

**T.C  
NEVŞEHİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KONGRE TURİZMİ VE KAPADOKYA BÖLGESİNDEKİ OTEL İŞLETMELERİNİN  
KONGRE HİZMETLERİ YÖNETİMİNİN İNCELENMESİ:  
KAYSERİ VE NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ**

**Hazırlayan  
Şeyma ÖZER**

**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Emir ERDEN**

**Genel İşletme Programı  
Yüksek Lisans Tezi**

**NEVŞEHİR, 2010**

## **ÖNSÖZ**

Nevşehir Üniversitesi'nin, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde aldığım yüksek lisans eğitimi sonunda bitirme tezi konusu olarak “Kongre Turizmi ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri ve Nevşehir İli Örneği” konusunu seçmenin nedenleri; Kongre turizmi önemli bir turizm türüdür. Ancak Kapadokya bölgesinde bu turizm türüne yeterince önem verilmemesinden dolayı bu çalışmayı yapma gereği duydum. Bu tez çalışmasıyla Kapadokya bölgesindeki kongre hizmetlerinin gözden geçirilmesini sağlamaya çalıştım.

Tez konusunun belirlenmesinde ve tezin hazırlanmasındaki yardımlarından dolayı tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Emir Erden'e teşekkür ederim. Ayrıca tezin düzeltmelerinde ve anket analizlerinde bana yardımcı olan araştırma görevlileri Gökhan Seçme hocama ve Neşe Seçme hocama da teşekkür ederim.

**Nevşehir 2010**

**ŞEYMA ÖZER**

## ÖZET

Sanayi devrimi ile büyük bir artış gerçekleştiren uluslararası kongreler II. dünya savaşı sonrasında kongre faaliyetlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ticari faaliyetler ve bilimsel alandaki fikir alışverişlerinin yapıldığı kongreler insanların bir araya gelmelerini sağlamıştır. Daha sonra kongre bir turizm türü olarak düşünülmüş ve alternatif turizm olarak bütün turizm ülkeleri tarafından ön planda tutulmaya başlanmıştır.

Kongre turizmi hem ekonomik hem de sosyo-kültürel açıdan büyük etkiye sahiptir. Ekonomik açıdan bakıldığında dünya turizm gelirlerinden daha fazla gelir getirdiği ve turizm pastasında büyük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu yüzden kongre turizmi büyük bir pazar ve gelir arttırıcı unsur olarak düşünülmektedir. Ayrıca sosyal açıdan bakıldığında ise farklı kültürlerin ve farklı dillerin etkileşimini olumlu yönde sağlamak suretiyle bir sosyal faydaya da sahiptir.

Türkiye açısından bakıldığında kongre turizmi gelişen bir turizm çeşidi olarak önemli olmaya başlamıştır. Turizm pazarında önemli bir yer edinmek isteyen ve bu pazardan pay almak isteyen Türkiye kongre turizminin gelişmesi için önemli faaliyetler gerçekleştirilmektedir. İzmir, İstanbul ve Ankara gibi şehirlerde kongre turizmi oldukça gelişmiş bulunmaktadır. Ayrıca son zamanlarda Kayseri, Niğde, Nevşehir gibi şehirlerin bulunduğu Kapadokya bölgesinde de kongre turizmi gelişme göstermeye başlamıştır.

Bu çalışmada öncelikle kongre turizmi genel olarak ele alınmış ve kongre turizm pazarından bahsedilmiştir. Kongre organizasyon faaliyetleri incelenerek Kapadokya bölgesi araştırma alanı olarak seçilmiştir. Daha önce belirttiğimiz gibi Kapadokya bölgesinde gelişmekte olan kongre turizmi için kapasitelerin yeterli olup olmadığı incelenmiştir. Kongre turizmi potansiyeli kapsamlı inceleme ile araştırılmaya çalışılmıştır. Bölgenin kongre turizmi potansiyeli, kongre organizasyonları, ulaşım, alt ve üst yapı faaliyetlerinden bahsedilmiştir. Elde edilen bilgiler, belirlenen kriterler ve anket uygulanan otel yöneticilerinin görüşleri doğrultusunda sonuç ve öneriler sunulmuştur. Araştırma sonucunda Kapadokya bölgesindeki otellerin kongre faaliyetleri açısından yeterli kapasiteye sahip olmadıkları görülmüştür.

**ABSTRACT**

Perform a large increase in the industrial revolution II International Congress. After World War II led to the emergence of convention activities. Exchange of ideas in the field of commercial activities and scientific conferences have been made has enabled people to come together. Congress then has been considered as a kind of tourism and alternative tourism as a priority by the entire country of tourism was introduced.

Congress tourism, both economically and socio-cultural aspects have a big impact. Economic perspective of world tourism revenues and bring more revenue in the tourism pie is seen to have a big share. This is why Congress has a great market and tourism is considered as an element of income generation. Is also a social perspective, the interaction of different cultures and different languages by providing a positive social benefit to the others.

Turkey from the perspective of a developing tourism, congress tourism is becoming important as the type. Who wish to obtain an important place in the tourism market and want to get a share of this market, the development of congress tourism in Turkey are carried out important activities. Izmir, Istanbul and Ankara, the city is quite developed in congress tourism. Also recently, Kayseri, Nigde, Nevsehir in Cappadocia region where the congress of cities such as tourism development has begun to show.

This study first congress and convention tourism is generally considered to have been mentioned in the tourism market. Congress organization by examining the activities of the Cappadocia region was chosen as research area. As we mentioned earlier in the Cappadocia region of developing sufficient capacity for the tourist whether congress investigated. Congress tourism potential, were investigated with a comprehensive review. Congress tourism potential of the region, congress organization, transportation, infrastructure and construction activities have been mentioned above. The information obtained, and the criteria defined in the survey of hotel managers in line with the conclusions and recommendations are also presented opinions. Hotels in Cappadocia region as a result of research activities of the congress was seen in terms of not having enough capacity.

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
KISALTMALAR .....	vii
TABLolar .....	viii
ŞEKİL LİSTESİ .....	ix
GİRİŞ .....	1
BÖLÜM I.....	3
KONGRE TURİZMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ ve KONGRE TURİZM PAZARI .....	3
1. Kongre Turizminin Kavramsal Çerçevesi .....	3
1.1 Kongre ve Diğer Toplantı Türleri .....	3
1.1.1 Kongre ve Kongre Turizminin Tarihçesi .....	6
1.2 Kongre Turizmi ve Kongre Turizminin Özellikleri .....	8
1.2.1 Kongre Turizmi .....	8
1.2.2 Kongre Turizminin Özellikleri.....	9
1.3 Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi .....	11
1.3.1 Kongre Turizmi ve Politik Turizm.....	11
1.3.2 Kongre Turizmi ve Kültür Turizmi .....	12
1.3.3 Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi.....	12
1.3.4 Kongre Turizmi ve Ekonomik Turizm.....	13
1.3.4.1 Kongre Turizmi ve İş Turizmi .....	13
1.3.4.2 Kongre Turizmi ve Incentive (Teşvik) Turizmi.....	14
1.4 Toplantı ve Kongrelerin sınıflandırılması .....	17
1.4.1 Düzenlenme Amaçlarına Göre Kongre ve Toplantı Türleri .....	17
1.4.1.1 Şirket Konferansları ve Toplantıları.....	17
1.4.1.2 Ulusal Dernek Siyasi Parti ve Sendika Toplantıları.....	18
1.4.1.3 Uluslararası Birlik Kongreleri.....	19
1.4.2 Konularına Göre Toplantı Türleri .....	19
1.4.3 Katılanların Milliyetlerine Göre Kongreler .....	19
1.4.3.1 Ulusal Kongreler .....	20
1.4.3.2 Uluslararası Kongreler .....	20
1.5 Kongre Turizminin Etkileri.....	21
1.5.1 Kongre Turizminin Ekonomik Etkileri .....	21
1.5.1.1 Döviz Kazancı.....	22

1.5.1.2 Delegelerin Harcamaları .....	22
1.5.1.3 Yeni İstihdam Olanaklarının Yaratılması .....	24
1.5.1.4 Turizmde Mevsimselliği Ortadan Kaldırma .....	25
1.5.1.5 Gelir Yaratıcı Etkisi .....	26
1.5.2 Kongre Turizminin Sosyo-Kültürel ve Politik Etkileri.....	27
1.5.3 Diğer Etkileri.....	29
1.6 Kongre Turizm Pazarı.....	29
1.7 Dünya Kongre Turizm Pazarı .....	32
1.8 Türkiye’de Kongre Turizm Pazarı .....	36
1.8.1 Arz Açısından Türkiye’nin Kongre Turizmi Potansiyeli.....	36
1.8.2 Talep Açısından Türkiye’nin Kongre Turizmi Potansiyeli.....	38
<b>BÖLÜM II.....</b>	<b>39</b>
<b>KONGRE TURİZMİNDE ÖRGÜTLENMELER ve KONGRE-TOPLANTI</b>	
<b>HİZMETLERİNİN ORGANİZASYONU.....</b>	<b>39</b>
2.1 Kongre Turizmde Örgütlenmeler.....	39
2.1.1 Ulusal Turizm Kuruluşları .....	39
2.1.2 Kongre Büroları .....	40
2.1.2.1 Ulusal Kongre Büroları.....	41
2.1.2.2 Yöresel Kongre Büroları Birliği.....	41
2.1.2.3 Uluslararası Kongre Büroları Birliği (IACVB).....	42
2.2 Kongre Merkezlerini Pazarlayan ve Kongreleri Yönlendiren Kuruluşlar .....	42
2.2.1.1 Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu EFCT (European Federation of Convention Towns).....	42
2.2.1.2 Uluslararası Kongreler Birliği ICCA (International Congress and Convention Association).....	43
2.2.2 Profesyonel Kongre Organizatörleri PCO (Professional Congress Organizers).....	43
2.3 Kongre Organizasyonu Planlaması.....	45
2.3.1 Kongre Ülkesi ve Şehir Seçimi .....	46
2.3.2 Kongre Zamanı ve Mekânı Seçimi .....	47
2.3.3 Kongre Süresinin Belirlenmesi .....	50
2.3.4 Kongre Katılımcı Sayısının Arttırılması ve Slogan Seçimi .....	51
2.3.5 Tanıtma Faaliyetleri .....	51
2.3.6 Personel İhtiyacı.....	53
2.3.7 Döküman İhtiyacı.....	55
2.4 Kongre Hizmetleri Yönetimi .....	56
2.4.1 Kongre Öncesi Faaliyetler.....	56
2.4.2 Kongre Öncesinde Yapılması Gereken İşlemler.....	57

2.4.2.1 Kongre İrtibat Bürosu ve Sekreteryaasının Kurulması.....	57
2.4.2.2 Banka Hesaplarının Açılması.....	57
2.4.2.3 Programların Hazırlanması .....	58
2.4.2.4 Resmi İzinler ve Duyuruların Yapılması .....	58
2.4.2.5 Bütçe ve Finansal Kontrol.....	59
2.4.3 Kongre Öncesi Toplantılar.....	61
2.4.4 Kongre Esnasındaki Faaliyetler .....	62
2.4.4.1 Karşılama Hizmetleri .....	62
2.4.4.2 Rezervasyon İşlemleri.....	63
2.4.4.3 Müşteri Odaları ve Donanımları .....	65
2.4.4.4 Oda Dağılımı İle İlgili Çalışmalar .....	65
2.4.4.5 Check-in ve Check-out İşlemleri .....	67
2.4.4.6 Toplantı Yer ve Salonların Düzenlenmesi .....	68
2.4.4.7 Toplantılardaki Yerleşim Düzenleri.....	70
2.4.4.8 Yiyecek-İçecek Hizmetleri.....	73
2.4.4.9 Kongre Teknolojisi .....	74
2.4.4.10 Sergilerin Kurulması .....	76
2.4.4.11 Turlar, eğlenceler ve Rekreasyon Faaliyetleri .....	77
2.4.5 Kongre Sonrasındaki Faaliyetler.....	77
2.4.5.1 Ödemelerin Yapılması ve Kongre Hesaplarının Kapatılması.....	77
2.4.5.2 Değerlendirme Toplantısı ve Raporun Hazırlanması.....	78
<b>BÖLÜM III .....</b>	<b>80</b>
<b>KAPADOKYA BÖLGESİNDEKİ OTEL İŞLETMELERİNİN KONGRE TURİZMİ</b>	
<b>PAZARLAMA FAALİYETLERİ .....</b>	<b>80</b>
3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI.....	80
3.2 ARAŞTIRMA KAPSAMI, VARSAYIM VE SINIRLILIKLARI .....	80
3.3 VERİ TOPLAMA ve YÖNTEM .....	81
3.3.1 Anketin Süresi.....	82
3.3.2 Anketin Soruları.....	82
<b>ANALİZLERİN BULGULARI.....</b>	<b>83</b>
<b>SONUÇ .....</b>	<b>105</b>
<b>YARARLANILAN KAYNAKLAR.....</b>	<b>110</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>115</b>

**KISALTMALAR**

<b>ACB</b>	(Antalya Congress Bureau) Antalya Kongre Bürosu
<b>APACB</b>	(Asia Pacific Association of Convention Bureaus) Asya Pasifik Kongre Büroları Birliği
<b>AR-GE</b>	Araştırma ve Geliştirme
<b>DCB</b>	(Deutsches Congress Bureau) Almanya Kongre Bürosu
<b>Detroit Metro</b>	(Detroit Metro) Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
<b>CVB</b>	
<b>EFCT</b>	(European Federation of Convention Towns) Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu
<b>IACVB</b>	(International Association of Convention and Visitors Bureaus) Kongre ve Ziyaretçiler Büroları Uluslararası Birliği
<b>IAPCO</b>	(International Association of Professional Congress Organisers) Profesyonel Kongre Organizatörleri Uluslararası Birliği
<b>ICCA</b>	(International Congress and Convention Association)Uluslararası Kongre ve Kongre Merkezleri Birliği
<b>ICVB</b>	(İstanbul Convention & Visitors Bureau)İstanbul Kongre ve Ziyaretçiler Bürosu
<b>JCB</b>	(Japon Convention Bureau) Japon Kongre Bürosu
<b>LCB</b>	(London Convention Bureau) Londra Kongre Bürosu
<b>MICE</b>	(Meeting, Incentives, Convention and Exhibition/ Event) Toplantı, İncentive, Kongre ve Fuar/ Etkinlik
<b>MPI</b>	(Meeting Professional International) Uluslararası Profesyonel Toplantı
<b>NCB</b>	(Netherlands Convention Bureau) Hollanda Kongre Bürosu
<b>PCO</b>	(Professional Congress Organizers) Profesyonel Kongre Organizatörleri
<b>TURSAB</b>	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
<b>UIA</b>	(Union of International Associations) Uluslararası Kurumlar Birliği
<b>WTTC</b>	(World Tourism Council) Dünya Turizm Konseyi



**TABLolar**

<b>Tablo 1:</b>	Katılımcıların Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması	4
<b>Tablo 2:</b>	Uluslararası Toplantıların Aylara Göre Dağılımı	26
<b>Tablo 3:</b>	Uluslararası Örgüt Kongrelerinin Kıtalar Bazında Dağılım Tablosu (1992-2006 Dönemine İlişkin Yıllar İtibarıyla)	34
<b>Tablo 4:</b>	Uluslararası Toplantıların En Fazla Yapıldığı Ülkeler ve Toplantı Sayıları (2008)	35
<b>Tablo 5:</b>	2008 yılı Kongre sayılarına göre en fazla uluslararası kongrenin yapıldığı şehirler	36
<b>Tablo 6:</b>	Kongrelerde Tercih Edilen Kongre Merkezi Biçimlerinin Dağılım Tablosu (2000- 2006 Dönemine İlişkin Yıllar İtibarıyla)	51
<b>Tablo 7:</b>	Bütçe Kalemlerinin Yüzde Dağılımı	63
<b>Tablo 8:</b>	4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Toplam Konaklama Kapasitesi	86
<b>Tablo 9:</b>	4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Toplantı Sayıları	88
<b>Tablo10:</b>	Toplantı/Kongre Salonlarının Kongre Başına Katılımcı Sayısı	90
<b>Tablo11:</b>	4-5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bulunan Makine ve Teçhizatlar	94
<b>Tablo12:</b>	4-5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-içecek Sunan Departmanlar	95
<b>Tablo13:</b>	Kongre Turizmi İçin Yapılması Gerekenler	105

## **ŞEKİL LİSTESİ**

**Şekil 1:** Yöneticilerin Kapadokya Bölgesinin avantajları konusundaki görüşleri 102

**Şekil 2:** Yöneticilerin Kapadokya Bölgesinin dezavantajları konusundaki görüşleri 102

## GİRİŞ

Turizm, insanların sürekli yaşadıkları yer dışına yaptıkları seyahatler ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir. İnsanlar, tarihin her çağında değişik nedenlerden dolayı seyahat etmişlerdir. Ancak, günümüzde sanayinin gelişmesi, ulaşım ve haberleşme teknolojisinin ileri düzeye ulaşması, kişi başına gelirin artması, refah düzeyinin yükselmesi ve insanların kullanabilecekleri boş zamanlarının çoğalması; turizme, tarihte insanların ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir şekil vermiştir. Bugünkü anlamıyla "turizm" deyimini, 19. yüzyılın sonlarına doğru kullanılmaya başlanmasına karşılık, 20. yüzyılın bir olgusu olarak gelişerek; günümüzde geniş kitleleri ilgilendiren sosyal ve ekonomik bir faaliyet haline gelmiştir.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren de, turizm dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm çoğu zaman diğer birçok endüstri gibi bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmıştır. Turizm sektörü, yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi probleminin hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır. Türkiye'nin aktif dış turizmi özellikle 1980'lerden itibaren önemli bir gelişme göstermeye başlamış ve ülke ekonomisine çok büyük katkı sağlayan gelir kaynaklarından biri durumuna gelmiştir.

Dünya'da turizm olayına katılan nüfus sayısının her geçen gün artması, turizmin bir sektör olarak ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) verilerine göre 2008 yılında uluslararası turizme katılanların sayısı 880 milyon kişi, gelir ise yaklaşık 791 milyar dolara olarak belirlenmiştir. Türkiye'ye baktığımız zaman hızla gelişme gösteren turizm sektöründe gelir 2009 yılında 27 milyon 77 bin 114 turist sayısı ile yaklaşık 15.853 milyar dolar olarak belirlenmiştir. Turizm sektörü alternatif turizm çeşitleriyle önümüzdeki yıllarda gelişme göstererek gelir artışını devam ettireceğini göstermektedir. Bu alternatif turizm çeşitlerinin en önemlilerinden bir tanesi de kongre turizmidir.

Bilimsel ve teknolojik alanda meydana gelen gelişmeler, küreselleşen dünya da ekonomik ve ticari faaliyetlerin ve sayılarının hızla artması, kongre turizmine katılan delegelerin harcamalarının, normal bir ziyaretçiye oranla 3 misli fazla olması turizm sektörünün gelirinin artmasına yapacağı katkının göstergesi olmaktadır.

Kongre turizmi, iş turizmi ve fuar turizmi gibi turizm türleri ile birlikte ele alınmaktadır. Bu yüzden hem turizmin gelişmesi açısından hem de ekonomik açıdan kongre turizmi önemli bir faktördür. Sağladığı faydalar sayesinde dünya genelindeki ülkeler ve son yıllarda Türkiye kongre turizmini daha fazla geliştirme çabaları vermekte ve pazardan aldıkları payın artması için çaba sarf etmektedirler.

Bu çalışma 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, Kongre kavramları ve turizm ilişkisine değinilip, kongre turizmin tarihi ve kongre turizminin özelliklerinden bahsedilecek, ayrıca ekonomik, sosyo-kültürel, politik ve diğer etkilerine yer verilecektir. İkinci bölümde, Kongre turizm pazarından bahsedilerek dünyadaki ve Türkiye'deki kongre turizm pazarı hakkında bilgi verilecektir. Üçüncü bölümde, kongre örgütlenmeleri, profesyonel kongre organizatörleri ve kongre organizasyonları faaliyetleri anlatılıp, kongre öncesi, esnası ve sonrasındaki faaliyetlerden bahsedilecektir. Dördüncü bölümde, Kapadokya bölgesindeki 4-5 yıldızlı otellerin kongre organizasyonlarının nasıl yürütüldüğü konusunda anket çalışması değerlendirilerek, sonuçlar ve öneriler belirtilecektir.

## BÖLÜM I

### KONGRE TURİZMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ ve KONGRE TURİZM PAZARI

#### 1. Kongre Turizminin Kavramsal Çerçevesi

##### 1.1 Kongre ve Diğer Toplantı Türleri

Latince beraberce” anlamında “Congressus” dan gelen kongre sözcüğü kısaca, delegelerin tartışma amacıyla çağrılı olarak bir araya gelmeleri olayıdır (Gökdeniz 1996, 68).

Kongre kavramı literatürdeki değişik kaynaklarda farklı şekiller ifade edilmektedir: Sözlük anlamıyla kongre, “delegelerin politik, ticaret, bilim veya teknoloji ya da diğer amaçlarla yapılan toplantılardır” (Astroff; Abbey 1998, 39).

Çağdaş bir kongre tanımına N.Accola ve G.Gamma şu şekilde ulaşmışlardır:

Konu: Belirli bir konuda toplantı

Amaç: Bilgi alışverişi

Zaman: Kısa ve Sınırlandırılmış

Çerçeve: Kesin bir program

Buna göre kongre bir veya daha fazla günle sınırlandırılmış bir program çerçevesinde, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerinde katılımı ile meydana gelen bir toplantıdır. Bu tanımlar ışığında kongre tanımı yapılacak olursa, kongre; yurt içi ve/veya dışında aynı anda ya da farklı meslek gruplarına sahip kişilerin (delegelerin), fikir alış-verişinde bulunmak ve tartışmak gibi amaçlarla çağrılı olarak bir araya gelmeleri olarak tanımlanabilir (Aymankuy 2006, 4).

Kongre, seminer, sempozyum, meeting, konvansiyon, konferans gibi kavramlar birbirini kapsayan çoğu kez de aynı şekilde anlamı olan kavramlardır. Ancak aşağıdaki tabloya baktığımız zaman bu kavramların bazı yönlerden ayrıldığı görülmektedir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması

Katılımcı Sayısı 50 katılımcıya kadar	50 – 300 Katılımcı	300 Katılımcı ve Üzeri
Seminer Kolloquyumlar Workshop Panel Komisyon Toplantıları Tartışmalar Yuvarlak Masa Toplantıları Denetim Kurulu Toplantıları Çalışma Grup Toplantıları	Genel Kurullar Konferanslar Sempozyumlar Zirve	Kongreler Genel Kurullar

**Kaynak:** Tanju KARASU, Kongre Turizmi ve Türkiye, 1985: 36

**Meeting:** İngilizce’de toplantı, toplanma anlamına gelen bir kavramdır. Günümüzde bu kavram çok farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Bazı grup ya da sendikaların bir olayı kınamak veya kutlamak gibi amaçlarla düzenledikleri toplantılarda meeting olarak adlandırılmaktadır. Otelcilik literatüründe departman yöneticileri tarafından düzenli ya da düzensiz olarak personeli bilgilendirme ya da kontrol amacıyla yapılan eğitimler de toplantı olarak ifade edilmektedir (Aymankuy 2006, 2).

