak olduğu için çalışanların memnun edilmesi için bütün imkânlar kullanılmaktadır. Bu anlamda katılımcı ve nezaretçilerin kalabilecekleri

birinci sınıf oteller tercih edilmekte, yiyecek ve içecek kalitesinin de yüksek olması talep edilmektedir (Aymankuy, 2006).

Bu türdeki toplantılar, büyüklüğüne göre işletme içerisinde görevlendirilen bir personel tarafından veya kongre organizatörleri aracılığıyla organize edilmektedir (Aymankuy, 2006).

Yeni Ürün Tanıtımları: İşletmelerdeki yeni ürünlerin çalışanlara tanıtılması amacıyla düzenlenen toplantı türleridir (İçöz, 1998). Fakat bu tür toplantılar aynı zamanda çok boyutlu olabilmektedir. Ürünün çalışanlara tanıtılması ile birlikte ayrıca kutlama niteliğindedirler. Buna ek olarak şirket çalışanlarının yanı sıra toptancıları, dağıtıcıları ve perakendecileri de kapsayabilmektedir. Bu toplantıların bir başka boyut da katılım için basın, acenta yetkilileri, endüstri gözlemcileri, hükümet yetkilileri ve hatta tüketici gibi kesimlere yapılan davetlerdir (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Bu tür toplantılarda ürünlerin teşhir edilerek tanıtılması için toplantı salonları yanında sergi salonları da kullanılır. Ayrıca bu toplantılar yurt içinde düzenlenebildiği gibi bazen yurt dışında da düzenlenebilmektedir. Zaman olarak sezon dışındaki aylar tercih edilmekte ve ortalama 2 gün sürmektedir (Aymankuy, 2006).

Teşvik Seyahatleri/Toplantıları: Teşvik seyahat ve toplantıları genellikle başarılı olan satış ve yönetim birimlerindeki personelleri ödüllendirmek ve belirli konularda eğitim vermek amacıyla düzenlenmektedir. Dolayısıyla bir nevi tatil ve iş toplantılarının bileşiminden oluşmaktadır (İçöz, 1998). Sonuç itibarıyla bu seyahatler tamamen eğlenme ve dinlenme amaçlı olabileceği gibi bunların yanı sıra eğitim, şirketin yeni ürün tanıtımı vb. amaçlara yönelik programları da içerebilir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Bu tür seyahat ve toplantıları düzenlemek isteyen şirketler genellikle bu iş için ayırdığı bütçesini bu konuda uzmanlaşmış bir organizatöre emanet ederek kendileri için bu seyahatleri organize etmelerini talep eder (Turplan, 1993). Teşvik amaçlı

seyahatler istenildiği zaman düzenlenebilmeleri ve kış aylarında da talep edilmeleri bakımından ayrı bir avantaj sağlar (Çizel, 1999).

Hissedar Toplantıları: Şirket üzerinde yasal paya sahip kişiler arasında belirli konuları görüşmek veya karara bağlamak üzere düzenlenen toplantılardır. Şirketler en azından yılda bir kez bir önceki yılın finansal operasyonlarını görüşmek üzere hissedarlar arasında bir toplantı düzenlemek zorundadırlar. Bu toplantılar için çoğu zaman oteller tercih edilmekte ve bazı istisnalar dışında genellikle bir gün veya bir günden az sürmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Diğer Şirket Toplantıları: Bu toplantı türleri ise çoğunlukla basın toplantılarını, halka açık forumları ve masrafları şirket tarafından karşılanan diğer toplantıları kapsamaktadır (İçöz, 1998). Basın toplantıları, medyaya belirli bir konuda bilgi vermek üzere çeşitli basın kuruluşlarının belirli bir tarihte belirli bir yere davet edilmesini içeren tanıtım araçlarıdır (Tavmergen ve Meriç, 2002).

1.6.1.2. Ulusal Dernek, Siyasi Parti ve Sendika Toplantıları

Günümüzde birçok insan veya kurum, belirli ortak amaçları gerçekleştirmek üzere kurulmuş olan derneklerin üyesidirler. Bu dernekler bir taraftan üyelerinin çıkarlarına yönelik çaba sarf ederken, diğer taraftan aldıkları kararlar ile üyesi olmayan başka insanlara veya kurumlara da etki edebilmektedirler (Çakıcı, 2013).

İnsanların üye oldukları çeşitli dernek, birlik, siyasi parti ve sendikalar vardır ve bu kuruluşlar yılın çeşitli dönemlerinde toplantılar tertip etmektedir. Şirketlere nazaran bu kuruluşlar düzenlemek istedikleri toplantılar için yaklaşık olarak 2,5 kat daha fazla harcama yapmaktadırlar. Hemen hemen bütün bu kuruluşlar yılda en az bir defa toplantı düzenlemekte bazı kuruluşlar ise daha sık yapmaktadırlar (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Bununla birlikte toplantılar alışlageldiği ve gelenek olduğu üzere yapılabileceği gibi yasa gereği de düzenlenebilir. Örneğin Türkiye’de dernekler yasa gereği her üç yılda bir genel kurul toplantısı düzenlemek zorundadırlar (Çakıcı, 2013).

Bu toplantılar, aynı meslek grubunda çalışan insanları bir araya getirerek, alanlarında meydana gelen gelişmelerden haberdar edilmelerini sağladığı gibi (Aymankuy, 2006) bu toplantılarda başkanlık seçimi, bütçe oluşturulması ve faaliyetlerin planlanması gibi konular da yer alabilmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Bu türdeki toplantılara katılım genellikle gönüllü olarak gerçekleşmekte ve dolayısıyla yer seçimi ve faaliyetlerin planlanması bu toplantılarda önem teşkil etmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Bu toplantılar ülkenin herhangi bir şehrinde düzenlenebilir fakat üyelere toplantı ile birlikte tatil imkânının da sağlanmak istenmesinden ötürü genellikle büyük şehir merkezleri ve tatil bölgeleri tercih edilmektedir. Ayrıca diğer toplantı türlerinin aksine bu toplantılar için çoğunlukla sonbahar ve yaz ayları tercih edilmekte, süre olarak da genellikle 2 ila 5 gün sürmektedir (Aymankuy, 2006).

1.6.1.3. Uluslararası Birlik Kongreleri

Birlikler, aynı meslek veya ilgi alanına sahip kişilerce ortak amaçlar doğrultusunda oluşturulmuş örgütlerdir (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Bu bağlamda uluslararası birliklerin de, ekonomik, politik, kültürel, dinsel vb. amaçlarla kurulmuş, uluslararası sivil kuruluşlar olduğu söylenebilir. Ayrıca uluslararası birliklerin devletlerarasındaki anlaşmalarla ilgileri yoktur (Aymankuy, 2006).

Farklı amaçlara hizmet eden birbirinden farklı birçok birlik bulunmaktadır. Bu birlikler arasındaki en önemli ortak özellik; üyelerinin belirli zamanlarda toplantı yaparak bir araya gelme zorunluluğudur. Dolayısıyla bu hukuki zorunluluk özellikle kongre turizmi açısından önem arz etmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Uluslararası birlik kongreleri, bu birliklere üye olan ülkelerde, düzenli bir sıra dâhilinde düzenlenen kongrelerdir. Genellikle 2 veya 4 yıllık periyotlarla düzenlenmektedirler. Toplantı mekânı olarak, delege sayılarının fazla olması

nedeniyle, genellikle kongre merkezleri veya uygun büyüklükte salonları bulunan otel işletmeleri tercih edilmektedir. Ekonomik özelliğinden dolayı bazı durumlarda üniversitelerde de düzenlenebilmektedir (Aymankuy, 2006).

Bu tür kongreler diğer türdeki toplantı ve kongrelere nazaran daha uzun dönemli olmakla birlikte daha büyük ve profesyonel organizasyonlar gerektirirler ve ortalama 3-4 gün sürebilmektedirler (Aymankuy, 2006).

Kongre ve toplantı pazar söz konusu olduğunda organizatörlerin aklına genellikle sadece kongreler ve yıllık toplantılar gelmektedir. Fakat dernek ve birliklerin geleneksel olarak veya ilgili kanunlar gereği çeşitli amaçlar doğrultusunda yılda bir düzenledikleri toplantıların haricinde yıllık kongre ve fuarlar, komite toplantıları, seminer ve workshoplar, brifingler, fon oluşturma toplantıları, sergiler, mesleki ve teknik toplantılar, özel yemekler ve kutlama amaçlı eğlence toplantıları da bu pazarın içerisinde yer almaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

1.6.2. Katılanların Milliyetlerine Göre Kongreler

Kongreler, katılımcıların temsil ettikleri ülkeler göz önünde bulundurularak değerlendirildiğinde ulusal kongreler ve uluslararası kongreler olmak üzere iki grupta incelenebilir (Aymankuy, 2006).

1.6.2.1. Ulusal Kongreler

Katılımcıların çoğunun kongrenin düzenlendiği ülkenin vatandaşları olduğu kongrelerdir. Kimi zaman kendi adlarına veya bağlı oldukları kurumları temsilen farklı ülkelerden gelen delegeler de dinleyici veya gözlemci sıfatıyla bu tür kongrelere katılırlar. Ulusal kongreler, delegelerin sık sık bir araya gelmesi mümkün olduğundan genellikle 1 ila 3 gün süren kısa sürelerde yapılmaktadır. Ayrıca uluslararası kongrelere nazaran daha az zahmetli ve masraflıdır (Aymankuy, 2006).

Ulusal kongreler ile uluslararası kongrelerin detayları, sosyal, kültürel ve bilimsel programları, katılımcı tercihleri ve hatta kongrelere dair açılacak hesapları dahi birbirinden farklıdır. Örneğin katılımcı memnuniyeti açısından ulusal bir kongre için yerel para biriminde bir hesabın açılması yeterli olabilirken, uluslararası bir kongre için ise farklı para biriminde hesapların da açılması gerekebilmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Ulusal kongre katılımcılarının kongre ile ilgili yaptıkları harcamalarının tamamı veya bir kısmı bağlı oldukları ya da kongreyi düzenleyen kuruluşlar tarafından karşılanmaktadır. Kongre programı içerisinde ücretsiz hizmetler yanında, gezi, alışveriş vs. gibi ücretli hizmetler varsa bunların bedelleri bizzat katılımcılar tarafından ödenmektedir (Aymankuy, 2006).

Ulusal kongreler ulaşım ve konaklama tercihleri açısından da uluslararası kongreler göre farklılık göstermektedir. Ulusal kongrelerde ulaşım için genellikle karayolu veya havayolu tercih edilmekte, konaklama için ise 3 yıldızlı otellerden 5 yıldızlı otellere kadar farklı tercihlere rastlanabilmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

1.6.2.2. Uluslararası Kongreler

Bu tür kongreler en az üç farklı ulusa ait katılımcıların bulunduğu kongreler olarak bilinmektedir. Üç farklı ulustan katılımın yanı sıra toplam katılımcı sayısı da önem arz etmektedir. Örneğin ICCA uluslararası kongreleri, en az 50 katılımcı ile düzenli olarak organize edilen ve en az 4 farklı ülke arasında rotasyonun gerçekleştiği kongreler olarak değerlendirmektedir. UIA ise, % 40'ının yabancı olduğu en az 300 katılımcı ile gerçekleşen, en az 5 farklı milletin temsil edildiği ve en az 3 süren kongreler olarak değerlendirmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Uluslararası kongreler ulusal kongrelere göre, ortalama 4 ila 7 günü bulan, daha uzun sürelerde gerçekleşmektedirler. Ayrıca farklı uluslardan delegelerin iştirak etmesi ve bu delegelerin sayıca fazla olmalarından ötürü de daha karmaşık bir yapıya sahiptirler. Organizatörler uluslararası kongre için farklı bir ülkeye gelen

katılımcılara başka imkanlar sunmayı da dikkate alırlar. Bu amaçla kongre öncesinde veya sonrasında katılımcılar için ücrete dâhil veya ek bir ücret karşılığında kongrenin yapılacağı yer veya çevresinde geziler düzenleyebilirler (Aymankuy, 2006).

Uluslararası kongreler ile birlikte uluslararası katılımlı kongrelerden de söz edilebilir. Nicelik ve nitelik olarak ulusal ya da uluslararası boyutta olmayan fakat farklı milletlerden katılımcıların yer aldığı kongreler, uluslararası katılımlı kongreler şeklinde değerlendirilebilmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Bu türdeki kongrelere katılan delegelerin ağırlıklı olarak yurt dışından gelmesi durumunda, delegelerin havaalanından kongre merkezine minimum sürede ulaşabilmeleri açısından kongre merkezi olarak kararlaştırılacak yerin ulaşım kolaylıkları dikkate alınmalıdır. Ayrıca bu anlamda simültane çeviri imkanları da dikkate alınmalı, delegelerin konuştukları diller göz önünde bulundurularak çeviri yapılacak dil sayısı belirlenmelidir (Aymankuy, 2006).

Uluslararası kongrelere katılan delege ve beraberindeki refakatçiler, vasat konaklama ve yiyecek-içecek hizmetleri ile yeterince tatmin edilemedikleri için seçkinler turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Tosun, 1994).

1.6.3. Katılımcı Sayısına Göre Toplantı Türleri

Toplantılar katılımcı sayısına göre de sınıflandırabilmektedir. Katılımcı sayısının ölçü olarak kullanıldığı sınıflandırmada toplantılar 3 kategoride değerlendirilmektedir. Aşağıdaki tabloda katılımcı sayısına göre değerlendirilen toplantı kategorileri yer almaktadır:

Tablo 11: Katılımcı Sayısına Göre Toplantıların Sınıflandırılması

0 – 50 Arası Katılımcı	50 – 300 Arası Katılımcı	300 ve Üzeri Katılımcı
Seminer Kollogyumlar Workshop Panel Komisyon Toplantıları Denetim Kurulu Toplantıları	Genel Kurullar Konferanslar Sempozyumlar Zirve	Kongreler Genel Kurullar

Kaynak: (Karasu, 1985).

Seminer: Teknik veya mesleki bir konuda bilgi ya da eğitim vermek amacıyla, ortalama 20 ila 50 arası katılımcı ile yönetici eşliğinde yürütülen tartışma veya bilgi alışverişi niteliğindeki toplantılardır (Çakıcı, 2013). Diğer bir ifadeyle; kararlaştırılan konu hakkında bilgi vermek ve yetkililerin de yer aldığı ortamda konuyu tartışmaya açmak üzere gerçekleştirilen çalışmalarlardır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Kolokyum: Konuşmacıların uzmanlık alanlarıyla ilgili sunum yaptıkları toplantılar anlamına geldiği gibi (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013), uzman akademisyenlerin belirli bir konuda konuşmalar yaptıkları ve konu ile ilgili soruları cevapladıkları toplantılar olarak da ifade edilmektedir (Aymanıkuy, 2006). Literatürde yer almasına rağmen kolokyumlar günümüzde sıkça organize edilen toplantı türleri arasında yer almamaktadır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Workshop: Genel toplantılar içerisinde sadece özel konu veya problemlerle ilgili olarak düzenlenen küçük grup toplantılarıdır (Çizel, 1999). Bir anlamda belirli konu ve sorunlar ile ilgilenen küçük grupların genel oturumlarıdır (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Çalışma grup toplantıları veya çalıştay olarak da adlandırılırlar. Bu toplantılarda katılımcılar, sorunlara bakış açılarını, yeni bilgi ve becerilerini yüz yüze görüşmeler şeklinde paylaşarak birbirlerini eğitmektedirler (Astroff ve Abbey, 1998).

Panel: Bir yönetici eşliğinde, konuşmacıların belirli bir zamana ve sıraya uyarak söz aldığı ve dinleyici sorularının da yanıtlandığı, dinleyiciler önünde gerçekleştirilen tartışmalı toplantılardır (Çakıcı, 2013).

Genel Kurul: Siyasi parti, birlik ya da özellikle dernek gibi kuruluşların belirli dönemlerde gerçekleştirdikleri toplantılardır (Çakıcı, 2013).

Konferans: Teknik veya mesleki bir alanda uzmanlaşmış bir kimsenin belirli bir konuyla ilgili bilgi verdiği, 50 ile 300 arasında katılımcının yer aldığı toplantılardır (Çakıcı, 2013). Konferanslar küçük ölçekli toplantıları da içerebilir. Katılımcı sayısı bakımından küçük veya büyük olarak ayrılabilirler (Astroff ve Abbey, 1998). Konferanslar kongreler ile çok benzerlik göstermekle beraber kongrelere nazaran tartışma ve katılma düzeyi daha fazladır. Ayrıca konferanslar düzenli bir periyot göstermeyen toplantılar için kullanılmaktadır (Aymanıkuy, 2006).

Sempozyum: Belli bir konuda katılımcıların sunum yaptıkları ve oturum sonlarında dinleyicilerden soru ve yorumlarının da alındığı bilimsel içerikli toplantılardır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Bilimsel içerikli olmakla birlikte sempozyumlar, bilimsel merkez, üniversite ve hastane gibi merkezlerde gerçekleştirilmekte ve 1 ila 3 gün arasında sürmektedirler (Tekeli, 2001).

Zirve: Ülkeleri temsilen üst düzey resmi görevlilerin katıldıkları toplantılardır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

1.7. Kongre Turizminde Örgütlenmeler

Kongre turizmi, dünya turizm sektörü genelinde sürekli yeni teknolojilerle, mimarilerle ve fikirlerle farklılaşıp öne çıkan ve en hızlı büyüyen turizm hareketleri arasında yer almaktadır. Kongre organizasyonları için genellikle mevsim dışı dönemlerin tercih edilmesi turizm mevsiminin uzamasına ve delege harcamalarının normal turistlere oranla daha fazla olması gibi nedenler de kongre turizminin boyutlarının genişlemesine ve kongre turizm hareketlerine yön veren örgütlenmelerin gelişmesine neden olmuştur (Dölalan, 2008).

Kongre faaliyetleri alanında hizmet veren çeşitli mesleki gruplar ve arz unsurları, bu pazardaki etkilerini arttırmak ve bu pazardan daha fazla pay almak amacıyla örgütlenme yoluna gitmişlerdir. Bu tür örgütlenme faaliyetlerinde bulunmayan

ülkelerin, kongre bürolarının, merkezlerinin ve organizatörlerin ise pazar payını genişletmeleri ve pazardan yeterli pay almaları pek mümkün olmamaktadır (Aymankuy 2006).

Bazı ülkelerde ulusal turizm kuruluşları, seyahat acentaları, oteller, kongre merkezleri, üniversiteler ve diğer ilgili kurumlar bir araya gelmek suretiyle veya kendi içlerinde kongre birimleri oluşturmuşlardır. Kongre turizmi alanında oluşturulan bu birimlerin en önemli görevleri; ülkenin kongre imkânlarını tanıtarak pazarlanmasını sağlamak, pazar araştırması yapmak, oluşabilecek engelleri gidermek maksadıyla kuruluşlar arası koordinasyonu sağlamak, broşürler bastırmak ve kongrelere çeşitli destekler sağlamaktır. Bu kuruluşlar organizasyon gerçekleştirmemekte, kongre düzenleyenleri desteklemektedirler (Mustafazade, 2015).

Sonuç itibarıyla kongre turizminin yapısal özellikleri ve ortaya koyduğu ekonomik faydalar, bu alanda bazı yapıların oluşmasını gerekli kılmaktadır. Söz konusu yapılar kamu kuruluşları, özel teşebbüsler ve sivil toplum örgütlerinden oluşmaktadır (Arber, 2008).

1.7.1. Uluslararası Kongre Örgütleri

Uluslararası kongre örgütleri, kongre endüstrisinin sahip olduğu işleyiş ve yapıdan kaynaklı olarak bu alanda kendine ayrıcalıklı bir konum edinmiştir. Bu konum, özellikle şehir ve bölgelerin kongre destinasyonu olarak gelişmelerine olan etkilerinden kaynaklanmaktadır. Kongrelerin nerede, ne zaman ve nasıl yapılacağı ile ilgili kararları her ne kadar kongreyi düzenleyen kurum ile organizasyonu gerçekleştiren işletmeler veriyor olsa da, kongrenin düzenlendiği şehrin bir kongre destinasyonu olarak gelişmesi büyük ölçüde kongreleri ve kongre merkezlerini pazarlayan bu örgütlere bağlıdır.

Uluslararası kongre örgütleri, kongre ve destinasyonların gelişimini, kongre büroları ile kongre düzenleyen kurum ve organizatörler düzeyindeki çalışmalarını sayesinde

sağlamaktadır. Söz konusu bu çalışmalar, kongre turizmi alanındaki bilgi ve tecrübelerin paylaşılması, kongre ve destinasyonların pazarlanması, hizmet tedarikçileri ile alıcılarının beklenti ve ilişkilerinin geliştirilmesi ile sağlanmaktadır (Arber, 2008).

Uluslararası kongre örgütlerinin sundukları hizmetler genel olarak şu şekilde özetlenmektedir (Weber ve Roehl, 2001);

- Kongre endüstrisi ile kamu sektörü arasındaki ilişkileri koordine etmek
- Hem alıcıları hem de satıcıları temsil etmek
- Toplantı ve grup planlayıcıları ile koordineli çalışmak
- Ziyaretçilere bilgilendirme hizmeti sunmak ve onların ihtiyaçlarını karşılamak
- Kongre turizmi alanındaki lider ya da öncülerin sektörel ihtiyaçlarını tedarik etmek

Kongre turizmi içerisinde faaliyet gösteren birçok uluslararası kongre örgütü bulunmaktadır. Örneğin; Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (Destination Marketing Association International- DMAI), Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (International Congress and Convention Association – ICCA), Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu (European Federation of Convention Towns - EFCT), Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (International Association of Professional Congress Organizers - IAPCO), Kongre Endüstrisi Konseyi (Convention Industry Council - CIC) vb. örgütler kongre turizmi içerisindeki öncü uluslararası örgütler arasında yer almaktadır.

Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAI), 1914 yılında Uluslararası Kongre Büroları Birliği (International Association of Convention Bureaus - IACB) olarak kurulmuştur (Arber, 2008). Merkezi ABD'nin başkenti Washington'dadır. DMAI, resmi destinasyon pazarlama örgütlenmesi hususunda dünyanın en büyük ve en güvenilir kaynağıdır. Yaklaşık 15 ülkedeki 600 farklı destinasyondan 4.100'ü aşkın profesyonel kadrosuyla etkinliğini arttırmayı hedeflemektedir. Uzmanlar, sektör

ortakları, öğrenci ve eğitimcilerden oluşan üyelerine en gelişmiş eğitim kaynakları, ağ bağlantı imkânları ve dünya genelindeki yaygın pazarlama kolaylıkları sağlamaktadır (www.destinationmarketing.org, 2017).

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA), uluslararası toplantı endüstrisi açısından küresel bir kuruluş ve bilgi merkezidir. 1963 yılında bir grup seyahat acentası tarafından kurulmuştur. Birliğin ilk ve en öncelikli amacının, hızla gelişen uluslararası toplantı pazarındaki seyahat sektörü için pratik yollar geliştirmek ve pazardaki faaliyetleri ile ilgili güncel bilgileri paylaşmak olduğu şeklinde ifade edilmektedir. ICCA, şu anda uluslararası toplantı dünyasındaki en önemli kuruluşlardan birisidir. Yaklaşık 100 ülkede 1000'i aşkın şubesiyle uluslararası toplantı sektöründe hizmet sunmaktadır. Uluslararası etkinliklerdeki konaklama, ulaşım ve faaliyetlerin yürütülmesi gibi konularda uzmanlaşmış üyelere sahip olan tek birliktir. Uluslararası toplantı planlayıcıları, toplantı mekânı seçimi, teknik danışmanlık, delegelerin transferlerinin sağlanması, kongrenin tamamının planlanması veya özel hizmetler gibi etkinliklerdeki tüm detayların hallededilebilmesi için ICCA'nın internetteki bilgilerine güvenebilmektedir (www.iccaworld.org, 2017).

Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu (EFCT), dünya genelindeki 35'ten fazla ülkedeki toplantı planlayıcıları ile birlikte bu ülkelerdeki en ideal destinasyonların tanıtılması yönünde hizmet veren bir kuruluştur. Temel amacı, Avrupa konferans endüstrisi için bir odak noktası olmak şeklinde ifade edilmektedir. Toplantı pazarı ile ilgili her alanda rehberlik hizmeti sağlayan EFCT'nin ayrıca canlı bir eğitim ve pazarlama programı vardır (www.iftta.org, 2017).

Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO), 1968'te kar amacı gütmeyen bir birlik olarak Brüksel'de kurulmuştur. Ulusal ve uluslararası kongre, konferans ve özel etkinlikleri organize eden veya yönetenleri temsil eden IAPCO şuan dünya genelinde 41 ülkeden 117 üyeye sahiptir. Üyeler her yıl IAPCO'nun kalite değerlendirme sürecine katılarak üyeliklerini devam ettirebilmektedirler. Birlik bu

sayede dünya genelindeki kongre müşterilerine ve tedarikçilere kalite güvencesi sunmaktadır (www.iapco.org, 2017).

Kongre Endüstrisi Konseyi (CIC), 1949 yılında toplantı, konferans ve sergi endüstrisi içerisindeki bilgi alışverişini kolaylaştırmak amacıyla dört üye kuruluş tarafından kurulmuştur. Şu andaki üye sayısı 33 olan CIC toplantı, konferans ve sergi sektöründe 103.500'den fazla kişiyi ve 19.500 firmayı temsil etmektedir. Konsey, toplantı sektörünü desteklemek ve sektörün zorluklarını gidermek için pek çok araç ve program sunarak hizmet vermektedir (www.conventionindustry.org, 2017).

1.7.2. Kongre ve Ziyaretçi Büroları

Kongre turizminin, yaklaşık olarak dünya turizm gelirlerinin dörtte birinden fazlasını oluşturması, bu alandaki rekabetin daha da artmasına neden olmuştur. Bu durum, dünyanın farklı bölgelerindeki kongre destinasyonlarının pazarlama konusunu gündeme getirmiş ve bu amaçla birçok ülkede kongre ve ziyaretçi büroları açılmıştır. Genel olarak koordinasyon görevini üstlenen ve destinasyonun pazarlanması ile ilgili faaliyetler yürüten bu büroların, kar amacı gütmeyen bağımsız kuruluşlar şeklinde oluşturulduğu görülmektedir (Ersun ve Arslan, 2009).

Kongre ve ziyaretçi büroları, kar amacı gütmeyen uluslararası kongreleri özendirilmeye çalışan ve genellikle ulusal turizm örgütüne veya yerel yönetimlere bağlı kuruluşlardır. (Karasu, 1985). Bu kuruluşlar iş ve toplantıların yarattığı ekonomik değer sonucu destinasyonların bu anlamda pazarlanabilmesi maksadıyla ortaya çıkmıştır. Bu anlamda ilk kongre bürosu 1895 yılında Amerika'daki Detroit şehrinde kurulmuştur. Günümüzde ise kongre sektöründeki artan rekabet ile birlikte kongre destinasyonlarının tanıtımı ve pazarlanması amacıyla dünyanın birçok yerinde kongre ve ziyaretçi büroları kurulmuştur (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Uluslararası kongre organizatörleri, kongre organizasyonlarını doğrudan ticari kuruluşlarla değil, genellikle kongre ve ziyaretçi büroları aracılığı ile gerçekleştirme eğilimindedirler (Boyce, 2008).

Tarihsel süreçte turizm sektörü içerisindeki rolü artan kongre ve ziyaretçi büroları günümüzde yalnızca kongre turizmi amaçlı değil genel turizm amaçlı da pazarlama faaliyetlerini geliştiren örgütlere dönüşmüştür. Kongre ve ziyaretçi büroları bunları sağlayabilmek için sektörde pazarlamasını yaptıkları şehrin toplantılar ve ziyaretçiler için çekici bir destinasyon olarak imajını geliştirmek, kamu sektörü ve endüstriyi oluşturan işletmeleri koordine etmek, toplantı ve grup planlayıcıları ile birlikte çalışmak, arz ve talep cepheleri adına hareket ederek çatışmayı engellemek, ziyaretçilerin sorularını yanıtlamak, bilgi sağlamak ve kongre sektöründe liderlik yapma rollerini yerine getirmektedirler (Beldona, Morrison ve Anderson, 2003'den aktaran Baytok, Soybalı ve Emir, 2010).

Destinasyonların dünya çapında tanınmasını ve bir bütün olarak pazarlanmasını sağlamaya çalışan kongre ve ziyaretçi büroları bir eğilim değil, gereklilik haline gelmiştir. Dünya genelinde 5000'den fazla kongre ve ziyaretçi bürosu bulunmakta ve bunlara her geçen gün yenileri eklenmektedir. (Getz, Anderson ve Sheehan, 1998).

Kongre ve ziyaretçi bürolarının kendi üyeleri ve toplantı planlayanlar olmak üzere toplantı açısından iki temel müşterisi vardır. Bürolar, kendi üyeleri olan ve kongreye ev sahipliği yapacak olan kuruluş ile toplantı planlayanlar arasında irtibat görevi üstlenmektedirler. Bürolar, bir taraftan anlaşmaya girebilecek ev sahibi kuruluşun imkânlarını, diğer taraftan toplantı planlayanların ihtiyaçlarını belirleyerek iki tarafı buluşturmaktadırlar. Bürolar, hem ev sahipliği yapan kuruluşun hem de toplantı planlayanların çıkarlarını korumayı hedefleyerek asıl amaçları olan destinasyon imajını sağlamaktadırlar (Ha ve Love, 2005'den aktaran Arber, 2008).

Kongre ve ziyaretçi bürolarının üyeleri; konaklama işletmeleri, kongre merkezleri, kongre organizatörleri, seyahat acentaları, kamu kuruluşları, üniversiteler, sanayi ve ticaret odaları, yiyecek-içecek işletmeleri, ulaşım işletmeleri vb. kuruluşlardan oluşmaktadır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Montgomery ve Strick (1995), kongre bürolarının dört temel sorumlulukları olduğunu belirtmektedir. Bunlar (Akhmetov, 2007);

- Tanıttığı destinasyonla ilgili grupların kongre ve ticari sergi düzenlemelerini özendirmeye yönelik çalışmalar yapmak
- Bu gruplara toplantı hazırlık aşamasında ve toplantı süresi boyunca yardımcı olmak
- Destinasyonun tarihi, kültürel ve eğlence olanaklarının ziyaret edilmesini özendirmek
- Destinasyonun imajını geliştirmek

1.7.3. Kongre Organizasyon İşletmeleri

Kurum ve işletmeler toplantı etkinliklerini eskiden kendileri doğrudan otel ve kongre merkezleri ile temasa geçerek organize etmekteydi. Ancak zamanla kongre organizasyonlarında yaşanan değişimler ile birlikte kongre konseptinin belirlenmesi, ileri safhada planlama, toplantıların etkileşimi, pazarlama, operasyon, uygulama ve değerlendirme olmak üzere bütün detayları organize edecek ve yönetecek daha profesyonel yapılara olan gereksinimler ortaya çıkmıştır (Arber, 2008).

Kongre sektörünün yapısı değiştikçe, otel sözleşmelerinden sigortaya kadar kongre programı içerisindeki birçok ayrıntı ile uğraşmakta olan kongre planlamacıları çoğalmıştır. Ayrıca bu kişilerin eskiye kıyasla daha bilgili ve eğitilmiş olmaları da önem kazanmıştır. Günümüzde işletmeler, toplantı organizasyonları için kendi personelini kullanmakta veya bu organizasyonlar ile ilgilenen profesyonel kuruluşlara yönelmektedir. Bu durum toplantı konusunda farklı yapıda aracı işletmenin oluşmasını ve dağıtım kanalı aracı olarak görev yapmasını sağlamaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Kongre organizatörlüğü, dünya genelinde ilk olarak 1970'li yıllarda başlamış bir meslek alanı haline gelmiştir (Çakıcı, 2013). Günümüzde profesyonel kongre organizatörleri, seyahat acentaları, destinasyon yönetim işletmeleri ve kongre büroları toplantı organizasyon alanında faaliyet gösteren başlıca işletme ve

kuruluşlardır. Ayrıca konaklama işletmeleri de toplantı satış müdürü, toplantı müdürü, halkla ilişkiler müdürü veya ön büro müdürü gibi personelleri aracılığı ile toplantıların organizasyonlarını üstlenebilmektedir.

Günümüz koşulları ve anlayışında, bir kongre organize etmek, o kongre ile ilgili; ileri safhada planlama, pazarlama, hizmet tedarikçilerinin saha tecrübesi ve koordinasyon gerektirmektedir. Bu hizmetleri, kongre talebinde bulunanların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda karşılayan ve bir düzen içerisinde yerine getirenlere profesyonel kongre organizatörü ya da planlayıcısı adı verilmektedir (Gregory ve Breiter, 2001).

Profesyonel kongre organizatörleri, yapılacak kongre organizasyonu öncesi, esnası ve sonrasındaki işlerin koordinasyonunu sağlayan, ayrıca teknik, parasal ve insani kaynakları harekete geçiren kişi veya işletmelerdir. Tüm bu süreç içerisinde profesyonel kongre organizatörleri, kongre delegelerinin yiyecek-içecek ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması, karşılama ve transfer hizmetlerinin sağlanması, davetlilerin ve konuşmacıların ayarlanması, güvenliklerinin sağlanması, rekreatif amaçlı tur ve gezilerin düzenlenmesi gibi hizmetleri sunmaktadır (Aksu, Yılmaz ve Gümü, 2013).

Kongre organizasyonu konusunda uzmanlaşan bir diğer işletme türü seyahat acentalarıdır. Seyahat acentaları ulaşım ve konaklama rezervasyonları, tur paketleri gibi çeşitli hizmetleri sunan aracı işletmelerdir. Aracılık görevi gören bu işletmeler, sahip oldukları deneyim ve imkânlar sayesinde, gelişen talep doğrultusunda müşterilerinin toplantı etkinliklerini planlamaya başlamışlardır (Arber, 2008). Seyahat acentacılığının gelişmeye başlamasıyla birlikte, kongre organizasyonları kolaylaşmış ve bu durum kongre turizmini olumlu yönde etkilemiştir (Hacıoğlu, 2000).

Destinasyon yönetim işletmeleri, buldukları şehirlerdeki toplantı düzenlemeleri ile ilgili çalışmalar yürütmektedirler. Ev sahibi şehri çok iyi tanıyor olmaları

bakımından tercih edilmektedirler (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Bir başka ifadeyle, kongreye ev sahipliği yapan şehirlerde, kongre organizatörlerine yönelik kongre merkezi ve toplantı hizmetleri sunan kuruluşlardır. Bu işletmeler, özellikle ev sahibi bölge ile ilgili geniş bilgiye sahip oldukları için konaklama, yiyecek-içecek, transfer, eğlence gibi hizmetleri derinlemesine sunabilmektedirler. Bu hizmetler dışında delegelerin özel beklentilerini de karşılamaya çalışmaktadırlar (Arber, 2008).



İKİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZM DESTİNASYONLARI VE NEVŞEHİR BÖLGESİNİN KONGRE TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. Kongre Turizmi Destinasyon Seçim Özellikleri

Genel turizm açısından olduğu gibi kongre turizmi açısından da turistik çekim unsurları önem arz etmektedir. Bir ülkede kongre turizminin kendiliğinden oluşması beklenilemez. Bunun mümkün olabilmesi için ülkenin coğrafi konumu, iklimi, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile birlikte ayrıca bir takım alt ve üst yapı imkânlarına sahip olması gerekmektedir. Dolayısıyla genel turizm için elverişli olan her destinasyon kongre turizmi için yeterli olmayabilir (Aymankuy, 2006).

Kongre turizminde destinasyon seçim kararları genellikle kongre talebinde bulunan kurumların komiteleri veya yönetim kurulları tarafından verilmektedir. Ancak bu kararlar az da olsa, katılımcıların ve kongre organizasyon işletmelerinin etkisiyle de belirlenebilmektedir (Arber, 2008). Kongre talebinde bulunan kurum ve kuruluşlar, kongrenin düzenleneceği destinasyonu delegelerin beklenti ve isteklerini dikkate alarak kararlaştırırlar (Aymankuy, 2006). Söz konusu kurumların komite ve yönetim kurulu üyeleri üzerinde; birlikte çalışanların ve başkalarının tavsiyeleri, kişisel bilgi ve deneyimler, özel ihtiyaçlar, yiyecek-içecek kalitesi, fiyat ve değer ilişkileri, konaklama imkânları ve deneyimli otel çalışanları gibi unsurların etkili olduğu ifade edilmektedir. Kongre organizatörleri ise bu unsurlar ile birlikte güç, çevre ve sosyal kaygılar gibi değişken faktörlerin de destinasyon seçiminde etkili olduğunu ileri sürmektedirler (Arber, 2008).

Kongre organizatörlerinin, kongre düzenlemeye karar veren kuruluşlar üzerindeki etkileri daha önceki tecrübelerinden kaynaklanmaktadır. Organizatör işletmeler

daha önce kongre organize ettikleri ve hiçbir sorun yaşamadıkları, dolayısıyla gerek kendileri gerekse de kongre sahipleri ve delegeleri açısından organizasyonun kusursuz bir şekilde gerçekleşeceği destinasyonları önermekte ve tercih etmektedirler (Aymankuy, 2006).

Uzmanlar kongre turizmi açısından ülkelere nazaran şehirlerin daha ön planda tutulması ve tanıtılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Kongreye ev sahipliği yapacak olan şehrin belirlenmesinde dikkate alınan unsurlar genel olarak şunlardır (Eren ve Yılmaz, 2005):

- Şehrin çekiciliği (tarihi, doğal, ekonomik ve sosyo-kültürel unsurlar),
- Toplantı tesisleri ve imkânlarının standartları,
- Toplantı organizatörlerinin profesyonelliği,
- Konaklama işletmeleri türleri ve kaliteleri,
- Ulaştırma ve ulaşılabilirlik,
- Güvenlik ve sağlık,
- Yiyecek-içecek, alışveriş, rekreasyon gibi işletme ve imkanların kalitesi ve çeşitliliği,
- Sunulan hizmetin fiyata değer olması.

Ancak tüm bu unsurların bir bütün olarak etkili olmasıyla birlikte, özel bazı durumların da diğerlerine göre farklı etkiler yaratabildiği görülmektedir. Örneğin bir destinasyon hakkındaki çeşitli bilgilere internet ortamından online olarak ulaşılabilmesi gibi teknolojik gelişmeler, söz konusu destinasyonun, kongre bölgesi olarak tercih edilmesinde etkili olduğu belirtilmektedir (Arber, 2008). Esasında bir bölgenin kongre destinasyonu olabilmesi, o bölgenin milletlerarası çağı yakalayabilmesini gerektirmektedir (Mert, 1992).

2.2. Kongre Merkezlerinin Özellikleri

Kongre turizmi gerek ekonomik gerekse sosyo-kültürel açıdan turizm ülkeleri tarafından önem verilen bir turizm çeşididir. Günümüzde dünya genelinde birçok ülke kongre merkezi olabilmek için çaba sarf etmektedir. Ancak kongre turizmi

alanında bir merkez haline gelmek birtakım unsurların belli bir kalite ve kapasitenin üzerinde olmasını gerektirmektedir. Bu unsurlardaki eksiklikler sistemin sağlıklı işlemlerini engelleyecek ve tüketici taleplerini olumsuz etkileyecektir (Mert, 1992).

Daha öncede belirtildiği gibi genel turizm bakımından önemli olan coğrafi konum, doğal ve tarihi güzellikler, iklim, ulaşım, yiyecek-içecek, eğlence ve konaklama imkânları, diğer seyahat işletmeleri, seyahat acentaları hizmetleri gibi turistik alt ve üst yapı imkânlarının varlığı kongre turizmi açısından da önemlidir. Fakat bu imkânlar o ülke veya bölgede kongre turizminin gelişebilmesi için kendi başına yeterli değildir. Bu bölgelerde, kongre veya konferans merkezleri, kongre büroları, simültane tercümanlar vb. gibi özel alt ve üst yapı imkânlarının da kısmen de olsa bulunması gereklidir (Aymankuy, 2006).

1990 yılında Amerika'da gerçekleştirilen bir araştırmada bir yerin kongre merkezi olarak tercih edilmesinde şu hususlara öncelik verildiği saptanmıştır; ulaşım kolaylığı, güvenlik, konaklama ve kongre salonu imkânları, çevre ve alt yapı, personel ve fiyatlar. Herhangi bir destinasyon, bu hususlardan her biri için 100 üzerinden %80'i geçen bir puan aldığı takdirde dünya standartlarında bir kongre merkezi olarak değerlendirilebilmektedir. Kongre organizatörleri de bu ayrıntıları reklam ve sloganlarında sık sık vurgulamaktadırlar (Mert, 1992).

Kongre merkezlerinin sahip olması gereken özellikler şu başlıklar altında incelenebilir (Aydın, 1997);

- Destinasyon çekiciliği
- Coğrafi konum ve iklim
- Modern ve rahat konaklama tesisleri
- Düzenli ulaşım olanakları
- İletişim
- Güvenlik
- Kongre ve toplantı salonlarının yeterliliği

- Destinasyonun çekiciliği, turistin gideceği yeri tercih etmesini etkileyen önemli bir unsurdur. Bu çekicilik yöresel ve ulusal niteliklerde olabileceği gibi uluslararası seviyede de olabilir (Aymankuy, 2006). Tarihi ve kültürel zenginlikler ile doğal güzellikler, destinasyonları bu anlamda çekici kılan başlıca unsurlardır. Bunun yanında sanatsal etkinliklerin yoğunluğu ve çeşitliliği de destinasyonun imajını pekiştiren bir diğer etmendir. Bu tür özelliklere sahip ülke veya bölgeler kongre merkezi olma açısından diğer destinasyonlara göre daha şanslı olmaktadır (Aydın, 1997).
- Coğrafi konum ve iklim, organizatörler tarafından kongrelere daha fazla katılım sağlanması için dikkate alınan diğer unsurlar arasındadır. Günümüzde katılımcılar için kongrenin amacı bu unsurlardan daha önemlidir. Fakat yine de pratikte bu unsurlar kongrenin büyüklüğüne etki edebilmektedir (Aydın, 1997). Çünkü kongrenin düzenleneceği yerin iklimsel özellikleri ve coğrafi konumu o ülke veya şehrin özellikleri olması bakımından kongre talebini etkilemektedir (Karasu, 1985). Örneğin ulaşım sektöründeki gelişmelerden ötürü coğrafi konumlar mesafe bakımından birinci derecede önem arz etmese de özellikle kısa süreli toplantılarda katılımcılar kendilerine yakın bölgeleri tercih edebilirler. Ayrıca toplantılar her ne kadar kapalı mekânlarda gerçekleşse de katılımcılar gidilen kongre destinasyonunda tatil de yapmak isteyebilirler veya en azından toplantılara üşümeden, ıslanmadan, aşırı sıcaklamadan katılmak isterler. Dolayısıyla iklim şartları elverişli olan merkezler kongre turizmi açısından daha uygun destinasyonlardır (Aymankuy, 2006). Bununla birlikte çok sert iklimli ülkelerde veya ekvator kuşağındaki yüksek sıcaklığa sahip bölgelerde kongre organize edilmesi imkânsızdır (Aydın, 1997).
- Modern ve rahat konaklama tesisleri, kongre turizmi açısından oldukça önemli bir faktördür. Her şeyden önce kongre merkezi olarak tercih edilen destinasyonun yeterli sayı ve kapasitede konaklama tesislerine sahip olması gerekmektedir. Kongre katılımcıları, konaklayacakları tesislerin kolay bir ulaşım ve yeterli konfora sahip olmalarını istemektedirler. Günümüzde konaklama işletmeleri

sadece konaklama ve yiyecek-içecek hizmeti vermemekte, toplantı yapmaya elverişli, yeterli donanıma sahip salonları ile kongre turizmine hizmet eden birçok kongre oteli de bulunmaktadır (Aymankuy, 2006).

Kongre organizatörlerinin, toplantı mekân seçimi konusunda konaklama tesisleri ile ilgili genel olarak değerlendirdikleri hususlar şunlardır (Çakıcı, 2013);

- Toplantı salonlarının sayısı, büyüklüğü ve hacmi
- Yiyecek-içecek servisinin kalitesi
- Misafir odalarının sayısı, büyüklüğü ve hacmi
- Faturalama sürecinin etkinliği
- Kayıt kabul ve ayrılma işlemlerinin etkinliği
- Toplantıyla ilgili olarak personel görevlendirilmesi
- Havalandırma gibi destek hizmetlerinin varlığı
- Tesisle ve personelle olan geçmiş deneyimler
- Golf sahası, tenis sahası gibi tesis içerisindeki rekreatif alanlar
- Havaalanına yakınlığı
- Havayolu dışındaki diğer ulaşım türlerine göre ulaşım kolaylığı
- Katılanların önceden kayıt edilmesi gibi özel hizmetlerin verilmesi
- Sergi alanlarının varlığı
- Suite odaların sayısı ve büyüklüğü
- Alışveriş, restoran ve eğlence yerlerine yakınlığı
- Tesisin yeniliği

➤ Düzenli ulaşım olanakları, diğer bir ifadeyle hızlı, rahat ve kolay ulaşım imkânlarının varlığı, kongrelerin söz konusu merkezlere çekilmesinde önemli bir role sahiptir. Yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde ortaya çıkan hızlı, güvenli, konforlu ve yüksek kapasiteli ulaşım araçları, turizmin olumlu yönde gelişmesine katkı sağlamıştır (Aymankuy, 2006). Özellikle havayolu taşımacılığındaki gelişmeler, maliyetlerin önemli ölçüde düşmesini, böylelikle de ulusal ve uluslararası kongrelere daha düşük maliyetlerle katılma olanaklarını sağlamıştır (Çakıcı, 2013).

Kongre katılımcıları genellikle önemli meslek gruplarından, politikacılardan ve akademisyenlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla yoğun çalışma temposuna sahip bu kişiler için zaman oldukça önemli bir husustur. Bu anlamda delegelerin sadece ülkeye getirilmesinde değil, kongre esnasında taşınmasında ve düzenlenen gezilerde de kullanılacak ulaşım imkânları önem arz etmektedir (Aydın, 1997).

➤ İletişim, temeli bilgi alışverişine dayalı toplantı etkinliklerindeki önemli bir diğer husustur. Kongrelerde iletişim, iç ve dış iletişim olmak üzere iki türlü değerlendirilmektedir. İç iletişim, kongre esnasındaki bilgi alışverişi için kullanılan teçhizatları kapsamaktadır (Karasu, 1985). Toplantıların başarılı bir şekilde gerçekleşmesi iyi birer görsel ve işitsel düzen gerektirmektedir (İçöz, 1998). Etkin bir toplantı için dinleyiciler konuşulanları duyabilmelidirler. Uygun olmayan veya iyi ayarlanmamış ses sistemlerinin olması durumunda toplantılar verimsiz geçebilmektedir. Dolayısıyla kongre merkezinin mikrofon, slayt makinesi, video, projeksiyon aleti gibi görsel ve işitsel sistemler ile ilgili ihtiyaçları karşılayabiliyor olması gerekmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Dış iletişim ise, kongreye dair kamuoyu oluşturabilmek adına telefon, faks, gazete, radyo, televizyon vb. kitle iletişim araçları ile yapılan bildirimleri, duyuruları kapsamaktadır (Karasu, 1985). Bu anlamda güçlü bir iletişim ağı, kongreye ev sahipliği yapacak olan ülkenin kamuoyu oluşturarak tanıtım ve itibar sağlayabilmesi açısından oldukça önemlidir. Diğer taraftan sürekli yaşadıkları yerler dışındaki farklı bölgelere gelen kongre katılımcıları, haberleşme ve dış dünyadan haberdar olma gibi temel ihtiyaçlarının karşılanmasını bekleyecektir. Dolayısıyla kongrelerin başarıyla gerçekleşmesi iletişimi bu anlamda da önemli ve gerekli kılmaktadır (Aydın, 1997).