**Konferans:** Konferanslar bir konuda uzmanlaşmış kişilerin bilgi ve deneyimlerini başkalarına aktarmaları amacı ile düzenlenen toplantılardır. Konferanslar konvansiyona benzer, konferanslarda delegeler ile tartışma söz konusudur. Konvansiyon ticaret sahasında kullanılan bir terimken, konferanslar bilimsel ve teknik toplantıları ifade de kullanılan terimdir. Konferanslar küçük toplantılar da içerebilir. Katılım açısından küçük ya da büyük olarak ayrılabilirler (Astroff; Abbey 1998, 11).

**Forum:** Bir yönetici başkanlığında panelistlerin bir konu hakkında yaptıkları tartışmalardan oluşan toplantılara verilen addır. Katılımcılar (dinleyiciler), sorulan

soruların panelistler tarafından tüm yönleriyle açıklanmasını beklerler. İki ya da daha fazla konuşmacı birbirleriyle zıt yönlü görüşlere sahip olabilirler. Konuşmacıların amacı birbirlerinden çok katılımcılara hitap etmektir. Bu tür toplantılarda konuşmacıların konuşmaları sonrasında oturum yöneticisi konuyu ya da konuşmayı özetler ve sonra tartışma başlatır (Aymanıkuy 2006, 2).

**Sempozyum:** Sempozyum bilimsel içerikli olup, bilimsel merkez, üniversite, hastane gibi merkezlerde düzenlenen, 1-3 gün arasında süren toplantılardır. Yapı olarak sempozyumlar foruma benzemekle birlikte, sempozyumlar daha resmidir. Sempozyum katılımcıları tebliğ sunarken, oturum sonlarında izleyicilerin katkı veya sorularla katılımı beklenmektedir. Ancak katılım foruma kıyasla daha azdır.

**Seminer:** Konuşmacı ya da konuşmacıların kürsüden dinleyicilere ulaşma fikrinden kaçınmaları ile ortaya çıkan bir toplantı türüdür. Bu tartışmalar bir liderin denetimi altında sürdürülür. Genellikle az sayıda katılımcı olması beklenir. Katılımcı sayısı artarsa bu toplantılara sempozyum ya da forum adı verilir (Astroff; Abbey 1998, 11). Seminer bilgi ve deneyimin herkes tarafından paylaşılması fikrini kapsamaktadır.

**Ders veya Eğitim (Lecture):** Kişisel sunumu içeren, sunumu yapanın daha çok bir uzman olduğu, formal yapıya sahip bir konferanstır. İzleyiciler soru sorabilirler ama soruların olması şart değildir. Ders veya eğitim her boyutta gerçekleşebilmektedir (Astroff; Abbey 1998, 41).

**Kolloquyumlar:** Uzman akademisyenlerin belirli bir konuda konuşmalar yaptıkları ve ilgili soruları cevapladıkları toplantılardır (Aymanıkuy 2006, 3).

**Workshop:** Belirli bir konuda bilginin veya becerilerin geliştirilmesine yönelik olarak kısa süreli toplantı faaliyetleri veya eğitim sürecine verilen isimdir (Tavmergen; Aksakal 2004, 39). Çalışma grubu olarak da adlandırılırlar. Küçük bir grubun bir konuyu tartıştığı ve özel bir problemi çözmeye yönelik toplantılardır. Bir eğitimcinin denetimi altında bir konunun öğrenilmesi amaçlanır. Katılımcılar birbirlerini eğitir ve birbirlerine yeni bilgiler aktarırlar. Herkesin katılımının söz konusu olduğu yüz yüze görüşmeler şeklinde gerçekleşmektedir (Astroff; Abbey 1998, 11).

**Konvansiyon:** Belirli bir sorunu tartışmak üzere bir araya gelmiş delegelerin oluşturduğu toplantılara konvansiyon denir. Bu toplantılar politik, bilimsel, ticari ya da teknoloji ile ilgili olabilirler. Günümüzde konvansiyonlarda genel olarak ana bir toplantı ve buna bağlı olarak daha küçük toplantılar bulunur. Birçok konvansiyon belirli aralıklarla tekrarlanan toplantılardır. Her yıl yapılan toplantılar gibi konvansiyonların amaçları satış raporlarının tartışılması, yeni bir ürünün tanıtımı, şirketlerin genel stratejilerinin tartışılması olabilir. Konvansiyonlarda genel toplantı için büyük bir konferans salonuna ve diğer küçük toplantılar için küçük salonlara ihtiyaç vardır (Astroff; Abbey 1998, 10).

**Panel:** İki ya da daha fazla konuşmacının görüşlerini veya uzmanlık alanlarını anlattıkları toplantılardır. Panel, dinleyiciler kadar panelistler arasında da tartışmaya açık toplantılardır (Aymankuy 2006, 3).

**Sergi ve Fuar:** Birçok ürün veya hizmetin bir sergi veya fuar alanında aynı anda bir araya geldiği, sergilendiği ve konu ile ilgili profesyonellerin veya halkın da davet edildiği organizasyonlardır (İçöz 2003, 279).

**Ticari Gösteri:** Ticari gösteriler, dört farklı türde olabilir; mesleki ve bilimsel sergiler, sınaî gösteriler, toptan ve perakende ticari gösteriler ve halka açık gösteriler (Berkman; Dorf; Oakes 1982, 32). Ticari gösteriler, bir açıdan sergi ve fuarlar içinde değerlendirilebilir.

**Zirve:** Yüksek seviyedeki resmi görevlilerin (dışişleri bakanları, devlet başkanları vs.) katıldıkları toplantılardır (Aymankuy 2006, 3).

### 1.1.1 Kongre ve Kongre Turizminin Tarihçesi

Kongre yönetiminin tarihi incelendiğinde insanların varolduğundan beri toplantıların da bulunduğu görülmektedir. Eski kültürleri inceleyen arkeologlar, kişilerin bir arada toplanarak toplumu ilgilendiren avlanma planları, savaş faaliyetleri, barış anlaşmaları gibi olayları tartıştıkları ortak alanların tarihi kalıntıları ile karşılaşmışlardır. Bu durum uygarlıkların bir coğrafik alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Her köy ya da şehir ortak toplanma alanlarına sahiptir. Belirli coğrafik alanlar geliştikçe, ticaretin merkezi



haline gelmişler ve bu şehirler ticaret yapmak ya da bazı sorunları tartışmak isteyen kişiler için toplanma yerleri olarak görülmeye başlanmıştır (Tavmergen; Aksakal 2004, 18).

Uluslararası Kuruluşlar Birliği (UIA-Union of International Associations) kayıtlarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 1681’de Roma’da tıp alanında yapılmıştır. Modern anlamda bilinen ilk kongre olan “Viyana Kongresi” bir yıla yakın süresiyle aynı zamanda dünyanın en uzun kongresi olarak da tarihe geçmiştir.

1800’lü yılların ortalarına kadar tarihi bakımdan kökleşmiş Avrupa ile en fazla ilişki içerisinde olan Kuzey Amerika’nın doğu bölgesinde kongre, konferans ve fuar gibi aktiviteler görülmemiştir. 1896 yılında Detroitli bir grup işadamı katıldıkları toplantıların ve grup buluşmalarının aslında buluştukları şehir için son derece iyi bir gelir kaynağı haline geldiğinin farkına varmışlardır.

Dolayısıyla yaptıkları toplantıların, fuarların aslında her topluluğun isteyebileceği cazip faaliyetler haline geldiğini görmüşlerdir. Bu iş adamları, tarihte ilk sayılabilecek toplantı bürosunu oluşturmayı düşünmüşlerdir. Daha sonra aynı faaliyetleri diğer şehirlerde göstermişlerdir (Tavmergen; Aksakal 2004, 18).

Bugünkü kongre ve ziyaretçi bürolarının temelleri, 1895 yılında gazeteci Milton Carmichael’ın öncülüğünde, Detroitli bir grup iş adamının Detroit şehrini bir kongre destinasyonu olarak tanıtmaya Karar vermesiyle başlamıştır. Bu iş adamları daha sonra Detroit Metro Kongre ve Ziyaretçi Bürosu’nu (Detroit Metro CVB) kurmuşlardır.

Ülkenin çeşitli şehirlerine yayılan kongre ve ziyaretçi büroları 1914 yılında, daha sonra “Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği” (IACVB – International Association of Convention and Visitor Bureaus) adını alacak olan “Uluslararası Kongre Büroları Birliği”ni oluşturmuşlardır. 1949 yılında, kongre, gösteri ve sergi sektörünün yanı sıra konaklama sektörünün bu bölümü ile birlikte pek çok birlik de büyük bir oranda gelişmiştir. Bunun sonucunda, kongre, sergi ve fuarlar ile ilgili bilgi akışını sağlayabilecek bir Kongre Konseyi’nin kurulması gündeme gelmiştir.

1927 yılında “Otel Satış Yönetimi Birliği” kurulmuştur ve daha sonra “Uluslararası Otel Satış ve Pazarlama Birliği” adını almıştır. Söz konusu birlikler, konaklama sektöründe yer alan birey ve kuruluşların gelişmesi ve profesyonelleşmesi için kurulan sayısız birliğin öncüleri olmuşlardır. 1949 yılında, kongre, gösteri ve sergi endüstrisi yanında konaklama sektörünün bu bölümü ile birlikte birçok birlik de gelişme kaydetmiştir. Dolayısıyla, kongre, sergi ve fuarlar ile ilgili bilgi akışını sağlayabilecek merkezi bir Kongre Konseyi’nin oluşturulması gündeme gelmiştir.

“Kongreciliğin boyut olarak artışı 19. yüzyılda başlamıştır. 1900 yılında dünya genelinde toplam 232 kongre düzenlenmiştir. 1900’lü yıllarda gerçekleşmiş uluslararası kongrelere ait birçok istatistik olmakla beraber, çoğu kez birbiriyle uyum içinde değildir. WTO (Dünya Turizm Örgütü)’nün değerlendirmelerine göre 1970’te 4000 uluslararası kongre düzenlenmiştir. 1974 yılında yapılan kongrelerin adedi 6000 iken, bu rakam UIA’ya göre 4500’dür (Çizel 1999, 17). 19. yüzyılda yapılan kongrelere, Avrupa özellikle de Paris ev sahipliği yapmıştır. 1900 yılında dünyada yer alan kayıtlara girmiş 232 uluslararası kongrenin 202’si Paris’te düzenlenmiştir” (Tavmergen; Aksakal 2004, 19).

## **1.2 Kongre Turizmi ve Kongre Turizminin Özellikleri**

### **1.2.1 Kongre Turizmi**

Zaman içerisinde yaşanan ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik alanlarda olumlu değişimler, insanları yeni arayışlara ve yaşam şartlarına yönlendirmiştir. Bu değişim sürecinde birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de olumlu gelişmeler yaşanmış ve beklentileri arttırmıştır. Turizm kavramı salt dinlenme amaçlı olmaktan çıkmış, farklı alternatif turizm hareketlerini de içine alacak geniş bir pazar yelpazesine sahip olmuştur. Bu alternatiflerden birisi kongre turizmidir (Kara 2007, 247).

Bu yüzden gerçekte kongre turizminin kavramını tanımlarken turizm kavramının tanımına da yer vermekte yarar vardır. Çünkü turizm ve kongre tanımları benzerlikler gösterir. Turizm tanımına göre; “Turizm, insanların, devamlı oturdukları yerlerin dışında seyahat etmeleri, gereğinde geçici konaklamalar yapmaları, bu arada etrafi

görmek, gezmek, eğlenmek, ilişkiler kurmak gibi eğilimlerini tatmin etme olayıdır” (Özen 1996, 15) (Aktaran: Gülbahar 2006, 58).

Turizm, sadece tatil, eğlence ya da iş amacıyla yapılan seyahatlerden ibaret değildir. Yapılan seyahatlerin bir başka nedeni de, bilimsel, teknolojik ve bilgi alışverişi gibi amaçlarla kongre, konferans, sempozyum gibi çeşitli adlar altında yapılan toplantılara katılmaktır. Turizm faaliyetleri içerisinde önem kazanan bu tür seyahatler, iş turizminin önemli bir parçasıdır ve genellikle “kongre turizmi” diye adlandırılır.

Kongre Turizminin tanımlarına baktığımız zaman; “Kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama, olay ve ilişkilerin tümüdür” (Karasu 1985, 10).

Kongre programlarında toplantılar ile birlikte boş zamanlar da planlanarak alışveriş, turlar, eğlence vb. faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan kongre turizmi diğer bazı turizm türlerini etkilemektedir (Aymankuy 2006, 7).

Tüm bu tanımlardan yola çıkarak, kongre turizmini şöyle tanımlayabiliriz; “Değişik ülkelerde veya aynı ülkede yaşayan insanların sürekli olarak yaşadıkları yerlerden ayrılıp, temel amaç olarak ortak bir konu çerçevesinde bilgi alışverişi yapmak için bir araya gelmeleri, ikinci amaç olarak da gezip-görmek, dinlenmek, eğlenmek, yeni kültürler ve yeni insanlar tanımak için yapmış oldukları seyahat, konaklama, yeme-içme gibi faaliyetlerin sonucu ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” (Aydın 1997, 15).

### **1.2.2 Kongre Turizminin Özellikleri**

Kongre turizminin özellikleri aşağıda sıralanmaktadır:

- Kongreler yılın belli dönemlerinde yoğunluk göstermektedir. Ancak kongre turizmi özellikle sezon dışı dönemlerde otellerin doluluk oranlarını büyük ölçüde olumlu yönde etkileme potansiyeline sahiptir (Çorbacı; Kuleli 1998, 39). İş amaçlı turizm faaliyetleri tüm yıl boyu ve tatil amaçlı turizm faaliyetleri ise özellikle yaz aylarında devam ederken; toplantı amaçlı seyahatlerde bu özellikler

fazla görülmez. Bununla birlikte, toplantıların turizm sezonu dışına rastlayan aylarda (Ekim, Kasım, Şubat, Mart gibi) sıklıkla yapıldığı görülmektedir.

- Kongre turizmi ve kongre otelciliği teknik donanım ve diğer unsurlar açısından güçlü bir altyapıya ihtiyaç duymaktadır (Gülbahar 2006, 66).
- Kongre turizminde özellikle kongrelere yönelik düzenlemeler ve diğer destek faaliyetler, konusunda uzman olan işletmeler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu da yan sektörler oluşturmak yoluyla istihdamı olumlu yönde etkilemektedir.
- Kongre turizmi amaçlı toplantı binaları ve kongre sarayları gibi sabit yatırımlar yüksek maliyetli olup; bu tür yatırımlar genellikle devlet veya yerel idarelerce gerçekleştirilmektedir.
- Kongre turistlerinin harcamaları da diğer turistlerin harcamalarından birkaç kat fazladır. Kongre, konferans gibi toplantılara katılan kişilerin harcamalarından yola çıkılarak ortalamanın üstünde gelire sahip oldukları kabul edilir (Koşan 1996, 56).
- Kongre turizmi; simültane tercüme, özel gece programları, davetiye hazırlama ve dağıtımı, çeşitli transferler, otel rezervasyonları, medya ile delegelerin bir araya getirilmesi, kongre binası ve merkezinin ayarlanması, duyuruların organize edilmesi, refakatçi ve eşler için tur paketlerin hazırlanması gibi detaylı ve profesyonel beceri gerektiren hazırlıkları gerektirmektedir (Öner 1997, 30-31) (Aktaran: Tavmergen; Aksakal 2004, 34).
- Uluslararası kongre düzenlemek, bir ülke için önemli bir tanıtım aracı olarak kabul edilmektedir (Gülbahar 2006, 67).
- Toplantı organizatörleri ve toplantı talep edenler, genellikle gelişmiş şehirleri tercih etmektedirler. Bunun nedeni, gelişmiş şehirlerin ulaşım, haberleşme, güvenlik, sağlık gibi alt yapı ile konaklama işletmeleri ve toplantı tesisleri gibi üst yapı tesisleri açısından sundukları olanakların cazip edici olmasıdır. Bunlardan, özellikle ulaşım, konaklama ve toplantı tesisleri oldukça önemlidir (Çakıcı 2004, 8).

Kongre turizminde önemli bir şehir olabilmek için, altyapı, ulaşım, konaklama, yeterli donanımına sahip kongre salonları, personelin eğitim seviyesi, güvenlik, destek hizmetler, çevresel zenginlikler konularında belirli bir kalite ve seviyede olmak şarttır (Tavmergen; Aksakal 2004, 33).

- Ticari amaçlı kongre ve toplantılar ülkedeki diğer sektörlerle olumlu katkılar sağlarken, ülke ekonomisi açısından da avantajları beraberinde getirmektedir (Gülbahar 2006, 67).
- Artık kongre turizmi 12 ay turizm özelliği ile sezon dışı gelir getiren bir turizm niteliği kazanırken bunun yanı sıra büyük çaplı grupların katılımıyla organize edilen kongre turizminin 37 sektör üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi bulunmaktadır (Kara 2007, 248).

### **1.3 Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi**

#### **1.3.1 Kongre Turizmi ve Politik Turizm**

Diplomatların ve politikacıların değişik amaçlarla yapmış oldukları seyahatler politik turizm olarak adlandırılır. Diplomatik amaçlı olarak yapılan uluslararası toplantılara katılan temsilciler ya da delegeler, ev sahibi ülkenin resmi konuğu olarak kabul edildiklerinden, turist olarak adlandırılmazlar. Yalnız burada diplomatik toplantıların birbirinden ayrılması gerekir. Örneğin; Avrupa demokratlar birliği, Avrupa Sosyalistler Birliği gibi kuruluşların toplantıları, politik toplantılar olarak ifade edilir (Aymanıuy 2006, 9).

Parti genel kurulları vb gibi siyasi örgüt toplantılarına katılan delegelerin çoğunlukla, ulaşım ve konaklama tesisleri yanında toplantı salonlarını da kullanmaları halinde ulusal kongre turizmi kavramına uygun düşmektedir (Karasu 1985, 15).

### **1.3.2 Kongre Turizmi ve Kùltür Turizmi**

Kùltür turizmi, doğal ve tarihsel kùltür varlıklarını, kùltürel etkinliklerini ve güncel sanat eserlerini, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde turistlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Yalnızca tarihsel olanı değil güncel olanı kapsayan bir terimdir ([www.feststravel.com.tr](http://www.feststravel.com.tr)).

Kongre ve kùltür turizmi amaç ve işlev yönünden birbirinden ayrılrsa da ortak yönü kongreye katılan delegeler gittikleri bölgenin kùltürel değer ve etkinlikleri ile yakından ilgilenirler (Erdoğan 2006, 62).

İki turizm arasındaki farklardan biri katılımcıların esas amacı kongreye katılmak iken, kùltür turizmine katılanların asıl amacınının kùltürel değerleri görmek, eski medeniyetlere ait kalıntıları incelemek ve farklı kùltürlerle tanışmak amaçlanmaktadır. Diğer bir farka baktığımız zaman kongre turizmi kùltür turizminden daha kısa sürelidir

### **1.3.3 Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi**

Kongre turizmi ve tatil amaçlı turizm türleri için bir zaman (sezon) ayrılığı söz konusudur. “Uluslararası kuruluşlar toplantı zamanı olarak ilkbahar ve sonbahar aylarını tercih etmektedirler. Toplantıların yaklaşık %15’i de Eylül ayında düzenlenmektedir”.

Ancak kongrenin, tatil turizminin yoğun olduğu dönemde düzenlenmesi ve kongre mekânı olarak sayfiye otelleri ve toplantı imkânlarının seçilmesi durumunda iki turizm türünün birbirlerini olumsuz etkiledikleri görölmektedir. Genellikle kongre merkezleri ile konaklama ve diğer imkânların bir kompleks içerisinde bulunmaması, ayrıca kongre zamanı ve mekânının uygunluğu kongre turizminin tatil turizmini olumsuz yönde etkilemesini engelleyecektir (Aymankuy 2006, 8).

### 1.3.4 Kongre Turizmi ve Ekonomik Turizm

Kongre turizmi çeşitli şirket toplantıları ile sergi, fuar gibi ekonomik amaçlı turizmin bir alt türüdür (Karasu 1996, 16). Günümüzde ise ekonomik turizm içerisinde iş turizmi ve incentive (teşvik) turizminin önemli bir parça olduğunu görmekteyiz.

#### 1.3.4.1 Kongre Turizmi ve İş Turizmi

“Bir iş yeri sahibi veya temsilcisinin işle ilgili anlaşmalar yapmak sergi, fuar, kongre gibi toplantılara katılmak ya da iş ile ilgili araştırmalar yapmak gibi ticari amaçlarla kendi şehrinden ya da ülkesinden, bir başka şehir veya ülkeye seyahat ediyorsa ve orada en az 24 saatlik bir zaman geçiriliyorsa ve şehir ya da ülke ekonomisine katkıda bulunulacak şekilde konaklama, yeme-içme, eğlence vb. için harcamalar yapılıyorsa bu tür turistik seyahatler iş turizmi olarak adlandırılır” (Skeatings 1992, 123) (Aktaran: Aymankuy 2006, 11).

Dünya genelinde iş turizmi, 750 milyon seyahat ile 320 milyar \$’ dan fazla gelir getiren müthiş bir pazar olarak düşünülmektedir.

WTTC (World Tourism Council) Dünya Turizm Konseyi’nin araştırmalarına göre 2009 ile 2015 yılları arasında iş turizmindeki gelişme her yıl ortalama % 3,1 oranında büyüyecektir. 2009 yılların verilerine bakıldığı zaman iş turizmi dünya genelince 745 milyar \$ gelir getirmiştir. Ancak büyüme hızı -7,2’dir. İş turizminin çok fazla gelişmediği hatta büyüme hızının gerilediğini görmekteyiz.

İş turizmi amaçlı seyahatler her geçen yıl önemli artışlar göstermektedir. 2003 yılında Kuzey Amerika, Avrupa Topluluğu ve dünyanın değişik bölgelerinde yapılan araştırmalara göre en fazla iş seyahati Avrupa’da gerçekleşmiştir (Aymankuy 2006, 11).

Günümüzde çeşitli toplantıların iş turizmine dâhil olduğu kabul edilmektedir. Bunlar (Koşan 1996, 53);

- Fuar ve sergi ziyaretleri,
- Eğitim seyahatleri,
- Seminerler,

- İncentive (teşvik) seyahatleri,
- Uluslararası kongreler,
- Mesleki konferanslar, kongrelerdir.

Bireysel iş turları ve seminerler genellikle iş turizmi içine alınmazlar. Bütün bunların sınırlarını çizmek ve ölçmek zordur. Ancak konferans ve kongreler iş turizminin tanımına uyan en açık bölümü oluşturmaktadır (Çizel 1999, 9). Bu yüzden iş turizmi ile kongre turizmini birbirinden ayırt eden özellikler çok belirgin değildir. Mesleki bilgilerini geliştirmek, bilgilerini paylaşmak, yenilikleri takip etmek için çeşitli kongrelere katılan delegeler aslında iş turizmine katılmış olurlar.

İş turizmi ile kongre turizminin ayrılan yönlerine baktığımızda ise ekonomiye sağladığı döviz katkısını görüyoruz.

#### **1.3.4.2 Kongre Turizmi ve Incentive (Teşvik) Turizm**

Ticari ve sosyal kuruluşların, çalışanları işlerinde ve üretimde teşvik etmek, bilgi alışveriş ve teknolojik gelişmeler gibi nedenlerle küreselleşen dünya vatandaşlarının bir araya gelerek kongre ve konferanslar düzenlemeleri, ticari işletmelerin ürünlerini müşterilerine tanıtmaya ve satmaya isteği, teşvik, kongre ve konferans turizminin uluslararası turizm pazarında söz sahibi olmasına ve pazardan büyük bir almasına neden olmuştur (Ayman 2006, 13).

Incentive turizm, şirketlerin ana amaçlarında ki ilerlemeyi sağlamak, çalışanların üretimini artırmak, onları daha verimli çalışmaya yönlendirmek için yapılan küresel bir iş yönetimi elemanıdır. Incentive seyahatler, seyahat edenlerin işverenleri, şirketleri tarafından ödenen bir dinlenme ve eğlence seyahat türüdür (Davidson; Cope 2003, 158) (Aktaran: Erdoğan 2006; 63).

Şirketlerin teşvik seyahati düzenleme nedenleri şunlardır;(Turplan 1993, 105) (Aktaran: Çizel 1999, 11).

- Satışları arttırmak,
- Şirketin imajını korumak, geliştirmek,
- Yeni ürünleri tanıtmak, sunmak,



- Satış eğitimi yapmak,
- Tüketiciler için promosyon yapmak,
- Rekabeti arttırmak,
- İş hacmi düşük sezonları değerlendirmek,

En çok teşvik seyahati talep eden kuruluşlar genellikle sigorta, elektrik, elektronik malzeme üretimi, taşıt, yedek parça, ofis malzemeleri üretimi ve inşaat sektörüyle ilgilenen şirketlerdir (Mill; Marrison 1992, 142-143) .

Teşvik seyahatleri iş nedeniyle seyahat eden personelin katılımından oluştuğu için iş turizmi olarak kabul edilmektedir. Bu seyahatler katılımcı personelin hayat görüşüne ve ilgi alanına göre farklı biçimlerde düzenlenebilmektedir. Avrupa'da ortalama 1,5 milyon teşvik seyahati düzenlenirken ABD' de bu rakam 5,7 milyona ulaşmıştır.

Uluslararası her dört şirketten birinde teşvik turizmi ödül olarak yararlanılan bir yöntemdir. Şirketler ana bütçelerinden teşvik seyahatlerinin harcamalarını karşılarlar. Bu seyahatler personelin ilgi alanına ve hayat görüşüne göre farklı biçimde düzenlenebilmektedirler (Çizel 1999, 11).

Teşvik seyahatlerine katılan personel iş yerlerinde birbirleri ile yarış halinde olsalar da teşvik seyahatlerinde yakın arkadaşlık ve dostluk oluştururlar. Teşvik seyahatini kazanamamış grup da bundan pozitif yönde etkilenir, gelecek ödüller için daha sıkı çalışmaya başlarlar. Bu tür teşvikler para ödülllerinden daha etkili ve kalıcı olur. Çalışanların iş yerlerine ve işverenlerine olan güvenirliliği artar.

Incentive seyahatlerin kapsamı, bu seyahati düzenleyen şirketlerin bütçesine bağlıdır. Incentive amacıyla yapılan harcamalar vergiden düşülebilmektedir. Bu nedenle, incentive seyahatler için bütçeden ayrılan pay ne kadar fazla ise, düzenlenen seyahatler ve yapılan programlar o denli ayrıntılı ve lüks olmaktadır. Ayrıca bu tür seyahatlerde her yıl bir destinasyon seçilmesi, bir yıl önceki seyahatlere katılanları cezp edeceğinden, işletmenin incentive seyahatlerden beklediği amaca ulaşmasını kolaylaştıracaktır.

Teşvik seyahatlerinin konaklama şirketleri için de birçok avantajı bulunmaktadır. Teşvik seyahati sunan oteller bundan yüksek gelir elde ederler. Teşvik seyahatleri önceden planlanıp programlandığı için konaklama işletmeleri açısından garantili satış yapılmış olur. İkinci önemli avantaj ise teşvik seyahati ile gelen müşteriler otellerin bütün imkân yararlanmak isterler, örneğin restoranlar, barlar vb. oda servisini kullanmaya isteklidirler. Üçüncü önemli nokta ise teşvik seyahatlerinde düzenlenen toplantıların işletmeler için yüksek kar sağlamasıdır. Ortalama oda fiyatları biraz daha yüksek tutulur, çift kişilik konaklamalar yaygındır ve katılımcılar için çeşitli eğlenceler, kokteyller düzenlenir (Astroff; Abbey 1998, 178).

Incentive seyahatler büyük bir profesyonellik isteyen bir çalışmadır. Çünkü yapılan seyahatlerin düzenlenmesi başarılı elemanların ödüllendirilmesi olduğu kadar motivasyon arttırıcı özelliği olmasından dolayı mükemmel şekilde gerçekleştirilmektedir.

Incentive seyahat düzenleyen firmalar, şirketler vb. bu işin profesyonelce yapılması için incentive houselarla işbirliği yapar. Incentive house özel bir firmadır ve yalnız seyahat düzenleyen değil aynı zamanda satışı arttırmak için pazarlama konusunda yol gösteren bir şirkettir (Turplan 1993, 106) (Aktaran: Çizel 1999, 13).

Kongre ve incentive seyahat arasında bazı benzerlikler bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi, her iki turizm çeşidinin de istenildikleri zamanda yapılabilmeleridir. Mevsim uzatıcılığı özelliğini incentive turizmde de görmekteyiz. Kış aylarında da incentive seyahat düzenleme oranı çok fazla olmaktadır

Ayrıca kongre ve incentive seyahatte faaliyeti gerçekleştiren insanların herhangi bir harcama yapmadıklarını görüyoruz. Incentive seyahatte ödemeler şirket tarafından gerçekleştiriliyor. Kongre turizminde ise, delegelerin üyesi ya da mensubu buldukları kurumlara ödenmektedir (Aymankuy 2003, 9-14).

#### **1.4 Toplantı ve Kongrelerin sınıflandırılması**

Kongrelerin sınıflandırılması çok farklı şekilde yapılmaktadır. Yapılan sınıflandırmalarda ölçüt olarak (Erdoğan 2006, 35);

- Amaç,
- Konu,
- Katılımcı sayısı,
- Düzenleme sıklığı,
- Düzenlendiği yer dikkate alınmaktadır.

##### **1.4.1 Düzenlenme Amaçlarına Göre Kongre ve Toplantı Türleri**

Kongreler birçok konuda değişik amaçla düzenlenmektedir. Ancak genel olarak düzenleniş amaçlarına göre dört başlık altında toplanabilirler (Erdoğan 2006, 35);

- Politik,
- Bilgi alışverişi,
- Eğitim,
- Ekonomi

Günümüzde dünyada Uluslararası Dernekler Birliği'nin (UIA) belirlediği konular dâhilinde de ve haricinde pek çok farklı toplantılar düzenlenmektedir (Aymankuy 2006, 20). Şirketler, uluslararası dernekler ve uluslararası birlikler de bilgi alışverişinde bulunmak, çalışanlarını eğitmek, ekonomik ve politik nedenlerden dolayı kongre ve toplantılar düzenlemektedirler.

##### **1.4.1.1 Şirket Konferansları ve Toplantıları**

Modern işletmecilik anlayışının geçerli olduğu günümüz ekonomisinde şirketler, ortaklarına, çalışanlarına, satış elemanlarına, bayilerine ve tüketicilere yönelik olarak çok farklı nedenlerle toplantılar düzenlerler. Bu toplantılar da kongre turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Erdoğan 2006, 20).

Her sene yaklaşık 800.000 adet şirket toplantısı düzenlenmektedir, bu da toplam şirket ve birlik/dernek toplantı pazarının yaklaşık % 79'unu oluşturmaktadır. "Meetings and

Conventions” (Toplantılar ve Konvansiyonlar) dergisinin yaptığı bir araştırmaya göre, şirket toplantılarının yaklaşık 2/3’ünün 50 den az katılımcı sayısına sahip olanlar ve %82’sini 100’den az katılımcı sayısına sahip olanlar oluşturmaktadır yani şirket toplantılarının çoğunluğu küçük veya orta ölçekli toplantılardan oluşmaktadır (Tavmergen; Aksakal 2004, 52).

Şirket toplantıları 7’ye ayrılmaktadır (Tavmergen; Aksakal 2004, 61):

- Yönetim Toplantıları
- Eğitim Toplantıları
- Bölgesel/Ulusal Satış Toplantıları
- Yeni Ürün Tanıtımları
- Incentive (Teşvik) Seyahatleri/Toplantıları
- Hissedarlar Toplantıları
- Diğer Şirket Toplantıları

#### **1.4.1.2 Ulusal Dernek Siyasi Parti ve Sendika Toplantıları**

Aynı meslek grubunda çalışan insanları bir araya toplayarak, kendi alanlarında meydana gelen gelişmelerden haberdar olmalarını sağlamak için düzenlenen toplantılardır (Aymankuy 2006, 22).

ABD’de bu tür dernek ve toplantıları yılda yaklaşık 54 milyar dolarlık bir harcama ve gelir potansiyeline sahiptir. Dernek ve birlikler çeşitli ticari gruplardan sosyal gruplara kadar değişik dağılım göstermektedir. Hemen hemen bütün dernek ve birlikler yılda en az bir kez toplantı düzenlemekte, bu toplantıda başkan seçimi, bütçe oluşturulması ve faaliyetlerin planlanması gibi etkinliklerde bulunmaktadır (Tavmergen; Aksakal 2004, 65).

Bu toplantılar için çoğunlukla ülkenin büyük şehir merkezleri ve tatil bölgeleri tercih edilmektedir. Bu tercihin nedeni ise sendika, dernek ve parti üyelerine toplantı yanında tatil imkânı sağlamaktır. Bu tür toplantıların büyük çoğunluğu sonbahar ve yaz aylarında düzenlenmektedir. Toplantılar 2-5 gün sürmekte, konaklamak için ise orta seviyedeki oteller, kamu kurum ve kuruluşlarının sosyal tesisleri tercih edilmektedir.

### **1.4.1.3 Uluslararası Birlik Kongreleri**

Birliğe üye ülkeler arasında düzenli bir sıra dâhilinde yapılan kongrelerdir. Bu kongreler uzun dönemlidir ve daha büyük organizasyon gerektirirler. Ortalama 3- 4 gün sürerler. Uluslararası birliklerin kongreleri, delege sayısının fazla olması nedeni ile toplantı yeri olarak kongre merkezlerini veya uygun salonları bulunan büyük otelleri tercih etmektedirler.

Bu birlikler, ekonomik, politik, kültürel, dinsel vb. amaçlarla kurulmuş uluslararası sivil kuruluşlardır. Genellikle bu tip kongreler 2 ya da 4 yıllık periyotlarla yapılmaktadırlar (Aymankuy 2006, 23).

### **1.4.2 Konularına Göre Toplantı Türleri**

Kongre ve toplantı turizminde konular genellikle mesleki, kültürel ya da hobi içeriklidir. Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) toplantı konularını on sekiz ayrı grupta toplamıştır. Bunlar; (Çizel 1999, 6)

- Biyografi, Dökümantasyon, Basın,
- Din, Etik,
- Sosyal Bilimler, Hümanist Çalışmalar,
- Uluslararası İlişkiler,
- Politika,
- Sosyal Yaşam Seviyesi,
- Meslekler, İşverenler,
- Ekonomi, Finans vb.

### **1.4.3 Katılanların Milliyetlerine Göre Kongreler**

Kongreleri çeşitli özelliklerden dolayı çeşitlendirip, sınıflandırmak mümkündür. Bu özelliklerden bir tanesi delegelerin katıldığı ülkelere göre değerlendirilen ulusal ya da uluslararası kongrelerdir.

### **1.4.3.1 Ulusal Kongreler**

Bu tür kongrelerde, kongreye katılan delegelerin büyük çoğunluğu kongrenin yapıldığı ülkenin vatandaşlarıdır. Kimi zaman değişik ülkelerden gelen delegeler de kendilerini veya bağlı oldukları kurumları temsilen dinleyici ya da gözlemci olarak bu kongrelere katılırlar. Kongreye katılan delegelerin sık sık bir araya gelmesi mümkün olduğundan, ulusal kongreler kısa süreli olarak yapılırlar. Ulusal kongreler, uluslararası kongrelere göre daha az zahmetli ve masraflıdır. Çoğunlukla bir veya üç gün sürmektedirler.

Ulusal kongreye katılan delegelerin kongre ile ilgili harcamalarının tamamını veya bir kısmı delegelerin bağlı oldukları ya da kongreyi düzenleyen kuruluşlar tarafından ödenmektedir. Ulusal kongre delegeleri, daha çok orta sınıf düzeyindeki (2-3-4 yıldızlı) otellerde konaklamayı tercih ederler. Kongre organizasyonu içerisinde bedelsiz hizmetler yanında, bedelli hizmetler ve programlar (geziler, alışveriş vs.) varsa bunların bedelleri kongre delegeleri tarafından karşılanır (Aymanıkuy 2003, 19).

### **1.4.3.2 Uluslararası Kongreler**

En az üç ulusa ait temsilcilerin bulunduğu toplantılar uluslararası olarak ifade edilmektedirler. Uluslararası kongreler ulusal kongrelere göre daha uzun bir süreyi (4-7 gün) kapsamaktadırlar. Kongre düzenleyicileri, kongreye katılmak için gelen delegelere başka imkânlar yaratmayı da göz önünde bulundururlar. Delegelere katılım ücretine dâhil veya ekstra ücret karşılığında kongrenin düzenlendiği yer veya yakın çevresine geziler düzenleyebilirler. Bu tür kongreler, ulusal kongrelere göre daha karmaşık bir yapıya sahiptirler. Karmaşık yapıları, delegelerin farklı ülkelere ait olmasından ve delegelerin sayılarının fazlalığından kaynaklanmaktadır. Ayrıca ulusal kongrelere göre daha uzun sürmesi, delegeler ve refakatçilere programlar düzenlenmesi de kongrelerin yapısını etkilemektedir (Aymanıkuy 2006, 20). Uluslararası kongrelerin bir diğer özelliği ise katılan delegeler basit bir hizmet ve yiyecek-içecek hizmetiyle ağırlanamaz. Bu nedenle ulusal kongrelerden daha fazla gelir getirirler.

## **1.5 Kongre Turizminin Etkileri**

Kongre turizmi önemli bir turizm çeşidi olması nedeniyle, genel olarak turizmden beklenen tüm etkileri bünyesinde bulundurmaktadır. Bunun sebebi ise kongre turizmine katılan kişilerin gelir ve kültür seviyesinin normal turiste oranla daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Dünya turizm gelirlerinin % 30'unun kongre turizminden elde edilmesi ve bir kongre delegesinin ziyaret ettiği herhangi bir ülkeye sağladığı girdinin normal turistin getirdiği gelirden üç kat fazla olması, kongre turizminin tüm dünyada giderek en karlı turizm etkinliklerinden biri olmasını sağlamıştır (Aydın 1997, 19). Bu nedenle katma değeri yüksek, istihdam alanı geniş bir girişimdir.

Ayrıca kongre ve toplantıların düzenlendiği coğrafyalarda alt yapıların düzenlenmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır. Kongrelerin yoğun düzenlendiği bölgelerde sosyal, kültürel, ekonomik ve politik değişimlerin yaşandığı gözlenmektedir. Bunlarla birlikte sosyal refahın artması, sürdürülebilir kalkınma ve katma değer yaratma açısından önemli bir girişimdir (Kara 2007, 248).

Kongre turizminin etkilerinden bahsettikten sonra bunun alt bölümleri olan ekonomik, sosyal ve diğer etkilerini anlatmaya çalışacağız.

### **1.5.1 Kongre Turizminin Ekonomik Etkileri**

Turizm faaliyeti özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, ihtiyaç duyulan yabancı döviz kazancını yaratan, istihdam olanaklarını artıran bir olaydır. Kongre turizmi açısından gelişmelerden en önemlisi dünyada ekonomik açıdan genel artışların olmasıdır. Sosyal, kültürel vb. yararlar açısından bile ekonomik etkiler çok önemlidir.

Turizm ve ekonomi literatürlerinde kongre turizmi ile ilgili istatistik ve ekonomik verilerin çok sınırlı olması, kongre turizminin yarattığı ekonomik etkilerin ölçülmesini güçleştirmektedir. Ancak kongre turizmiyle ilgili verilere bakıldığında zaman zaman ekonomik etkilerin ölçülmesi güç olsa da ortaya konan veriler ekonomik etkilerin önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Kongre turizmi ülkedeki turizm olayını çeşitlendirerek bütün bir

yıla yayma amacının dışında, ülke turizmine ve ekonomisine fayda sağlamaktadır. Kongre turizminin ekonomik etkileri arasında, döviz kazandırıcı etkisi, istihdam yaratıcı, turizmin yoğun sezon dışına taşınması, gelir yaratıcı etkileri yer almaktadır (Erdoğan 2006, 43).

#### **1.5.1.1 Döviz Kazancı**

Gelişmekte olan ülkelerin çoğu döviz sıkıntısı nedeni ile ekonomik kalkınmalarını finanse etmekte güçlük çekmektedirler. Bu amaçla ihracatlarını geliştirmeye ve ithalata da sınırlamalar getirmeye çalışmaktadırlar. Özellikle dış ticaret bilançosu kronik açıklar veren az gelişmiş ülkelerin ekonomileri açısından döviz girdileri önemli bir konudur. Turistik hareketler sebebiyle ülkeye gelen yabancılara, mal ve hizmetlerin satılması sonucu elde edilen döviz, turizmi görünmeyen ihracat şekline getirmekte ve de ödemeler dengesindeki açığın kapatılmasına katkıda bulunmaktadır (Usta 1996, 96).

Kongre turizminin en önemli avantajı delegelerin yüksek orandaki harcamalarından kaynaklanmaktadır. Kongre turizminde ve iş seyahatlerinde yapılan harcamalar, diğer turizm çeşitlerinde turistlerin yaptığı harcamaların iki veya üç katıdır (Davidson; Cope 2003, 14) (Aktaran: Erdoğan 2006, 44). Tatil turizminde kişi başına 600-700 dolar harcanırken, kongre turizminde kişi başına yapılan harcama 1675 dolara ulaşmaktadır. Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği (ICCA) tarafından hazırlanan rapora göre, uluslararası kongrelere katılan delegeler 2003 yılında kişi başı yaklaşık 1.830 ABD dolar harcamışlardır. 2005 yılında ise 600 milyon dolara ulaşan dünya turizm gelirleri arasında kongre turizminin aldığı pay 200 milyon doları bulmuştu. ICCA'nın yapmış olduğu araştırmaya göre toplantı sürelerinin uzaması ile birlikte delege başına bırakılan döviz miktarında da artış gerçekleşmektedir (Yücel 2002, 4-12).

#### **1.5.1.2 Delegelerin Harcamaları**

Kongre faaliyetlerinin gerçekleştirildiği şehirlerde, katılımcıların gerçekleştirdikleri harcamalar şehirdeki konaklama, yeme-içme, alışveriş ve eğlence sektöründen sağladığı gelirler ve başka gelirler öncelikle şehrin, daha sonrada ülkenin turizm gelirlerine ve ekonomik gelişime katkıda bulunur.



Kongre turizmindeki harcamalar diğer turizm harcamalarından daha fazladır. Kongreye katılan katılımcıların gelir düzeyleri genellikle yüksektir. Bunun yanında kongre katılımcılarının ücretleri, ulaşım ve konaklama vb harcamalar kendileri tarafından ödenmemektedir. Ayrıca kongreyi düzenleyen kuruluşların harcamaları vergiden düşüldüğü için daha rahat harcama yapılmaktadır.

Kongrelerin ekonomik etkilerinin anlaşılması için yapılan harcamalar dikkate alınarak incelenmelidir. Bunlar (Çizel 1999, 24);

a) Katılımcıların yaptıkları harcamalar ve katılımcı sayısı,

b) Kongre organizatörlerince yapılan harcamalar ve miktarı,

- Yönetim (kongre sekreteryası) harcamaları,
- Dokümantasyon (promosyon materyalleri, konferansla ilgili açıklamalar, tebliğlerin kopyaları vb.)
- Kira harcamaları (konfor ve teknik düzenlemeler)
- İkramlar (şartlara göre öğle yemeği, ziyafetler, ulaşım, transfer ve konaklama masrafları, şehir turları)

Harcamaların dağılımı incelendiğinde;

- Otel (konaklama) harcamaları: %34,6
- Restoran harcamaları: %26
- Alışveriş harcamaları: %12
- Şehir içi turlar: %6
- Eğlence harcamaları: %6
- İçecek harcamaları: %6
- Diğer harcamalar: %5,4

Kongreye katılan delegelerin harcamaları içinde otel ve konaklama harcamalarının en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Konaklama harcamalarını restoran ve alışveriş harcamaları takip etmektedir.

### 1.5.1.3 Yeni İstihdam Olanaklarının Yaratılması

Kongre turizminin ekonomik anlamda diğer bir etkisine bakıldığında zaman istihdamın önemli etkiye sahip olduğunu görüyoruz. Bir ülkede kongre turizminin gelişmesi gerek turizm sektöründe gerekse kongre turizmiyle bağlantılı diğer sektörlerde yeni iş imkânları meydana getirmektedir.