➤ Güvenlik, turizm endüstrisindeki talebi genel olarak etkileyen faktörlerden biridir. Bu faktör kongre turizmi açısından iki farklı boyutta ele alınır. Birincisi, kongrenin düzenleneceği ülke veya şehrin güvenliği; diğeri ise, toplantıların gerçekleştirileceği salon veya kongre merkezi gibi fiziksel yapıların güvenliğidir (Aydın, 1997). Günümüzde artan terör eylemleri şehirlerin güvenlik ile ilgili

imajlarını da dikkate almayı önemli hale getirmektedir (Çakıcı, 2013). Terör olaylarının sıklıkla görüldüğü ülke veya şehirlerde delegelerin güvenliklerinin sağlanması güçleşecektir. Diğer taraftan önemli devlet adamları, politikacılar ve bilim adamları gibi delegelerin ağırlandığı kongrelerde toplantı salonlarının güvenliği de büyük önem arz etmektedir (Aydın, 1997). Kimi yasa dışı kişi veya örgütler, bu gibi önemli katılımcıların iştirak ettiği kongreleri; basında yer alabilmek, kamuoyunun dikkatini çekebilmek gibi amaçlarla çeşitli provokatif veya terör eylemleri düzenlemek için bir fırsat olarak değerlendirebilmektedir. Sonuç itibarıyla, gerek kongreye ev sahipliği yapacak ülke veya şehrin gerekse toplantıların gerçekleşeceği salonunun güvenliği, seçim kriterleri açısından oldukça önemlidir.

- Kongre ve toplantı salonlarının yeterliliği, kongre destinasyonlarının sahip olması gerektiği bir diğer özelliktir. Kongre organizasyonlarında söz konusu kongrenin düzenleneceği salonlar en önemli hususlardan biridir. Bu salonların, kongreyi düzenleyen kurum ve organizatörlerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek özelliklere ve kongrenin amacına uygun fiziksel şartlara sahip olması gerekmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Eskiden otellerden başka hiçbir tesis ya da işletme organizatörler için istenen olanakları sunmuyordu. Fakat zamanla pazarın yapısındaki hızlı değişim ve öneminin giderek artması kongre ve konferans merkezleri gibi yapıların ortaya çıkmasına yol açmıştır (Çizel, 1999). Yapılan araştırmalar, yeterli alt yapıya ve teknik imkânlarla sahip kongre merkezlerinin toplantı yeri seçiminde önemli rolünün olduğunu göstermektedir (Tekeli, 2001). Toplantı salonlarının seçimi ile ilgili değerlendirmede genellikle şu hususlara dikkat edilmektedir (Hoyle, Dorf ve Jones, 1995);

- Kullanıma uygun salon sayısı
- Ses geçirmeyen duvarlar ve ses yalıtımı
- Modern görsel ve işitsel cihazlar
- Salonların konumu ve trafik akışı
- Dikkat dağılımına ve karmaşaya sebep olabilecek faktörler
- Salon giriş ve çıkışları

- Salonların fiziksel kapasitesi
- Salon düzeni
- Toplantı araları için yiyecek-içecek olanakları ve müsait alanların bulunması
- Özel hizmet ve ekipmanlar

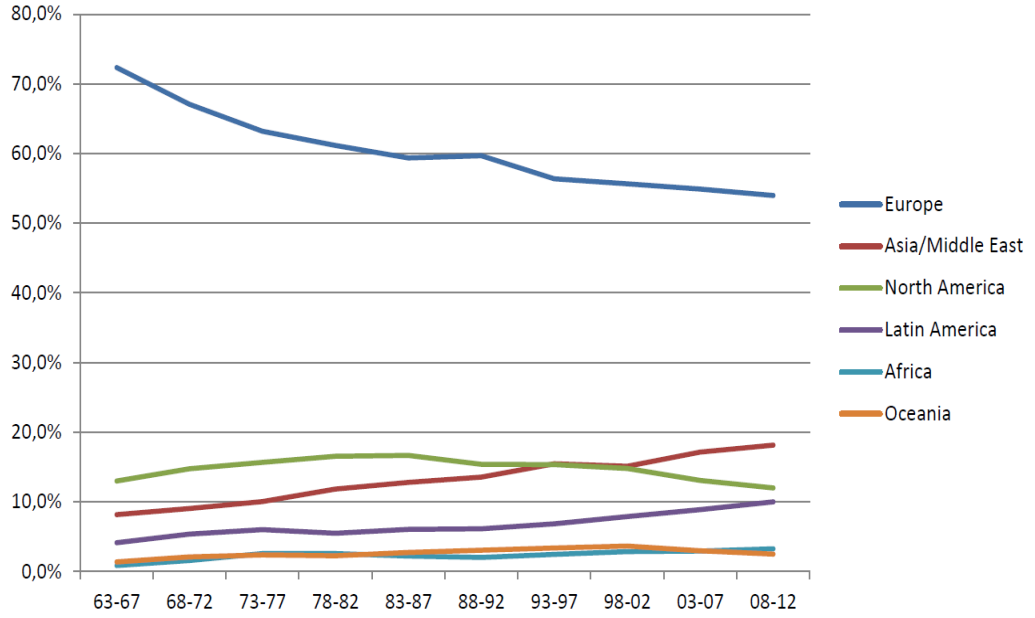
Günümüzde oteller, üniversiteler, kongre merkezleri ve benzeri diğer yerler kongrelerin düzenlenebileceği başlıca mekânlar olup bir kentin kongre şehri olarak seçilmesindeki en önemli hususlardan biri toplantı yapmaya elverişli salonları bulunan ve yeterli ekipmana sahip toplantı merkezlerinin varlığıdır (Aymankuy, 2006). Özellikle kongre merkezleri pahalı yatırımlar olmalarından ötürü genellikle kamu kesiminin desteğiyle inşa edilirler. Ayrıca işletme aşamasına geçildiğinde de desteklenmeye devam edilir. Çünkü kongre merkezleri, modern toplumlarda üniversiteler, okullar, kütüphaneler derecesinde önemli yatırımlardır. Bu gibi kamu yatırımları sayesinde gerçekleşen kongreler, bilginin uluslararası yaygınlık kazanmasına, enformasyon seviyesinin yükselmesine ve sorunların belirlenmesinde önemli katkılarda bulunur. Dolayısıyla kongre etkinlikleri, kongre kentinin gelişmesinin yanında önemli bir kültürel etkiye de sahiptirler (Özen, 1986).

2.3. Dünya Kongre Turizm Destinasyonları

Kongre organizatörleri için destinasyonun (kasaba, köy, şehir vb.) önemi, mekân seçiminde diğer bütün kriterlerden önce gelir (Weber and Chon, 2002). Her destinasyonun, gerek ülkenin gerekse belediye sınırları içinde kalan destinasyonların, kongre merkezlerine, olanaklarına, altyapı harcamalarına ve destek servislerine ihtiyaçları vardır ve bunlara göre değerlendirilirler. Bu hususlara dikkat eden ve bu konularda gelişmiş olanlar, kongre turizmi için destinasyon bölgesi olabilirler. Örneğin İngiltere’de hizmet veren lider konumda 65 kayıtlı destinasyon bölgesi vardır. Bunlardan 4’ü ülke, 23’ü şehir, 20’si ilçe, 15’i kasaba ve 3’ü adadır (Roger, 2013).

Kongre turizmi dünya genelinde genellikle sanayileşmiş ülkelerde yapılmaktadır. Son yıllarda ise kongre turizminin, turizm zenginliği fazla olan ülkelere doğru yöneldiği görülmektedir. Kültür düzeyi ve gelir seviyesi genellikle yüksek kişilerden oluşan kongre katılımcıları, kongre ile birlikte tatil imkânı ve en azından turistik bir kent ziyaret etme ve eğlenme fırsatına da sahip olmaktadır. Bu yüzden, kongrenin konusu kadar gerçekleşeceği mekân ve mekânın bulunduğu kent de önem taşımaktadır (BAKA, 2012).

Aşağıdaki grafik, 1963-2012 yılları arasında dünya genelinde yapılan uluslararası kongrelerin bölgelere göre dağılımını göstermektedir.



Şekil 7: Uluslararası Toplantıların Bölgelere Göre Dağılımı

Kaynak: (ICCA, 2013).

Grafikten de anlaşılacağı gibi, uluslararası kongrelerde Avrupa birinci sırada yer almaktadır. Son yıllarda Avrupa'nın toplam içindeki payı azalsa da 2012 yılı itibarıyla dünyada yapılan kongre ve toplantıların yarıdan fazlası (% 54,0) Avrupa'da gerçekleşmiştir. Avrupa'yı % 18,2 ile Asya/Orta Doğu, % 12 ile Kuzey Amerika, % 10 ile Latin Amerika, % 3,3 ile Afrika ve % 2,5 ile Okyanusya izlemektedir.

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği'nin (ICCA) 2016 yılında yayınladığı bir başka raporda da Avrupa'nın bu konuda liderliğini sürdürdüğü görülmektedir. Rapora göre, 2015 yılında dünya genelinde yaklaşık 12 bin 76 adet uluslararası kongre düzenlenmiştir. Düzenlenen kongrelerin kıtalar bazında dağılımı incelendiğinde, ilk sırayı 6 bin 565 toplantı ile Avrupa almakta, ikinci sırada her ne kadar 2 bin 627 toplantı ile Latin Amerika ve Kuzey Amerika yer almakta ise de Asya ve Ortadoğu da 2 bin 546 toplantı sayısı ile bu rakama çok yaklaşmıştır. Afrika kıtası ise 338 toplantı ile sıralamanın sonunda yer almaktadır.

Görüldüğü gibi kıtalar bazındaki sıralamada ilk iki sırayı Avrupa ve Amerika kıtası almaktadır. Dünya genelinde en fazla seyahat edilen ülkelerin, seyahate çıkan ülke vatandaşlarının ve uluslararası birlik ve teşkilatların genel merkezlerinin bu kıtalarda yer alması, bu kıtaların listede ilk sıralarda olmalarının nedenleri olarak gösterilebilir. Ayrıca bilim ve teknolojinin bu kıtalarda diğer kıtalara nazaran daha ileri seviyede olması ve bu kıtalardaki ülkelerin dünya ticaretinde söz sahibi olmaları da diğer nedenler arasında sayılabilir. Söz konusu ülkelere kongre turizmi için gerekli her türlü alt ve üst yapı yatırımları mevcut olup mevcut tesisler gelişen teknoloji ile revize edilmekte, böylece daha modern ve büyük kongre imkânları yaratılmaya çalışılmaktadır (Aymankuy, 1996).

ICCA tarafından 2016 yılında yayınlanan aynı raporda, toplantıların ülkelere göre dağılımı incelendiğinde listenin en üst basamağında 925 adet toplantı ile ABD gelmektedir.

Tablo 12: Toplantıların Ünelere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	ABD	925
2	Almanya	667
3	İngiltere	582
4	İspanya	572
5	Fransa	522
6	İtalya	504
7	Japonya	355
8	Çin	333
9	Hollanda	333
10	Kanada	308

Kaynak: (ICCA, 2016).

Dünya kongre turizmi pazarının lideri olan ABD’de kongre turizmi özellikle 1990’lı yıllarda büyük bir gelişme göstermiştir (Arber, 2008). Bilindiği gibi ABD dünya genelinde siyasal ve ekonomik anlamda önemli bir ülke olup diğer tüm ülkeler ile bu yönlerde oldukça yoğun ilişkileri bulunmaktadır. Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler, IMF gibi kuruluşların bu ülkede olması da kongre pazarı için oldukça önemli bir etkidir (Arslan, 2008). Ayrıca ABD sahip olduğu 7 milyon m² üzerindeki kapalı kongre ve fuar alanı ile de, dünya kongre pazarı içerisinde ayrıcalıklı bir konum elde etmektedir (Kay, 2005). Bugün ABD’nin en küçük kasabalarının dahi kongre merkezlerine sahip olması, en çok kongre düzenlenen ülke olmasının nedeni olarak gösterilebilir. Bunun dışında Washington, New York, San Francisco, Dallas, Indianapolis ve Charlotte en önemli kongre şehirleri olarak sayılmaktadır (Aymankuy, 2006).

Rapordan anlaşılacağı üzere ülkeler bazındaki dünya sıralamasında birinciliği her ne kadar ABD taşıyor olsa da liste de ABD’yi sırasıyla Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa ve İtalya’dan oluşan Avrupa ülkeleri takip etmektedir. Avrupa da ekonomik ve politik yönden dünyada gelişmiş, ayrıca kolay ulaşılabilir bir konumda olmasından ötürü, dünyada en fazla kongreye ev sahipliği yapan bölge durumundadır (Baytok, 1998). Ayrıca Avrupa kıtası eski medeniyetlerin doğduğu ve yıkıldığı topraklardır. Bu tarihi yerlerin görülmek istenmesi de kongrelere katılım kararı sürecinde etkili olmakta ve bölgedeki kongre amaçlı seyahatleri sıklaştırmaktadır (Aymankuy, 2006).

Avrupa'nın dünya kongre pazarında bu denli önemli bir paya sahip olmasını sağlayan etkenler şöyle gibi sıralanabilir (Baytok, 1998);

- Kongre turizmi için gerekli olan alt ve üst yapının istenilen nitelikte ve yeterli olması,
- Çokuluslu şirketlerin çoğunun merkezinin bu bölgede olması ve bu şirketlerin, toplantılarının çoğunu merkezlerine yakın yerlerde yapmak istemeleri,

- Bölgenin siyasal ve ekonomik birliğe doğru giden bir yapılanma içerisinde olması, dolayısıyla bölgede yer alan ülkeler arasında sıklıkla toplantılar düzenleniyor olması,
- Uluslararası birçok sosyal ve politik örgütün merkezlerinin bu bölgede bulunması,
- Ulaşılabilirlik yönünden kolay bir bölge olması, çoğu merkeze karayolu veya tren ile gününbirlik ulaşımın mümkün olması,
- Bu bölgedeki ülkelerin, en fazla kongre talep eden ülkeler arasında da ilk sıralarda yer alıyor olması.

Günümüzde çoğu uluslararası kongre Avrupa'nın büyük merkezleri sayılan Paris, Londra, Berlin, Viyana, Cenevre, Zürih, Brüksel gibi şehirlerde düzenlenmektedir. Avrupa'daki bu şehirler aynı zamanda klasik kongre şehirleri diye de adlandırılmaktadır (Aymankuy, 2006). Nitekim raporda kongrelerin şehirlere göre dağılımı incelendiğinde de ilk sıralarda Avrupa şehirlerinin yer aldığı görülmektedir.

Tablo 13: Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	Berlin	195
2	Paris	186
3	Barselona	180
4	Viyana	178
5	Londra	171
6	Madrid	171
7	Singapur	156
8	İstanbul	148
9	Lizbon	145
10	Kopenhag	138

Kaynak: (ICCA, 2016).

Rapora göre Berlin 3 basamak tırmanarak şehirler sıralamasında birinciliğe yükselmiştir. Bir önceki yılda ilk sırada yer alan Paris ise bu yıl ikinci olabilmiştir. Küçük farklarla birlikte sıralamadaki ilk 7'yi yine bir önceki yılda yer alan aynı şehirler paylaşmaktadır. Barselona 2 basamak tırmanarak üçüncülüğe yükselmiş, Viyana ise 2 basamak gerileyerek listede dördüncü sıraya düşmüştür. Londra 1 basamak tırmanarak bir önceki yıla göre 2 basamak gerileyen Madrid ile birlikte bu yıl

beşinciliği paylaşmaktadır. Singapur bir önceki yılda olduğu gibi halen yedinci sırada yer almaktadır. İstanbul 1 basamak tırmanarak sekizinci sıraya yükselmiştir. Son olarak Lizbon ve Kopenhag bu yıl ilk defa listede ilk ona girmiş, her ikisi de 3 basamak tırmanarak sırasıyla dokuzuncu ve onuncu sıraya yükselmişlerdir (Sirk, 2016).

Avrupa kıtasında son yıllarda Portekiz'de Lizbon ve İtalya'da Floransa ile Roma şehirleri kongre turizmi destinasyonu olarak ön plana çıkarılmakta ve İstanbul'a rakip olarak gösterilmektedir. Ayrıca Macaristan, Romanya ve Yunanistan da bu anlamda önemli birer rakip olmaya aday ülkelerdir (Arslan, 2008).

Görüldüğü üzere Avrupa kıtası dünya kongre turizm pazarında genel paya sahip olup ABD istisnai olarak pazarın liderliğini elinde bulundurmaktadır. ICCA'nın 2015 yılı verilerine göre Amerika kıtasında en çok kongre düzenlenen diğer ülkeler ise şöyledir;

Tablo 14: Latin Ve Kuzey Amerika Bölgesindeki Toplantıların Ünelere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	ABD	925
2	Kanada	308
3	Brezilya	292
4	Meksika	184
5	Arjantin	181
6	Kolombiya	138
7	Şili	118
8	Peru	105
9	Uruguay	56
10	Ekvator	44

Kaynak: (ICCA, 2016).

Latin Amerika ülkelerinin son yıllarda kongre turizmi alanındaki altyapı çalışmalarını geliştirdiği ve yeni kongre merkezleri ile kongre otelleri inşa ettikleri gözlenmektedir. Ancak bu yatırımları çoğunlukla, temelde bölgesel, genelde ise yerel piyasaya hizmet edeceği düşünülmektedir (Önen, 2008). Nitekim bu kıtadaki kongrelerin şehirlere göre dağılımı incelendiğinde esasında Latin Amerika'da yer alan birçok şehrin kongrelere ABD'deki şehirlerden daha fazla ev sahipliği yaptığı

görülmektedir. Bu durum ABD'nin ekonomik ve politik öneminin yanı sıra yüz ölçümü bakımından geniş bir coğrafyaya ve kongre alanlarına sahip olmasından da kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak yılsonunda ülke genelindeki toplantıların sayısı diğer ülkelerinkinden fazla olmaktadır.

Tablo 15: Latin Ve Kuzey Amerika Bölgesindeki Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	Buenos Aires	82
	Lima	82
3	Sao Paulo	78
	Vancouver	78
5	Montreal	76
6	Santiago	68
7	Rio de Janerio	65
8	Mexico City	63
	Washington	63
10	Toronto	60

Kaynak: (ICCA, 2016).

Günümüzde Asya Pasifik ve Orta Doğu bölgesi de uluslararası kongreler açısından büyük bir taleple karşı karşıyadır. Çin, Kore, Avustralya, Singapur, Tayland ve Malezya'nın bu alanda önemli yatırımlar gerçekleştirdiği ve ilerlediği görülmektedir. Çin ve Malezya'nın başkenti Kuala Lumpur'da çok büyük kongre merkezleri inşa edilmiştir (Baytok, 1998).

2015 yılında Asya Pasifik ve Orta Doğu bölgesinde en fazla kongre düzenlenen ülke ve şehirler sıralaması şu şekildedir;

Tablo 16: Asya Pasifik Ve Orta Doğu Bölgesindeki Toplantıların Ülkelere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	Japonya	355
2	Çin	333
3	Kore	267
4	Avustralya	247
5	Singapur	156
6	Tayland	151
7	Hindistan	132
8	Tayvan	124
9	Malezya	113
10	Hong Kong	112

Kaynak: (ICCA, 2016).

Görüldüğü gibi Japonya bölgede en fazla toplantı düzenlenen ülke konumundadır. Tokyo, Kyoto ve Osaka, Japonya'nın en önemli kongre şehirleri arasındadır (Ayman, 2006). Japonya'yı çok az bir farkla Çin takip etmektedir. Özellikle Çin, son 15 – 20 yıl içerisinde kongre turizmi alanına giriş yapan en güçlü destinasyon olarak dikkatleri çekmektedir. Çin, 1992 yılı itibariyle yalnızca 1 adet uluslararası kongre ve fuar alanına sahip iken, 2010 yılına dek bu alanda dünya liderliğine aday olacak kadar atılım gerçekleştirmiştir (Arber, 2008).

Tablo 17: Asya Pasifik ve Orta Doğu Bölgesindeki Toplantıların Şehirlere Göre Dağılımı

Sıralama	Ülke	Toplantı sayısı
1	Singapur	156
2	Seul	117
3	Hong Kong	112
4	Bangkok	103
5	Pekin	95
6	Tayvan	90
7	Sidney	86
8	Tokyo	80
9	Kuala Lumpur	73
10	Dubai	56

Kaynak: (ICCA, 2016).

Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization – WTO) tarafından yapılan bir araştırmada da ilerleyen yıllarda zengin turistlerin tercihlerinde Avrupa bölgesinden Asya Pasifik bölgesinde yer alan ülkelere doğru bir yönelme olacağı belirtilmektedir. Araştırmaya göre egzotik, golf ve kongre amaçlı seyahatler bu değişikliğin nedenleri arasındadır (Gökdeniz, 1996). Asya Pasifik bölgesinin kongre turizminde gelişme göstermesini sağlayan unsurlar aşağıdaki gibidir (Baytok, 1998);

- İnsanların seyahat eğilimlerinin bilinmeyen bölgelere doğru değişmeye başlaması,
- 1980 yılından sonra bölgede görülen ekonomik gelişme neticesinde dünyanın dikkatinin bu bölgeye çevrilmesi,
- Ekonomik gelişmeye paralel olarak bölgedeki ülkelerin turizm amaçlı alt ve üst yapı yatırımlarını geliştirmesi,

- Bölgenin turizm açısından oldukça zengin tarihe ve doğal kaynaklara sahip olması,
- Bölgenin ulaşım maliyetlerinin ucuz olması,
- Çokuluslu şirketlerin bölgedeki yatırımlarının artması,
- Zincir otellerin bölgede yeni şubeler açmaları ve konaklama kapasitesini daha nitelikli hale getirmeleri.

2.4. Türkiye'nin Kongre Turizm Potansiyelinin Analizi

Kongre turizmi, Türkiye'de oldukça yeni olup, bu alandaki uygulamalara ilişkin ilk verilere 1970'li yıllarda rastlanmaktadır. Bu verilere göre 1970 – 1979 yılları arasındaki on yıllık süreçte Türkiye'de toplam 132 uluslararası kongre düzenlenmiştir. Bu dönem içerisinde 16 kongre ile 1975 yılı ve 19 kongre ile 1976 yılı en çok kongre düzenlenen yıllar olmuştur (Özen, 1986). Diğer taraftan ICCA'nın yayınlamış olduğu rapora göre Türkiye 2015 yılı içerisinde 211 uluslararası kongreye ev sahipliği yaparak dünya sıralamasında 18'inciliğe yükselmiştir. (ICCA, 2016). Bu durum Türkiye'nin kongre turizmi alanındaki gelişim ve potansiyelini ortaya koymaktadır.

Türkiye, dünyadaki genel turizm hareketleri bakımından ürün yaşam eğrisinde "büyüme" döneminde, uluslararası kongre pazarı bakımından ise henüz "gelişme" döneminde yer almaktadır (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Uluslararası kongre pazarında görülmeye başlanan bu ilginin devam ettirilmesi ve ekonomik faydaya dönüştürülebilmesi için bu alandaki eksikliklerin hızla giderilmesi gerekmektedir (TÜRSAB Dergisi, 1996).

Kongre merkezi anlamında bir kentin veya ülkenin çekiciliği, coğrafi konumu ve iklim özellikleri, modern ve rahat konaklama imkânları, ulaşım ve iletişim kolaylıkları, güvenliği ve toplantı olanaklarının yeterliliği, taşınması gereken başlıca özelliklerdir. Bu özellikler ile ilgili yaklaşık olarak bir standart oluşmuş durumdadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye'nin yeterli niteliklere sahip bazı kongre kentlerine sahip olduğu görülmektedir (Aydın, 1997).