Kongre organizasyonu için ülkeye ve şehre gelen delegelerin konaklama, yeme-içme, seyahat, eğlence ve toplantı sırasındaki ihtiyaçlarının karşılanması için çok sayıda işin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu durum sonucunda çok sayıda iş gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Kongre organizasyonu çok sayıda insanın istihdamına yol açmaktadır. Kongre turizminin istihdam yaratma olanağı üç aşamada incelenmektedir (Aydın 1997, 22):

- 1) Kongre organizasyonu sırasında kongre merkezinin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli personel doğrudan istihdam yönü olarak açıklanmaktadır.
- 2) Delegelerin ülkeye veya şehre ulaşımını sağlayan seyahat şirketlerinde, delegelerin konaklamasını sağlayan otellerde, yeme-içme ihtiyacını karşıladığı restoranlarda, eğlence merkezlerinde ve hediyelik eşya dükkânlarında çalışan kişiler ise kongrelerin dolaylı istihdam yönü olarak açıklanmaktadır.
- 3) Bu tür iş yerlerinin ihtiyaçlarını karşılayacak malzemeleri üreten diğer iş kollarında çalışan kişiler yer almaktadır, bu da uyarılmış istihdam yönü olarak açıklanmaktadır.

Günümüzde turizm sektöründe söz sahibi ülkelerin durumu incelendiğinde, toplam işgücü miktarının % 10 ila % 20'sinin doğrudan ve dolaylı bir şekilde turizm sektörü tarafından tam ve yarı zamanlı olarak istihdam edildiği görülmektedir. Türkiye'de ki toplam turizm istihdamı 662.161 kişi olup, toplam istihdama oranı % 3,1'dir.

Yan sektörlerle birlikte toplam istihdam 1.337.000 kişi olup toplam istihdama oranı % 6,3'tür

([http://www.turizmdebusabah.com/haber\\_detay~haberNo~19994~haber~2004\\_yili\\_d%C3%BCnya\\_ve\\_t%C3%BCrkiye\\_turizm\\_panoraması.htm](http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~19994~haber~2004_yili_d%C3%BCnya_ve_t%C3%BCrkiye_turizm_panoraması.htm) Erişim: Mayıs, 2010).

Kongre merkezlerinde veya otellerin kongre-toplantı salonlarında görev yapan personellerin yanı sıra birçok faaliyet için iş gören de bu hizmetlerden gelir elde etmektedirler. Ayrıca kongre turizmi için çok sayıda personele ihtiyaç duyulmaktadır.

Ayrıca kongre turizmi tek taraflı bir ürün değildir. Yani kongre amaçlı ziyaretçiler sadece kongre merkezinin hizmetlerinden faydalanmazlar. Bunun yanında seyahat, konaklama, yeme-içme, eğlence, alışveriş gibi ihtiyaçlarının da karşılanmasını istemektedir. Tek başına bir kongre merkezi bile, görsel sanayi, simultane çeviri, part time çalışma olanakları, büyük yatırımlar gibi birçok yan sektörü hareketlendirir (Gökdeniz 1996, 73).

#### **1.5.1.4 Turizmde Mevsimselliği Ortadan Kaldırma**

Turizm faaliyetlerinin belli bir sezon üzerinde yoğunlaşması, varolan kapasitenin yeterli derecede değerlendirilmemesine neden olmaktadır. Ayrıca bu yoğunlaşma hizmet kalitesinde düşüşe yol açarken, ulaştırma ve çevre koruma alanlarında sıkıntıya yol açmaktadır. Yoğun sezonlardaki doluluk oranlarının yüksek, diğer aylarda düşük olması olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Yoğun sezon dışında işletmeler atıl kalarak verimsizleşmektedir. İşletmeler sezon içinde elde ettikleri karları yıl içinde geçen boş ayların giderlerine harcamaktadırlar. Böylece yatırım kaynakları da boşa harcanmış olur (Aydın 1997, 24).

Ayrıca turizmin mevsimlik özelliğinin sakıncaları personel konusunu da etkilemektedir. Sezon başında işe alınıp yetiştirilen personel sezon sonunda işten çıkarılmak zorunda kalınır. Çünkü sezon dışında kapalı olan konaklama tesislerinde çalışan kalifiye personele ücret ödenmesi karlılığı daha da düşürecek, personele bu aylarda ücret ödememek ise personeli işletmeden uzaklaştıracaktır (Aymankuy 2006, 33).

Kongre düzenleyicilerinin çoğunlukla ılıman iklimleri tercih etmeleri ve iş ilişkileri açısından en uygun aylar oldukları için kongreler çoğunlukla ilkbahar ve sonbahar aylarında düzenlenmektedirler. Uluslararası kongreleri yoğunlaştığı aylara göre incelenecek olursak kongre turizminin turizm sezonu uzatıcı özelliği daha rahat anlaşılacaktır.

**Tablo 2:** Uluslararası Toplantıların Aylara Göre Dağılımı

AYLAR	YÜZDE
Ocak	3.55
Şubat	4.16
Mart	6.61
Nisan	9.32
Mayıs	10.93
Haziran	12.56
Temmuz	7.41
Ağustos	7.05
Eylül	13.51
Ekim	11.38
Kasım	9.62
Aralık	3.90

**Kaynak:** İge Pınar Tavmergen, Ebru Günlü Aksakal, Kongre ve Toplantı Yönetimi-2004

Yukarıdaki tablo incelendiğinde uluslararası kongrelerin yoğun olarak Nisan, Mayıs, Haziran ayları ile Eylül, Ekim ve Kasım aylarında düzenlendiği görülmektedir. Özellikle en büyük yoğunluk % 13,51 ile Eylül, % 12,56 ile Haziran ve % 11,38 ile Ekim ayında görülmektedir. Eylül ve Ekim aylarında tatil turizmi yoğunluğu düşüktür. Kongre turizmi sayesinde otellerin bu aylarda doluluk oranları artmaktadır. Turizm sezonunun başlamadığı ya da bittiği dönemler olarak kabul edilen bu aylarda kongre organizatörleri de konaklama tesislerinden özel fiyat bulma olanağını yakalarlar, bu özelliği ile de kongre turizminin mevsimsel sorunları giderici alternatif bir turizm türü olduğu görülmektedir (Tavmergen; Aksakal 2004, 44-45).

#### 1.5.1.5 Gelir Yaratıcı Etkisi

Yerli ve yabancı turistlerin seyahatleri sırasındaki ihtiyaçlarının karşılanması, turistik mal ve hizmetlerin turistlere belli bir fiyat ile satılmasıyla gerçekleşmektedir. Turistlerin bu amaçla yaptıkları harcamalar, söz konusu mal ve hizmetlerin üretici ve satıcıların gelirlerini oluşturmaktadır. Turistik tüketimden doğan harcama-gelir akımı turistlerin belirli bir ulaşım aracıyla hedef ülkeye gelmesiyle başlayıp, ülkeden ayrılmasına kadar devam etmektedir (İçöz 2002, 209) (Aktaran: Erdoğan 2006, 51).

Kongre turizminde kongre düzenleyen firma, kuruluş ve organizatörlerin ve kongreye katılan katılımcılarının yaptıkları harcamaların ekonomik etkileri sayesinde konaklama, yeme-içme gibi tesislerin artmasına neden olarak şehrin ekonomik açıdan gelişmesini sağlamaktadır. Ayrıca yerel halk için yeni istihdam alanlarının oluşmasında, gelirlerinin artmasında ve satın alma güçlerinin artmasında büyük bir etkiye sahiptir.

### **1.5.2 Kongre Turizminin Sosyo-Kültürel ve Politik Etkileri**

Turizm olayının temelini insan ve insan toplulukları oluşturmaktır. Turizm olgusu, insandan insana ve insandan topluma geçen sosyal ve kültürel bir olaydır. Turistler başka ülkelere ve şehirlere giderek, oralarda yerli ve yabancı insanlarla, farklı topluluklarla temas halinde bulunarak, farklı sosyal ve kültürel ilişkiler kurmaktadır (Aymanıuy 2006, 32).

Turizmin tanımında, turizm için “sosyo-ekonomik bir olaydır” ifadesi kullanılmaktadır. Ancak turizm ekonomik açıdan etkiliği olduğu kadar sosyo-kültürel ve politik açıdan etkili olmaktadır. Turizm olgusu yerel halkı ekonomik açıdan olumlu açıdan etkilemektedir. Hatta ülkeler açısından önemli bir faktör olarak görülmektedir. Ancak turizmin sosyo-kültürel ve politik açıdan hem olumlu hem de olumsuz etkileri vardır. İlk başlarda büyük iş imkânları, yüksek gelir, döviz gibi faktörler sevindirici bir gelişme olarak benimsense de, kısa bir süre sonra sosyo-kültürel açıdan çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Ancak, kongre turizmi bazı yönlerden yıkıcı etkiye sahip olsa da kültür yıkıcılığı konusunda kötü etkilere sahip değildir.

Paket turlarla geldiklerinde bu farklılık derecesi daha da artar, sadece turist in orada olduğu izlenimini veren bir illüzyon söz konusudur. Çevresinde değişik görüntüleri görür ancak yerli halkla bir etkileşim içine giremez. Çünkü ziyaretçiyi meşgul eden ve yerli halktan sosyal ve psikolojik olarak farklı kılan bir dolu faaliyet programı vardır. Zaten havalimanından otele ve toplantı yerlerine gidiş ve dönüşleri dışında, sadece bazı seçilmiş restoran ve dükkânlara uğrarlar. Bu durum yerli halk ile niye sınırlı bir ilişki içerisinde olduklarını daha iyi açıklar (Hiller 1995, 376).

Yerli halk ile ilişkiler sınırlıda olsa kongre turizminde etkisinin olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Olumlu yanları olduğu kadar olumsuz yanları da bulunmaktadır. Olumlu yanlarına baktığımız zaman, yerel halkın gelen delegelerin kültürlerinden ve eğitimlerinden yararlanmaya başladıklarını, gençlerin dillerini geliştirmek için çaba gösterdiklerini görüyoruz. Bununla birlikte, yerel halkın kültüründe değişim meydana getirerek yozlaşmaya neden olabilmektedir. Ayrıca, yabancılara benzeme duygusuyla bir sürü sorun ortaya çıkabilir.

Ayrıca kongre turizmi ülkenin imajına ve tanıtımına önemli katkıda bulunmaktadır. Bir şehir ya da ülkede önemli bir kongre yapıldığında sadece delegeler değil, aynı zamanda kamuoyu da, basın, televizyon, radyo gibi iletişim araçları kanalıyla o şehir veya ülke hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Bu sayede kongreler, kongrelerin yapıldığın yerin reklam ve propagandasına yardımcı olmaktadır (Karasu 1986, 24).

Bir ülke veya bölgede turizmin gelişmeye başlamasıyla (özellikle kültüre ve sanata oldukça ilgili kongre delegelerinin katılımıyla meydana gelen kongre turizminin gelişimiyle) ülkedeki ve bölgedeki tarihi ve kültürel eserlerin korunması, bakımı ve onarımı işleri daha çabuk ve daha bir titizlikle yapılır.

Turizm ve kongre turizmi ayrıca, ev sahibi halkın temizlik bilincinin gelişmesine katkıda bulunabilir. Bölge insanı, turistlerin ve bilinç düzeyi daha yüksek olan ve çevresel konulara önem gösteren kongre delegelerinden etkilenerek daha temiz ve düzenli bir çevre için çaba gösterebilir.

Kongre turizmin diğer bir etkisi ise kongrenin gerçekleştirileceği bölgede alt yapının gelişmesini sağlamasıdır. Otellerdeki kongre salonları, kongre merkezleri, yeme-içme mekânları ve birçok işletmenin açılmasında etkili olurlar. Alt ve üst yapının gelişmesini sağlayarak ulaşım ve diğer alanlarda ki olumsuzlukların azaltılmasında etkili olmaktadır.

Son olarak kongre turizmin etkilerinden biri politik anlamda olmaktadır. Kongre turizmi açısından gelişmiş, büyük ve önemli kongrelere ev sahipliği yapabilecek ülkeler çok önemli siyasi toplantılar organize ederek ülkeler arasındaki uzlaşmayı sağlayarak barış havası yaratabilirler ve bu anlamda da kendi ülkelerine avantaj sağlayabilirler. Böylesine seçkin otoriteleri bir araya getiren kongreler dünyanın dikkatini toplar. Böyle toplantı sonrası o kongre şehri dünyanın gözünde eski şehir veya ülke değildir. İmaj, prestij ve önem açısından dünya şehirleri arasında bir basamak yukarı tırmanmışlardır. Bu şehirler farklı kültür ve medeniyetin temsilcilerinin arasında bir köprü durumundadır (Aydın 1997, 32).

### **1.5.3 Diğer Etkileri**

Kongre turizminin etkilerinden bir tanesi de mevsim uzatıcılığını gerçekleştirmesidir. Kongre faaliyetleri turizm sezonunda “ölü sezon” olarak tanımlanan zamanlarda gerçekleştirilebilme özelliğine sahiptir. Konaklama işletmeleri ilkbahar, sonbahar ve kış aylarında otelleri yarı zamanlı kapatmakta ya da işçi çıkarmaktadırlar. Bundan dolayı kongre faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi konaklama tesislerinin bütün yıl açık kalmasını sağlar ve tesislerin karlılığının arttırılmasına katkı sağlar.

Kongre turizminin şehirlerin gelişmesine de olumlu etkisi vardır. Kongre merkezlerinin oluşturulması ve kongre faaliyetleri gerçekleştirilmesi şehrin her açıdan kalkınmasını sağlar.

## **1.6 Kongre Turizm Pazarı**

Turizm amaçlı seyahat eden insan sayısının 700 milyon kişiyi aştığı tahmin edilen günümüzde bacasız sanayi olarak da nitelendirilen turizm sektörü birçok ülkenin ve uluslararası girişimcilerin ilgi alanı olmuştur. Turizm gelirlerinin yıllık 500 milyar doları aşması sektörü dünya ticaretinde ikinci sıraya oturtmuştur. Uluslararası ticari faaliyetlerde rekabet artmış, pazar yelpazesi genişlemiş ve insan odaklı bir yapılanma ön plana çıkmıştır. Turizm sektöründe ve turizm çeşitleri içerisinde kongre turizmi en fazla gelir getiren ve hızlı gelişen bir sektör olmuştur. Daha geniş kitlelerin ihtiyaçlarını karşıladığı ve pazar yelpazesi geniş olduğu için profesyonel organizasyonların da pazar payları yükselmiştir (Kara 2007, 252).

Buna bağlı olarak kongre turizm pazarını, kongre organizasyonları dzenlemek isteyen teşebbüsler (kamu ve özel) ve katılımcıları (kongre turistleri) ile bu hizmeti sunan kongre organizasyon işletmelerinin bulunduğu ortam olarak ifade etmek mümkündür (Arber 2008, 49).

Bu tanıma göre kongre pazarının unsurlarını şöyle sıralayabiliriz:

- Kongre dzenleme isteği bulunan bir birlik ya da kuruluşun varlığı
- Kongre dzenleyecek birlik ya da kuruluşun yeterli maddi güce sahip olması
- Kongre dzenleme isteği ve maddi gücü bulunan birlik ve kuruluşların isteklerine uygun asgari şartları taşıyan arz (kongre merkezleri, konaklama ve ulaşım imkânı, doğal ve kültürel çekicilik, kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı vs.) imkânlarının varlığı,
- Arz ve talebin bir araya gelmesi.

Bir taraftan turizm alanındaki gelişmeler ve bilimsel alandaki uzmanlaşmalar, diğer taraftan sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmelerle ortaya çıkan ulusal ya da uluslararası kuruluşlar kongre sayılarında artışa neden olmuştur. Bu artışlardan dolayı kongrecilik bir meslek haline gelmiş ve kongre olayı bir turizm hareketi olarak ortaya çıkmıştır.

Kongre pazarının gelişmesi ve önemli bir konuma gelmesinin en önemli nedenlerinden birisi de katılımcı özellikleri ve harcamalarıdır. Ayrıca, organizasyon dzenleyen kuruluşların harcamaları, medya konusunda ilgilenen destekçiler ve ticari destekçilerin olması ve imaj boyutunda olumlu sonuçların ortaya çıkması bu pazarın önemini ortaya koymaktadır.

Bu bölüm kongre turizm pazarı ve gelişimi, dünyadaki kongre turizm pazarı ve özellikle son yıllarda çok fazla gelişme gösteren Türkiye'deki kongre turizm pazarının gelişiminden bahsedilecektir.



Kongre turizminin gelişimini sağlayan daha birçok etken, arz ve talep açısından incelenebilir (Aymankuy 2003, 25-26).

Talep açısından gelişme nedenleri;

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

Arz açısından gelişme nedenleri;

- Kongre sarayları ve toplantı salonlarına yönelik yatırımların artması. Dünya genelinde kongre düzenlemeye elverişli kongre ve konferans merkezlerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu gelişmenin artarak sürmesi beklenmektedir.

- Ülkelerin kongre büroları kurmaları,
- Toplantı düzenlemeye uygun salonları bulunan kongre otellerinin, kongre organizasyonu içerisinde verdikleri hizmetleri geliştirmeleri,
- Kongre organizatörlerinin hizmete hazır olmaları,
- Havaalanlarında toplantı salonları ve konaklama tesisleri gibi hizmetlere yer verilmesi,
- Kongrelerin, turistik çekim merkezlerinde düzenlenmeleri, turlarla birleştirilerek, turistik bir olgu haline getirilmeleri,
- Turizm sektöründe hizmet veren seyahat acentaları, konaklama işletmeleri ve ulaştırma şirketlerinin kongrecilik ile ilgili çalışmalar yapmaları, hatta bazı acentaların kongre organizasyonu alanında uzmanlaşmaları.

### **1.7 Dünya Kongre Turizm Pazarı**

Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği (ICCA) verilerine göre kongre turizm hacminin toplam turizm gelirlerinin 1/3'ü kadar olduğu ve 170 milyar dolara ulaşıldığı anlaşılmaktadır. Gelişmiş ülkelerin toplam turizm gelirlerinden aldığı pay %50'den fazla, Akdeniz ülkelerinin ise aldığı pay ise %39 olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye'nin payı ise excursion'lar dâhil %3,5 olduğu ifade edilmektedir. Yılda ortalama 8.000 uluslararası kongre ve toplantı yapılmaktadır.

Uluslararası Profesyonel Toplantı (Meeting Professional International –MPI) verilerine göre, toplam kongre sayılarının içerisinde tıp kongrelerinin oranı %29,1, teknolojik firmaların toplantıları % 9,5, sanayicilerin toplantıları ise % 8'dir (Kara 2007, 252).

Kongre turizm pazarı ile ilgili elde edilen veriler doğrultusunda, kongrelerin kıtalar bazında dağılımı ise Tablo 3'deki gibidir.

**Tablo 3:**Uluslararası Örgüt Kongrelerinin Kıt'alar Bazında Dağılım Tablosu  
(1992-2006 Dönemine İlişkin Yıllar İtibarıyla)

<b>KIT'ALAR (%)</b>	<b>1992</b>	<b>1999</b>	<b>2004</b>	<b>2006</b>
<b>Avrupa</b>	61	57	57	59
<b>Amerika</b>	20	21	20	18
<b>Asya</b>	12	13	15	15
<b>Afrika</b>	5	5	5	5
<b>Avustralya</b>	2	4	3	3

**Kaynak:** Fischer, Uluslararası Kongre İstatistikleri; UIA

Tabloyu incelediğimiz zaman dünya kongre turizminin gerçekleştirdiği kongrelerin 1992-2006 yılları arasındaki toplantı sayıları verilmiştir. Avrupa'nın düzenlemiş olduğu toplantı sayılarında düşüş gerçekleşse de diğer kıtalara baktığımız zaman en çok toplantı gerçekleştiren kıtadır. Amerika da bütün yıllara baktığımız zaman azalış göstermekte olduğunu görmekteyiz. Asya kıtasındaki kongre sayılarına baktığımızda ise 1992 yılında % 12 olan sayının 2006 yılında % 15 artış göstermiştir. Afrika kıtasında kongre sayılarında değişme olmamıştır. Avustralya ise gelişen bir kıta olmasına rağmen istikrarlı bir artış kaydedememektedir.

Uluslararası kongrelerinin yaklaşık %59'unun Avrupa'da organize edildiğini yukarıdaki tabloda görmekteyiz. Bunun en önemli sebepleri, bu bölgede ülkelerin her bakımdan gelişmiş olmaları, kongre ve toplantı amaçlı seyahatler için her türlü alt ve üst yapı yatırımlarına sahip olması, birçok uluslararası birlik, dernek ve kuruluşların merkezlerinin bu ülkelerin çeşitli şehirlerinde olması olarak ifade edilebilir (Aymankuy 2003, 114).

Tablo 4'e baktığımız zaman 2008 yılında uluslararası toplantıların en fazla yapıldığı ülkeleri görülmektedir:

**Tablo 4:** Uluslararası Toplantıların En Fazla Yapıldığı Ülkeler ve Toplantı Sayıları

SAYI	TOPLANTI DÜZENLENEN ÜLKELER	TOPLANTI SAYISI	SAYI	TOPLANTI DÜZENLENEN ÜLKELER	TOPLANTI SAYISI
1	ABD	507	16	Kore	169
2	Almanya	402	17	İsveç	163
3	İspanya	347	18	Finlandiya	142
4	Fransa	334	19	Yunanistan	123
5	İngiltere	322	20	Belçika	122
6	İtalya	296	21	Singapur	118
7	Brezilya	254	22	Arjantin	115
8	Japonya	247	23	Danimarka	113
9	Kanada	231	24	Meksika	112
10	Hollanda	227	25	Macaristan	111
11	Çin	223	26	Norveç	107
12	Avusturya	196	27	Polonya	101
13	İsviçre	194	28	Türkiye	98
14	Avustralya	182	29	Tayland	95
15	Portekiz	177	30	Çek cumhuriyeti	92

**Kaynak:** ICCA (www.iccaworld.com,2008)

Kongre sayıları göz önüne alındığında gelişmiş ülkeler içerisinde özellikle Avrupa şehirlerinin ilk sırada olduğu görülmektedir. Söz konusu ülkelerde kongre turizmi için her türlü alt ve üst yapı yatırımları mevcuttur. Kongre turizmi ancak yüksek teknolojinin kullanıldığı çok kaliteli alt ve üst yapı olanaklarının bulunduğu yerlerde gelişebilmektedir.

Tabloyu incelediğimiz 7 milyon m<sup>2</sup> üzerinde kapalı kongre ve fuar alanı olan ABD'nin 507 toplantı sayısı ile diğer yıllarda olduğu gibi en fazla kongre gerçekleştiren ülke olduğunu görmekteyiz. Bu kongre faaliyetlerinin gerçekleştirilmesindeki en önemli nedenlerden biri ABD'nin hemen hemen tüm şehirlerinde kongre faaliyetlerinin rahatlıkla gerçekleştiriliyor olmasıdır.

Geçen yıllarda gerilerde olan Almanya'nın 402 kongre sayısı ile 2.sıraya taşındığını görmekteyiz. 2006 yılında 320 kongreye ev sahipliği yapan Almanya 2008 yılında ise bu sayıyı artırarak 402'ye yükseltmiştir. Bu da kongre turizm pastasından aldığı payın arttığını ve artmaya devam edeceğini gösteriyor. 3. ve 4. sırada ise 347 ve 344 kongre sayısı ile İspanya ve Fransa yer almaktadır

**Tablo 5:** 2008 yılı Kongre sayılarına göre en fazla uluslararası kongrenin yapıldığı şehirler

SAYI	TOPLANTI DÜZENLENEN ŞEHİRLER	TOPLANTI SAYISI	SAYI	TOPLANTI DÜZENLENEN ŞEHİRLER	TOPLANTI SAYISI
1	Paris	139	11	Kopenag	82
2	Viyana	139	12	Sao Paulo	75
3	Barselona	136	13	Prag	74
4	Singapur	118	14	Beijing	73
5	Berlin	100	15	Atina	72
6	Budapeşte	95	16	Buenos Aires	72
7	Amsterdam	89	17	İstanbul	72
8	Stockholm	87	18	Bangkok	71
9	Seoul	84	19	London	68
10	Lisbon	83	20	Tokyo	68

**Kaynak:** ICCA ([www.iccaworld.com/2009](http://www.iccaworld.com/2009))

2006 yılında bu sıralamayı Paris, Viyana ve Singapur paylaşmaktaydı. Ancak 2008 yılına baktığımız zaman 3.sırada Barcelona'nın olduğunu görüyoruz. Bu kongrelerin

Avrupa şehirlerinde yoğunlaştığını görmekteyiz. Çünkü Avrupa'nın dünyanın her bölgesi ile rahat ve kolay ulaşım imkânına sahip olması, bir başka deyişle, dünyanın merkezi konumundadır. Ayrıca bu bölge eski medeniyetlerin kurulup, yıkıldığı topraklardır. Dolayısıyla kişiler toplantılara katılma Kararı verirlerken, bu tarihi ve turistik yerleri görmek istemelerinden dolayı da Avrupa'da kongre amaçlı seyahatler çok sık görülmektedir. Öte yandan Avrupa büyük nüfusu ve üretim hacmiyle bir ticaret merkezidir. Yine Avrupa dünya turizminden en büyük payı (2001 yılı itibariyle turist varışlarında % 58,8; turizm gelirlerinde ise % 49,16) almaktadır.

### **1.8 Türkiye'de Kongre Turizm Pazarı**

Kongre turizmi, Türkiye'de çok yeni olup, endüstrisi uygulamalarına ilişkin ilk verilere 1970'li yıllarda rastlanmaktadır. Söz konusu kayıtlara göre Türkiye'de 1970 – 1979 yılları arasında toplam 132 uluslararası kongre yapılmıştır.

Bu veriler, Türkiye'nin kongre turizm pazarında ne kadar yeni olduğunu açık biçimde göstermektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin 2006 yılında 72 uluslararası kongreye ev sahipliği yaparak, dünya sıralamasında 28'inci olması kuşkusuz, Türkiye kongre turizm pazarının gelişim ve potansiyelini ortaya koymaktadır (Arber 2008, 77).

2008 yılına geldiğimizde ve Türkiye'nin kongre faaliyetlerine baktığımız zaman kongre sayılarında artma olmuş ancak dünya sıralamasında aynı konumda kalmıştır. Bu da Türkiye'nin kongre açısından gelişmediğini göstermektedir.

Türkiye'nin kongre turizm pazarında gelişmesi açısından Türkiye'nin potansiyeli arz ve talep yönünden incelenip, gelişmesine neden olan sorunların neler olduğu hakkında bilgi verilip, nasıl çözüleceği anlatılmaya çalışılacaktır.

#### **1.8.1 Arz Açısından Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli**

Türkiye iklimi, doğal ve tarihi güzellikler, yiyecek-içecek kültürü, konaklama gibi zengin turizm olanaklarına sahiptir. Özellikle ulaşım, imaj, kongre merkezleri vb arz olanakları Türkiye'nin kongre turizmi açısından önem kazanmaktadır.

Kongre turizmi açısından ulaşımı inceleyecek olursak; bir ülkeye veya kongre şehrine hızlı, rahat ve kolay ulaşım imkânlarının bulunması, kongrenin o bölgeye çekilmesinde önemli rol oynamaktadır (Aymankuy 2003, 128).

Türkiye kongre turizmi açısından ulaşım boyutunda genel olarak baktığımızda yeterli ulaşım arzına sahip olduğunu görmekteyiz. Özellikle son yıllarda gelişen havayolu ulaşımı önemli faktör olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'nin turizm yatırımları, master planlarının yetersizliklerine rağmen, önemli şehirlerde, altyapı gereksinimlerini büyük ölçüde karşılamaktadır. Günümüzde İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara illeri kongre turizmi için yeterli alt yapıya sahip bölgelerdir (Çizel 2002, 594; Tavmergen; Aksakal 2004, 23).

Türkiye'de üst yapı faaliyetleri özellikle kongre merkezleri ve toplantı salonlarının yapılmaya başlanması kongre turizminin gelişiminde büyük öneme sahiptir. Kongre endüstrisinin potansiyelini fark eden yatırımcılar bu sektörde yeni yatırımlar yapmaya başlamışlardır.

Kongre turizm üstyapı arzının büyük bir bölümünü, özel yatırımcıların kongre merkez ve otellerin toplantı salonları oluşturmaktadır. Başka bir ifade ile Türkiye'nin toplantı amaçlı üst yapı ve kongre merkezleri sayısının az olduğu (Tavmergen; Aksakal 2004, 24) ve bu durumu 3, 4, 5 yıldızlı otel ve tatil köylerinin yaklaşık 335.000 kişi kapasiteli kongre ve toplantı salonları ile özel sektörün karşıladığını ifade etmek mümkündür. Ancak, kongrelerin Türkiye genelinden daha çok, büyük şehirlerde ve 4 – 5 yıldızlı otellerde gerçekleştirildiği dikkate alınırsa, bu verilerin arz potansiyelini ortaya koymakta yetersiz kaldığı görülmektedir (Arber 2008, 81).

Kongre turizm arzında, özellikle katılımcıların özelliklerine bağlı olarak, imaj çok önemli bir faktördür. Türkiye'nin, Avrupa Birliği üyelik görüşmelerine başlaması, endüstriye, yoksun olduğu imajı yaratmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Bu imaj katkısı ile kongre turizm arzının gelişimi ve endüstrinin büyümesi, daha da anlam kazanacaktır.

### **1.8.2 Talep Açısından Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli**

Teknolojik gelişmelerin iletişim ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmasına rağmen, insanların sosyal bir varlık olmasından dolayı kongre turizmi talebinin gelişerek devam edeceği ifade edilmektedir. Türkiye kongre turizmi talebine olumlu etki yaratan bir diğer konu globalleşme hareketleridir. Bu olumlu etki, Türk kurum ve kuruluşların organizasyonlarına bir taraftan uluslararası boyut kazandırarak Türkiye'ye olan talebi arttırırken, diğer taraftan Türk kuruluş ve sivil toplum örgütlerinin uluslararası örgütlerle bütünleşmelerini sağlayarak kongre yapma kültürünü Türkiye'de yaygınlaştırmaktadır. Ayrıca, bu işletme ve kurumların Türkiye'nin doğal temsilcileri olmaları, Türkiye'ye imaj ve tanıtım boyutunda kazandıracakları değerlerin de Türkiye kongre turizm talebinin gelişmesine kayda değer katkılar sağlamaktadır (Arber 2008, 86).

Türkiye'nin, kongre turizmi pazarında çok yeni olması, turizm sektöründe bile oluşturulmuş güçlü bir imajının olmaması, Türkiye'nin kongre turizmi talebini ve gelişimini olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir (Aymankuy 1996, 24). Kongre turizmi talebinin yıl içerisindeki eğilim ve yoğunlukları ile ilgili yapılan araştırmalar, kongre organizasyon talebinin %41'i eylül, ekim ve kasım aylarına, %27'si mart, nisan ve mayıs aylarına, %22'si haziran, temmuz ve ağustos aylarına yönelik olduğunu göstermektedir.

Türkiye'de faaliyette bulunan 100'ün üzerindeki sendika ve bunların faaliyetleri, 20'nin üzerinde siyasi parti ve bunların organizasyonları, Türkiye çapında kurulmuş ve il bazında örgütlenmiş meslek birlikleri, ticaret ve sanayi odaları ve bunların organizasyonları Türkiye'nin potansiyelini göstermektedir. Bunun yanında, 20'nin üzerindeki sigorta işletmesi ve bunların tanıtım vb. faaliyetleri, binlerce kobi işletmesinin hizmet içi eğitimleri, ilaç firmaları ve ecza depoları gibi çeşitli kurum ve kuruluşun ulusal ve uluslararası faaliyet ve toplantıları göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'nin kongre turizmi iç talebi açısından büyük bir pazara sahip olduğu görülecektir (Arber 2008, 89).



## BÖLÜM II

### KONGRE TURİZMİNDE ÖRGÜTLENMELER ve KONGRE-TOPLANTI HİZMETLERİNİN ORGANİZASYONU

#### 2.1 Kongre Turizmde Örgütlenmeler

Her alanda olduğu gibi kongre turizmi alanında da kongre turizmi ile ilgili faaliyet gösteren kuruluşlar vardır. Kongre turizm alanında hizmet veren çeşitli mesleki gruplar ve arz unsurları, kongre pazarındaki etkilerini arttırarak, pazardan daha fazla pay almak amacıyla örgütlenmişlerdir. Bu tür örgütlenmeler içerisine gitmeyen ülkelerin, kongre bürolarının, merkezlerinin ve organizatörlerin pazardan yeterli pay almaları ve pazar payını genişletmeleri pek mümkün olmamaktadır (Aymanıkuy 2006, 37). Bugün dünya genelinde sayısız denebilecek kadar çok oluşum vardır (Çizel 1999, 28).

Bunları şu şekilde sınıflandırabiliriz:

- a) Ulusal Turizm Kuruluşları
- b) Kongre Büroları
- c) Kongre Merkezini Pazarlayan ve Yönlendiren Kuruluşlar
- d) Kongre Organizatörü Kuruluşlar

##### 2.1.1 Ulusal Turizm Kuruluşları

Bazı ülkelerde ulusal turizm kuruluşları veya örgütleri, oteller, seyahat acentaları, kongre merkezleri, üniversiteler ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar kendi içlerinde veya bir araya gelmek suretiyle kongre birimleri oluşturmuşlardır (Karasu 1996, 26). Kongre birimlerinin görevleri arasında, kongre mekânlarını tanıtmak ve potansiyeli belirtmek, bu mekânlarının pazarlanmasına yardımcı olmak, ilgili kuruluşlarla görüşmeleri sağlamak, kongrelere maddi-manevi destek sağlamak vardır.

### 2.1.2 Kongre Büroları

Tanıtmada en önemli yöntemlerden biri, turizm çeşitlerinin öne çıkarılarak tanıtılmasıdır. Bu çerçevede kongre turizminin tanıtımı için kurulan Convention Bureau (Kongre Büroları) büyük önem kazanmıştır. Ulusal, bölgesel ve yerel nitelikte kurulan kongre büroları sahip olunan kongre turizmi potansiyelini kar amacı gütmeyen ve pazarlayan kuruluşlardır (Karasu 1986, 26).

Kongre büroları kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Gelir kaynaklarına baktığımız zaman üyelik aidatları ve devlet yardımlarının en büyük payı oluşturduğu görülür. Ayrıca reklam gelirleri ve eğitim seminerleri de gelir kaynakları arasındadır.

Dünya’da ilk kongre ve ziyaretçi bürosu 100 yıl önce kurulmuştur. Dünya geneli ortalaması 40 yıldır, Türkiye’de ise 1998 yılında kurulmuştur (Kongre Dergisi, 2001) (Aktaran: Tavmergen; Aksakal, 77).

Kongre Bürolarının yapmış oldukları faaliyetleri şu şekilde özetleyebiliriz ([http://en.wikipedia.org/wiki/Convention\\_and\\_visitor\\_bureau/2010](http://en.wikipedia.org/wiki/Convention_and_visitor_bureau/2010)) :

- Bölgelerin ve ülkelerin kongre turizmi için sahip oldukları potansiyelin tanıtılması
- Kongre ve fuarcılık faaliyetlerinin tanıtımı ve temsili
- Uluslararası kongre ve konferansların pazar hareketlerinin takibi ve üyelere bildirilmesi
- Konu ile ilgili uluslararası birlik ve derneklere üye olunması ve bu platformda şehirlerin, bölgelerin ya da ülkelerin temsil edilmesi
- Kongre organizasyonlarında danışmanlık hizmeti
- Kongreye katılanların beklentilerini ve hazırlık çalışmaları ile ilgili eğitim seminerleri düzenlemek
- Bu faaliyetlere yönelik tüm bölgeyi detaylı bir şekilde kapsayan, kongre katalogları basılması
- Kongre turizmi ile ilgili çeşitli poster ve tanıtım malzemeleri hazırlanması
- Kongrecilik konusunda fuarların düzenlenmesi ve profesyonel kongre operatörlerinin davet edilmesi

- Profesyonel ilişkiler geliştirilmesi
- Bütçelerinin durumuna göre bazıları kendi bünyelerinde kurdukları AR-GE bölümü ile araştırmalar yapmaktadırlar.

Kongre büroları ulusal, yerel ve uluslararası kongre büroları birlikleri olarak üçe ayrılır:

### 2.1.2.1 Ulusal Kongre Büroları

Ulusal kongre büroları kuruldukları yerin adını taşırlar. Bu kongre büroları temsil ettikleri yerin kongre imkânlarını tanıtıcı ve pazarlayıcı görev üstlenirler (Aymankuy 2003, 36).

**LCB (London Convention Bureau):** İngiltere’de ulusal turizm örgütüne bağlı Londra Turizm ofisinin bir bölümü olarak faaliyet göstermektedir. Özellikle Londra’da düzenlenen kongre ve toplantılarla ilgili bir danışma merkezidir.

Diğer kongre bürolarının bazıları ise;

**NCB (Netherlands Convention Bureau)** Hollanda Kongre Bürosu

**DCB (Deutsches Congress Bureau)** Almanya Kongre Bürosu

**JCB (Japan Convention Bureau)** Japon Kongre Bürosu olarak sayılabilir.

### 2.1.2.2 Yöresel Kongre Büroları Birliği

Farklı ülkelerde bulunan kongre bürolarının oluşturdukları yöresel birliklerdir. Bu oluşumlar aracılığıyla bölgeler, kongre pazarında daha güçlü olmaktadır (Aymankuy 2003, 36). Örnek olarak APACB (Asia Pacific Association of Convention Bureaus) Asya Pasifik Kongre Büroları Birliği verilebilir.

### **2.1.2.3 Uluslararası Kongre Büroları Birliği (IACVB)**

Ulusal kongre bürolarının neredeyse tamamını bünyesine katmış olan IACVB'nin (International Association of Convention and Visitors Bureaus) Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği merkezi Washington'da bulunmaktadır (Gülbahar 2006, 69). Her yıl üyesi bulunan kongre bürolarının çıkarmış olduğu katalog ve düzenlemiş olduğu web siteleri ile tanıtılmaktadır.

## **2.2 Kongre Merkezlerini Pazarlayan ve Kongreleri Yönlendiren Kuruluşlar**

Kongre turizminin dünya genelinde her geçen gün önemini arttırması ve dünya turizm gelirlerinin yaklaşık %25'ini kongre turizminin oluşturması kongre turizminde rekabeti arttırmıştır. Artan rekabet nedeniyle dünyanın değişik bölgelerinde kongre merkezlerini pazarlayan ve yönlendiren kuruluşlar ortaya çıkmıştır (Çizel 1999, 33).

### **2.2.1.1 Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu EFCT (European Federation of Convention Towns)**

Bu federasyonun amaçlarını şöyle özetleyebiliriz (Oschman 1996, 42) (Aktaran: Oral; Kurgun 1997, 44):

- Uluslararası lider otoriteler, dernekler ve diğer birliklerle birlikte, üye olan şehirlere destek vermek,
- Üye şehir katılımcılarına kongre/konferans turizmi ile ilgili eğitim programları ve yaz okulları düzenlemek,
- Avrupa kongre endüstrisi adına sözcülük görevini üstlenmek ve bunun için kendi basın bürosunun faaliyetlerini yönlendirmek,
- Kongre organizatörlerine talepleri doğrultusunda destinasyon bulmak ve organizatörleri yönlendirmek.

### **2.2.1.2 Uluslararası Kongreler Birliği ICCA (International Congress and Convention Association)**

65 ÷lkeden toplantı/kongre uzmanlarının üye olduğu ICCA vasıtası ile (Aymankuy 2003, 37);

- Dñnyada kongre turizmi alanındaki tüm gelişmeler takip edilir,
- Profesyonel ilişkiler geliştirilir,
- Potansiyel müşterilerle bağlantı imkânları bulunur (Çizel 1999, 34).

ICCA'nın verdiği hizmetlerin bir bölümü şöyle özetlenebilir:

- Her sene organize edilen 4000 den fazla toplantının dökümü,
- Kongre ve konferanslar hakkındaki bilgiler,
- Eğitim faaliyetleri,
- Haber bültenleri.

### **2.2.2 Profesyonel Kongre Organizatörleri PCO (Professional Congress Organizers)**

“PCO’lar bir kongrenin organizasyonunda tüm işleri koordine eden, rehberlik yapan ve tüm insani, teknik ve parasal kaynakları harekete geçiren kişi ya da kuruluşlardır. Profesyonel kongre organizatörleri, kongre organizasyonu içerisinde yer alan tüm faaliyetleri kapsayan paket programlar hazırlarlar ve programı aynen uygularlar. Kongre düzenleyicileri için “organizasyon” bu paketi kapsamakta ve fiyatı da bu pakette yer alan hizmetlere göre belirlenmektedir.” (Pirinççioğlu 1996, 7) (Aktaran: Aymankuy 2006, 38).

Uluslararası kongre yapma kararı veren dernek ya da kuruluş ya organizasyon komitesi kurar ve yürütme kurulundan birini bu işle görevlendirir ya da tüm organizasyon bir profesyonel organizatöre verilir. Organizatör hazırlıkla ilgili yapılacak tüm işleri ve kongrenin başarısıyla devamı için gerekenleri ayrıntıyla inceleyip bir bütün haline getirirler (Çizel 1999, 31).

Kongre organizasyonunda ayrıntılar çok önemlidir. Diğer bir ifadeyle kongre organizasyonun başarısı ayrıntılarda gizlidir. Kongre organizasyonu esnasında en küçük bir aksaklık bile, kongre organizasyonunun başarısını engelleyebilmekte, hatta “başarısız kongre” olarak sınıflandırılabilir. Her şeye rağmen kongre organizasyonunda en büyük yük (özellikle işin teknik kısmı) PCO’lerindedir. Kongre organizasyonunda unutulmaması gereken bir nokta; kongre sahipleri hayatları boyunca belki birkaç defa kongre yapmışlardır. Oysa deneyimli PCO’lar sürekli bu işle uğraşır ve ekonomik getirilerini bu işten sağlarlar. Dolayısıyla Profesyonel Kongre Organizatörleri kongre organizasyonunda uzmandırlar. O nedenle bir kongrede başarısında en önemli nokta tecrübeli ve başarılı bir PCO bulmak ve görevlendirmektir (Aymankuy 2006, 38).

Kendilerine ait uzman personelleri, teknik kaynakları ve kongre için ihtiyaç duyulacak her alanda kontakları vardır. En önemlisi sahip oldukları tecrübelerini kullanarak çok uygun bir bütçe ile iyi organizasyonlara imza atarlar. Organizatör kongre organizasyonunu aldıktan sonra yönetim ve teknik destek sağlar. Ancak kongrenin programı ile ilgili sorumluluklar yine de organizasyon komitesine aittir. Bir kongre organizasyonunda önemli olan detaylardır. Kongre organizatörlerinin profesyonelliği özellikle detay yönetiminde görülür (<http://www/IAPCO.org>,2010).

Kongre organizatörleri uzmanlaşmış bağımsız seyahat acentaları olabilir, bir tur operatörünün organizasyonu içinde yer alan bir bölüm olabilir veya düzenli kongre düzenleyen şirket ve şirket grupları içinde bir departman olarak faaliyet gösterebilir (Çizel 1999, 31).

Ancak PCO’leri hiçbir zaman tur düzenlemezler. PCO’nca kongre şehri, otel kongre merkezi belirlenir, kongre öncesi ve sonrası turlar vb. hizmetler için seyahat acentasıyla, yiyecek içecek hizmeti veren catering işletmesi veya işletmeleriyle ve organizasyonda görev alacak part-time elemanlarla temaslar kurulur. PCO’lerini diğer kongre düzenleyen kuruluşlardan ayıran en önemli özellik, kongre organizasyonu içerisinde yer alan tüm ihtiyaçların bu işletmelerce karşılanmasıdır (Aymankuy 2006, 42).

Kongre organizatörleri ile ilgili merak edilen diğer bir konu da kongre organizatörlerinin maliyetleridir. Kongre organizatörlerinin aldıkları ücretler genellikle organizasyonun büyüklüğü ve organizasyonun şekli ile ilgilidir.

Kimi zaman kongreyi düzenleyen dernek ve kuruluş PCO'dan organizasyonun belli bölümleri için yardım isteyebilir. Bazen de kongre tamamı ile PCO'ya verilir. Her iki durumda da organizatör kullandığı personel ve zamanı baz alarak ücretleri belirler. Ücretle ilgili anlaşmalar yazılı olarak yapılır. Kongre bütçesinde ayrı olarak gözüktür.

PCO'lar kendi aralarında örgütlenmişlerdir. IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers), uluslararası kongre organizatörleri derneği 1968 yılında kurulmuştur. Yüzlerce üyesi olan bu kuruluş kongre pazarında profesyonel kontaklar geliştirerek üyelerini tanıtmaktadır.

Son olarak bu kuruluş değişik ülkelerdeki fuarlara ve kongre turizmi ile ilgili toplantılara katılarak iş dalı ile ilgili kişi veya kuruluşlarla bir araya gelerek üyesi bulunan PCO'ları tanıtmakta ve pazarlamaktadır (Çizel 1999, 32-33).

### **2.3 Kongre Organizasyonu Planlaması**

Kongre faaliyetlerinde neyin, nasıl, hangi zamanda ve kimler tarafından gerçekleştirileceği belirlenmelidir. Çünkü kongre faaliyetleri çok özenle ve ayrıntılı şekilde çalışmayı gerektirmektedir. Bu yüzden kongre faaliyetlerini gerçekleştiren taraflar için en yüksek faydayı sağlamak için en uygun yöntemlerin belirlenmesi gerekmektedir.