Çekicilik, turistin gideceği yeri tercih etmesinde önemli rolü olan bir etkidir. Tarihi ve doğal zenginlikler, destinasyonları bu anlamda çekici kılan başlıca unsurlardır. Tüm bu unsurlar kongre turizmi için de önemlidir. Zira kongre delegelerinin gidilen destinasyondaki kalış süreleri destinasyonun sahip olduğu doğal ve tarihi çekiciliklere göre değişmektedir (Aymankuy, 2006).

Türkiye, üç tarafı denizlerle çevrili olup 8272 km'lik kıyı şeridi, 9000 km²'yi kapsayan gölleri ve 5000 m'yi aşan dağları ile eşsiz doğal güzelliklere sahip bir ülkedir. Tarihi bakımdan da M.Ö. 4000'li yıllara kadar uzanan geçmişe sahip Mezopotamya ve eski Akdeniz uygarlıklarının merkezi olan topraklarda yer almaktadır. Ayrıca eski Çin ve Hint uygarlıklarının da Avrupa'ya açılan kapısı olmuştur. Bu medeniyetlerin yanı sıra Bizans, Selçuklu ve Osmanlı gibi büyük imparatorluklara da ev sahipliği yapmış bir bölge üzerinde yer almaktadır. Dolayısıyla Türkiye, tarihi yapılar ve arkeolojik değerler bakımından oldukça zengindir (Aymankuy, 2006).

Tarihi ve doğal zenginliklerin yanı sıra kültürel ve sanatsal etkinliklerin yoğunluğu ve çeşitliliği de destinasyonun imajını pekiştiren bir diğer etmendir (Aydın, 1997). Türkiye'de sponsorluklar ile ilgili yapılan yasal bir düzenlemenin etkisiyle, son zamanlarda neredeyse bütün belediyelerin, sık sık kültürel ve sanatsal etkinlikler düzenlemeye başladığı görülmektedir (Arber, 2008).

Günümüzde ulaşım sektöründeki teknolojik gelişmelerden ötürü coğrafi konumlar, mesafe anlamında birinci derecede önem arz etmese de katılımcılar özellikle kısa süreli uluslararası toplantılarda yakın ülkeleri tercih etmektedirler. Türkiye, Asya ile Avrupa kıtası arasında yer alıyor olması ve dünyanın hava, kara ve deniz ulaşımı bakımından geçitleri üzerinde bulunuyor olması itibarıyla kongre turizmi açısından büyük bir avantaja sahiptir. Özellikle seyahate çıkma oranının en yüksek olduğu ve dünyada en fazla toplantının yapıldığı Avrupa kıtasına yakın olması büyük bir avantaj sağlamaktadır (Aymankuy, 2006).

Kongrenin düzenleneceği yerin iklimsel özellikleri o ülke veya şehrin kongre talebini etkilemektedir (Karasu, 1985). Toplantılar her ne kadar kapalı mekânlarda gerçekleşse de katılımcılar gidilen kongre destinasyonunda tatil de yapmak isteyebilirler veya en azından toplantılara üşümeden, ıslanmadan, aşırı sıcaklamadan katılmak isterler. Dolayısıyla iklim şartları elverişli olan merkezler kongre turizmi açısından daha uygun destinasyonlardır. Türkiye’de Akdeniz iklimi, Karadeniz iklimi ve Karasal iklimler olmak üzere üç ana iklim tipi hüküm sürmektedir. Özellikle Ege ve Akdeniz kıyıları, iklim şartları itibariyle sejour amaçlı seyahatler için oldukça uygundur (Aymankuy, 2006). Türkiye genel olarak kitlesel deniz ve güneş turizmine yoğunlaşmış olsa da, iklim bölgeleri çeşitliliği ile ekoturizm, macera turizmi ve kongre turizmi için de gittikçe büyüyen talebi karşılayabilecek önemli bir potansiyele sahiptir (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Aşağıdaki tablo incelendiğinde, Türkiye’de gerçekleştirilen kongrelerin, iklim şartları göz önünde bulundurulduğunda, havanın ne çok sıcak ne de çok soğuk olduğu Mart-Nisan-Mayıs ve Eylül-Ekim-Kasım aylarında yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 18: 2010 – 2015 Yılları Arasında Türkiye’de Gerçekleştirilen Toplantıların Aylara Göre Dağılımı

Aylar	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ocak	27	18	26	24	24	20
Şubat	28	32	31	34	25	36
Mart	66	82	77	84	61	80
Nisan	124	111	112	109	216	134
Mayıs	137	129	118	100	162	164
Haziran	100	78	46	53	77	57
Temmuz	19	17	11	10	2	9
Ağustos	15	5	5	18	13	5
Eylül	76	112	43	133	88	67
Ekim	116	168	89	132	122	124
Kasım	82	91	112	141	112	109
Aralık	54	64	37	65	43	47

Kaynak: (KongreMerkezi.Net, 2016).

Nitekim Türkiye’nin önde gelen kongre şehirleri arasındaki İstanbul, Antalya ve İzmir iklim şartları itibariyle kongre turizmi açısından bu aylarda oldukça uygun koşullar arz etmektedir.

Modern ve rahat konaklama tesisleri, kongre turizmi açısından oldukça önemli bir faktördür. Kongre merkezi olarak tercih edilen destinasyonun yeterli sayı ve kapasitede konaklama tesislerine sahip olması gerekmektedir. Kongre katılımcıları, konaklayacakları tesislerin kolay bir ulaşım ve yeterli konfora sahip olmalarını istemektedirler (Aymankuy, 2006). Konaklama imkanları bakımından aşağıdaki tabloyu incelediğimizde Türkiye'nin 2015 yılı itibarıyla 3309 adet turizm işletme belgeli ve 1125 adet turizm yatırım belgeli olmak üzere toplamda 4434 adet konaklama tesisine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 19: Türkiye'nin 2005 – 2015 Yılları Arasındaki Konaklama Ve Yatak Kapasitesi

Turizm İşletme Belgeli Tesisler				Turizm Yatırım Belgeli Tesisler		
Yıllar	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2005	2412	231123	483330	1039	128005	278255
2006	2475	241702	508632	869	123326	274687
2007	2514	251987	532262	776	112541	254191
2008	2566	268633	567470	772	113487	258287
2009	2625	289383	608765	754	103119	231456
2010	2647	299621	629465	877	114771	252984
2011	2783	319319	668829	922	122364	267900
2012	2870	336447	706019	960	126592	273877
2013	2982	357440	749299	1056	139928	301862
2014	3131	384454	807316	1117	145648	309556
2015	3309	404462	850089	1125	146162	314194

Kaynak: (TÜRSAB, 2017).

Tablodan da anlaşılacağı üzere Türkiye'deki tesis sayısı 2005-2015 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte günümüze kadar artarak gelmiştir. Bu durumun konaklama kapasitesi bakımından oldukça olumlu bir gelişme olduğu söylenebilir.

Kongre destinasyonlarının sadece lüks ve 4-5 yıldızlı otellere değil, çeşitli gelir seviyesindeki ve sosyal gruptaki kişilerin kongrelere katılabilmelerini sağlayacak, orta düzeydeki konaklama tesislerine de sahip olması gerekmektedir (Arslan, 2008). Bu anlamda aşağıdaki tabloda Türkiye'nin 2014 yılı itibarıyla sahip olduğu konaklama tesislerini tür ve sınıflarına göre incelemek mümkündür.

Tablo 20: Türlerine Ve Sınıflarına Göre Türkiye'nin 2014 Yılındaki Konaklama Tesislerinin Sayısı

Türü	Sınıfı	Tesis Sayısı
Oteller	5 yıldızlı	684
	4 yıldızlı	966
	3 yıldızlı	1151
	2 yıldızlı	447
	1 yıldızlı	74
	Toplam	3322
Moteller	1. sınıf	1
	2. sınıf	2
	Motel	7
	Toplam	10
Tatil Köyleri	1. sınıf	83
	2. sınıf	35
	Toplam	118
Termal Oteller	5 yıldızlı	39
	4 yıldızlı	38
	3 yıldızlı	22
	Toplam	99
Termal Tatil Köyleri	5 yıldızlı	1
	4 yıldızlı	1
	Toplam	2
Termal Müstakil Apart Otel		1
Pansiyonlar		48
Kampingler		9
Oberjler		3
Apart Oteller		112
Özel Tesis		310
Golf Tesisleri		3
Turizm Kompleksi		10
Butik Otel		175
B Tipi Tatil Sitesi		4
Butik Tatil Villaları		1
Dağ Evi		2
Çiftlik / Köy Evi		14
Yayla Evi		2
Hostel		3
TOPLAM		4248

Kaynak: (TÜRSAB, 2017).

Görüldüğü gibi % 78,20'lik bir payla Türkiye'deki konaklama tesislerinin çoğunluğu otellerden oluşmaktadır. Oteller içerisindeki en büyük grup % 34,65 pay ile 3 yıldızlı otellere aittir. 4 ve 5 yıldızlı oteller ise toplam otel sayısının % 49,67'sini oluşturmaktadır. Bu durum Türkiye'deki otel işletmelerinin hemen hemen yarısının kongre turizmi için önem arz eden 4 ve 5 yıldızlı lüks konaklama tesislerinden oluştuğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak Türkiye'nin kongre turizmi için yeterli sayı ve nitelikte konaklama tesislerine sahip olduğu söylenebilir. Diğer taraftan bu konaklama tesislerinin çoğu Akdeniz çanağında ve Uzakdoğu'da yer alan birçok ülkedeki konaklama tesislerinden daha gençtir. Bu bakımdan da önemli bir avantaja sahiptir (Gökdeniz, 1996).

Konaklama imkânlarının yanı sıra delegelerin gerek kongrenin yapılacağı ülkeye gerekse ülke içerisindeki kongre mekânına getirilmesinde, kongre organizasyonu boyunca delegelerin taşınmasında ve gezi gibi etkinliklerde kullanılacak ulaşım imkânları da oldukça önemlidir (Aydın, 1997). Kongre katılımcılarının en çok tercih ettiği ulaşım türü havayollarıdır. Ülke içerisindeki ulaşım ise, özellikle Türkiye'de, en çok karayolları kullanılmaktadır (Aymankuy, 2006).

Kongre turizmi açısından Türkiye'deki havayolu ulaşımı değerlendirildiğinde özellikle kongre şehirleri olarak öne çıkan İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara uluslararası seferlere açık havaalanlarına sahip olması bakımından ayrıcalıklı illerdir (Aymankuy, 2006).

Ulaşılabilirlik açısından en avantajlı şehir İstanbul'dur. İstanbul'a tüm ulaşım türleri ile ulaşılması mümkündür. Kongre organizatörlerinin öncelikli tercihi olan havayolu ulaşımı açısından İstanbul sahip olduğu iki havalimanı ile dünyanın birçok önemli şehri ile doğrudan bağlantılıdır. Dünya genelinde 70 havayolu işletmesi İstanbul Atatürk havalimanına doğrudan uçuş gerçekleştirmektedir. Ayrıca Türk Hava Yolları'nın (THY) dünyadaki 100'ün üzerindeki önemli şehre İstanbul'dan doğrudan uçuşu bulunmaktadır. Sabiha Gökçen Havalimanında ise 13 havayolu işletmesinin uçuşları bulunmaktadır. İstanbul'a havayolu ile ulaşımın haricinde Haydarpaşa ve Karaköy limanları ile denizyolu üzerinden, E80 (Avrupa Otoyolu) ve D200 (Devlet otoyolu) karayolları ile karayolu üzerinden ve Haydarpaşa ve Sirkeci tren garları ile demiryolu üzerinden ulaşım da mümkündür (Baytok, Soybalı ve Emir, 2010).

Özellikle kara ve hava ulaşımı bakımından güçlü bir ulaştırma altyapısına sahip olmasıyla ön plana çıkan bir diğer il olan Antalya'da yaz döneminde on hedef Avrupa kenti ile düşük maliyetli tarifeli günlük uçuşlar gerçekleştirilmektedir (BAKA, 2012). Ayrıca Gazipaşa ilçesinde 2010 yılında bir adet daha havalimanı faaliyete geçmiştir. Yıllık 500 bin yolcu kapasiteli bu havalimanı yeni uluslararası uçuş noktaları oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (www.tavhavalimanlari.com, 2017).

Ege bölgesinde uluslararası hava sahasına açık olan İzmir'deki Adnan Menderes ve Muğla'daki Dalaman ile Milas-Bodrum havalimanları bölgeye olan ulaşım yükünü paylaşmaktadırlar. Özellikle Dalaman ve Milas-Bodrum havalimanları son yıllarda revize edilerek dış hatlar öncelikli olmak üzere yolcu ve uçuş kapasiteleri önemli ölçüde arttırılmıştır.

Son yıllarda rekabet koşulları ve Türk havacılık sektöründeki gelişmeler ülkedeki ulaşım imkânlarını daha elverişli hale getirmiştir. Ayrıca Türkiye, kongre destinasyonuna ulaşım konusunda da, genel turizm yatırımları çerçevesinde elverişli ulaşım imkânlarına, başka bir ifade ile kabul edilebilir kara yolu taşıma sistemine sahiptir. Destinasyon içi ulaşım, kongre merkezlerinin yakın çevreleri ile etkileşimlerinden ötürü önem arz etmektedir. Dolayısıyla kongre merkezlerine kolay ve çabuk ulaşım, taksi durakları, direkt toplu taşıma, yol, otopark vb. unsurların var olması gerekmektedir. Türkiye, şehir içi ulaşımın zorlaşması ve raylı sistemlerin yetersiz olması gibi olumsuzlukları, eskiden şehir merkezlerinde olan kongre mekânlarını, şehir dışındaki yakın çevrelere veya otoban yakınlarına yönlendirmeye başlayarak gidermiştir (Hansız 1991).

Türkiye'nin kongre turizminin en büyük pazarı olan Avrupa'ya yakınlığı da ulaşım bakımından ayrıca bir avantaj sağlamaktadır. Özellikle kısa süreli kongrelerde Avrupalı katılımcılar Amerika ve Uzakdoğu gibi destinasyonlar yerine Türkiye gibi yakın ülkeleri ulaşım bakımından daha avantajlı bulmaktadır (Aymankuy, 2006).

Temeli bilgi alışverişine dayalı toplantı etkinliklerindeki önemli bir diğer husus iletişimdir. Kongrelerde iletişim, iç ve dış iletişim olmak üzere iki türlü değerlendirilmektedir. İç iletişim, kongre esnasındaki bilgi alışverişini için kullanılan teçhizatları kapsamaktadır. Dış iletişim ise, kongreye dair kamuoyu oluşturabilmek adına telefon, faks, gazete, radyo, televizyon vb. kitle iletişim araçları ile yapılan bildirimleri, duyuruları kapsamaktadır (Karasu, 1985).

Türkiye’de kongre turizminin yeni oluşu nedeni ile kongre amaçlı inşa edilen yeni tesislerde iletişim cihazları olarak teknolojinin son örneklerinin kullanıldığı söylenebilir. Özellikle uluslararası toplantılarda simultane çeviri olanakları teknik anlamdaki en önemli husustur. Türkiye’de bu tür toplantıların artmasıyla bu alanda hizmet veren şirketlerin sayısı da artmıştır. Günümüzde 12 dile kadar simultane çeviri yapabilen birçok şirket ile bu alanda diğer kongre ülkeleri ile yarışabilecek duruma gelmiştir. Dış iletişim kapsamında ise sabit telefonlar, cep telefonları, bilgisayar ağları, internet, radyo, televizyon, basın gibi kamuoyunun pek çok kanal aracılığı ile haber alma imkânları mevcuttur. 1996 yılında uzaya fırlattığı TÜRK SAT haberleşme uydusu ile Türkiye, stratejik önceliklerinde iletişimin önemini ortaya koymaktadır. Telekomünikasyon alanında yaşanan gelişmeler neticesinde birçok uluslararası şirket ve yabancı basın kuruluşlarının merkezleri İstanbul’a taşınmıştır. Türk televizyon kanallarının da çoğu Avrupa’da izlenebilir hale gelmiştir (Aydın, 1997).

Kongre ve toplantı salonlarının yeterliliği, kongre destinasyonlarının sahip olması gereken bir diğer özelliktir. Bu salonların, kongreyi düzenleyen kurum ve organizatörlerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek özelliklere ve kongrenin amacına uygun fiziksel şartlara sahip olması gerekmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Eskiden otellerden başka hiçbir tesis ya da işletme, organizatörler için istenen olanakları sunmuyordu. Fakat zamanla pazarın yapısındaki hızlı değişim ve öneminin giderek artması kongre ve konferans merkezleri gibi yapıların ortaya çıkmasına yol açmıştır (Çizel, 1999).

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de kongre turizmi hızla gelişmekte ve buna bağlı olarak artan talep karşısında yeni kongre merkezleri inşa edilmekte, oteller salon kapasitelerini arttırma yoluna gitmektedirler. Kongre turizminin gelişmesiyle birlikte oteller, katılımcıların konaklama ihtiyaçlarını karşılamalarının yanında kendi bünyelerinde de toplantı organizasyonları düzenlemeye başlamışlardır (Çorbacı ve Kuleli, 1998). Ayrıca bir dönem Türkiye’de casinoların kapanmasının ardından çoğu otelin kapanan casinolarını toplantı salonlarına dönüştürmesi de bu alandaki kapasitenin artmasını sağlayan nedenlerden biridir (Koçer, 1999).

Araştırmalar toplantı etkinliklerinde en çok tercih edilen mekânların kongre merkezleri olduğunu ortaya koymaktadır. Koltuk kapasitesi ve teknik donanım bakımından kongre merkezleri, oteller ve üniversiteler gibi toplantı etkinlikleri düzenlenen diğer kuruluşlara nazaran daha elverişli imkânlar sunmaktadır (Aydın, 1997). Nitekim Türkiye’nin dünyada gittikçe gelişen kongre pazarından yeterli payı alamamasının nedenlerinden biri yeterli kongre merkezlerine sahip olmayışı idi. 1996 yılında açılan “Lütfi Kırdar Kongre Merkezi” ile ülkede bu alandaki eksiklikler giderilmeye başlanmıştır (Aymankuy, 2006). Son dönemde de Türkiye’de kongre turizmi potansiyelinin geliştirilmesi amacıyla uygulamaya konulan “Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve 2007-2013 Eylem Planı”na göre Ankara, Bursa, Konya ve Mersin şehirleri kongre şehri olarak belirlenmiş ve bu şehirlerde yeni kongre merkezleri açılmıştır (BAKA, 2012). Ayrıca 2013 yılında Kuşadası’nda hizmet vermeye başlayan Efes Kongre Merkezi, Türkiye’de kongre turizmi açısından son dönemlerdeki önemli gelişmelerden birisidir. Yaklaşık 200 milyon TL yatırımla inşa edilen merkez 12 bin kişilik kapasitesi ile bu gün ülkedeki en fazla kapasiteye sahip kongre merkezidir.

Aşağıda tablo Türkiye’nin 2002 yılı itibariyle sahip olduğu kongre kapasitesini göstermektedir.

Tablo 21: Türkiye'nin Kongre Kapasitesi

İşletme türü	Kapasite	Toplam
5 yıldızlı otel	Salon sayısı	882
	Kapasitesi	181796
4 yıldızlı otel	Salon sayısı	415
	Kapasitesi	59551
3 yıldızlı otel	Salon sayısı	216
	Kapasitesi	32377
Kongre Merkezi	Salon sayısı	38
	Kapasitesi	15380
Diğer	Salon sayısı	218
	Kapasitesi	43271
GENEL TOPLAM	Salon sayısı	1871
	Kapasitesi	332375

Kaynak: (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

Tablodan anlaşılacağı üzere 2002 yılı itibariyle Türkiye'de toplamda 332 bin 375 kişilik kapasiteye sahip otel, kongre merkezi vb. kuruluş bulunmaktadır.

Günümüze kadar gelinen süreçte ise Türkiye'nin kongre turizminde önemli bir konuma sahip olduğu yönündeki göstergeleri değerlendiren turistik tesis ve otel işletmecileri, kongre merkezleri açma ve kongre tertip etme konusundaki atılımlarını ilerletmişlerdir. Türkiye'de yaklaşık 500 bin kişilik kapasiteye sahip otel ve kongre merkezi bulunmaktadır (BAKA, 2012).

Türkiye'de şehir otellerinden kıyılara, resort otellerinden dağ otellerine kadar birçok otelde artık toplantı salonu yer almaktadır. Üstelik bu alana yönelen kimi otellerin kongre merkezi de açarak bu pazardan aldıkları payı artırmaya çalıştığı görülmektedir. Türkiye gerek İstanbul, Antalya, Kuşadası, Kapadokya gibi bölgelerde inşa edilen yeni kongre merkezleriyle gerekse de otellerde yapılan kongre ve toplantı salonları ile toplantı ve kongre kapasitesini son yıllarda ikiye, üçe katlamıştır (Turizm & Yatırım Dergisi, 2012).

Türkiye'de kongre turizmi alanında yaşanan bu olumlu gelişmelere rağmen bu alanda halen birtakım eksiklikler de bulunmaktadır. Türkiye'nin kongre turizmindeki zayıf yönlerini şöyle sıralamak mümkündür (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013);

- Rakip ülkelere nazaran, genel olarak ülkenin ve kongre turizmi alanındaki potansiyelin tanıtımı için ayrılan bütçenin yetersiz olması,
- Kongre taleplerini tarafsız bir şekilde yönlendirebilecek, ayrıca bu taleplerin oluşmasına katkı sağlayabilecek güçte olan, kongre ve ziyaretçi bürolarının halen sadece İstanbul, Antalya ve İzmir illerinde olması, bunların da yerel ve merkezi yönetimler tarafından yeterince desteklenmemesi,
- Kongre turizmiyle ilgili istatistiklerin yetersiz olması, güncel ve detaylı olmaması. Bunun da kongre turizmi alanında vizyon oluşturma ve yatırımların yönlendirilmesinde ihtiyaç duyulan verilerin beklenen zamanda ve detayda elde edilememesine sebep olması,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, kongre merkezleri ve kongre otelleri gibi kamu ve özel sektör temsilcilerinin, kongre turizmi alanındaki arz ve talebi bir araya getiren etkinliklere daha koordineli ve güç birliği oluşturacak biçimde yeterince ortaklaşa katılım göstermemeleri,
- Kongre turizminin faydaları konusunda toplumda genel bir bilincin oluşmaması, kongre organizasyonları ile ilgili konularda gerek kurs ve sertifika düzeyinde gerekse önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitimlerin olmayışı veya yetersiz olması,
- Yurt dışında kongre ülkesi anlamında yeterli bir imajın oluşturulamamış olması,
- Kongre turizmiyle ilgili araştırmaların yeterince desteklenmemesi,
- Özellikle büyük ölçekli uluslararası kongrelerde yurtdışından gelen katılımcılara yönelik maliyet bakımından önemli olan ulaşım, konaklama ve diğer hizmetlerde yeterince ve süreklilik arz eden indirimlerin uygulanmaması,
- Kongre pazarında, yurt dışındaki elçilikler ve ulusal havayolu işletmeleri gibi imkânlar kullanılarak tanıtımda aktif bir strateji güdülmemesi,
- Yurt dışında, ülkenin kongre kapasitesini duyuracak, kongre merkezi ve otellerinin referanslarını paylaşacak ve kongre taleplerinde kullanılacak olan merkezi rezervasyon sistemlerine sahip kongre tanıtım ve satış ofislerinin eksik olması,

- Uluslararası kongre pazarındaki önemli birlik ve profesyonel kongre organizatörlerinin birtakım teşvikler sunularak yatırımcı veya işletmeci olarak ülkeye çekilememiş olması.

Sonuç olarak bazı yönlerden zayıflıkları olsa da Türkiye birinci sınıf otel konaklama hizmeti, tesis sayısı, dünyanın belli başlı şehirlerine kolayca ulaşım, Avrupa ülkelerine yakınlık, doğal güzellikler, uygun iklim koşulları ve alternatiflerine göre maliyet avantajı ile kongre turizmi açısından ideal bir destinasyondur (BAKA, 2012). Günümüzde özellikle İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara illeri yeterli alt ve üst yapıya sahip olup dünya kongre turizmi pazarında adı geçen şehirler arasındadır (Çizel, 1999).