Bunun için kongre ve/veya toplantı faaliyetiyle ilgili olarak kongre delegeleri ve refakatçilerinin kongre süresince faydalanacağı hizmetlerin ve ürünlerin sağlanması, bunun yanında düzenlenen toplantının hiçbir aksaklık olmadan tamamlanabilmesi için kongre kenti ve mekânı seçiminden, toplantı esnasında sunulacak yiyecek içecekler, diğer bir ifadeyle kongre delegelerinin kongre mahalline getirilmesinden, tekrar evlerine dönünceye kadar geçen süredeki tüm çalışmalar kongre organizasyonu olarak adlandırılır (Aymankuy 2006, 45).

### 2.3.1 Kongre Ülkesi ve Şehir Seçimi

Bazı toplantıların düzenleneceği yerler ve bölgeler önceden belirlenmekte ya da her yıl aynı yerde olmaktadır. Bazı büyük şirketler de toplantılarını kendi merkezlerinde düzenlemektedir. Diğer örgütler ise değişik coğrafi bölgelerden gelen toplantı delegelerinin yol masraflarını azaltmak veya değişik coğrafi ve kültürel çekiciliğe sahip değişik bölgelerin cazibe faktörlerini toplantı için çekim gücü olarak kullanmak amacıyla toplantı bölgelerini her yıl veya her toplantı döneminde değiştirmektedirler (İçöz 1998, 207) (Aktaran: Tavmergen; Aksakal 2004, 78).

Toplantı merkezlerinin yanı sıra, toplantının düzenlendiği kent de katılımcıların beklentilerine cevap verebilecek yeterliliğe sahip olmalı. Konaklama merkezlerinin, restoranların kalitesi, ulaşımın kolay ve güvenilir bir biçimde sağlanabilmesi, şehrin otantik değerlerini koruyor oluşu, alışveriş-eğlence merkezlerinin varlığı ya da kalitesi toplantı organizatörlerinin bir kenti seçiminde önemli rol oynuyor (Yücel 2003, 8).

Bu yüzden bir yerin kongre destinasyonu olabilmesi için aranan özellikler şunlardır (Çizel 1999,63-64):

- a) Ulaşım
- b) Alt yapı
- c) Konaklama
- d) Kongre salonu ve imkânları
- e) Personel kalitesi
- f) Güvenlik
- g) Yan hizmetler
- h) Çevre ve kültürel zenginlikler

Profesyonel organizatörler daha önceki kongre tecrübeleri nedeniyle delegelerin hangi kongre kentlerinden genellikle memnun kaldıklarını, tatmin olduklarını, organizasyonda güçlük çekilip çekilmediğini iyi bilirler. Bu bilgileri kongre düzenleyen derneğin karar organına açıklarlar. Organizatörün henüz tanımadığı namzet kentler üzerinde duruluyorsa görevli komite ya da organizatör bu kentleri bir bir dolaşım koşulları yerinde saptamak, gözlemek ve analizler yapıp sonuç çıkarmak ve bu bilgileri karar organına aktarmak durumundadır.



Bunun yanında turizm hareketlerinin temelinde olduğu gibi, kongre turizminde de turistik çekim unsurları ön plana çıkmaktadır. Kongre turizminin bir ülkede kendiliğinden ortaya çıkması mümkün değildir. Bir ülkede kongre turizmin ortaya çıkıp gelişebilmesi için, ülkenin coğrafi konumu, doğal güzellikleri, iklimi gibi doğal faktörler ile kültürel ve tarihi zenginlikler yanında özel bir takım alt ve üst yapı imkânlarının var olması gerekmektedir. Burada özellikle belirtilmesi gereken bir nokta, ulusal ve uluslararası turizm için elverişli olan her yer, kongre turizmi için uygun olmayabilir. Fakat kongre turizmi için özel yatırımların yapılacağı yerlerin mutlaka buraya gelecek yerli ve yabancı misafirlerin (delegelerin) konaklama, yeme-içme, rekreasyon vb. ihtiyaçlarını gidermelerine de elverişli arz imkânlarına sahip olması gereklidir (Aymankuy 2006, 43).

Ayrıca bir kentin kongre turizmi için önemli bir destinasyon olabilmesi için kentin kendine özgü bir imajının olması da önemlidir.

### **2.3.2 Kongre Zamanı ve Mekânı Seçimi**

Zaman etmeni planlamada son derece önemli bir konudur. Toplantı planlamacısı ise kısa sürede birbirini takip eden pek çok işin yapılması gerektiği için son derece önemli bir husustur. Planın kapsadığı süre genişledikçe kesinliği de azalmaktadır. Zaman uzadıkça beklenmeyen olaylar ortaya çıkma olasılığı da artmaktadır (Tavmergen; Aksakal 2004, 78).

Kongre zamanının saptanmasında organizasyon komitesi için özel durumlar söz konusu değilse kongre tarihinin tespit edilmesinde kongre organizasyonunda ilgili tüm taraflar için kabul görmüş genel esaslar vardır. Bu esaslar kongreden maksimum fayda sağlanmasına yöneliktir (Çizel 1999, 64).

Bir kongre organize edilirken gerek katılımcılar gerekse kongreyi düzenleyen kişi ve kuruluşlarca en uygun zamanın seçilmesi gerekmektedir. Kongreyi düzenleyen dernek ya da kuruluş kongre katılımcılarının çalıştıkları iş dallarının özelliklerine göre uygun zamanı seçmek isterler. Çünkü katılımcılar işlerinin çok yoğun olduğu dönemlerde bu tür toplantılara katılmak istemezler.

Ayrıca kongre maliyetlerinin düşük olması beklenir. Çünkü kongre organizasyonlarının belli bir miktarı kendileri tarafından ödenmektedir. Bunun için kongre zamanı ve mekânı belirlenirken profesyonel kongre organizatörleriyle çalışmakta fayda vardır. Organizatör en önemli avantajlarından birisi 1.sınıf hizmet verme imkânlarının daha çok olması ve müşteri memnuniyetinin en asgari ücretle gerçekleştirilmesidir.

Kongre turizmine hizmet eden konaklama tesisleri ve diğer işletmelerde turizm sezonu dışındaki dönemlerde bu türden gelen taleplere çok uygun fiyatlar uygulayarak, böylece sezonun uzatılmasını sağlamaya çalışmaktadırlar. Yine de katılımcılar kongrenin gidilecek yerin en uygun mevsiminde yapılmasını da istemektedirler. Böylelikle kongre süresi boyunca ya da süreyi uzatarak gittikleri yerlerin doğal, tarihi ve kültürel değerlerini değerlendirme fırsatı bulurlar. Aksi halde kongre organizasyonu içerisinde yer alan gezilerden beklenen faydayı sağlamak mümkün olmamaktadır (Aymanıuy 2006, 45).

Kongrelerin yapıldığı tarihlere ait istatistiksel bilgilere bakıldığında iki dönemin var olduğu gözlemlenir. Bunların ilki ilkbahar ayları bir diğeri ise sonbahar aylarıdır. Çünkü bu aylar konaklama tesisleri, havayolu şirketleri ve seyahat acenteleri için “ölü sezon” olarak ifade edilir. Aralarında kıyaslama yapılırsa sonbahar aylarında yapılan kongreler sayıca daha fazladır. Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) tarafından dünya genelinde yapılan bir araştırmaya göre, tüm dünya toplantılar için en çok tercih edilen ay eylül olarak belirlenmiştir.

Kongrelerin gerçekleştirileceği tesislerine belirlenmesinde gerçekleştirilecek kongrelerin büyüklüğü, katılımcılarının sayılarının ne kadar olacağı ve organizasyonu gerçekleştiren kurum, kuruluş ya da organizatörlerin beklentileri incelenir. Öncelikli olarak gerçekleştirilmesi düşünülen kongrenin ülke ve şehir seçimi yapılır ve kongre merkezleri incelenir. Kongre bütçesine uygun olan ve kongre ihtiyaçlarını gerçekleştirebilecek olan yerler seçilir.

Kongre turizmi, yüksek teknolojinin kullanıldığı çok kaliteli alt ve üst yapı olanaklarının bulunduğu yerler gelişebiliyor. Bu tür turizme yönelecek olan oteller ve tesisler öncelikle iyi bir alt yapıya ve ulaşım imkânına sahip olmalıdırlar. Daha sonra otelin içyapısındaki teknik detaylar önem kazanıyor. Ayrıca iyi bir teknik ekip ve güvenlik sistemi de bu tip turizmde aranan öğelerdendir (Yücel 2003, 7-8).

1986 yılında Meetings and Conventions dergisinin düzenlediği bir ankete göre kongre mekânlarının seçiminde öncelikli olarak yiyecek-içecek ve toplantı salonuna ilişkin faktörler ön planda olmaktadır. Çünkü kongreye katılan delegeler toplantıya katılmanın yanında ihtiyaçlarının da giderilmesini isterler. Yiyecek- içecek konusundaki sorunlar daha önceden kongre organizatörleri tarafından görülmeli ve ona göre seçimler yapılmalıdır. Kongre öncesi görüşmelerde yiyecek-içecek konuları görüşülmeli, hijyen, titizlik vb. mevzular gözden kaçırılmamalıdır.

Toplantı salonlarının gelişmiş olması kongre mekânının seçiminde önemli faktörlerdendir. Toplantı salonlarının yetersiz olması, ihtiyaçları gerektiği gibi karşılayamaması bu yerlerin tercihinde olumsuz yönde etki yapmaktadır. Kongreyi gerçekleştirecek organizasyonların 1.sınıf hizmet verme düşüncesin içerisinde toplantı salonlarının gelişmiş olması da önemlidir.

**Tablo 6:** Kongrelerde Tercih Edilen Kongre Merkezi Biçimlerinin Dağılım Tablosu (2000- 2006 Dönemine İlişkin Yıllar İtibarıyla)

Alan Biçimi (%)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Otel Toplantı Salonları</b>	31,9	34,6	34,4	36,5	37,8	40,1	40,9
<b>Kongre/Fuar Merkezleri</b>	41,5	39,2	39,5	40,6	41,6	38,9	36,9
<b>Üniversiteler</b>	17,0	15,1	14,9	14,9	12,3	13,0	14,5
<b>Diğer Yerler</b>	9,7	11,2	11,1	8,0	8,2	8,0	7,7
<b>Toplam</b>	100	100	100	100	100	100	100

**Kaynak:** Sirk, 2007 (ICCA, 1997 – 2006 Verileri)

Tablo 2'den de görüldüğü gibi, son yıllarda kongrelerin düzenlenme yeri seçiminde, otellerin tercih edilmesi yönünde bir eğilim vardır. Bu eğilim neticesinde otellerin, 2005 yılında 40,1 (fark 1,2) ve 2006 yılında 40,9 (fark 4) ile kongre ve fuar merkezlerine üstünlük sağladığı belirgin biçimde görülmektedir. Nitekim aynı durumun üniversiteler ve diğer yerlerin tercih edilmesinde de geçerli olduğu görülmektedir (Arber 2008, 67).

### 2.3.3 Kongre Süresinin Belirlenmesi

Kongrenin süresi ile büyüklüğü arasında doğru orantı söz konusudur. Diğer bir ifadeyle büyük kongreler küçüklerine göre daha uzun sürelidirler. Yani ulusal kongreler uluslararası kongrelere oranla daha kısa sürelidirler. Çünkü ulusal kongrelere katılmak uluslararası kongrelere katılmaktan daha kolaydır (Karasu 1986, 34).

Bununla birlikte kongre katılımcılarının eğer zamanları uygunsa ülkeyi veya şehri tanımak için konaklama sürelerini uzatabilmektedirler. Eğer kongrelerin gerçekleştirildiği yerler uzakta ve tekrar gidip görme imkânları yoksa bu süreleri daha çok uzatabilmektedirler.

Organize edilen kongreler kaç gün sürerlerse sürsünler tarafların tek hedefleri maksimum faydayı sağlamaktır. Kongrenin süresini etkileyen faktörler şunlardır (Özen 1986, 37) (Aktaran: Çizel 1999,67):

- a) Kongrenin büyüklüğü
- b) Kongrenin ulusal veya uluslararası olması
- c) Kongrenin konusu
- d) Kongre şehrinin katılımcılara uzaklığı
- e) Kongrenin kültürel ve toplumsal fonksiyonu
- f) Hafta içi özel indirimler, Kongreler eğer hafta içinde yapılıyorsa gerek konaklama, gerekse ulaşım fiyatları hafta sonlarına nazaran hafta içi daha düşüktür. Çünkü hafta sonlarında özellikle turistik amaçlı seyahatler çoğunlukta olduğundan bu işletmeler talebi, hafta içi günlere yayabilmek amacıyla birtakım indirimler yaparlar. Bu nedenle kongre süresinin ve hangi günleri kapsayacağını belirlenmesi gibi konular yönetim ve organizasyon maliyetleri ile doğrudan ilgilidir (Aymankuy 2006, 47).

### **2.3.4 Kongre Katılımcı Sayısının Arttırılması ve Slogan Seçimi**

Kongre katılımcı sayısının artırılması için kongre ile ilgili yapılan planlamalarda kongre yerinin ve zamanının tespiti çok önemlidir. Kongrelere katılımların arttırılması büyük ölçüde kongre yerinin doğru seçilmesiyle bağlantılıdır. Delegeler tarafından daha önce görülmemiş, yeterli doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklere sahip bölgelerde düzenlenen kongrelere katılım daha fazla olmaktadır. Öte yandan potansiyel delegelerin kongrelere katılım için özendirilmesinde kongreyi düzenleyen ya da diğer birlik yönetimlerine büyük görevler düşmektedir. Şöyle ki, yönetimler üyelerine ve bu konuda çalışan diğer kişilere kongreye katılmalarının mesleki açıdan onlara fayda sağlayacağı konusunu işleyerek katılımı arttırmaya çalışırlar.

Kongreye katılımı artırıcı bir diğer yöntem, kongre düzenleyen kuruluş ya da kurumun bir sekreteryaya kurmasıdır. Böylece katılımcıların her türlü sorularına cevap vererek katılımın artırılması sağlanabilir.

Kongreye katılımı artıracak diğer bir yöntem ise etkili bir slogan kullanmaktır. İyi bir slogan kongrenin içeriğinden kaynaklanmaktadır. Slogan, kongrenin ne için yapıldığını belirleyen nedenlerin bileşkesidir. Konuyla ilgili en kısa ve en öz mesajdır. Sloganlar hayal gücünü harekete geçiren ya da bir aksiyon ifade eden özellikte olabilirler. Slogan sadece belirleyici olmalı, kesinlikle sınırlayıcı olmamalıdır. En iyi ve başarılı bir slogan delegelerin kongre sonrasında da kullanabilecekleri tekerleme özelliğindeki sözcüklerdir. Her birlik ya da organizatör, kongrelerinde slogan kullanılmaz. Slogan belirlendikten sonra bu sloganın kongreye gerçekten yararlı olması isteniyorsa, organizatörün bunu sürekli canlı tutması gerekmektedir. Aksi halde slogan belirlemenin pek bir anlamı yoktur (Özen 1986, 39) (Aktaran: Aymankuy 2006, 51).

### **2.3.5 Tanıtma Faaliyetleri**

Kongreyi başarılı kılan en önemli unsurlardan bir tanesi de tanıtım faaliyetleridir. Kongre turizminde tanıtım faaliyetlerini iki açıdan incelemekte yarar vardır. Bunlardan ilki makro tanıtımdır. Bir başka ifadeyle makro tanıtma, ülkenin geneli hakkında yapılan tanıtma çalışmalarıdır. Bu çalışmalar çoğunlukla Turizm bakanlığı, Dışişleri

Bakanlığı, ulusal hava yolu şirketleri vb. gibi resmi kuruluşlar ile turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kurdukları ulusal birlikleri (TUROB, TURSAB vs.) tarafından gerçekleştirilir. Burada amaç ülke hakkında iyi bir imaj vermek ve uluslararası piyasada gelecekte iyi bir yer edinmek olarak ifade edilebilir.

Tanıtım faaliyetlerinin ilk aşaması kongrenin konusuna göre katılma olasılığı bulunan çevrenin, yani pazarın incelenmesidir. Pazar ne kadar iyi analiz edilirse tanıtım faaliyetlerinin başarısı o denli yüksek olur. Tanıtım faaliyetleri katılım artırıcı bir hava yaratır. Öncelikle katılımcıların kongreden beklentilerini ortaya çıkarıcı bir özendirme programı yapılmalı ve bu program kongrenin yapılacağı yerin çekicilikleri ile desteklenmelidir. Kongreye katılan tüm üyelerin beklentileri aynı değildir. Bu nedenle tanıtım faaliyetleri çok geniş yelpazede düşünülmelidir. Kongreye katılacak delegelerin beklentilerini genel olarak yeni tecrübeler kazanmak arzusu, organizasyona güvenme, cevap bulacağından emin olma, tanıma olarak özetleyebiliriz (Özen 1986, 40) (Aktaran: Çizel 1999, 69). Makro tanıtımda ülkeler, günümüzün tanıtım teknikleri olan reklam ve halkla ilişkiler çalışmaları ile lobicilik faaliyetlerini başarılı olarak uygulayabildikleri ölçüde başarılı olurlar.

İkincisi, organizatörün kongreye katılımı arttırmak için yaptığı tanıtım faaliyetleridir. Gerek kongreyi düzenleyen birliğin, gerekse kongre organizatörünün en önemli amacı kongreye katılımı arttırmaktır. Öyle ki, kongreye katılımın düşük olması, gelecek kongreye katılacak delege ve sergi düzenleyicilerinin de azalmasına neden olur. O nedenle kongre organizatörü ve birlik, gerekli ve yeterli ölçülerde kongreyi tanıtmalıdır. Bunun için öncelikle potansiyel katılımcının kimler olduğunun, diğer bir ifadeyle pazarın analiz edilmesi gerekmektedir. Potansiyel katılımcıların iş grupları, cinsiyetleri, yaş grupları vs. belirlenirken dikkat edilmesi gereken bir nokta, bu kişilerin katılma olasılığının bulunup bulunmadığıdır (Aymanıkuy 2006, 52-53).

Tanıtım faaliyetlerinde kullanılacak araçlar şunlardır; Dış basın ilanları, iç basın ilanları, gazete ve dergi ilanları, röportaj ve sponsorluk programları, yurt içi ve yurt dışı tanıtım gezileri, kongre ve fuar katılım, basın bültenleri, basın toplantıları, düzenlenmekte olan kongrelerde gelecek kongrelerin tanıtımı, üniversiteler aracılığıyla tanıtım, ulusal ve uluslar arası çeşitli resmi/özel kurum ve kuruluşlar aracılığıyla tanıtım, tanıtıcı posterlerin basımı, duyuruyu potansiyel katılımcıya göndererek

tanıtımdır (Çizel 1999, 70).

Kongre organizasyon işletmeleri, kongre ile ilgili hazırlanan broşür, afiş vb. basılı materyalleri, kongrenin hedef kitlesine ya da potansiyel katılımcılara posta ve kargo ile dağıtım hizmeti sunmaktadırlar. Ancak, internet ve teknolojinin gelişimi kongre ile ilgili bazı tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin elektronik ortama (e-davetiyelerin mail adreslerine gönderimi, önemli tarihlerin cep telefonlarına SMS olarak gönderimi) kaymasına neden olmaktadır. Kongre operasyonu ve organizasyon için gerekli olan malzeme ve ürünlerin taşınması amacıyla kongre organizasyon işletmeleri lojistik hizmetleri de sunmaktadır (Arber 2008, 43).

Diğeri ise tasarım uygulamalarıdır. Tasarım uygulamaları; kongreye özel logo yaratılması, kongre alanı yerleşim planları, sahne, kayıt ve sergi alanlarının tasarımı gibi kongre ile ilgili tüm önemli öğelerin görsel bir bütünlük içerisinde sunulması hizmetidir. Kongrelerde görsel sunum önemli olduğu için tasarım uygulamaları da önemli olmaktadır.

Kongre Web Sayfaları Gelişen internet tabanlı teknolojilerinin etkisiyle, web sayfaları kongre endüstrisinde yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Kongre web sayfası uygulamalarının planlama ve operasyon boyutunda ortaya koydukları değerler, kongre organizasyon işletmelerinin web sayfası yapım ve içerik yönetim hizmetleri sunmayı gerekli kılmıştır.

Kongre organizasyon işletmeleri, web sayfası vasıtasıyla (etkileşimli interaktif kongre web sayfaları ile); kayıt, konaklama ve transfer rezervasyonları, bildiri ve sunum gönderimleri, ücret ödemeleri gibi birçok işlemin online olarak gerçekleştirilmesi olanağını sunmaktadırlar (Zhang 2004, 1295) (Aktaran: Arber 2008, 42).

### **2.3.6 Personel İhtiyacı**

Bir ülke veya şehrin kongre merkezi olarak seçilmesindeki etkenlerden biri de deneyimli personelin olup olmamasıdır. Çünkü kongreye katılan kişiler gelir düzeyleri yüksek ve belirli bir eğitime sahip kişilerdir. Kongreye katılmak için ücretler ödemişlerdir. Bu yüzden verilecek olan hizmetlerin sorunsuz ve en iyi şekilde

verilmesini istemektedirler. Bu hizmetler de eksiksiz şekilde deneyimli personeller tarafından gerçekleştirilebilir.

Kongre organizasyonu süresince delegelere sürekli oturdukları ülke ve bölgelerden yola çıkıp, tekrar oraya dönünceye kadar hizmet sunacak personel (Çizel 1999, 72);

1. Havayolları yer ve uçuş personeli (Yer hostesleri, pilotlar ve uçuş hostesleri)
2. Havaalanı- Otel- Havaalanı arası transfer yapacak transfermanlar ve şoförler
3. Otel- Kongre Merkezi- Otel arası transfer yapacak personeller
4. Otel ön büro elemanları
5. Otel yiyecek-içecek servis elemanları
6. Kat hizmetleri elemanları
7. Yardımcı hizmet departmanları personeli (Teknik servis, çamaşırhane, park-bahçe vb. departman personeli)
8. Kongre kayıt personeli
9. Kongre sırasında simültane veya ardı sıra çeviri yapan tercümanlar
10. Kongre merkezindeki ses, ışık sinevizyon telekonferans vs. hizmetleri sağlayan teknik personel;
  - Kongre merkezinde hizmet veren hostesler
  - Kongre sekreteryası
  - Profesyonel kongre organizatörü temsilcisi
  - Yerel seyahat acentesi personeli
  - Bölgesel turlara katılacak rehberler şeklinde ifade edilebilir.

Yukarıda belirtmeye çalıştığımız kongre personeli incelendiğinde, çok farklı hizmetler, farklı kişilerce karşılanmaktadır. Durum böyle olunca da, bu hizmetlerin, belirli bir plan ve program dâhilinde ve ehil kişilerce yerine getirilmesi zorunluluğu oluşmaktadır.



Eğer işletme personel seçimi konusunda belirlenmiş kriterlere uygun davranmıyorsa işletme baştan başarısız bir hizmet ve sunumu kabul etmiştir. Ayrıca personel maliyetlerinde ki artışlarda bunu ortaya çıkararak işletmeye dezavantaj sağlamaktadır.

Profesyonel kongre organizatörü kişi ya da kuruluşun sürekli çalıştırdığı personel sayısı pek fazla değildir. Organizatörler işlerini kurmuş oldukları bir merkez ve bu merkeze bağlı çalışan sürekli olarak iş yaptıkları bir bölgede ya da bölgelerde kuracakları şubelerle götürülürler. Kongre organizatörü her bir kongre için ayrı ayrı ekip oluşturur. Bu ekiplerin koordinasyonu ve uyumlu çalışması için organizatör kuruluşun bünyesinden bir ya da birkaç kişi her ekibin başında bulunur. Ekipler geçici elemanlarla desteklenir. Organizatör tarafından ekiplerin daha önceden belirlenmiş olan yetki ve sorumlulukları doğrultusunda geçici elemanlara gerekli olan gerçekleştirilecek organizasyonla ilgili bilgiler kongre başlamadan önce yazılı olarak verilir. Böylece oluşabilecek sorunların önlenmesi ve kongre faaliyetlerinin sorunsuz olarak yürütülmesi sağlanır.

### **2.3.7 Döküman İhtiyacı**

Bilimsel toplantıların başarısı, büyük ölçüde kongrenin içeriğinin zengin olmasına bağlıdır. Ayrıca, kongreden sonra delegelerin ellerinde yalnızca dökümanların kalacak olması, bu ihtiyaçların mutlaka karşılanmasını gerekli kılar. Bir kongre bütçesinin %30-50'sinin döküman için harcadığı ifade edilmektedir. Bu rakam dökümanların önemini ortaya koymak için yeterlidir

Dökümanlar iki ayrı yöntemle belirlenir. Bunlar; zaman ve fonksiyon yöntemleridir (Özen 1986, 53) (Aktaran: Aymankuy 2006, 52).

**Kongre öncesi dökümanlar**, kayıt yaptırmış ve düşünme aşamasındaki delegeler için gerekli dökümanlar, davetli konuşmacılar ve kesin konuşmacılar için gerekli dökümanlar, basın için dökümanlar, resmi kurumlar için gerekli dökümanlardır. (Bu dökümanlar, çağrı yazıları, davetiyeler, resmi kurumlardan izin yazıları, basın bildirimleri ve ilanlar ile tahmini kongre programlarından oluşur).

**Kongre sırasındaki dokümanlar** ise kesin programlar, katılanların isim listeleri, yaka kartları ve rozetler, davetiyeler, günlük bültenler, dosyalar, blok notlar, kalemler vs.dir.

**Kongre sonrası dokümanlar** da, raporlar, özetler, haber bültenleri, kongre kitabı vs.dir.

Fonksiyonlarına göre dokümanlar; organizasyonla, yönetimle, yayımla, özendirmeyle ilgili dokümanlar ve kongre kitabı olarak sınıflandırılabilir.

## **2.4 Kongre Hizmetleri Yönetimi**

Kongre hizmetleri;

- a) Kongre öncesi faaliyetler
- b) Kongre esnasındaki faaliyetler
- c) Kongre sonrasındaki faaliyetler olmak üzere üç kısımda incelenir.

### **2.4.1 Kongre Öncesi Faaliyetler**

Kongrenin büyüklüğüne göre ve gerçekleştirileceği zamana bağlı olarak kongre organizatörleri ve kongre faaliyetini yerine getiren müdür arasında kongre öncesinde görüşmelerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Kongre öncesi görüşmeler gerçekleştirilmenin en önemli sebeplerinden biriside oda fiyatları ve yiyecek-içecek fiyatlarının belirlenmesidir. Çünkü belirlenen kriterlere göre, oda fiyatları kongre tarihinden yaklaşık 1 yıl önce yiyecek-içecek fiyatları ise yaklaşık 6 ay önceden belirlenmelidir.

Kongre mekânı ister otel, ister kongre merkezi olsun kongre organizasyonu yani yapılacak işler, birbirinden küçük oranlarda farklılıklar gösterse de genelde aynıdır. Kongre öncesinde yapılması gereken hazırlıklar sırasıyla aşağıda belirtilmiştir.

## **2.4.2 Kongre Öncesinde Yapılması Gereken İşlemler**

### **2.4.2.1 Kongre İrtibat Bürosu ve Sekreteryasının Kurulması**

Kongre organizasyon şemasında belirtilen tüm hizmetlerin tek merkezde planlanıp yürütülmesi, denetimi ve başarıyla sonuçlandırılması profesyonel bir ekibin mesaisini gerektirmektedir. Kongre bürosu başlangıçta bir yönetici, bilgisayar kullanabilen üç tecrübeli sekreter ve bir odacıdan oluşarak, iş hacminin genişlemesiyle ve kongre tarihinin yaklaşması ile gerekli sayıda kalifiye, geçici-yardımcı personelle takviye edilir.

Kongre bürosundaki değişik klavyeli 2-3 daktilo, telex, fax, fotokopi, teksir makineleri bulundurulmalı ve bir bilgi işlem merkezi kurulmalıdır. Ayrıca oluşturulacak büroya haberleşmenin sağlanması için çok hatlı telefon bağlatılmalıdır.

Kongre organizatörleri kongreyi düzenleyecekleri bölgede bulunan şubelerini merkez olarak seçebilecekleri gibi başlangıçta kendi merkezlerinden işleri takip edip, kongre tarihinin yaklaşmasıyla birlikte kongre bürosunu ve kongre sekreteryasını kongrenin yapılacağı merkeze veya otele taşıyabilirler. Böylelikle ilk başlarda birkaç kişiyle yürütülen faaliyetler, sonraları geçici olarak yardımcı personelle takviye edilerek yürütülür. Kongre irtibat bürosu ve sekreteryası aynı zamanda organizasyon komitesi ile profesyonel kongre organizatörü arasında her türlü haberleşmenin sağlandığı haberleşme merkezi konumundadır (Çizel 1999, 75).

### **2.4.2.2 Banka Hesaplarının Açılması**

Kongre katılımcılarının ödeme yapmalarıyla ilgili hem döviz ödemeleri hem de Türk lirası ödemeleri için hesaplar açılır. Hesapların yatırılacağı banka indirimden ve ödeme şekillerinden haberdar edilerek yapılan ve yapılacak olan para transferleri sürekli olarak kontrol edilir

### 2.4.2.3 Programların Hazırlanması

Kongre organizasyonun başarılı şekilde gerçekleştirilmesi için kongre öncesinde ayrıntılı şekilde bir programın hazırlanması gereklidir. Kongrenin asıl amacı olan kongrede nelerin yapılacağına dair çalışmaların yapılması gereklidir. Kongre düzenleyen kuruluş ya da birliklerle görüşülerek sosyal ve kültürel programlarla bu bilimsel program birleştirilerek başarılı bir kongre programı hazırlanır.

### 2.4.2.4 Resmi İzinler ve Duyuruların Yapılması

Resmi izinler uluslararası kongrelerin gerçekleştirildiği zamanlarda gerekli olabilir. Bu izinler bazen bürokratik engelleri aşmak bazen de zorunluluktan dolayı alınması gereken izinlerdir. Bu izinler resmi kurumlardan alındıktan sonra kongrelerin duyurulması gerekmektedir. Kongre turizminde potansiyel katılımcılara iki duyuru gönderilir.

Duyuruların içerikleri kongreden kongreye değişiklik gösterse de genel hatları ile içeriği aşağıdaki öğelerden oluşur (Çizel 1999, 78);

- Kongreyi düzenleyen dernek ya da kuruluşun başkanının davet yazısı
- Organizasyon komitesinin tanıtıcı bir bölüm
- Kongrenin ana konuları
- Kongre sekreteryasının isim ve adresi
- İkinci duyuruların dağıtım tarihi
- Ön katılım formu
- Kongre bürosuna ilişkin bilgiler

Ancak bazı kongrelerde kongre organizasyon komitesi bir ikinci duyuru dağıtımını istemediği için birinci duyuruyu çok detaylı olarak hazırlanmaktadır. Bu çok sık karşılaşılan bir durum olmasa da görüldüğü olur. İkinci duyurunun içeriği ise daha kapsamlıdır.

#### 2.4.2.5 Bütçe ve Finansal Kontrol

Kongre bütçelerinin yapılabilmesinde ilk iş maliyet unsurlarının belirlenmesidir. Daha sonra finansal planlar (bütçeler) hazırlanır. Finansal kontrol süreci ile sapmalar analiz edilerek gerekli düzenleyici önlemlerin zamanında alınması da planlamadan beklenen yararların sağlanması açısından önemlidir. Bu nedenle kongre turizminde bütçeleme ve kontrol bir süreçtir.

Kongre bir organizasyondur ve genelde maliyetlerin hesaplanması ve sınıflandırılması diğer organizasyonlardan pek farklı değilse de hesaplanması ve sınıflandırılması içeriği itibariyle daha zordur. Kongre organizasyonunda maliyetleri başlıca Hazırlık Maliyeti ve Faaliyet Maliyeti olarak iki gruba ayırabiliriz (Çizel 1999, 72-73).

**Hazırlık Maliyeti:** Bir kongre organizasyonun uygulama aşamasına getirinceye kadar yapılan giderlerin toplamına hazırlık maliyeti denir. Projelendirme, ön finansman, araştırma ve geliştirme.

**Faaliyet Maliyeti:** Bir kongre organizasyonu için en önemli maliyet unsurları bu grupta toplanır. Bu grupta düzenlenecek organizasyonun özelliklerine, yerine, zamanına, katılacak kişi sayısına ve buna benzer bir sürü ince ayrıntılara göre hesaplanması gereken ve dönemler itibariyle incelenmesi gereken birbiri üzerine geçmiş bir sürü maliyet unsuru vardır.

Bütçe ve bütçeleme günümüzün modern işletmecilik anlayışı içerisinde önemle üzerinde durulan ve vazgeçilmez bir araç ve/veya kavramdır. Bu nedenle kongre organizatörleri, birer ticari işletme olmaları dolayısıyla öncelikle ticari bir kar hedefi güderler. Dolayısıyla organizatörler, toplantı organizasyonu öncesinde hedeflediği gelir ve gider rakamlarını göz önüne alarak mutlaka bir bütçe hazırlarlar. Hatta bu bütçeler maliyet kontrolü bilgilerini de içerdiğinde daha kapsamlı ve daha gerçekçi bütçeler hazırlanır. Böylece daha organize toplantılar düzenlenebilir.

Bir toplantı bütçesinde genellikle karşılaşılan maliyet kalemleri şöyledir (Walsh-Heron; Stevens 1990, 110-111) (Aktaran: Tavmergen; Aksakal 2004, 113).

#### **Çalışanlara yönelik giderler**

- Maaşlar ve ödenen ücretler,
- Sağlık ve sigorta türü ödemeler,
- Seyahat vb. giderler,
- Çalışanların eğitim ücretleri,
- Çalışanlara yönelik reklam ve işe alma giderleri,

#### **Yönetim Giderleri**

- Ofis malzemesi,
- Telefon ve posta giderleri
- İlgili sigorta masrafları,

#### **Tesisle ilgili giderler**

- Tesise yönelik kiralama veya diğer giderler
- Sergi alanı vb. ücretler

#### **Malzeme giderleri**

- Toplantı ve toplantı ekipmanı
- Gerekli teknoloji, (bilgisayar, video vb.)
- Gerekli alet vb.

#### **Promosyon ve reklam giderleri**

- Reklam ücretleri
- Satış geliştirmeye yönelik yapılan harcamaları

**Tablo 7:** Bütçe Kalemlerinin Yüzde Dağılımı

<b>Kalem</b>	<b>Yüzde Dağılımı</b>
Seyahat	35-60
Alan	10-25
Yiyecek&içecek	25-35
Program	5-20
Yönetim	3-12
Ağırlama	2-4
Eğlence	5-12
Basım-Posta Ücretleri	1-7
Bahşişler	2-12

**Kaynak:** İge Pınar Tavmergen, Ebru Günlü Aksakal, Kongre ve Toplantı Yönetimi-2004

Bu yüzdeler ise yaklaşık 1000 toplantı sonrası elde edilen verilerden yararlanarak elde edilmiştir. Görüldüğü üzere seyahatin oranı azaldıkça toplantıya ayrılan bütçe yükselmektedir. Bunun tersi olarak toplam bütçe azaldığında seyahate ayrılan pay yükselmektedir.

### 2.4.3 Kongre Öncesi Toplantılar

Toplantı öncesinde otel sahibinin toplantı yöneticisinin kilit departman şeflerine ulaşmasını sağlaması gerekmektedir. Bu kilit kişiler toplantı için otelin seçiminde sorumlu olan kişileri kapsamaktadır.

Bu önemli toplantı, toplantıyı yönetecek, yönlendirecek kişilerin katılacağı ana toplantı öncesi toplantıdır. Bu toplantı, otelin büyüklüğüne ve düzenin göre ana toplantı başlangıcından 1 veya 2 gün önce yapılmaktadır.

Bu toplantıda aşağıdaki maddeler bulunmalıdır (Tavmergen; Aksakal 2004, 109-110);

- Müşteri (toplantı planlamacısı) ve onun kilit personeli
- Otel genel müdürü
- Otel pazarlama müdürü, satış müdürü veya toplantının sağlanmasından sorumlu satış elemanı

- Yiyecek-içecek müdürü; banket müdürü, restoran Őefi (yiyecek-içecek miktarına ve ihtiyaçlarına göre)

Toplantının büyüklüğü ve karmaŐıklıęına göre ve zamana bağlı olarak toplantı planlayıcısı ve toplantı (kongre) hizmetleri müdürü arasında toplantı öncesinde bir dizi buluşma ve görüşmeler yapılabilir.

Toplantı planlayıcısı ve toplantı hizmetleri müdürü arasında yapılan bu toplantılarda, oda ve yiyecek-içecek fiyatları dışında üzerinde görüşmeler yapılan konular Şunlardır (Hoyle ve Diğerleri 1989, 204) (Aktaran: Aymankuy 2006, 63):

- Check-in işlemleri
- Toplantı odası düzenlemeleri
- VIP müşteriler ile ilgili davranıŐlar
- BaŐlangıç ve bitiŐ zamanları
- Görsel (Audio-visual) ihtiyaçlar
- Masa dekorasyonları
- Toplantıda kullanılan donatımlara personel tahsisi konuları
- Dernek ya da birlik kuralları
- Yangın kuralları
- Son dakika deęiŐiklikler
- Boş zaman faaliyet tercihleri
- Grubun yemek alışkanlıkları

#### **2.4.4 Kongre Esnasındaki Faaliyetler**

##### **2.4.4.1 Karşılama Hizmetleri**

Kongrenin baŐarisında etkili olan özelliklerden biriside katılımcıların kongreye iyi bir baŐlangıç yapmalarındır. Kongreye iyi bir baŐlangıç yapılan yerde öncelikli olarak havaalanıdır. Bununla birlikte, kongre organizatörleri katılımcıların havaalanında karşılanması, havaalanı otel arası düzenli transferlerin sağlanması, sosyal faaliyetlerin koordineli sağlanması gibi faktörler kongrenin baŐarisında etkili olmaktadır.



Özellikle uluslararası kongrelerde gerekli olan, ulusal kongrelerde de genellikle sağlanması gereken bir hizmet çeşididir. Bilhassa şehir ve havaalanı otellerinde konuklara yönelik ulaşım hizmetleri verilmektedir. Düzenli aralıklarla gerçekleştirilen minibüs, otobüs veya limuzin servisleriyle otel ve havaalanı arasında ulaşım sağlanmaktadır. Ulaşım personelinin oteli temsil eder davranışlarda bulunması, temiz ve düzgün kıyafetli olması gerekmektedir. Çünkü otel hakkındaki ilk izlenimi ulaşım personelinin sağlamaktadırlar (Kozak 2002, 27).

Transfer işlemleri kongrenin ve katılımcıların özellikle kongreyi düzenleyen kuruluş tarafından yapılabileceği gibi profesyonel bir kongre organizatörü tarafından da yapılabilir. Her iki durumda da yapılması gerekenler aynıdır. Bir kongre için transfer işlemleri 3 bölümden oluşur. Geliş transferleri, şehir içi ulaşım ve dönüş transferleri. Geliş ve dönüş transferlerinde yapılan işlemler aynıdır. Öncelikle katılımcılardan elde edilecek bilgiler doğrultusunda hazırlanan listelerde görünen geliş ve dönüş transferleri ve şehir içi ulaşım için programlar hazırlanır. Programlarda ihtiyaç duyulan misafirleri transfer edecek kişi sayısı, araç sayısı ve tipleri, gelen yolcu özellikleri, gidiş ve dönüş saatleri gibi bilgiler bulunur (Çizel 1999, 82).

Bu bilgiler elde edildikten sonra kongre delegelerini karşılayacak personelin güvenlik işlemlerini, valiz işlemlerini, bagaj pasaport işlemlerini ve VIP misafirler varsa bu misafirlerin aktarılacağı salonların hazırlanması lazımdır. Misafirler karşılandıktan sonra otellere sorunsuzca aktarılması sağlanır. Bu işlemler misafirlerin geri dönüşlerinde de gerçekleştirilmesi gerekir. Çünkü ileride gerçekleştirilecek kongreler için avantaj sağlanması da gerekmektedir.

#### **2.4.4.2 Rezervasyon İşlemleri**

Kurum ya da şirket kongrelerine katılım genellikle zorunlu olduğu için ve katılımcıların isimleri kurum kongre düzenleyicisi tarafından bilindiğinden dolayı otel işletmelerine bu kişiler ya da kuruluşlar tarafından toplantıya katılacakların oda listesini sunarlar. O nedenle bu tür toplantılarda rezervasyon çalışmaları oldukça kolaydır. Ayrıca bu tür toplantılar, katılımın daha önce belirtilen nedenlerden dolayı zorunlu olması dolayısıyla

en düşük “no show”<sup>1</sup> a sahiptir (Aymankuy 2006, 67).

Katılımın zorunlu olmadığı toplantılarda ise ön duyurularda kullanılan ön rezervasyon formları ile başlayan rezervasyon süreci kişilerin otele gelip yerleşmesine kadar devam eder. Bu gibi durumlarda rezervasyon ister organizasyon komitesi tarafından yapılsın ister profesyonel kongre organizatörü tarafından yapılsın gereken prosedürler aşağıdaki gibidir (Çizel 1999, 79).

“Birincisi; Kongre düzenleyen birliğin organizasyonun ev sahipliğinin bir kısmına katılmasını kapsar.

Bu yöntemde prosedür şöyledir (Aymankuy 2006, 67):

- Rezervasyon formunu da kapsayan toplantı paketi birlik üyelerine postalanır.
- İşletme rezervasyon formlarını ve depozitolarını toplar. İşletme, bu rezervasyonların sayı ve tür olarak analizini yapar.
- Birlik (dernek) tarafından hazırlanan bir ana plan ve diğer evraklarla birlikte birlik üyelerine teyid gönderilir.

İkincisi; organizasyon içerisindeki tüm hizmetlerin ve görevlerin işletme tarafından yerine getirildiği yöntemde rezervasyon prosedürü şöyle çalışır;

- Toplantı paketi her bir birlik üyesine postalanır. Bu paket içerisinde depozito veya kredi kartı numarasını içeren rezervasyon formu da yer alır.
- İşletme rezervasyonları kaydeder ve ilgili üyelere teyid gönderilir. Bunun yanında başvuru sayısı hakkında birlik bilgilendirilir.
- Rezervasyon süresinin sona ermesinden sonra işletme kalan odaları diğer kişileri satabilir.”

Grup rezervasyonlarında toplantı planlamacısı tarafından oda istekleri değerlendirilir ve istenilen tarihler arasında yeterli sayıda oda olursa anlaşılabilir oda sayısı kadar oda ayrılır (Bloking). Kişi sayısı netleştikten sonra oda durumu bloktan “reserve” (booked) çevrilmektedir. Bu tarih öncesinden otel yöneticisi ve toplantı planlamacısı arasında

---

<sup>1</sup> No show: Yapıldığı halde kullanılmayan, iptal edilmeyen rezervasyonlar

belirlenmektedir ve bu tarihe “cut-off” date (iptal tarihi) denilmektedir. Otelin toplantı için bloke edilen odaları boşaltma politikasının toplantı yeri denetimi anında belirlenmesi gerekmektedir. Bu işlemlerde gerek confirmasyon gerekse iptal işlemleri için numara verilmesi yapılan bütün işlemlerin kontrol edilebilmesi açısından gereklidir (KOZAK 2002, 39-41). Bu durumda toplantı açılış tarihinden 1 ay veya belirli bir gün öncesinden diğer müşterilere satılacak olan blokeli odaların yüzdesi belirlenmelidir. Örneğin; oda blokelerinin %50’si toplantıdan 60 gün önce diğer müşterilere sunulacak bozulabilmektedir (Tavmergen; Aksakal 2004, 94).

#### **2.4.4.3 Müşteri Odaları ve Donanımları**

Kongre katılımcılarına ve beraberinde eşleri gelmişse sadece kongre faaliyetleri yeterli olmaz. Bu kişilerin gelir düzeylerinin yüksek ve belirli bir kültür seviyesine sahip olduklarını belirtmiştik. Bu yüzden bu kişiler konaklamada en iyi imkânı veren işletmeleri tercih ederler. Bu odaların teknolojik açıdan birçok donanıma sahip olması ve hijyenik olması da önemli faktörlerden biridir.

#### **2.4.4.4 Oda Dağılımı İle İlgili Çalışmalar**

Oteller katılımcılarının istekleri doğrultusunda uygun olan odaların düzenlenmesi gerekir. Bu odalar kullanıma uygun odalar ve ekstra odalar sayısı olarak ayrılmaktadır. Yer denetimi sırasında oda ayırırken ön plana çıkan faktörler odaların sayısı ve grup için birden fazla odanın isteğe göre ayarlanmasıdır. Örneğin; kaç oda tek kişilik, çift kişilik, kral dairesi veya suittir? Ayrıca eğer odalar arası farklar varsa veya odalarda sınıf farkları varsa bunun bilinip Karar verilmesi gerekmektedir. Bu farklar fiziksel görünüş, manzara veya kamu alanlarına yakınlığı da içerebilir.