2.5. Kongre Turizmi Arz Unsurları ve Nevşehir'in Değerlendirilmesi

Ülkemizde kongre turizmi alanında potansiyeli bulunan illerden bir tanesi de Nevşehir'dir. Kapadokya Bölgesinde yer alan Nevşehir, zengin kültürel mirası, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış coğrafyası ve çoğu keşfedilmemiş doğal potansiyeli ile bu alanda yeterince değerlendirilmemiş bir destinasyondur (Ersun ve Arslan, 2009).

Bir destinasyonun turizm arzını oluşturan unsurlar, temel kaynak ve çekicilikler, geliştirilmiş kaynaklar, destek faktörleri ve niteliksel belirleyiciler olmak üzere dört önemli faktörden meydana gelmektedir. (Bahar ve Kozak, 2005).

Temel kaynak ve çekiciliklerin en önemlisi, insanların katkısı olmadan doğal yollarla oluşmuş zenginliklerdir. Bölgenin iklim yapısı, flora ve faunası, görünümü, doğal güzellikleri ve manzarası, bozulmamış doğası ile ulusal park ve alanlar, doğal kaynaklar olarak ifade edilen özellikleri oluşturmaktadır. Bununla birlikte, tarihi ve arkeolojik eserler, sanatsal ve mimari özellikler, dinsel yapılar, anıtlar ve bölgenin yerel kültürü gibi faktörler de doğal kaynaklar kapsamındadır. Kongre organizatörleri açısından, destinasyon seçimi yapılırken bölgeyi cazip kılan doğal güzellikler, tarihi

ve kültürel çekicilikler, bu tür destinasyonların pazarlanmasını kolaylaştırmaktadır (Ersun ve Arslan, 2009).

Nevşehir, Kapadokya bölgesinde yer alması itibarıyla temel kaynak ve çekicilikler bakımından oldukça zengin koşullara sahiptir. Nitekim bölge, 1985 yılından bu yana, bütün insanlığın ortak mirası olarak kabul edilen evrensel değerlere sahip kültürel ve doğal varlıkları dünyaya tanıtmak, çeşitli sebeplerle bozulan, yok olan kültürel ve doğal değerlerin yaşatılması için gerekli işbirliğini sağlamak amacıyla Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu'nun (UNESCO) 1972 yılında başlattığı bir uygulama olan "Dünya Mirasları" listesinde yer almaktadır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

UNESCO Dünya Mirasları Listesi'ne alınan alanlar içinde, Göreme Milli Parkı, Derinkuyu ve Kaymaklı Yeraltı Şehirleri, Karain Güvercinlikleri, Karlık Kilisesi, Yeşilöz Theodore Kilisesi ve Soğanlı Arkeolojik Alanı yer almaktadır (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2017). Bu alanların bulunduğu il ve ilçeler ise aşağıdaki tabloda verilmiştir;

Tablo 22: Kapadokya Dünya Mirasları Listesi'nde Yer Alan Yerleşimler

Alan	İli	İlçesi
Göreme Milli Parkı	Nevşehir	Avanos/Ürgüp
Kaymaklı Yer Altı Şehri	Nevşehir	Merkez
Derinkuyu Yer Altı Şehri	Nevşehir	Derinkuyu
Karain Köyü Yerleşmesi	Nevşehir	Ürgüp
Karlık Köyü Yerleşmesi	Nevşehir	Ürgüp
Yeşilöz Köyü Yerleşmesi	Nevşehir	Ürgüp
Soğanlı Köyü Yerleşmesi	Kayseri	Yeşilhisar

Kaynak: (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

Esasında tablodan da anlaşılacağı gibi Dünya Mirasları Listesi içerisinde yer alan Kapadokya yerleşimlerinin yalnızca biri hariç diğer hepsi Nevşehir bölgesindedir. Dünya Mirasları Listesi içerisinde yer alan bu yerleşimlerin yanı sıra Nevşehir; Zelve Açık Hava Müzesi, Hacıbektaş Veli Müzesi ve çeşitli kilise, kervansaray, yeraltı şehri, doğal sit alanları gibi daha birçok kültürel varlıklara sahiptir.

Diğer taraftan doğa harikası olarak bilinen peribacası oluşumları da en yoğun şekilde Ürgüp-Uçhisar-Avanos üçgeni arasında kalan vadilerde bulunmaktadır. Nevşehir il sınırları içerisinde yer alan bölge Çekirdek Kapadokya olarak adlandırılmaktadır (Gülyaz, 2006).

Tarihi bakımdan da önemli geçmişe sahip olan Kapadokya perihistorik dönemlerden bugüne başta Asur, Hitit, Pers ve Kapadokya Krallığı, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetleri olmak üzere birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014). Ayrıca üç semavi din açısından kutsal sayılan mekanlara da ev sahipliği yapmış olan bölgede inanç turizmi için önemli sayılan 1000'den fazla tarihi kilise bulunmaktadır. Bunların çoğu mimari yapısı ve ikonografik özellikleriyle özellikle Hıristiyanlık tarihi bakımından önemli eserlerdir (Ersun ve Arslan, 2009).

Temel kaynak ve çekicilikler bakımından zengin koşullara sahip olan Nevşehir'in geliştirilmiş kaynaklar bakımından ise yeterli düzeyde olduğu söylenemez.

Konaklama tesislerinin kalitesi ve yeterliliği, havaalanları ve ulaşım sisteminin yapısı, özel olay ve festivaller, eğlence ve alışveriş imkânlarındaki kalite ve çeşitlilik gibi unsurlar geliştirilmiş kaynakları oluşturan temel faktörlerdir (Ersun ve Arslan, 2009).

Çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan Nevşehir'de bugün itibarıyla 89 adet turizm işletme belgeli, 350 adet ise belediye belgeli olmak üzere toplam 439 konaklama işletmesi hizmet vermektedir. Bu işletmeler arasında 16 adet 4 yıldızlı, 5 adet ise 5 yıldızlı otel bulunmaktadır. Nevşehir ilinin toplam oda kapasitesi 11.324, toplam yatak kapasitesi ise 25.685'tir. Bölgede ayrıca turizm yatırım belgesi ile 13 adet işletme yatırıma devam etmektedir. Bu yatırımların tamamlanması ile bölgenin oda kapasitesinin 12.874'e, yatak kapasitesinin ise 28.841'e yükselmesi beklenmektedir (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Nevşehir'in kongre kapasitesi ile ilgili kesin ve güncel bir veri bulunmamaktadır. Ancak 4 ve 5 yıldızlı otellerin turizm işletmeleri yönetmeliğince kongre salonlarına

sahip olmaları gerektiği ve buna bağlı olarak bölgede yer alan 16 adet 4 yıldızlı ve 5 adet 5 yıldızlı toplam 21 otel işletmesinin çeşitli büyüklükte toplantı salonlarına sahip olduğu bilinmektedir. Özer'in 2010 yılında bölgedeki otel işletmelerinin kongre pazarlama faaliyetleri ile ilgili yaptığı bir araştırmaya göre Nevşehir'deki bu otellerin toplantı amaçlı toplam salon sayısı 72 olarak geçmektedir. Bu rakama istinaden kongre kapasitesi bakımından Nevşehir'in oldukça düşük bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Nitekim söz konusu araştırmada ayrıca, özellikle 5 yıldızlı otellerde teknik ekipman ve donanım açısından eksikliklerin olduğu ve bölgedeki otellerin çoğunlukla küçük çapta toplantı veya kongrelere ev sahipliği yaptığı sonucu da ortaya çıkmaktadır (Özer, 2010).

Otel yöneticilerinin bakış açısıyla bölgede kongre turizminin önündeki engelleri belirlemeye yönelik bir başka araştırmada (Yılmaz, 2014) bölgede konaklama işletmeleri dışındaki toplantı salonlarının yetersiz olduğu ve bu durumun bölgedeki kongre turizminin sorunları sıralamasında ilk sırada yer aldığı belirtilmiştir. Dolayısıyla konaklama işletmeleri dışında da bir takım yatırımlar ile bölgenin kongre kapasitesinin artırılması, özellikle uluslararası düzeyde hizmet verebilecek münferit bir kongre merkezinin gerekliliği vurgulanmaktadır (Yılmaz, 2014).

Günümüze kadar geline süreçte 2015 yılı itibarıyla hizmete giren Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi, bölgenin kongre merkezi eksikliğini giderilmesi anlamındaki en önemli yatırımdır.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi içerisindeki ana yerleşkede 20.000 metrekare alan üzerine inşa edilerek hizmete giren Kongre Merkezi, 1 adet 1275 kişilik salon, 1 adet 400 kişilik ve 2 adet de 226 kişilik olmak üzere toplamda 4 adet salona sahiptir. Ulusal ve uluslararası her türlü etkinliğe ev sahipliği yapabilecek donanımda inşa edilen Merkez, iki kattan oluşmakta ve 4 salonu da amfi tiyatro şeklindedir. Akustik özelliğe sahip olan salonlarda, profesyonel sahneler, ses ve ışık sistemleri yer almaktadır (www.nevsehir.edu, 2017).

Bölgede Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi'nin haricinde büyük kongre organizasyonlarına ev sahipliği yapabilecek kapasitede başka bir kongre merkezi yoktur. Bir dönem Avanos yakınlarında kayalar içine oyularak yapılmaya çalışılan kongre merkezi de yapım aşamasında kalarak tamamlanamamıştır. Sonuç itibariyle bölgede kongre salonlu otel sayısı ve otellerin teknik donanımları kongre turizmi için yeterli değildir (Ersun ve Arslan, 2009).

Birçok araştırmada Nevşehir'in ulaşım olanakları bakımından yetersiz olduğunun belirtildiği bilinmektedir. Fakat son yıllarda ulaşım imkânlarının iyileştirilmesi anlamında çalışmalar yapıldığı da görülmektedir.

Nevşehir'e ulaşım hâlihazırda karayolu ve havayolu ile sağlanabilmektedir. Anadolu'nun orta kısmında bulunması itibariyle ülkenin kuzey-güney ve doğu-batı karayolları kesişim noktalarında yer almaktadır. Bu bakımdan diğer birçok şehre otobüs seferleri düzenlenmekte ve karayolu üzerinden ulaşım sağlanabilmektedir. Bölgeye havayolu ile ulaşım ise genel olarak, il merkezine 30 km uzaklıktaki Gülşehir ilçe sınırları içerisinde bulunan yıllık 700.000 kişi kapasiteli 'Nevşehir Kapadokya Havalimanı' kullanılmaktadır. Bu havalimanı üzerinden Türk Havayolları tarafından haftanın her günü, günde üç kez İstanbul Atatürk Havalimanına karşılıklı sefer düzenlenmektedir. Pegasus Havayolları tarafından ise haftanın üç günü İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı arasında karşılıklı olarak seferler düzenlenmektedir. Diğer taraftan Anadolu Jet Havayolu, son yıllarda bölgeden ülkenin en fazla turist çeken destinasyonu olan Antalya'ya karşılıklı seferler organize etmeye başlamıştır. Ayrıca yine önemli bir turizm destinasyonu olan İzmir ile de havayolu ulaşımın sağlanabilmesi için çalışmalar yürütülmektedir. Bölgeye ulaşım da kullanılan bir diğer havalimanı ise "Kayseri Erkilet Havaalanı"dır. Kayseri Erkilet Havaalanı Kapadokya'nın merkezi olarak anılan Nevşehir iline bağlı Göreme'ye 80 km, Avanos'a 73 km ve Ürgüp'e 76 km'dir. Kayseri Erkilet Havalimanından İstanbul ve İzmir'e direkt uçuşlar sıklıkla organize edilmekte olup zaman zaman Avrupa'daki bazı noktalara da karşılıklı uçuşlar aktarmasız olarak düzenlenmektedir (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

Bölge ulaşımında tren yolu hiç kullanılmamaktadır fakat Antalya-Kayseri arasına 2023 yılına kadar yapılacak olan Antalya, Konya, Aksaray, Nevşehir ve Kayseri illerini kapsayan hızlı tren projesi ile bölgede 5 şehir birbirine bağlanacaktır. Bu sayede ülkenin en fazla turist çeken turizm destinasyonu Antalya ile Mevlana Türbesine ev sahipliği yapan Konya'nın Kapadokya bölgesine bağlanması sağlanmış olacaktır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

Nevşehir'de doğa ve kültür turizmi, inanç turizmi, termal turizm, balon turizmi, atlı turizm ve çömlekçilik gibi farklı turizm çeşitlerine yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. Bilindiği gibi şarapçılık konusunda Orta Anadolu'daki önemli merkezlerden biridir. Köklü bir şarapçılık geleneğine sahip olan bölge, yöreye özgü üzümlerinden üretilen beyaz şarapların kalitesi ile ünlenmiştir. Ayrıca bölge gerek yerli gerekse yabancı birçok ünlü oyuncunun rol aldığı sinema ve dizi filmi, şov programı, belgesel, tanıtım ve reklam filmlerine de ev sahipliği yapmış ve halen de bu faaliyetlere konu olmaktadır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014). Fakat yine de Nevşehir'in eğlence, alışveriş, özel olay ve festivaller gibi diğer geliştirilmiş kaynaklar bakımından sınırlı olduğu söylenebilir. Nitekim bölgede hizmet veren rehberler, Nevşehir'in turistik ürün çeşitliliği açısından potansiyelinin olduğunu fakat bu potansiyelin yeterince değerlendirilmediğini belirtmektedirler (Yılmaz ve Çullu, 2012). Bölgenin ilham veren coğrafyasında yerli ve yabancı sanatçıların katılımıyla müzik, çağdaş sanat, gastronomi ve açık hava etkinliklerinin gerçekleştirildiği ve bu anlamda bölge için son yıllarda önemli bir sanatsal etkinlik ve tanıtım haline gelen Cappadox festivali dahi çok yeni olup ilki henüz 2015 yılında düzenlenmiştir (www.cappadox.com, 2017).

Bir bölgenin kongre turizminden gelir elde edebilmesi için yukarıda bahsedilen temel kaynak ve çekicilikler ile geliştirilmiş kaynakları oluşturan imkânların yanında bu imkânları pazarlayacak yerel ve ulusal düzeyde uzmanlaşmış kongre ve ziyaretçi büroları ile seyahat acentaları gibi kuruluşlardan oluşan destek faktör ve kaynaklarına da sahip olması gerekmektedir. Bu kuruluşlar, üyesi oldukları

kuruluşlar aracılığıyla uluslararası kongrelerden haberdar olmakta ve bu kongreleri bölgelerine kazandırabilmek için teklif vermektedirler. Dolayısıyla kendi destinasyonlarındaki imkânları etkin biçimde pazarlamak suretiyle uluslararası kongre pazarından pay almaya çalışmaktadırlar (Ersun ve Arslan, 2009).

Türkiye’de halen İstanbul, Antalya ve İzmir dışında kongre ve ziyaretçi bürosu bulunmamaktadır. Nevşehir bölgesi ile ilgili yapılan birçok araştırmada da bölgenin kongre ve ziyaretçi bürosuna sahip olmayışından kaynaklı bir dezavantajı olduğu vurgulanmıştır. Bununla birlikte Nevşehir’de faaliyet gösteren seyahat acentası sayısı ise 174’dür. Bu acentaların tamamı A grubu işletme belgeli acentadır (TÜRSAB, 2017). Fakat Özer’in 2010 yılında gerçekleştirdiği araştırmada bölgedeki otellerin, kongre turizmiyle ilgili talepleri % 88 oranında kendi departmanları aracılığı ile karşıladıklarını, % 38 oranında ise seyahat acentaları ile iletişime geçtikleri belirtilmektedir (Özer, 2010). Bu durum bölgedeki seyahat acentalarının birçoğunun faaliyet konusu olarak kongre organizasyonları ile ilgilenmediklerini ve bu konuda uzmanlaşmadıklarını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak Nevşehir’in kongre turizmi alanında sahip olduğu olanaklarını tanıtacak ve pazarlayacak, ulusal veya uluslararası düzeyde uzmanlaşmış destek kaynaklarına sahip olduğu söylenemez.

Son olarak bir destinasyonun rekabet ölçüğünü ve sınırını etkileyen bir diğer unsur niteliksel faktörlerdir. Bu nitelikler de genellikle yerleşim yeri, güvenlik, destinasyon yönetimi ve pazarlama çabaları olarak ifade edilmektedir (Ersun ve Arslan, 2009).

Nevşehir ve içinde yer aldığı Kapadokya bölgesi hali hazırda güvenlik bakımından bir sorun olmaması nedeniyle kongre turizmi açısından avantajlı sayılabilecek bölgeler arasında yer almaktadır (Yılmaz, 2014). Diğer taraftan kongre turizmi alanında bölgeyi tanıtacak ulusal ve uluslararası düzeyde uzmanlaşmış kongre ve ziyaretçi bürosuna ve seyahat acentalarına sahip olmadığı daha önce de ifade edilmişti. Fakat özellikle kongre turizmi alanında olmasa da genel anlamda bölgeyi ziyaret eden turist sayısının, üst gelir grubu ziyaretçilerin payının, kişi başı harcamanın ve kalış süresinin artırılması ve turizm talebinin 12 aya yayılması için ulusal ve uluslararası

platformlarda bölge tanıtımına yönelik faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler kimi zaman kamu kurum ve kuruluşlar, sivil toplum örgütleri, seyahat acenteleri ve konaklama işletmeleri tarafından işbirliği halinde kimi zaman da bireysel olarak gerçekleştirilmektedir. Bu anlamdaki faaliyetlerin başında ulusal ve uluslararası turizm fuarlarına katılmak yer almaktadır. Bölge tanıtımı için en fazla katılım gerçekleştirilen turizm fuarları şu şekildedir (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014);

Tablo 23: Kapadokya Bölgesinin Tanıtımı İçin Katılım Sağlanan Fuarlar

Fuar Adı	Gerçekleştirildiği Ülke-Şehir
FITUR Turizm Fuarı	İspanya-Madrid
BIT Milano Turizm Fuarı	İtalya-Milano
ITB Berlin Turizm Fuarı	Almanya-Berlin
MITT Moskova	Rusya-Moskova
World Travel Market	İngiltere-Londra
ABAV Turizm Fuarı	Brezilya-Rio De Janerio
JATA Tabihaku Seyahat Fuarı	Japonya-Tokyo

Kaynak: (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

Türk Hava Yolları ile Ahiler Kalkınma Ajansının işbirliği ile organize edilen 'Famtrip' etkinlikleri de bölge tanıtımı için gerçekleştirilen önemli faaliyetler arasındadır. Etkinlikler kapsamında bölge turizmi için hedef pazar olan ülkelere "outgoing" yapan seyahat acentelerinin oluşturduğu heyetler bölgede ağırlanarak bölgenin tanıtımı gerçekleştirilmekte ve yereldeki seyahat acenteleri ile ikili görüşmeler yapmaları sağlanmaktadır. Buna ek olarak bölgedeki seyahat acentelerinden, konaklama tesislerinden, balon turu işletmecilerinden ve kamu kurumu yetkililerinden oluşan heyetler bölgenin tanıtımını gerçekleştirmek ve ikili görüşmeler düzenlemek üzere yurtdışındaki hedef ülkelere geziler düzenlemektedir. Bölgenin tanıtımındaki en etkili araçlardan birisi de daha önce de belirtildiği üzere bölgede çekilen yerli ve yabancı dizi, film ve belgesellerdir (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM İŞLETMELERİNİN BAKIŞ AÇILARIYLA NEVŞEHİR'DE KONGRE TURİZMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümünde Nevşehir'de kongre turizminin değerlendirilmesine yönelik bulgular incelenmiştir. Kongre turizmi hususunda belirtilen özelliklerin kongre turizminin geliştirilmesi açısından ne derece önemli olduğu ve bu özelliklerin Nevşehir'de ne derece yeterli olduğu ortaya konulmuştur.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bugün tüm dünya da kongre ve benzeri toplantı etkinliklerine yönelik talepler hızla artmakta, bu sayede kongre turizmi ülke ekonomilerine önemli gelir katkıları sağlamaktadır. Ayrıca bu tür toplantı etkinliklerinin kamuoyu ve lobi oluşturmak adına da kullanılabilir olması kongre turizmini diğer alternatif turizm çeşitleri arasında en çok desteklenen turizm türü haline getirmektedir.

Bu araştırmanın amacı Nevşehir bölgesinde var olan mevcut turizm potansiyelinin kongre turizmi açısından da değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesini ve hayata geçirilmesini sağlamaktır.

Nevşehir, kültür turizmi açısından önemli bir ziyaret merkezi olan Kapadokya Bölgesi'nde yer almaktadır, bu bakımdan turistik ihtiyaçlara cevap verebilecek birçok arz imkânlarına sahiptir. Bölgede var olan mevcut turizm potansiyelinin kongre turizmi açısından da değerlendirilerek ön plana çıkarılmasını ve geliştirilmesini sağlayacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesi ve hayata geçirilmesi Nevşehir'in kültür turizmi için olduğu gibi kongre turizmi için de önemli

bir destinasyon haline gelebilmesi açısından önemlidir. Böylelikle bölgenin turizmden olan beklentilerinin daha uzun vadelere yayılması mümkün olabilecektir. Bunun için Nevşehir'in kongre turizm potansiyelinin kongre etkinliklerine hizmet sağlayan konaklama işletmeleri veya çoğu zaman etkinlikleri organize eden seyahat acentaları gibi turizm işletmelerinin bakış açısıyla değerlendirilmesi ayrı bir önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Bu araştırma Nevşehir il ve ilçe merkezlerinde gerçekleştirilmiştir. Bu il ve ilçe merkezlerindeki konaklama işletmeleri ve seyahat acentalarını kapsamaktadır.

Araştırma coğrafi olarak Nevşehir il ve ilçe merkezlerinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri, özel belgeli konaklama tesisleri ile A grubu seyahat acentalarının üst ve orta kademe yöneticileri ile sınırlandırılmıştır. Belediye belgeli konaklama işletmeleri ve pansiyonlar çalışma alanı dışında tutulmuştur.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın bu kısmında evren ve örnekleme belirlenmiş, veri toplama yöntemi ve verilerin analizine yer verilmiştir.

3.3.1. Evren ve Örneklem

Araştırma Nevşehir il ve ilçe merkezlerinde yapıldığından dolayı araştırmanın evrenini Nevşehir ilinde yer alan konaklama işletmeleri ve seyahat acentalarının üst ve orta kademe yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme tesadüf olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup 9 adet 5 yıldızlı, 18 adet 4 yıldızlı otel işletmesi, 37 adet özel belgeli konaklama tesisi ve 174 adet A grubu seyahat acentası olmak üzere toplam 238 işletmenin üst ve orta kademe yöneticilerinden oluşmaktadır. Bunlardan 7 adet 5 yıldızlı, 14 adet dört yıldızlı otel işletmesi, 33 adet özel konaklama tesisi ve 144 adet A grubu seyahat acentası yöneticilerine olmak üzere toplam 198 anket yüz yüze uygulanmıştır. 40 adet işletmeye ise kapalı olmaları veya görüşmek istememeleri nedeniyle ulaşılamamıştır.

3.3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Veriler kongre turizminin geliştirilmesi açısından önem arz etmesi muhtemel özellikler ve bu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ile ilgili ifadeler içeren anket yoluyla toplanmıştır (Ek 1).

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların bakış açılarıyla kongre turizminin geliştirilmesi açısından önem arz eden özellikler ve bu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bu ifadeler, kongre turizmi ile ilgili literatür incelemesi neticesinde bu alanda yazılan kitap, makale ve tezlerden yararlanılarak oluşturulmuştur (Erdoğan, 2006; Enes, 2013; Dölalan, 2008; Yılmaz, 2014). Araştırmada kongre turizminin geliştirilmesi açısından belirtilen özelliklerin önem derecesi 4 aralıklı (1=Hiç önemli değil, 2=Önemsiz, 3=Önemli, 4=Çok önemli) ölçek ile ölçülmüştür. Aynı özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ise 3 aralıklı (1=Yok, 2=Var yetersiz, 3=Var yeterli) ölçek ile ölçülmüştür.

İkinci bölümde ise katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalıştığı işletmenin türü, sektörde çalışma süresi ve işletmede çalışma süresi gibi demografik özelliklerine ilişkin ifadeler yer almaktadır.

3.4. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen veriler bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Analizlerde frekans ve yüzde dağılımları, median (ortanca değer) ve mod (tepe değer) gibi merkezi eğilim ölçülerinden faydalanılmıştır.

3.5. Araştırmanın Bulguları

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 24’te araştırmaya katılan yöneticilerin demografik özelliklerine ilişkin elde edilen bilgilere yer verilmektedir.

Tablo 24: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	N	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	198		
Kadın		63	31,8
Erkek		135	68,2
Yaş	198		
20- 25 arası		39	19,7
26- 35 arası		85	42,9
36- 45 arası		50	25,3
46- 55 arası		12	6,1
56 ve üzeri		12	6,1
Öğrenim Durumu	198		
İlköğretim		4	2,0
Lise		55	27,8
Ön lisans		50	25,3
Lisans		81	40,9
Lisansüstü		8	4,0
İşletmenin Statüsü	198		
5 yıldızlı otel		7	3,5
4 yıldız otel		14	7,1
Butik otel		33	16,7
Seyahat Acentası		144	72,7
Departman	198		
İşletme sahibi		66	33,3
Genel müdür		48	24,3
Önbüro müdürü		14	7,1
Satış-Pazarlama müdürü		32	16,2
Operasyon müdürü		38	19,2
Sektörde çalışma süresi	198		
1-3 yıl arası		28	14,1
4-7 yıl arası		37	18,7
8-11 yıl arası		51	25,8
12-15 yıl		34	17,2
16 yıl ve üzeri		48	24,2
İşletmede çalışma süresi	198		
1-3 yıl arası		77	38,9
4-7 yıl arası		67	33,8
8-11 yıl arası		32	16,2
12-15 yıl		6	3,0
16 yıl ve üzeri		16	8,1

Araştırmaya katılan yöneticilerin çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır (68,2). Kadınlar ise % 31,8'lik bir orana sahiptir. Katılımcıların yaş aralığı dikkate alındığında % 42,9'luk oranla 26-35 yaş aralığında olanların çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Diğer yaş grupları incelendiğinde %19,7'sinin 20-25, %25,3'ünün 36-45, %6,1'inin 46-55 yaş aralığında, %6,1'inin ise 56 yaş ve üzerinde olduğu gözlenmektedir. Katılımcıların öğrenim durumları değerlendirildiğinde %2,0'ının

ilköğretim, %27,8'inin lise, %25,3'ünün ön lisans, %40,9'unun lisans ve %4,0'inin lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. Anketin yapıldığı işletmelerin %3,5'i 5 yıldızlı, %7,1'i 4 yıldızlı otel işletmesi, %16,7'si butik otel, %72,7'si ise seyahat acentalarından oluşmaktadır.

Anketi cevaplayan yöneticilerin departmanları değerlendirildiğinde %33,3'ünün işletme sahibi, %24,2'sinin genel müdür, %7,1'inin önbüro müdürü, %16,2'sinin satış-pazarlama müdürü, %19,2'sinin ise operasyon müdürü olduğu anlaşılmaktadır. Yöneticilerin sektörde çalışma yılı oranları %14,1'i 1-3 yıl arası, %18,7'si 4-7 yıl arası, %25,8'i 8-11 yıl arası, %17,2'si 12-15 yıl arası ve %24,2'sinin ise 16 yıl ve üzeri şeklindedir. Yöneticilerin mevcut işletmede çalışma yılı oranları ise, %38,9'u 1-3 yıl arası, %33,8'i 4-7 yıl arası, %16,2'si 8-11 yıl arası, %3,0'ı 12-15 yıl arası ve %8,1'i 16 yıl ve üzeri şeklindedir.

Özetle araştırmaya katılan yöneticilerin çoğunluğunu erkek, 26-35 yaş aralığında, lisans mezunları oluşturmaktadır. Bu katılımcıların çoğunluğunun seyahat acentası çalışanı olduğu sonucuna varılırken aynı zamanda çoğunun işletme sahibi olduğu gözlemlenmiştir. Sektör deneyimleri ele alındığında yöneticilerin en çok 8-11 yıl arası hemen ardından ise 16 yıl ve üzeri deneyime sahip olduğu görülmekte dolayısıyla genelinin sektör deneyiminin oldukça fazla olduğu gözlemlenmektedir. Son olarak yöneticilerin mevcut işletmelerinde çalışma süreleri dikkate alındığında 1-3 yıl aralığının en fazla olduğu bulgusuna varılmıştır.

3.5.2. Kongre turizminin geliştirilmesi açısından belirtilen özelliklerin ne derece önemli olduğunun değerlendirilmesi

Tablo 25’te yer alan ifadelere ilişkin açıklamalar aşağıda görülmektedir.

Tablo 25: Kongre turizminin geliştirilmesi açısından belirtilen özelliklerin önem derecesi

	Frekans	Yüzde %	Mod	Median
1. Doğal güzelliklere sahip olması	126	63,6	3	3,00
2. Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması	127	64,1	3	3,00
3. Alışveriş olanaklarının olması	120	60,6	3	3,00
4. Yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği	111	56,1	3	3,00
5. Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı	131	66,2	3	3,00
6. Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi	106	53,5	4	4,00
7. Rekreasyon olanaklarına sahip olması	133	67,2	3	3,00
8. Konaklama işletmelerinin sayısı	152	76,8	4	4,00
9. Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi	179	90,4	4	4,00
10. Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı	167	84,3	4	4,00
11. Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı	97	49,0	3	3,00
12. Kongre turizmüne yönelik ürün fiyat düzeyleri	140	70,7	4	4,00
13. Kongre turizmüne yönelik ürün fiyat alternatifleri	144	72,7	4	4,00
14. Bölgenin kongre turizmüne yönelik tanıtım faaliyetleri	164	82,8	4	4,00
15. Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)	160	80,8	4	4,00
16. Toplantı salonlarındaki teknik donanımlarının varlığı	171	86,4	4	4,00
17. Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı	109	55,1	4	4,00
18. İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı	137	69,2	3	3,00
19. Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması	146	73,7	4	4,00
20. Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı	130	65,7	4	4,00
21. Kongre turizmüne hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim	129	65,2	4	4,00
22. Kongre turizmüne hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri	95	48,0	3	3,00
23. Kongre turizm konusunda eğitimli ve deneyimli personelin olması	153	77,3	4	4,00
24. Destinasyonun imajı	152	76,8	4	4,00
25. Destinasyonun güvenliği	163	82,3	4	4,00

*: 1.Hiç önemli değil, 2.Önemsiz, 3.Önemli, 4.Çok önemli

“Doğal güzelliklere sahip olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %63,6’lık oranla “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu bilgilere bakıldığında katılımcılara göre bir destinasyonun doğal güzelliklere sahip olması o bölgenin kongre turizminin geliştirilmesi açısından birinci derecede olmasa da önem arz etmektedir.

“Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %64,1’lik oranla “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olunmasını kongre turizminin geliştirilmesi açısından önemli bulduğu söylenebilir.

“Alışveriş olanaklarının olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %60,6’lik oranla “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan verilere bakıldığında alışveriş olanaklarının olması ilgili destinasyonda kongre turizminin geliştirilebilmesi için önemli bulunmaktadır.

“Yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %56,1’inin “önemli” seçeneğini işaretlediği görülmektedir. Sonuca göre katılımcılar açısından yerli halkın misafirlere karşı konuksever olması kongre turizmi bakımından önemli görülmektedir.

“Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %66,2’lik oranla “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu bilgilere bakıldığında katılımcılara göre bir destinasyonun sahip olduğu yiyecek içecek işletmelerinin sayısı o bölgede kongre turizminin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir.

“Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %53,5’inin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri dolayısıyla bu işletmelerin hizmet kalitesini kongre turizminin geliştirilmesi bakımından çok önemli buldukları görülmektedir.

“Rekreasyon olanaklarına sahip olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %67,2’lik oranla “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcılara göre bir destinasyonun rekreasyon

olanaklarına sahip olması o bölgede kongre turizminin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir.

“Konaklama işletmelerinin sayısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %76,8’lik oranla “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Dolayısıyla katılımcılara göre bir destinasyonun sahip olduğu konaklama işletmelerinin sayısı kongre turizminin geliştirilmesi bakımından çok önem arz etmektedir.

“Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %90,4’lük oranla “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan verilere bakıldığında katılımcıların tamamına yakını kongre turizminin geliştirilmesi bakımından destinasyonun sahip olduğu konaklama işletmelerinin hizmet kalitesini çok önemli bulmaktadır. Katılımcıların anketteki ifadelerine verdikleri cevaplar dışında yaptıkları yorumlarda da birçoğu toplantı etkinlikleri için genel olarak toplantı salonu bulunan konaklama işletmelerinin tercih edilmesinden ötürü bu işletmelerin hizmet kalitesini en önemli husus olarak gördüklerini ifade etmişleridir.

“Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %84,3’ünün “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu veriler katılımcıların çoğunun bölgeye yönelik ulaşım imkanlarının da kongre turizmi açısından oldukça önemli bulduklarını göstermektedir. Birçok yöneticinin bir destinasyona yönelik ulaşım imkanlarının o bölgede genel anlamda turizmin varlığı için şart olduğunu dolayısıyla bu imkanların olmaması durumunda kongre turizminin varlığından da söz edilemeyeceği yorumunda bulunması çıkan sonucu destekler niteliktedir.

“Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %49,0’lık oranla en fazla “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu oran katılımcıların bölge içi ulaşım kolaylıklarını

önemli bulmalarına rağmen bölgeye yönelik ulaşım kolaylıklarına nazaran önem derecesini daha az bulduklarını ortaya koymaktadır.

“Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %70,7’sinin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Yapılan yorumlarda da müşterilerin genellikle fiyat odaklı oldukları dolayısıyla destinasyon seçiminde fiyat düzeyi ve alternatiflerinin çok önemli etkilerinin olduğu vurgulanmıştır.

“Kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların yine çoğunun %72,7’lik oranla “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Yukarıdaki açıklamada da belirtildiği gibi katılımcılar müşterilerin destinasyon seçimi ile ilgili kararlarında fiyat düzeyi ve alternatiflerinin çok önemli etkilerinin olduğunu ifade etmektedirler.

“Bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %82,8’lik bir oranla çoğunun “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç katılımcıların tanıtım faaliyetleri hususunu genel olarak çok önemsediklerini ortaya çıkarmaktadır. Yapılan yorumlarda da birçok yönetici turizm sektöründeki arz kaynaklarının genellikle müşterilerin destinasyona gelerek faydalanabildiği kaynaklar olması itibarıyla bu kaynakların tanıtımının olmadığı sürece turistik anlamda bir değer yaratamayacağını belirtmiştir.

“Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %80,8’inin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan verilere bakıldığında katılımcıların çoğunun kongre merkezleri, toplantı salonları gibi toplantı yapılmasına olanak sağlayan bu mekânların varlığını kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından oldukça önemli buldukları anlaşılmaktadır. Bu mekanların olmaması durumunda kongre faaliyetlerinin o

bölgede gerçekleştirilmesinin mümkün olmayacağı yapılan yorumlar arasında yer almaktadır.

“Toplantı salonlarındaki teknik donanımlarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %86,4'lük bir oranla yine çoğunun “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde bir önceki ifadeye bağlı olarak toplantı salonlarındaki teknik donanımların yeterliliğini çok önemli olarak değerlendiren yönetici sayısının toplantı salonlarının varlığını çok önemli olarak değerlendiren yönetici sayısından fazla olduğu dikkati çekmektedir. Katılımcılar bu durumu bir bölgede kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından toplantı salonlarının sayıca yeterli olmasından ziyade bu salonların teknik donanım bakımından yeterli olmasının daha gerekli olduğunu ifade ederek açıklamaktadır.

“Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcılar tarafından %55,1'lik oranla en fazla “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Konu ile ilgili yapılan yorumlarda birçok yönetici farklı bölgelerden aynı toplantıya gelecek katılımcılar açısından destinasyonun coğrafi konumunun özellikle yakınlık-uzaklık bakımından çok önemli olduğunu vurgulamaktadır.

“İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %69,2'sinin “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde katılımcıların genellikle iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısını birinci derecede olmasa da önemli bulunduğu anlaşılmaktadır. Yöneticilere göre toplantı programlarının büyük bir kısmı otumlardan oluştuğu için katılımcılar genellikle kapalı mekanlarda vakit geçirmekte ve diğer tatilci turistlere nazaran pek fazla dışarı çıkmamaktalar. Dolayısıyla özellikle kongre turizmi için iklim koşulları birinci derece de önem arz etmemektedir.

“Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %73,7’sinin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç yöneticilerin kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olmasının o bölgenin kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından çok önemli bulduklarını göstermektedir. Bazı yöneticiler İstanbul ve Antalya gibi kongre turizmi konusunda gelişmiş şehirlerde kongre organize eden birçok seyahat acentesinin bulunduğunu ve bu acentelerin sundukları hizmetler ile bölgelerinin kongre taleplerini arttırdıklarını ifade etmişlerdir.

“Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %65,7’sinin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu verilere bakıldığında yöneticiler açısından kongre turizminin geliştirilebilmesi için kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığının çok önem arz ettiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar kongre turizmi alanında yapılan özellikle tanıtım, pazarlama, hizmet sağlayıcılar arasındaki koordinasyon, resmi birimlerle iletişim vb. konularda daha merkezi ve kurumsal çalışmalar yürütülebilmesi açısından kongre ve ziyaretçi bürolarının gerekli olduğunu vurgulamaktadırlar.

“Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %65,2’sinin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Yöneticiler bu ifadeyle ilgili yorumlarda günümüzde bir toplantı etkinliğinin ilgili bütün hizmetlerin paket halinde sunulduğunu dolayısıyla bu hizmetleri veren işletmeler arasındaki iletişimin organizasyonun başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi açısından önemli ve gerekli olduğunun altını çizmektedirler. Ayrıca bazı yöneticiler kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişimin olmaması durumunda taleplerin başka bölgelere kayabileceğini de, bu kaybın yaşanmaması açısından da bu işletmeler arasındaki iletişimin çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

“Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %48,0’ının “önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç incelendiğinde yöneticilerin kongre turizmini geliştirilebilmesi açısından bu alanda hizmet veren işletmelerin ulusal/uluslararası kuruluşlara üye olmalarını önemli buldukları anlaşılmaktadır. Anketteki ifadeye verilen cevapların dışında yapılan yorumlarda bu tarz kuruluşların toplantı taleplerini üyelerine yönlendirdikleri dolayısıyla özellikle maddi getirisi fazla olabilecek kurumsal işletme ya da kuruluşların toplantı taleplerini bölgeye kazandırmak açısından önemli olabileceği vurgulanmaktadır.

“Kongre turizmi konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %77,3’lük oranla çoğunun “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde kongre turizmi konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından katılımcılara göre birinci derecede önem arz etmektedir. Bu ifadeye ilişkin yöneticilerin yaptıkları yorumlarda kongre katılımcılarının genellikle sosyal ve ekonomik statülerinin normal turistlere oranla daha yüksek olduğu buna bağlı olarak ta hizmet kalitesi ile ilgili beklentilerinin de çoğu zaman daha yüksek olduğunu belirtmektedirler. Arzu edilen hizmet kalitesinin ise daha deneyimli ve eğitilmiş personeller aracılığıyla sağlanabileceği ifade edilmektedir.

“Destinasyonun imajı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %76,8’sinin “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç ankete katılan yöneticilerin bir destinasyonun sahip olduğu imajı o bölgede kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından çok önemli bulduklarını ortaya koymaktadır. Yöneticilere göre gerek kongre talebinde bulunanlar gerek katılımcılar bölge seçiminde belirli imajlara sahip destinasyonları alternatif olarak değerlendirmektedirler.

“Destinasyonun güvenliği” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %82,3'lük oranla çoğunun “çok önemli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Ankete katılan birçok yönetici güvenlik konusunun bir kişinin temel gereksinimlerinden biri olduğu ve bu unsurun sağlanamadığı bölgelerde her ne kadar genel bir takım turistik çekiciliklere sahip olursa da bölgenin talep göremeyeceği yorumunda bulunmuştur. Veriler incelendiğinde de katılımcıların çoğu açısından destinasyon güvenliğinin kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli bulunduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Ankete katılan yöneticilerin verdikleri cevaplara ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında anketteki tüm ifadeler için en çok tekrar eden cevapların önemli ve çok önemli seçenekleri olduğu görülmektedir. Bu sonuç katılımcıların çoğunun ankette yer alan 25 ifadenin tamamını kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından önemli veya çok önemli bulduklarını ortaya koymaktadır. Yöneticilerin bakış açısına göre bir destinasyonda kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından çok önemli görülen hususlar sıralamasında ilk sırada konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi (%90,4) yer almaktadır. Katılımcıların anketteki ifadelere verdikleri cevaplar dışında yaptıkları yorumlarda da birçoğu toplantı etkinlikleri için genel olarak toplantı salonu bulunan konaklama işletmelerinin tercih edilmesinden ötürü bu işletmelerin hizmet kalitesini en önemli husus olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. İkinci sırada ise toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığı (%86,4) gelmektedir. Katılımcılar bu durumu ise bir bölgede kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından toplantı salonlarının sayıca yeterli olmasından ziyade bu salonların teknik donanım bakımından yeterli olmasının daha gerekli olduğunu ifade ederek açıklamaktadır. Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesini ve toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığını sırasıyla bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı (%84,3), kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri (%82,8), destinasyonun güvenliği (%82,3), toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (%80,8), kongre turizmi konusunda eğitimli ve deneyimli personelin olması (%77,3), konaklama işletmelerinin sayısı (%76,8), destinasyonun imajı (%76,8), kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması (%73,7), kongre turizmine

yönelik ürün fiyat alternatifleri (%72,7), kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri (%70,7), kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı (%65,7), kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim (%65,2), coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı (%55,1) ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi (%53,5) takip etmektedir.

Yukarıda belirtilen 16 ifade katılımcıların çoğunluğu tarafından çok önemli olarak değerlendirilirken ankette yer alan diğer ifadelerin tamamı için ise en fazla tekrar eden tercih önemli seçeneği olmuştur. Önemsiz ve hiç önemli değil seçeneklerinin ise tabloda yer almadığı görülmektedir. Dolayısıyla katılımcılar arasında bu seçeneklerin her ikisinin de en çok tekrar eden tercihler arasına girecek oranda bir işaretleme yapılmadığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak doğal güzelliklere sahip olması, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması, alışveriş olanaklarının olması, yerli halkın misafirlere karşı konuk severliği, yiyecek içecek işletmelerinin sayısı, rekreasyon olanaklarına sahip olması, bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı, iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı ve kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından birinci derece de olmasa da önemli görülmektedir.

3.5.3. Kongre turizmi açısından belirtilen özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğunun değerlendirilmesi

Tablo 26’da yer alan ifadelere ilişkin açıklamalar aşağıda görülmektedir.

Tablo 26: Kongre Turizmi Açısından Belirtilen Özelliklerin Nevşehir’deki Yeterlilik Derecesi

	Frekans	Yüzde %	Mod	Median
1. Doğal güzelliklere sahip olması	158	79,8	3	3,00
2. Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması	165	83,3	3	3,00
3. Alışveriş olanaklarının olması	142	71,7	2	2,00
4. Yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği	139	70,2	3	3,00
5. Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı	121	61,1	2	2,00
6. Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi	161	81,3	2	2,00
7. Rekreasyon olanaklarına sahip olması	133	67,2	3	3,00
8. Konaklama işletmelerinin sayısı	148	74,7	3	3,00
9. Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi	147	74,2	2	2,00
10. Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı	113	57,1	2	2,00
11. Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı	132	66,7	2	2,00
12. Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri	155	78,3	2	2,00
13. Kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri	161	81,3	2	2,00
14. Bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri	107	54,0	2	2,00
15. Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)	175	88,4	2	2,00
16. Toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığı	159	80,3	2	2,00
17. Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı	155	78,3	3	3,00
18. İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı	161	81,3	3	3,00
19. Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması	103	52,0	2	2,00
20. Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı	198	100,0	1	1,00
21. Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim	123	62,1	2	2,00
22. Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri	124	62,6	1	1,00
23. Kongre turizm konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması	134	67,7	2	2,00
24. Destinasyonun imajı	105	53,0	3	3,00
25. Destinasyonun güvenliği	140	70,7	3	3,00

*: 1.Yok, 2.Var yetersiz, 3.Var yeterli

“Doğal güzelliklere sahip olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %79,8’inin “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde katılımcıların çoğu açısından Nevşehir’in yeterli doğal güzelliğe sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ankette yer alan ifadelere verilen cevaplar dışındaki yorumlarda da katılımcılar genel anlamda Kapadokya’yı ön plana çıkaran başlıca unsurlardan birinin bölgedeki peri bacaları gibi benzeri olmayan doğal oluşumların olduğunu, bu oluşumların da en yoğun biçimde

Nevşehir’de yer aldığını belirtmişlerdir. Ayrıca bunun yanında ziyarete elverişli birçok vadi, ırmak vb. çeşitli doğal kaynaklara da sahiptir. Dolayısıyla yöneticilere göre Nevşehir kendisini diğer destinasyonlardan farklı kılan özel ve yeterli doğal güzelliklere sahiptir.

“Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların çoğunun %83,3’lük oranla “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuca göre katılımcıların Nevşehir’in tarihi ve kültürel zenginlikler bakımından da yeterli kaynaklara sahip olduğunu düşündükleri ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar bölgenin çok eski zamanlardan bu yana çeşitli medeniyetlere ve özellikle Hristiyanlık tarihi için çok önemli mekânlara ev sahipliği yapmış olması bakımından birçok yer altı şehri, kilise, açık hava müzesi ve kervansaray gibi tarihi ve kültürel kaynaklara sahip olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılara göre bölgeyi turistik anlamda çekici kılan temel unsurlar sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleridir.

“Alışveriş olanaklarının olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %71,7’sinin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir’i alışveriş imkânlarına sahip olmasına rağmen yeterli bulmadıkları anlaşılmaktadır. Bölgenin alışveriş olanakları konusunda hediyelik eşya, halı, kilim ve çanak çömlekle sınırlı kaldığı bunların dışındaki giyim, kozmetik vb. genel alanlarda ise oldukça yetersiz olduğu yapılan yorumlar arasında yer almaktadır.

“Yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %70,2’sinin “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu verilere bakıldığında katılımcılara göre Nevşehir halkı misafirlere karşı yeterince konukseverdir. Verilen cevaplar dışında yapılan yorumlarda da Nevşehir halkının genel olarak Türk gelenek ve göreneklerini, misafirperverliğini yansıttıkları ifade edilmektedir.

“Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %61,1’inin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç katılımcıların Nevşehir’in sahip olduğu yiyecek içecek işletmelerini sayıca yetersiz bulduklarını göstermektedir. Bunun yanında konsept olarak işletme türlerinin de yetersiz olduğu ayrıca son dönemde turizm sektöründe yaşanan gerilemeyle birlikte mevcut işletme sayılarında da azalma olduğu yapılan yorumlar arasındadır.

“Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %81,3'lük bir oranla çoğunun “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler değerlendirildiğinde bir önceki ifadeye bağlı olarak yöneticilerin Nevşehir'deki yiyecek içecek işletmelerinin sayısını yetersiz buldukları gibi var olan işletmelerdeki hizmet kalitesini de yetersiz buldukları anlaşılmaktadır. Yöneticilere göre bölgede toplantı amacıyla gelen ziyaretçileri konaklama işletmeleri dışında ağırlayabilecek kaliteli hizmet sunabilen yiyecek içecek işletme sayısı pek azdır.

“Rekreasyon olanaklarına sahip olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %67,2'sinin “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu verilere bakıldığında katılımcılar Nevşehir'deki rekreasyon olanaklarını yeterli bulmaktadırlar. Yapılan yorumlarda bölgede yer altı şehirleri, açık hava müzeleri ve çömlek atölyeleri gibi mekanların ziyaretlerinin yanı sıra sıcak hava balonculuğu, vadi yürüyüşleri, atv gezileri, at turları gibi aktivitelerin de sıklıkla yapılabildiği özellikle balon turlarının bölgeye has bir rekreasyon olması bakımından bölgenin bu anlamda ayrıcalıklı olduğu ifade edilmektedir.

“Konaklama işletmelerinin sayısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %74,7'sinin “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir'de bulunan konaklama işletmelerinin sayısını yeterli buldukları anlaşılmaktadır. Bölgede özellikle daha kolay izin alınabilmesi bakımından çok fazla belediye belgeli konaklama işletmesinin

olduğu, bu işletmelere bakanlık belgeli 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller, butik oteller, özel konaklama tesisleri, pansiyonlar ve çiftlik evleri gibi konaklama işletmeleri de ilave edildiğinde bölgenin yeterli işletme sayısına sahip olduğunun anlaşılacağı yapılan yorumlar arasındadır.

“Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %74,2’sinin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler değerlendirildiğinde bir önceki ifadeye bağlı olarak yöneticilerin Nevşehir’de bulunan konaklama işletmelerinin sayısını yeterli fakat bu işletmelerin hizmet kalitesini yetersiz buldukları ortaya çıkmaktadır. Konuya ilişkin yapılan yorumlarda birçok yönetici özellikle daha az denetime tabi olduğu için belediyeden izinli konaklama işletmelerinin hizmet kalitelerine gereken önemi vermediklerini ifade etmektedir. Ayrıca çoğu konaklama işletmesinin ucuza mal edebilmek için yeterli eğitim ve deneyime sahip olmayan personel çalıştırması sonucu hizmet kalitelerinde düşüş yaşandığı da yapılan yorumlar arasında yer almaktadır.

“Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %57,1’inin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç katılımcıların Nevşehir’e yönelik ulaşım imkânlarını yetersiz bulduklarını göstermektedir. Ankette yer alan ifadeler dışındaki yorumlarda da birçok yönetici bu konuda özellikle bölgeye yönelik uçak seferlerinin yetersiz olduğunu, gerek yurt içi gerek yurt dışı direk seferlerin arttırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca bölgeye kara yolu ile de ulaşım imkânlarının geliştirilmesi, bu anlamda bölgeye yönelik hızlı tren ulaşımı gibi projelerin bir an önce hayata geçirilmesi ve tamamlanması gerektiği de ifade edilmektedir.

“Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %66,7’sinin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir’in bölge içi ulaşım kolaylıklarını da yetersiz buldukları anlaşılmaktadır. Bir önceki ifadeye bağlı olarak

bölge içi ulaşım kolaylıklarını yetersiz bulan yöneticilerin oranının bölgeye yönelik ulaşım imkanlarını yetersiz bulan yöneticilerin oranından daha fazla olduğu görülmektedir. Yöneticilere göre bölgenin en fazla turist çeken Ürgüp, Göreme, Avanos gibi turistik beldeleri arasında dahi akşam erken saatlerden sonra vasıta bulunmadığı gibi bu durum diğer beldelerde de söz konusudur. Bu saatlerden sonra bu beldelere veya şehir merkezine ulaşım ancak taksi ve özel servis araçlarıyla sağlanabilmekte bu da pahalı bulunduğu için bölge imajını olumsuz yönde etkilemektedir.

“Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %78,3’ünün “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir’deki kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeylerini yetersiz buldukları görülmektedir. Bazı yöneticiler İstanbul ve Antalya gibi destinasyonlarda kongre taleplerine Nevşehir’e oranla çok daha düşük fiyatlar sunulduğu yorumunu yapmışlardır. Dolayısıyla Nevşehir ürün fiyat düzeyleri yüksek bulunduğu için bu destinasyonlar kadar talep görmemektedir.

“Kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %81,3’lük bir oranla çoğunun “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç değerlendirildiğinde yöneticilerin Nevşehir’de kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatiflerini yetersiz gördükleri anlaşılmaktadır. Bu durumun özellikle orta ve büyük çaplı toplantıların bölgede yoğun fakat genellikle az oda sayısı ve düşük kapasiteli toplantı salonlarına sahip butik otellerde zaten düzenlenemediği, bu tarz toplantıların bölgede sayılı birkaç konaklama işletmesinde yapılabiliyor olmasından kaynaklandığı ifade edilmektedir. Yöneticilere göre toplantıların genellikle belirli bazı işletmelerde düzenleniyor olması bölgede beklenen düzeyde bir fiyat alternatifi de yaratamamaktadır.

“Bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %54’ünün “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler değerlendirildiğinde yöneticilerin Nevşehir’in kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetlerini yeterli bulmadıkları ortaya çıkmaktadır. Konu ile ilgili yapılan bazı yorumlarda bu durumun sebebi olarak bölgenin kongre turizmi konusuna son yıllarda ağırlık vermeye başlaması gösterilmektedir. Bazı yöneticiler ise yetkili resmi kurumlar tarafından Nevşehir’in kongre turizmine yönelik halen hiçbir tanıtım faaliyeti yürütülmediğini, bölgenin bu alandaki tanıtım faaliyetlerinin kongre turizmine hizmet veren özellikle konaklama işletmelerinin bireysel tanıtım çabalarından ibaret olduğu yorumunda bulunmuşlardır.

“Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %88,4’lük bir oranla tamamına yakınının “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuca göre yöneticilerin Nevşehir’deki toplantı yapılmasına olanak sağlayan kongre merkezleri, toplantı salonları gibi fiziksel mekânların varlığını yetersiz buldukları anlaşılmaktadır. Yorumlarda bölgede katılımcı sayısı fazla toplantıların düzenlenebileceği kapasitede salonlara sahip çok az sayıda otelin mevcut olduğu, mevcut bu oteller arasında da Dedeman ve Peri Tower otellerinin kapatılması ile bu sayının daha da düştüğü ve yetersiz hale geldiği ifade edilmiştir. Ayrıca Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi bünyesinde son birkaç yıldır faaliyet gösteren kongre merkezinin de kongre turizmi anlamında önemli fakat yeterli olmadığı, 90’lı yıllarda Avanos civarında kayalara oyularak yapılması planlanan ancak henüz yapım aşamasında durdurulan kongre merkezi projesinin tekrara hayata geçirilip tamamlanması gerektiği yapılan yorumlar arasında yer almaktadır. Söz konusu yöneticilere göre kayadan oyma bu kongre merkezi hem bölgenin büyük çaplı kongre merkezi ihtiyacını karşılaması bakımından hem de bölgenin tarihi ve mimari dokusunu yansıtan Türkiye’deki tek kongre merkezi olması bakımından gerekli ve önemlidir.

“Toplantı salonlarındaki teknik donanımlarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %80,3'lük bir oranla yine çoğunun “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir'deki toplantı salonlarında bulunan teknik donanımların varlığını yetersiz gördükleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Konu ile ilgili yapılan yorumlarda toplantı salonlarının çoğunun profesyonel anlamda yeterli ekip ve ekipmana sahip olmadığı, özellikle uluslararası toplantılara ev sahipliği yapabilecek simultane çeviri gibi teknik donanımların ise hiç olmadığı belirtilmektedir. İhtiyaç halinde bu teknik donanımın başka illerden kiralandığı da yapılan yorumlar arasında yer almaktadır.

“Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %78,3'ünün “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler değerlendirildiğinde yöneticilerin Nevşehir'in sahip olduğu coğrafi konumunun şehrin tercih edilmesindeki katkısını yeterli gördükleri anlaşılmaktadır. Birçok yönetici Nevşehir'in Türkiye'nin ortasında yer alması bakımından diğer tüm bölgelere hemen hemen eşit uzaklıkta bulunduğunu, bu durumun da farklı bölgelerden gelecek ziyaretçiler için şehrin tercih edilmesinde bir avantaj sağladığını belirtmiştir.

“İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %81,3'lük bir oranla çoğunun “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç değerlendirildiğinde yöneticilerin Nevşehir'deki iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine yeterli oranda katkısı olduğunu düşündükleri görülmektedir. Yöneticilere göre her ne kadar ilk ve sonbahar ayları bölge için en çok tercih edilen zamanlar olsa da kıyı bölgelerinin aksine belirli mevsimlere bağlı kalmamakta kış ve yaz aylarında da çekici görüldüğü için talep görebilmektedir. Örneğin ocak, şubat gibi Antalya'da yoğun yağışlardan ötürü talep görmeyen kış ayları Nevşehir'de kar yağışları ile birlikte farklı bir doğal görünüme sahip olduğu düşüncesiyle ziyaretçilere çekici gelebilmektedir.

“Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentalarının olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %52’sinin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler değerlendirildiğinde yöneticilerin Nevşehir’de kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentalarını yetersiz buldukları anlaşılmaktadır. Bu hususta yapılan yorumlarda yöneticiler Nevşehir’deki acentaların faaliyetleri gereği talep olması halinde ihtiyaç duyulabilecek hizmetleri organize edebilecek iş bilgisine sahip olduklarını fakat özellikli olarak kongre turizmi konusunda uzman olmadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla seyahat acentalarını bu anlamda yeterli bulmamaktadırlar.

“Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %100’ünün “yok” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Katılımcıların tamamının Nevşehir’de kongre ve ziyaretçi bürosu yoktur seçeneğini işaretlemesi Türkiye’de sadece İstanbul, Antalya ve İzmir illerinde olması bakımından muhtemel sonucun teyit edildiği anlamına gelmektedir.

“Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %62,1’inin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir’deki kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişimi yeterli görmedikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Birçok yönetici bölgedeki işletmelerin genellikle sadece kendi çıkarlarını düşündükleri özellikle toplantı taleplerini karşılayamadıkları durumlarda diğer işletmeler ile iletişime geçmedikleri dolayısıyla toplantıların bölgeye kazandırılması hususunda bir çaba sarf etmedikleri yönünde değerlendirmede bulunmuştur.

“Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %62,6’sının “yok” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç değerlendirildiğinde Nevşehir’de kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal veya uluslararası kuruluşlara üye olmadıkları anlaşılmaktadır. Bu

hususla ilgili olarak kimi yöneticiler birçok işletmenin bu gibi kuruluşların varlığından haberdar olmadıkları, kimi yöneticiler ise bu gibi kuruluşların üyelik bedellerinin işletmeler açısından ek bir maliyet oluşturduğu için tercih edilmediği yorumunda bulunmuşlardır.

“Kongre turizmi konusunda eğitimli ve deneyimli personelin olması” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %67,7’sinin “var yetersiz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler incelendiğinde yöneticilerin Nevşehir’de kongre turizmi konusunda eğitimli ve deneyimli personel sayısını yetersiz buldukları görülmektedir. Yöneticilere göre kongre turizmi alanında hizmet veren birkaç işletme dışında bu alanda deneyimli personel bulunmamaktadır. Gerek kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentası gerek bu alanda hizmet veren konaklama işletmesi sayısı da oldukça az olduğu için deneyimli personel sayısı da buna bağlı olarak yetersiz görülmektedir.

“Destinasyonun imajı” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %53’ünün “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Veriler değerlendirildiğinde yöneticilerin Nevşehir’in sahip olduğu imajı yeterli gördükleri anlaşılmaktadır. Anketteki ifadelere verilen cevaplar dışında yapılan yorumlarda yöneticiler Nevşehir’in sahip olduğu tarihi ve kültürel zenginliklerinden, peri bacaları gibi farklı doğal kaynaklar ve sıcak hava balonculuğu gibi etkinliklerinden ötürü özellikle Kapadokya bölgesinin merkezinde yer alması bakımından yurt içi ve yurt dışında bilinen kendine has bir imajı olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak oran göz önünde bulundurulduğunda (%53) bu imajı yeterli bulan yönetici sayısının toplam sayının yaklaşık yarısı olduğu görülmektedir. Nevşehir’in potansiyelinin yeterince değerlendirilemediği, sahip olduğu kaynaklar itibarıyla daha iyi bir imaja sahip olması gerektiği ile ilgili yorumlar da yer almaktadır.

“Destinasyonun güvenliği” ifadesine verilen cevapların yüzde dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %70,7’sinin “var yeterli” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çıkan sonuç yöneticilerin Nevşehir’i güvenli bulduklarını ortaya

koymaktadır. Bu hususta yapılan yorumlarda yöneticilerin birçoğu diğer turistik destinasyonlara nazaran Nevşehir’de yaşanan adli vakaların çok daha az olduğunu ifade etmişlerdir. Yöneticilere göre bu durum genellikle bölge halkının olumlu yapısından kaynaklanmakta, buna bağlı olarak da Nevşehir can ve mal güvenliği açısından sıkıntı teşkil etmeyen bir destinasyon olarak görülmektedir. Ancak kimi yorumlarda bölgede ciddi vakalar pek yaşanmadığından ötürü kamuoyu nezdinde güvenli olarak kabul edildiği esasında ise güvenlik önlemlerinin çok az olduğu buna bağlı olarak da bölgenin güvenliğinin yetersiz görüldüğü ifade edilmiştir.

Ankete katılan yöneticilerin verdikleri cevaplara ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında yöneticilerin ankette yer alan toplam 25 ifade içerisinde 14’ünü Nevşehir’de var yetersiz buldukları görülmektedir. Yüzde sıralaması baz alındığında bu 14 ifade içerisinde yöneticiler açısından en fazla toplantı yapılmasına olanak sağlayan kongre merkezleri, toplantı salonları vb. fiziksel mekânların varlığı (%88,4) yetersiz bulunmaktadır. Katılımcıların anketteki ifadelerine verdikleri cevaplar dışında yaptıkları yorumlarda birçok yönetici Nevşehir’de katılımcı sayısı fazla toplantıların düzenlenebileceği kapasitede salonlara sahip çok az sayıda otel ve sadece bir kongre merkezi olduğunu, mevcut bu oteller arasında da bazılarının kapanması ile bu sayının daha da düştüğünü ve yetersiz hale geldiğini ifade etmişlerdir. İkinci sırada ise yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi ve kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri (%81,3) yetersiz görülmektedir. Yöneticilere göre Nevşehir’de toplantı amacıyla gelen ziyaretçileri konaklama işletmeleri dışında ağırlayabilecek kaliteli hizmet sunabilen yiyecek içecek işletme sayısı pek azdır. Ayrıca toplantıların bölgede genellikle belirli bazı konaklama işletmelerinde yapılabiliyor olmasından ötürü yeterli düzeyde fiyat alternatiflerinin oluşmadığını da belirtmektedirler. Bu özelliklerden sonra Nevşehir’de sırasıyla toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığı (%80,3), kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri (%78,3), konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi (%74,2), alışveriş olanaklarının olması (%71,7), kongre turizmi konusunda eğitimli ve deneyimli personelin olması (%67,7), bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı (%66,7), kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim (%62,1), yiyecek içecek işletmelerinin sayısı (%61,1), bölgeye yönelik ulaşım

imkânlarının varlığı (%57,1), bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri (%54) ve kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması (%52) özellikleri yetersiz görülmektedir.

Yukarıda belirtilen ve Nevşehir açısından yetersiz görülen 14 özelliğin dışında doğal güzelliklere sahip olması, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması, yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği, rekreasyon olanaklarına sahip olması, konaklama işletmelerinin sayısı, coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı, iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı, destinasyonun imajı ve destinasyonun güvenliği olmak üzere toplam 9 özellik bakımından ise Nevşehir yeterli olarak değerlendirilmiştir. Bu ifadeler arasında Nevşehir’de en yeterli görülen özellik tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması (%83,3) olmuştur. Yöneticiler bölgenin çok eski zamanlardan bu yana çeşitli medeniyetlere ve özellikle Hıristiyanlık tarihi için çok önemli mekânlara ev sahipliği yapmış olması bakımından birçok yer altı şehri, kilise, açık hava müzesi ve kervansaray gibi tarihi ve kültürel kaynaklara sahip olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılara göre bölgeyi turistik anlamda çekici kılan temel unsurlar sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleridir. İkinci sırada iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı (%81,3), üçüncü sırada ise doğal güzelliklere sahip olması (%79,8) gelmektedir. Bunları sırasıyla coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı (%78,3), konaklama işletmelerinin sayısı (%74,7), destinasyonun güvenliği (%70,7), yerli halkın misafirlere karşı konuk severliği (%70,2), rekreasyon olanaklarına sahip olması (%67,2) ve destinasyonun imajı (%53) takip etmektedir.

Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı ve kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri ifadeleri ise yöneticiler tarafından Nevşehir’de yok olarak değerlendirilmiştir. Bunlar arasında kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı ifadesine katılımcıların tamamının (%100) yoktur seçeneğini işaretlemesi bu büroların ülkemizde sadece İstanbul, Antalya ve İzmir illerinde olması bakımından muhtemel sonucu teyit etmiştir. Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal veya uluslararası kuruluşlara üyelikleri ile ilgili ifadeye bağlı olarak ise yöneticiler birçok işletmenin bu gibi kuruluşların

varlığından haberdar olmadıkları için veya bu gibi kuruluşlara üyelik bedellerinin işletmeler açısından ek bir maliyet oluşturduğu için tercih edilmediği yorumunda bulunmuşlardır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Kongre turizmi, kongreye gelen katılımcıların tatilci turiste nazaran daha fazla harcama gücüne ve eğilimine sahip olması, kamuoyu ve lobi oluşturmak adına da kullanılabilir olması gibi nedenlerden ötürü daha güçlü ekonomik ve politik etkiler yaratmakta dolayısıyla bu anlamda daha istikrarlı olması bakımından diğer alternatif turizm çeşitlerine nazaran daha fazla teşvik edilmektedir.

Karasu (1990) kongre turizminin faydalarının sadece harcamalarla ölçülmediğini, oluşturduğu yeni iş alanları ve istihdam kapasitesi açısından da ülkeler için ayrıca bir önem arz ettiğini ifade etmiştir. Bunların dışında kongrelere ev sahipliği yapan ülke veya bölgenin tanıtımı açısından da kongre turizmi iyi bir propaganda aracı olabilmektedir.

Yapılan çalışmada temel amaç; Nevşehir bölgesinde var olan mevcut turizm potansiyelinin kongre turizmi açısından da değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesini ve hayata geçirilmesini sağlamaktır. Çalışmada Nevşehir'de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin, özel belgeli konaklama işletmelerinin ve A gurubu seyahat acentalarının üst ve orta kademe yöneticileri ile görüşülmüştür.

Araştırmaya katılanların çoğunluğunu seyahat acentaları yöneticileri oluşturmaktadır. Çalıştıkları departman itibariyle yöneticilerin çoğunluğu işletme sahiplerinden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş aralığı dikkate alındığında 26-35 yaş aralığında olanların çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Yöneticilerin eğitim durumunun ise çoğunlukla lisans düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Sektörün toplam çalışma yılı değerlendirildiğinde 8-11 yıl arası tecrübeye sahip yöneticilerin

çoğunlukta olduğu, mevcut işletmede çalışma yılı değerlendirildiğinde ise 1-3 yıl arası çalışanların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Çalışma sonuçlarına göre doğal güzelliklere, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olmanın kongre turizminin geliştirilmesi açısından önemli olduğu ve bu özelliklerin Nevşehir’de yeterli derece de mevcut olduğu karşımıza çıkmaktadır. Bölgenin doğal güzellikler, tarihi ve kültürel zenginlikler bakımından yeterli olması bölgede kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından bir avantajdır.

İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı önemli, coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı ise çok önemli olup Nevşehir her iki özellik bakımından da yeterlidir. Nevşehir gerek belirli mevsimlere bağlı kalmaması bakımından sahip olduğu iklim koşulları gerekse Türkiye’nin orta noktasında yer alması ve birçok bölgeye eşit mesafede bulunması bakımından sahip olduğu coğrafi konumu ile kongre turizmi açısından olumlu şartlara sahiptir. Bununla birlikte, yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği önemli olup Nevşehir halkı bu anlamda yeterli görülmektedir.

Rekreasyon olanaklarına sahip olması önemli bulunmakta ve Nevşehir’in yeterli rekreasyon imkanlarına sahip olduğu düşünülmektedir. Rekreasyon imkânları ziyaretçilerin genellikle kalış sürelerini uzatan ve bölgenin ekonomik kazançlarını artıran önemli unsurlardandır. Bölgede yer altı şehirleri, açık hava müzeleri ve çömlek atölyeleri gibi mekanların ziyaretlerinin yanı sıra sıcak hava balonculuğu, vadi yürüyüşleri, atv gezileri, at turları gibi aktiviteler de sıklıkla yapılabilmekte özellikle balon turları bölgeye has bir rekreasyon olması bakımından bölgeyi bu anlamda ayrıcalıklı kılmaktadır.

Destinasyonun imajı ve güvenliği kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olmakla birlikte her iki özellik açısından da Nevşehir yeterli görülmektedir. Gerçekten de Nevşehir güvenli bir destinasyon olarak görülmesi ve Kapadokya

bölgesinde yer alması bakımından sahip olduğu imaj ile kongre turizmi açısından avantajlı sayılmaktadır.

Sonuç olarak Nevşehir doğal güzellikler, tarihi ve kültürel zenginlikler, konaklama işletmelerinin sayısı, iklim koşulları, coğrafi konum, yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği, rekreasyon olanakları, destinasyon imajı ve güvenliği bakımından yeterli görülmekte ve bu anlamda kongre turizmi açısından avantajlı sayılabilecek bir konumdadır. Dolayısıyla bu hususların korunması önerilmektedir. Diğer taraftan Nevşehir'in kongre turizmi açısından yetersiz görüldüğü alanlar ve ilgili konulardaki öneriler ise şöyledir;

Konaklama işletmelerinin sayısı ve hizmet kalitesinin kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olduğu fakat bu işletmelerin sayı bakımından Nevşehir'de yeterli, hizmet kalitesi bakımından ise yetersiz olduğu karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar hizmet kalitesi yetersiz görülse de geçmiş çalışmalarda konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi ile ilgili olumsuz bir sonuca rastlanmamıştır. Bu durumun, katılımcıların çoğunluğunun seyahat acentası yöneticilerinden oluşmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Nitekim sektördeki seyahat acentaları ve konaklama işletmeleri arasındaki rekabet, acenta yöneticilerinin hizmet kalitesini düşük olarak değerlendirmesine sebep olabilmektedir. Fakat yine de sonuca ilişkin olarak, yeni konaklama işletmelerinin faaliyete geçmesinden ziyade mevcut işletmelerin hizmet kalitelerini yükseltecek bir takım uygulamalara gitmesi gerektiği önerilmektedir. Bu anlamda bölgedeki konaklama işletmeleri kongre turizmi konusunda daha bilinçli olmalı, özellikle düşük maliyetli olması gerekçesiyle yeterli eğitim ve deneyime sahip olmayan ucuz personel yerine daha kaliteli hizmet sunabilecek kalifiye personel çalıştırmalı veya çalışanlarını eğitmelidirler. Ayrıca bu konuda sadece işletme yöneticilerinin duyarlı davranmasını beklemekle yetinilmemesi gerektiği, bölgedeki farklı işletme belgelerine sahip tüm konaklama işletmelerinin aynı hassasiyetle denetlenmesinin de hizmet kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülebilir.

Alışveriş olanaklarının olması önemli görülmekte fakat Nevşehir’de bu olanaklar yetersiz kalmaktadır. Bölgenin alışveriş olanakları konusunda hediyelik eşya, halı, kilim ve çanak çömlekle sınırlı kaldığı; bunların dışındaki giyim, kozmetik vb. genel alanlarda ise yetersiz olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, söz konusu alanlardaki alışveriş olanaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca mevcut hediyelik eşya satan işletmelerin fiziksel ortamlarının iyileştirilmesi de kongre turizmi açısından önemlidir. Bununla birlikte söz konusu işletmelerin bölgeye özgü ürün (hediyelik eşya) üretmesi ve sunması da gerektiği de bu bağlamda önerilebilir.

Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı kongre turizmi açısından önemli fakat Nevşehir’de bu işletmelerin sayısı yetersiz olarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu işletmelerin hizmet kalitesi kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olarak değerlendirilirken Nevşehir’deki yiyecek içecek işletmeleri hizmet kalitesi anlamında da yetersiz kalmaktadır. Kongre katılımcılarının konaklama işletmeleri dışındaki yiyecek içecek işletmelerinden de faydalanabilmesi açısından bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin sayısının artırılması ve mevcut işletmelerin de hizmet kalitelerini yükseltmeleri önerilebilir. Bu anlamda yiyecek içecek işletmelerinin özellikle farklı lezzetler sunmasının ve bu işletmelerde çeşitliliğinin artırılmasının kongre turizmi açısından fayda sağlayacağı düşünülebilir.

Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı önemli, bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı ise çok önemli görülmekte fakat her ikisi bakımından da Nevşehir yetersiz kalmaktadır. Günümüzde kongre katılımcılarının en çok hava yolu ulaşımını tercih ettikleri bir gerçektir. Dolayısıyla bölgeye yönelik özellikle gerek yurt içi gerek yurt dışı direk uçuş seferlerinin artırılması gerekmektedir. Ayrıca bölgeye kara yolu ulaşım imkânlarının da geliştirilmesi, bu anlamda bölgeye yönelik hızlı tren ulaşımı gibi projelerin bir an önce hayata geçirilmesi ve tamamlanması da bu kapsamda önerilebilir. Bununla birlikte, bölge içi ulaşım imkanlarının iyileştirilmesi için Nevşehir’in özellikle turistik anlamda en fazla ziyaret edilen merkezleri arasındaki dolmuş seferlerinin artırılması ve bu seferlerin yüksek sezonlarda daha geç saatlere kadar devam etmelidir.

Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri ve kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olup bu özelliklerden hiçbiri Nevşehir’de yeterli değildir. Bu nedenle toplantı alıcılarının da, diğer müşteriler gibi, fiyat odaklı oldukları göz önünde bulundurulduğunda bölgede kongre turizmine yönelik ürünlerin fiyat düzeyleri düşürülmeli ve farklı fiyat alternatifleri sunulmalıdır. Bunun için de bölgede kongre turizmine hizmet veren işletme sayısı ve bu işletmelerin sundukları imkanların da yeterli olması gerekmektedir.

Kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri çok önemli görülmekte fakat Nevşehir’in bu alandaki tanıtım faaliyetleri yeterli bulunmamaktadır. Bu durumun iyileştirilmesi için öncelikle kamu kurumu ve özel sektördeki paydaşların bölgenin kongre turizmine yönelik ortak bir vizyon geliştirmeleri ve bu vizyon doğrultusunda tanıtım çabalarını arttırmaları önemlidir.

Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânlar (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.) ve bu salonlardaki teknik donanımların varlığı kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olup bu özelliklerden hiçbiri Nevşehir’de yeterli değildir. Bölgede toplantı salonlarının ve özellikle uluslararası toplantılara ev sahipliği yapabilecek bağımsız kongre sarayı gibi tesislerin yapımına önem verilmelidir. Bu anlamda Avanos civarındaki kayalardan oyma kongre merkezi projesinin tekrara hayata geçirilip tamamlanmasının bölgenin kongre turizminin geliştirilmesi bakımından faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bölgede kongre turizmine yönelik hizmet veren işletmelerin konuya gereken hassasiyeti gösterip mevcut kongre salonlarındaki teknik donanımlarını iyileştirilmeleri gerekmektedir.

Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması çok önemli fakat Nevşehir’de bu alanda uzmanlaşmış seyahat acentası sayısı yetersizdir. Esasında seyahat acentaları rezervasyon, transfer ve bilet satışı gibi konularda sıklıkla hizmet veriyor olması bakımından kongre organizasyonlarını da

gerçekleştirebilecek bilgi ve beceriye sahip işletmelerdir. Kongre turizmi alanına yönelmeleri bölgenin bu alanda gelişimini hızlandıracığı gibi bu işletmelere yeni bir pazar kaynağı da oluşturacaktır. Dolayısıyla bölgede ki seyahat acentaları bölgeyi kongre turizmi anlamında da pazarlamalı ve bu alandaki faaliyetlerini geliştirmelidir.

Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim çok önemli olup Nevşehir’de bu alanda hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim yetersizdir. İşletmelerin kişisel menfaatlerinden ziyade bölgenin çıkarlarını gözeterek işbirliği içinde hareket etmeleri önemlidir. Bunun sağlanması için sektördeki özel ve kamu alanındaki tüm paydaşların kongre turizmi anlamında işbirliğini arttırmalı ve daha önce de belirtildiği gibi ortak bir vizyon geliştirmelidir.

Kongre turizmi konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması çok önemli olmasına rağmen Nevşehir’de bu alandaki eğitilmiş ve deneyimli personel sayısı yetersizdir. Bölgede kongre turizmine hizmet veren işletmelerin toplantı satış müdürü, toplantı müdürü gibi departmanları arttırarak bu alanda kariyer imkânları oluşturmaları dolayısıyla personelin bu alanda kendilerini geliştirmeleri teşvik edilmelidir. Ayrıca işletmelerin bölgede turizm alanında eğitim veren üniversitelerin ilgili birimleri ile temaslarını arttırıp bu bölümlerden mezun olan öğrencilerin istihdam edilmelerine ağırlık vermelidir.

Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal veya uluslararası kuruluşlara üyelikleri önemli fakat Nevşehir’de kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu kuruluşlara üyelikleri yoktur. Söz konusu kuruluşlar özellikle ulusal veya uluslararası kongre taleplerini pazarlayan ve yönlendiren kuruluşlar olması bakımından bir bölgeye olan kongre taleplerinin arttırılmasında önemli etkilere sahiptirler. Dolayısıyla bölgedeki işletmeler bu kuruluşlar hakkında bilgilendirilmeli ve üye olmaları özendirilmelidir.

Son olarak ise kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı çok önemli olmasına rağmen Nevşehir’de bir kongre ve ziyaretçi bürosu bulunmamaktadır. Kongre ve ziyaretçi

büroları destinasyonların kongre turizmi konusunda tanıtılmasında ve pazarlamasında bölge içi koordinasyonu sağladıkları gibi dış ilişkilerde de bağlantılar kurulmasını sağlamaktadırlar. Günümüzde özellikle uluslararası kongre taleplerinde öncelikle destinasyonda bir kongre ve ziyaretçi bürosunun varlığı sorgulanmaktadır. Bu büroların varlığı bölgenin kongre turizmi alanında dünya standartlarına adapte olduğunun göstergesi olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla, Nevşehir'in bu alanda bir destinasyon olarak tanıtılması ve pazarlanabilmesi için en kısa zamanda kongre ve ziyaretçi bürosu kurulmalıdır.

Yapılan bu çalışma Nevşehir'in kongre turizmi potansiyelini otaya koyması açısından önem taşımaktadır. Çalışma yalnızca 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticileri, özel belgeli konaklama işletmeleri yöneticileri ve A grubu seyahat acentalarının yöneticilerini kapsamaktadır. Bundan sonra yapılması düşünülen benzer çalışmalara belediye belgeli konaklama işletmeleri veya diğer turistik işletmeler ile kongre turizmi ile ilgili olabilecek kamu kurum ve kuruluşları da dahil edilebilir. Çalışma farklı şehirlerde de uygulanabilir. Bunun dışında çalışmanın belirli aralıklarla tekrar uygulanması da önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ahiler Kalkınma Ajansı (2014) *Kapadokya'da Turizm Yatırım Olanakları* (Nevşehir).
- Akhmetov A (2007) Almati'nin kongre turizm arz potansiyeli ve şehrin kongre destinasyonu seçim faktörleri açısından değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Aksu A, Yılmaz G, Gümüş F (2013) *Örneklerle Kongre ve Fuar Yönetimi* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Arber E (2008) Türkiye'de kongre turizminin sorunları ve çözüm önerilerine yönelik bir alan araştırması, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arcodia C, Whitford M (2006) Festival attendance and the development of social capital. *Journal of Convention and Event Tourism* 8(2): 1-18.
- Arslan K (2008) *Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları* (İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul).
- Astroff MT, Abbey JR (1998) *Convention Management and Service* (Educational Institute, Michigan).
- Aydın Ş (1997) Kongre turizmi ve önemi. 8. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler*. Kuşadası, Aralık.
- Aydın Ş (1997) Kongre turizmi ve Türkiye'nin kongre turizm potansiyeli. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Aymankuy Y (1996) Kongre turizminin gelişimi ve Türkiye'de kongre turizmi. *TUGEV Turizmde Seçme Makaleler* 24: 17-25.
- Aymankuy Y (2006) *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Badur S (2004) Türk turizm sektörü içinde kongre turizminin yeri, önemi ve ekonomik katkısı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bahar O, Kozak M (2005) *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik* (Detay Yayıncılık, Ankara).

- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (2012) *Kongre Turizmi Sektör Raporu* (Isparta).
- Baylav H (1995) İngiltere'de kongre turizmi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baytok A (1998) Türkiye'de turistik ürün çeşitlendirme stratejisi kapsamında kongre turizminin geliştirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Baytok A, Soybalı HH, Emir O (2010) Destinasyonların toplantı turizmi amaçlı pazarlanmasında kongre ve ziyaretçi bürolarının rolü: İstanbul kongre ve ziyaretçi bürosu örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 23: 9-22.
- Boyce H (2008) Kongre elçisi olalım. *İstanbul Ticaret Odası Yayını İTOVİZYON Dergisi* 7(68): 81-83.
- Cinnioğlu H, Akcan AT, Yazıt H (2015) Congress tourism in the Turkey and an application congress hotel in Istanbul. *2nd International Conference on Education and Social Sciences*. İstanbul, Şubat 2-4.
- Çakıcı C (2013) *Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Çizel B (1999) Kongre turizmi, kongre organizasyonu ve Antalya bölgesinin kongre turizm potansiyeli, sorunları ve gelecekteki beklentilerine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Antalya Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çorbacı E, Kuleli E (1998) Kongre turizmine paralel olarak kongre otelciliği de geliyor. *Otel Dergisi* 10: 38-39.
- Dallı Ö (1996) Kongre turizmi ile ilgili istatistikler. *TUGEV Turizmde Seçme Makaleler* 37: 60-102.
- Dölalan G (2008) Ankara'da kongre turizmi: A grubu seyahat acentalarının bakış açılarına yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Enes K (2013) Ankara'nın kongre turizmi potansiyeli. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğan C (2006) İzmir ili kongre turizmi arz potansiyelinin incelenmesi ve geliştirilmesine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Eren D, Yılmaz İ (2005) Kongre turizmi ve Kapadokya'daki kongre olanaklarının değerlendirilmesi. *Kapadokya Toplantıları IX: Kongre Turizmi*. Nevşehir, 110-118.
- Eren D, Bozkurt İ (2015) Kapadokya bölgesinde kongre turizmi potansiyeli ve geliştirilmesi. *Kapadokya Turizm Paneli Bildiri Kitapçığı*. Nevşehir, Nisan 16.

- Ersun N, Arslan K (2009) Alternatif turizm çeşidi olarak Kapadokya bölgesinde kongre turizmini geliştirme olanakları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 34: 139-164.
- Getz D, Anderson D, Sheehan L (1998) Roles, issues and strategies for convention and visitors bureaus in destination planning and product development: a survey of Canadian bureaus. *Tourism Management*, 19(4): 331-340.
- Gökdeniz A (1996) Uluslararası turizm hareketlerinde kongre turizminin yeri, fiziksel donanımları, boş zaman rekreasyon alışkanlıkları ve Türkiye'nin yapısal analizi. *TUGEV Turizmde Seçme Makaleler:24*.
- Göymen K (2000) Tourism and government in Turkey. *Annals of Tourism Research* 27(4): 1025-1048.
- Gregory S, Breiter D (2001) Trade show managers: profile in technology usage. *Journal of Convention and Exhibition Management* 3(3): 63-76.
- Gülbahar MO (2006) Bilgi toplumu ve küreselleşmenin şekillendirdiği kongre turizminin Türkiye'deki durumu (İstanbul Örneği). Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gülyaz ME (2006) *Kapadokya Cep Kitabı* (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara).
- Hacıoğlu N (2000) Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü (Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayınları, Bursa).
- Hansız S (1991) Kongre merkezi olabilmek için. *TÜRSAB Dergisi* Sayı: 102.
- Heper FÖ, Sarıışık M (2015) Kongre turizmi açısından İstanbul ilinin uluslararası rekabetçilik analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2(17): 85-108.
- Hoyle LH, Dorf DC, Jones, TJA (1995) *Convention Management and Service* (Educational Institute of AHMA, Michigan).
- <http://cappadox.com/about-cappadox> (15 Ağustos 2017).
- <http://www.conventionindustry.org> (18 Nisan 2017).
- <http://www.iftta.org/content/european-federation-conference-towns> (18 Nisan 2017).
- <http://www.tavhavalimanlari.com.tr/tr-TR/Turkey/Pages/GazipasaAlanyaAirport.aspx> (14 Haziran 2017).
- <http://www.tdk.gov.tr> (20 Ocak 2017).
- <https://destinationmarketing.org> (17 Nisan 2017).
- <https://www.iapco.org> (18 Nisan 2017).
- <https://www.iccaworld.org> (17 Nisan 2017).
- <https://www.nevsehir.edu.tr> (13 Ağustos 2017).

- International Congress and Convention Association (2013) *A Modern History of International Association Meetings, 1963-2012* (Amsterdam).
- International Congress and Convention Association (2016) *ICCA Statistics Report, Public Abstract* (Amsterdam).
- İçöz O (1998) *Seyehat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi* (Turhan Kitabevi, Ankara).
- İçöz O, Var T, İlhan İ (2002) *Turizm Planlaması* (Turhan Kitabevi, Ankara).
- Jubayeva A (2013) Uluslararası kongre turizminin Kazakistan'daki mevcut durumunun değerlendirilmesi, sorunları ve çözüm önerileri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasu T (1990) Kongre turizmi üzerinde düşünceler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 1(4): 32-34.
- Karasu T (1985) Kongre Turizmi ve Türkiye (Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Araştırma Yayınları, Ankara).
- Kay AL (2005) China's convention and exhibition center boom. *Journal of Convention and Event Tourism* 7(1): 5-22.
- Khalilov T (2009) Turistik ürün çeşitlendirme stratejisi kapsamında kongre ve toplantı turizminin Azerbaycan'da gelişme potansiyeli; Bakü örneği. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Koçer D (1999) Oteller, kapanan casinoları toplantı salonlarına dönüştürdü. *TÜRSAB Dergisi* Sayı:182.
- KongreMerkezi.Net (2016) *2015 Yılı Kongre İstatistikleri* (İstanbul).
- Koşan A (1996) Kongre turizmi. *TUGEV Turizmde Seçme Makaleler* 24: 50-58.
- Kuşadası Ticaret Odası (2014) *Dünyada ve Türkiye'de Kongre Turizmi, Kuşadası-Efes Kongre Merkezi, Kongre ve Ziyaretçi Büroları* (Kuşadası Ticaret Odası Yayınları, Aydın).
- Lee TH, Park J (2002) Study on the degree of importance of convention service factors. *Journal of Convention and Exhibition Management* 3(4): 69-85.
- MacDonald R, Jolliffe L (2003) Cultural rural tourism: evidence from Canada. *Annals of Tourism Research* 30(2): 307-322.
- McCartney G (2008) The cat (casino tourism) and the mice (meetings, incentives, conventions, exhibitions): key development considerations for the convention and exhibition industry in Macao. *Journal of Convention and Event Tourism* 9(4): 293-308.
- Mert A (1992) Kongre/konferans. *Turizm Yatırımcıları Dergisi* Sayı:13.
- Mustafazade N (2015) Kongre turizmi ve önemi. Yüksek Lisans Tezi, Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Bakü.

- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017) Konaklama Tesisleri. <http://www.nevsehirkulturuzm.gov.tr/TR,171677/konaklama.html> (11 Ağustos 2017).
- O'Brian K (1997) The West European incentive travel market. *Travel and Tourism Analyst* 1: 40-40.
- Oktay Ç (1997) Güncel turizm yönelimi içinde kongre turizmi ve İstanbul. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Opperman M (1996) Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions. *Tourism Management* 7(13): 175-182.
- Önen MO (2008) Dünya'da ve Türkiye'de turizm. *Türkiye Kalkınma Bankası, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü*, Ankara.
- Öner Ç (1997) *Seyahat Ticareti* (Literatür Yayınları, İstanbul).
- Özen Y (1986) *Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği* (TÜRSAB Yayını, Ankara).
- Özer Ş (2010) Kongre turizmi ve Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin kongre hizmetleri yönetiminin incelenmesi: Kayseri ve Nevşehir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Rogers T (2013) *Conferences and Conventions: A Global Industry* (Routledge, Abingdon, OX).
- Sirk M (2016). The international association meetings market 2015. *International Congress and Convention Association*, Amsterdam.
- Spiller J (2002) *History of Convention Tourism*. (Weber K, Chon KS: *Convention Tourism International Research and Industry Perspectives: 3-20*) (The Haworth Hospitality Press, New York).
- Tavmergen İP, Aksakal EG (2004) *Kongre ve Toplantı Yönetimi* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Tavmergen İP, Meriç PÖ (2002) *Turizmde Tanıtma ve Halkla İlişkiler* (Turhan Kitabevi, Ankara).
- Tekeli H (2001) *Turizmi Pazarlaması ve Planlaması* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Tosun N (1994) Kongre turizmi ve ekonomik getirileri. *Turizm Dünyası Dergisi* 56: 18-18.
- Turizm ve Yatırım İşletme ve Endüstri Dergisi (2012) *Toplantı ve Kongre Turizmi* (Yetkin Medya Yayıncılık, İstanbul).
- Turplan SK (1993) *Incentive Seyahat*, içinde: Yarcın Ş, *Seyahat Yönetimi* (Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul) s.105.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007) *Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013* (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara).

- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2017) Göreme Milli Parkı ve Kapadokya. <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44433/goreme-milli-parki-ve-kapadokya-nevsehir.html> (11 Ağustos 2017).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (1991) Kongre turizmi: imkanlar ve sorunlar. *Türsab Dergisi* 102: 10-10.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2017) Seyahat Acentaları. <https://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama> (16 Ağustos 2017).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2017) Turistik Tesis ve İşletmeler. <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler> (8 Haziran 2017).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (1996) Türkiye Kongre Merkezi Olma Yolunda Hızla İlerliyor. *TÜRSAB Dergisi* Sayı:148.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2014) *Türkiye Kongre Turizmi Raporu 2013* (İstanbul).
- Usta Ö (1986) *Turizm Hareketlerinde Mevsimlik Yoğunlaşma*, içinde T.C. Turizm Bankası A. Ş. *Turizm Yıllığı 1985* (T.C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Yayını, Ankara) s.65-80.
- Uygur SM, Baykan E (2007) Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* 2: 30-49.
- Weber K, Chon KS (2002) *Trends and Key Issues for the Convention Industry in the Twenty-First Century*, içinde Weber K, Chon KS, *Convention Tourism; International Research and Industry Perspectives* (The Haworth Hospitality Press, New York) s.203-213.
- Weber K, Roehl SW (2001) Service quality issues for convention and visitor bureaus. *Journal of Convention and Exhibition Management* 3: 1-19.
- Yılmaz İ, Çullu N (2012) Nevşehir'de alternatif turizm potansiyeli ve turistik ürün çeşitlendirme üzerine bir araştırma. *1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Mersin, Nisan 20-22.
- Yılmaz İ (2014) Otel yöneticilerinin bakış açısıyla kongre turizminin önündeki engeller: Kapadokya bölgesinde bir araştırma. *15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitapçığı*. Ankara, Kasım 13-16.

EK 1: Anket Formu

Değerli katılımcı,

Bu anket Nevşehir bölgesi kongre turizmi potansiyelinin turizm işletme yöneticilerinin bakış açılarına göre incelenmesi amacıyla yüksek lisans tezi kapsamında yapılmaktadır. Verilerin bilimsel amaçlar dışında kesinlikle kullanılmayacağını ve yetkisiz kişilerin eline geçmeyeceğini taahhüt ederiz. İlginiz ve katkınız için şimdiden teşekkür eder iyi bir sezon geçirmenizi dileriz.

Doç. Dr. Duygu EREN / Akif ALAŞHAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi

1.BÖLÜM				Hiç önemli değil	Önemsiz	Önemli	Çok önemli
Yok	Var yetersiz	Var yeterli	Lütfen aşağıdaki özelliklerin kongre turizminin geliştirilmesi açısından ne derece önemli olduğunu ve Nevşehir’de bu özelliklerin ne ölçüde yeterli olduğunu size uygun olan kutucuğa (X) işareti koyarak belirtiniz				
1	2	3	Doğal güzelliklere sahip olması	1	2	3	4
1	2	3	Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması	1	2	3	4
1	2	3	Alışveriş olanaklarının olması	1	2	3	4
1	2	3	Yerli halkın misafirlere karşı konuk severliği	1	2	3	4
1	2	3	Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı	1	2	3	4
1	2	3	Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi	1	2	3	4
1	2	3	Rekreasyon olanaklarına sahip olması	1	2	3	4
1	2	3	Konaklama işletmelerinin sayısı	1	2	3	4
1	2	3	Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi	1	2	3	4
1	2	3	Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı	1	2	3	4
1	2	3	Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı	1	2	3	4
1	2	3	Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri	1	2	3	4
1	2	3	Kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri	1	2	3	4
1	2	3	Bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri	1	2	3	4
1	2	3	Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)	1	2	3	4
1	2	3	Toplantı salonlarındaki teknik donanımlarının varlığı	1	2	3	4
1	2	3	Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı	1	2	3	4
1	2	3	İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı	1	2	3	4
1	2	3	Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması	1	2	3	4
1	2	3	Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı	1	2	3	4
1	2	3	Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim	1	2	3	4
1	2	3	Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri	1	2	3	4
1	2	3	Kongre turizm konusunda eğitimli ve deneyimli personelin olması	1	2	3	4
1	2	3	Destinasyonun imajı	1	2	3	4
1	2	3	Destinasyonun güvenliği	1	2	3	4

2.BÖLÜM

1. Cinsiyetiniz: a) Bay b) Bayan
2. Yaşınız:
3. Eğitim Durumunuz: a) İlköğretim b) Lise c) Önlisans d) Lisans e) Lisansüstü
4. Çalıştığınız İşletmenin Statüsü: a) 5 Yıldızlı Otel b) 4 Yıldızlı Otel c) Butik Otel d) Seyahat Acentası
5. Görev Yaptığınız Departman: (Lütfen Belirtiniz)
6. Sektörde Çalışma Süreniz: (Lütfen Belirtiniz)
7. İşletmede Çalışma Süreniz: (Lütfen Belirtiniz)



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı : Akif ALAŞHAN
Doğum Tarihi ve Yeri : 11.11.1980, Ceyhan
Uyruğu : T.C.
E-posta : akifalashan@nevsehir.edu.tr
Yazışma Adresi : Evka Mah. 406 Sok. Çankaya Konutları 13/1
Ürgüp/Nevşehir

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Yılı
Lisans	Adnan Menderes Üniversitesi	2003
Lise	Ceyhan Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	1998
Ortaokul	Yaltır Kardeşler Orta Okulu	1994

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görev
2013	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Öğretim Görevlisi
2008	AVIS Oto Kiralama ve Transfer	Satış Danışmanı
2007	Işık Seyahat ve Oto Kiralama	Satış Danışmanı
2005	Hertz Oto Kiralama ve Transfer	Ofis Müdürü
2003	Prelude-II Apart Otel	Resepsiyon Memuru

YABANCI DİL

İngilizce