Extra odalara baktığımız zaman planlamacılar ilave odaların araştırmasını yapmaktadırlar. Genellikle satılan 50 odaya karşılık bir ilave odadır. Fakat ilave oda oranı anlaşılan sayıda da olabilmektedir. İlave odalarla ilgili durum sadece oda sayısı ile ilgili değildir. Bunun yanı sıra odanın tipi, ücreti ve ilave suitlerle çevrilecek olan ilave odalarla da ilgilidir. Ayrıca ilave odaların ne kadar zaman için geçerli olacağı

toplantı yeri denetiminde tartışılmalıdır. Eğer extra odalar kongre personeline ayrılmışsa bu durum önemlidir. Çünkü çoğu personel, toplantı başlamadan önce gelir ve toplantıdan 1 veya 2 gün sonrasına kadar çalışmaktadır. Extra odaları tahsis ederken toplantı planlamacısının da esnek davranması gerekmektedir. Extra oda etkeni planlamacı için önemli bir unsur ve otel içinde etkili satış için bir araçtır (Tavmergen; Aksakal 2004, 93-94).

Ayrıca VIP'lerin odaları ile ilgili dağıtım yapılırken daha büyük bir hassasiyetin gösterilmesi gerekir. Bu amaçla toplantı planlayıcıları, VIP'lerin listesini mutlaka kongre hizmetleri müdürüne vermelidir. Kongre hizmetleri müdürü VIP müşteri odalarının bloke edilmesini bizzat yapmalı veya kontrol etmelidir (Aymankuy 2006, 71).

Bir kongre organizasyonunda işletme tarafından özel ilgi gösterilecek VIP'ler genellikle aşağıda belirtilen kişilerden oluşur (Astroff; Abbey 1998, 236).

- Dernek (birlik) yetkilileri
- Sponsor işletmelerin elemanları
- Kurul üyeleri
- Kongre (toplantı) organizatörü
- Kongre planlama ekibi
- Ünlü kişiler
- Özel misafir konuşmacılar
- Büyük sergi düzenleyicileri

Konaklama için birden fazla tesisin kullanılması gerekli ise müşteri taleplerine göre tesisler ve oda sayıları karşılaştırılmalıdır.

Bir kongre organizasyonunda işletme tarafından özel ilgi gösterilecek VIP'ler genellikle aşağıda belirtilen kişilerden oluşur.

- Dernek (Birlik) yetkilileri
- Sponsor işletmelerinin elemanları
- Kurul üyeleri
- Kongre organizatörü
- Kongre planlama ekibi

- Ünlü kişiler
- Özel misafir konuşmacılar
- Büyük sergi düzenleyicileri

#### **2.4.4.5 Check-in ve Check-out İşlemleri**

Toplantı organizasyonu düzenlenen işletmede rezervasyon departmanında rezervasyon elemanları tarafından isimlendirilmiş oda listeleri ön kayıt olarak hazırlanır. Bu isimlendirme çalışmasından VIP ve diğer özelliği bulunan kişilere ve odalarına özellikle dikkat edilmelidir. Eğer toplantı grubu birlikte tesise gelmişlerse bu misafirler için bloke edilmiş odaların anahtarları grup başkanına imza karşılığında teslim edilir. Kongre grubundaki kişiler münferit olarak geldiklerinde ise otel giriş formları doldurulur ve anahtarları tekrar verilir. Her kongre katılımcısının kayıt formunu doldurması ve imzalaması gereklidir (Aymankuy 2003, 69).

Kongre hizmetleri müdürü münferit ya da grup check-in işlemlerinden hangisinin uygulanacağını ve check-in zamanını mutlaka sormalıdır (Astroff; Abbey 1998, 246).

Kongre delegeleri kongre bitmeden otelden ayrılmak düşüncesine sahip olabilirler. Bu durumda ücretlendirmenin nasıl yapılacağı hem ön büro hem de delegeler tarafından bilinmelidir. Böylece daha sonra yaşanabilecek sorunlarında önlenmesi sağlanır. Çıkış sırasında konuk odasını boşaltır, geçerli bir şekilde hesabını kapatır, anahtar/kart iadesini yapar ve ayrılır. Rezervasyonlarla ilgili olarak sorulan soruların tümünün ayrılma işlemleri için de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Örneğin şirket toplantıları planlamacısı, tüm faturaların şirket ana hesabına kesilmesini isteyebilir. Aksine, bir dernek toplantı planlamacısı personelle konuşmalı ve VIP odaların ücretlerinin faturasını ana hesaba kesilmesini, diğer katılımcıların kimi ise ayrı ayrı kesilmesini isteyebilir (Tavmergen; Aksakal 2004, 95).

#### 2.4.4.6 Toplantı Yer ve Salonların Düzenlenmesi

Toplantının gerçekleştirileceği yer katılımcı sayısına göre ve belirlenen bilimsel program göz önüne alınarak otelin sahip olduğu imkânlarla kongreyi düzenleyen kuruluş ya da birliklerin istekleri de dikkate alınarak düzenlenir.

Kongre merkezleri yöneticileri ya da otel yöneticileri kongre organizatörlerinden herhangi bir toplantı talebiyle karşılaştıkları zaman kongre mekânlarının bütün özelliklerini ve özellikle kongrenin yapılacağı toplantı salonlarını düzenleyen organizatörlere tanıtmalıdır.

Otellerin kongre broşürlerinde ve birçok kongre merkezinde toplantı hizmet salonları üç grupta incelenmektedir. Bunlar (Astroof; Abbey1998, 267-268);

1. Sergi salonları
2. Balo salonları
3. Toplantı salonları

Delegelerin rahatı için bu toplantı salonları çok iyi planlanmalıdır. Görüntü, ses düzeni, konuşmacının yeri, trafik akımı, salon giriş-çıkışı, yapılacak servisler en ince ayrıntısına kadar düşünülmelidir. Salonlar belirlenirken salonların kapasitesi, kullanılacak salon sayısı, her salon için toplantı düzeni göz önüne alınmalıdır. Önceden hazırlanmış ve kontrol edilmiş olan teknik cihazlar salonlara dikkatlice yerleştirilmelidir (Çizel 1999, 85).

Salon giriş çıkışları konum ve yerleşmeyle ilgili önemli faktörlerden biridir. Bazı salonlara asansörle ulaşıp ulaşılamadığı, bir oturma salonuna yürüyen merdivenin ulaşp ulaşamadığı gibi (Tavmergen; Aksakal 2004, 92). Çünkü giriş salonları kongre (konferans) sırasında merkez konumundadır. Info deskler, mesaj masaları hep bu noktalarda bulunur ve program değişiklikleri buradan duyurulur. Bütün bölümler merkezle kolaylıkla bağlantı kurabilmelidir. Bilgisayar sistemleri, mesaj aktarıcılar ve kullanıcılar için modern sistemler de yine giriş salonunda bulunmalıdır (Gökdeniz 1996, 78).

İşletmenin salon kapasitelerini gösteren düzgün bir tablonun olması gerekmektedir. Buna rağmen salona rahatça yerleşen katılımcı sayısı salonun fiziki durumuna bağlı olarak değişebilmektedir. Kapasiteye Karar verirken konuşmacının konuşma alanı yiyecek bölümleri, servis alanları ve yiyeceklerin buldukları alanlar dikkate alınmalıdır (Tavmergen; Aksakal 2004, 92).

Bir otel ya da kongre merkezinin yeterli kapasiteye sahip, yeterli sayıda ve gerekli donanımına sahip toplantı yapmaya elverişli mekânları bulunmalıdır. Toplantı öncesinde küçük gruplar halinde workshop'lar yapılacak bu odaların dökümü çıkarılmalıdır (Asstrof; Abbey 1998, 69). Ayrıca çok amaçlı çalışma odalarının olması merkezin kullanılabilirliğini mutlaka artıracaktır. Buna ilave olarak 6-8 adet VIP kabul odaları da düzenlenmelidir. Bu gibi odaların mutlaka ana toplantı salonuna ve giriş salonuna bağlantısı olmalıdır (Gökdeniz 1996, 79).

Toplantı sırasında bu konuda ortaya çıkabilecek problemler ya toplantı ihtiyaçlarını karşılayacak bu odaların yeterli gelmediği ya da bu toplantılara katılacak kişilerin sayısının oda kapasitesinden fazla olduğu durumlarda ortaya çıkabilmektedir.

Bu türden problemler ortaya çıktığında çözüm olarak aşağıdaki çalışmalar yapılabilir (Asstrof; Abbey 1998, 69):

- Toplantı yapacak grup genel kurulun ya da esas toplantının yapıldığı ana büyük salona geri getirilir. Grubun çalışmalarını burada yapması sağlanabilir.
- Ya da genel kullanıma açık olan restaurant, tv. Salonu, barlar vs. yerlerin bir kısmı ya da tamamı kapatılarak çalışmalar burada yapılabilir.
- Atıl olan (kullanılmayan ya da katılımcı sayısının az olduğu) odalar boşaltılarak başka odalara transfer edilebilir.
- Toplantı veya kongre sırasında birden fazla workshop teklif edilir. Böylece aynı odalardan birden fazla toplantı yapılarak ortaya çıkan kapasite eksikliği giderilebilir.

#### 2.4.4.7 Toplantılardaki Yerleşim Düzenleri

Bir kongrede toplantı salonundaki masa ve sandalyelerin nasıl düzenlendiği, toplantının başarı ve başarısızlığında önemli bir rol oynar. Şüphesiz katılımcıların birbirlerini ve konuşmacıları rahatça görüp, duyabildikleri, acil ya da tuvalet vb. ihtiyaçları için salondan rahatça ayrılıp, tekrar salona ulaşabildikleri toplantı düzenlerinin uygulandığı toplantılar, bu imkânların söz konusu olmadığı toplantılara oranla daha başarılı bir şekilde gerçekleşirler (Aymankuy; 2006, 71-72).

Buna bağlı olarak bir toplantı tasarımı yapılırken dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır (Gökdeniz 1996, 79):

1. Toplantı salonunda iskemleler dikkatli seçilmeli ve banket iskemleleri toplantılarda kullanılmamalıdır. Seçilen iskemleler uzun süre oturmaya uygun olmalıdır.
2. Bütün oturma noktaları görsel, işitsel sunuların hepsini görür durumda olmalıdır. Toplanabilen mobilyaların seçilmesi toplantı salonlarının ziyafet ve kokteyl amacı ile de kullanılabilmesini sağlayacaktır.
3. Bütün elektronik tercüme sistemler mikrofon ve oy verme sistemleri masalara hatta koltuklara bağlı olmalıdır.
4. Bütün salonlarda yeterli tavan yüksekliği ve iyi bir havalandırma sistemi bulunmalıdır. Işıklandırma ve havalandırma sistemi her salonun kendi içinde kontrol edilebilmeli ve bunların hepsi merkezi bir kontrol sistemine bağlı olmalıdır.
5. Portatif ve değişebilen yükseklik sistemine sahip bir sahne bulunmalı ve bu sahneye mutlaka bir tekerlekli iskemle çıkış sistemi konulmalıdır. Ayrıca, sahnenin taşıyacağı yük çok kesin bir şekilde saptanmalıdır.
6. Her toplantı salonunda projeksiyon, film ve video gösterimi için merkezi bir kontrol odası bulunmalı ve diğer odalar ile görsel ve işitsel bağlantı kuracak sistemler bulunmalıdır.



7. Görsel ve işitsel sistemlerin gerektirdiği ekran ve monitörlerin bulunması gereklidir. Eğer merkez uluslararası toplantıların düzenlenmesi amacıyla kurulacaksa bütün toplantı salonlarında simültane tercüme sistemleri ve kabinleri bulunmalıdır.
8. Binada iyi bir enerji dağıtım sistemi planlanmalıdır. Binada iyi bir ses düzeni bulunmalı, mümkün olduğu kadar çok noktada mikrofon çıkışı olmalıdır. Toplantıların ses ve görüntü kayıt sistemi ve telekonferans sistemi bulunmalıdır. Ayrıca kablosuz mikrofon sistemi de bulunmalıdır.
9. Bütün odalar görsel sunuşlar için tamamıyla karatılabilir olmalıdır. Odalar arasında ve bölmelerde çok iyi ses izolasyonu yapılmış olmalıdır. Bütün salonlarda kat planını gösteren panolar bulunmalıdır. Ayrıca, taşınabilir mobilyaların depolanacağı güvenli ve uygun konumda yerler olmalıdır.
10. Kongre salonlarının kullanım oranlarının artırılması, yatırımın karlılık oranının yükseltilmesi ve kongrenin verimliliği açısından salonların çeşitli oturma düzenlerine göre ayarlanabilecek esneklikte olmaları gerekir. Böylece kongrelerin rutin geçmesi önlenmeye çalışılacaktır (Ayman 2006, 72).

Toplantı düzenlenen mekân ister kongre ya da konferans merkezi isterse otel olsun, toplantılar için salon düzenlemelerinde en çok kullanılan üç yöntem söz konusudur. Bunlar (Asstrof; Abbey 1998, 289).

- ✓ Tiyatro şeklindeki oturma düzeni
- ✓ Sınıf şeklindeki oturma düzeni
- ✓ Konferans şeklindeki oturma düzeni

**Tiyatro şeklindeki oturma düzeni:** Klasik bir toplantı oturma şeklidir. Özellikle katılımcı sayısının fazla olduğu kongrelerde oturma düzeni olarak tiyatro şekli çoğunlukla uygulanır. Daha çok delege sayısının 500 ve daha fazla olduğu kongreler için tercih edilen bir oturma düzenidir.

**Sınıf şeklindeki oturma düzeni:** Eğer kongre delegelerinin kongre süresince not almaları gerekiyorsa sınıf şeklindeki oturma düzeni tercih edilir. Böylece bu düzende delegeler önlerinde bulunan sıralardan not alma veya diğer ihtiyaçları için faydalanabilirler. Bu oturma düzeninde sıraların üzerine mikrofon, ses ayarı vs. gibi teknik donanımlar yerleştirilebilir.

**Konferans şeklindeki oturma düzeni:** Kongrelerde genel toplantılar dışında katılımcılar, kongre konusu ve/veya konuları ile ilgili olarak farklı çalışmalar (workshoplar) için farklı sayılarda gruplara ayrılabilirler. Bu gruplarda yer alan katılımcıların sayısı 15-120 kişi arasında değişebilir. Kongrelerde bir konu üzerinde ayrıntılı olarak görüşlerin bildirildiği ve tartışmaların yapıldığı bu toplantılar, delegelerin birbirleriyle görüş alış-verişinde bulunabilmelerine de imkân verdiği için dolayısıyla oldukça önemlidir.

Programda daha çok etkinlik kazandırabilme konusunda çeşitli toplantı düzenleri söz konusudur (Çizel 1999, 86);

- **Hiyerarşik Toplantı Düzeni:** Bu düzen mikrofondaki bir konuşmacı, salonda oturup dinleyen insanlardan ibarettir.
- **Küçük Grup Toplantıları:** Bu tip toplantılara “Workshop” ya da komite toplantıları da denir. Bu düzende daha detaya inebilmek ve karmaşık konuları en geniş boyutlarda ele alabilmek imkânı vardır. Ayrıca azınlığın görüşlerinin ortaya konabilmesi olarak kazanır. Hazır bulunanların hepsi tartışmaya bütünüyle katılabilirler.
- **Karmaşık (Amorf) Toplantı Düzeni:** Bu tipte katılanlar sergi standlarını gezmek, bir resepsiyon ya da parti sırasında diğer üyelerle karşılaşarak konuşmak gibi hareket serbestliği içinde olurlar. Bu toplantı tipi genellikle kokteyl düzeninde ayakta yapılır.
- **Değişken (Network) Toplantı Düzeni:** Toplantı sırasında ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara cevap verebilmek için toplantı düzeninin hemen değiştirilmesi, organizasyonda önceki tiplerden iki ya da hepsinden bir arada ya da aynı anda yer verilmesi halindedir. Bu tip büyük çapta esnekliğe sahip olan toplantı düzenidir.

#### 2.4.4.8 Yiyecek-İçecek Hizmetleri

Kongre organizatörlerinin büyük çoğunluğu otel işletmeleriyle ya da kongre merkezleri ile anlaşma imzalamadan önce yiyecek ve içecekler ile ilgili tüm detayları (menüler, kokteyller, bu hizmetlerin verileceği yerlerin kapasiteleri vb. konular) karara bağlamaktadırlar (Aymanıuy 2006, 77). Oteller için kongre faaliyetleri esnasında sunulan yeme-içme hizmetleri banquet<sup>2</sup> faaliyetlerini ifade eder ve otel işletmelerinde ayrı bir yiyecek-içecek bölümü tarafından koordine edilir.

Kongre organizatörleri katılımcıların yeme-içme alışkanlıkları ve kongrenin yapılacağı yörenin özel yemeklerinden oluşan bir menü üzerinde önceden anlaşılır. Uluslararası kongre organizasyonların uluslararası mutfaklara ait yiyecek-içecek ürünleri yanında yöresel yiyecek-içeceklerinde yer alması menüyü daha çekici hale getirir. Ülkenin ya da bölgenin kültürel yönden tanınmasına katkıda bulunulmuş olur.

Kongre katılımcılarının gelir düzeyleri ve eğitim düzeylerinin normal bir müşteriye göre daha yüksek seviyede olması, katılımcıların kongre esnasındaki yiyecek-içecek beklentilerinin fazla olduğunu göstermektedir. Bu nedenden dolayı, kongreyi gerçekleştiren otellerin yiyecek-içecek müdürlerinin kongre katılımcılarının isteklerini göz önünde bulundurarak yiyecek-içecek faaliyetlerini kontrol edip, bizzat koordine etmeleri kongrenin başarılı olmasını sağlayacaktır.

Otel ile yapılacak yiyecek-içecek hizmetlerinde dikkat edilmesi gereken hususlar şunlardır (Çizel 1999, 88):

1. Kongre delegelerine verilecek hizmetin gün ve saatleri
2. Menüler ve içerikleri
3. İçecekler ile ilgili ayrıntılar
4. Kişi başına fiyat
5. Masa ve oturma planı
6. Ekstra yemek ve içki istekleri
7. Delegeler hakkındaki özel bilgiler
8. Konuşma yapılacaksa sırası ve zamanı
9. Müzik, podyum, mikrofon ve bunun gibi istekler

---

<sup>2</sup> Banquet: Ziyafet

Menülerin hazırlanmasında kongre organizatörü bir teklif hazırlar veya otel yetkilisiyle birlikte menü belirlenir. Menülerin tespit edilmesinde her iki taraf içinde en uygun yöntem menünün ortak tespit edilmesidir. Böylelikle organizatör fiyat konusunda büyük avantajlar sağlayacak. Otel ise menülerin hazırlanmasında ve fiyat çıkarmada zorluk çekmeyecektir.

#### **2.4.4.9 Kongre Teknolojisi**

Günümüzde kongre merkezleri veya kongre otelleri arasındaki rekabet ortamında birbirlerine üstünlük sağlamalarına yardımcı olacak unsurlar içerisinde belki de en önemlisi toplantı alanlarında kullandıkları teknolojik imkânlardır.

Kongrelerin başarısı, kongre süresince konuşmacı ile katılımcılar arasındaki iletişimi en iyi biçimde sağlayanlar özelliklerden birisi kullandıkları teknik cihazların yeterli olmasıdır.

##### **a)Kongre Bilgi Sistemi:**

Üzerinde delegelerin oturma biçimine göre düzenlenmiş tuşların bulunduğu bir sistemdir. Sistem delege, konuşmacı masaları ve simültane çevirmen kabinlerine bağlıdır. Böylece delegeler konuşmacıya soru yöneltmek ve konuşmak için söz istediklerinde sıralarındaki tuşlar aracılığıyla simültane çevirmenlere, onlarda teknisyenlere bildirir. Teknisyenlerde konuşmacının uygun olduğu zaman soruların sorulması için mikrofonu açar ve konuşmacıyla delegenin iletişimini sağlar.

##### **b)Otomatik Ses Kayıt Cihazı:**

Kongrenin başından sonuna kadar konuşmacı ve delegelerin seslerini kaydeden cihazında kongre esnasında bulundurulması gerekir.

##### **c)Elektronik Kontrol Sistemi:**

Salondaki ses, görüntü ve ışık cihazlarının kontrolünü yapan cihazlardır.

**d)Simültane Çeviri Cihazları:**

Kongreler için yapılacak tercüme kongrenin başarısı için çok önemlidir. Kongre organizatörü organizasyon komitesinden katılımcıların milliyetlerini ve simültane tercümenin kaç dilde verileceği konusunda görüşleri alınır. Çünkü simültane tercüme hizmetleri bütçede oldukça büyük yer tutar. Tercümenin yapılacağı diller belirlendikten sonra tercümanlar bulunur. Tercümenin yapılacağı konu ile ilgili metinler sunuşlardan önce tercümanlara iletilmesi yapılacak olan çevirilerin başarısını artırır.

Yapılan istatistiklere göre kongre merkezlerinde yapılan uluslar arası kongrelerin %92'sinde, birden fazla dil ve bunların %78'inde simültane çeviri sistemi, %5'inde de ardı sıra çeviri yöntemi kullanılmaktadır. Otellerde yapılan kongrelerin ise %65'inde iki ya da daha fazla dil kullanılmakta, bunların %50'sinde simültane, %15'inde ardı sıra çeviri yöntemine başvurulmaktadır. Çok dilli kongrelerin daha çok delege çektikleri görülmektedir (Özen, 1986: 25) (Aktaran: Aymankuy 1997, 103).

**e)Mikrofonlar:**

Delegelerin soru sormak, konuşmak veya tartışmalara katılmak için kullandığı elektronik ses düzenleridir.

**f)Oy Kullanma Cihazı:**

Delegelerin kongrelerde zaman zaman yapılan oylamalarda kullandıkları, üzerinde evet hayır ve çekimser oyları belirten tuşları bulunan cihazlardır. Sistem doğrudan bilgisayara bağlıdır ve ekrandan görüntü alınabileceği gibi yazılı sonuçlarda bastırılabilir.

**g)Bilgisayarlar ve Bilgisayar Programları:**

PCO veya otelin satış müdürü ya da kongre hizmetleri müdürü bilgisayarı; rezervasyon işlerinde, kongre organize edilmesinde koordinasyonun sağlanmasında, toplantılarda ve ön araştırma gerektiren tüm olaylarda yoğun olarak kullanılabilir. Ayrıca fiyatlama, ayrıntılı planlama, bilgi dağıtımı, faturalama vb. işlemler de bilgisayar aracılığıyla yapılabilir.

Kongre organizasyonu için hazırlanacak bir bilgisayar programının aşağıdaki işlemleri yapabilmesi gerekir:

- Sorgulamalar
- Kongre planı
- Çalışanların organizasyonu
- Faaliyet listesi
- Fiyat verme ve satış tahminleri
- Rezervasyonlar
- Pazar araştırması veri tabanı
- Pazarlama ve postalama
- Faturalama
- Satış kayıtları
- Raporlama

#### **h)Telekonferans:**

Bu sistemde kişiler başka bir şehir ya da ülkedeki toplantılara buldukları yerden katılma imkânı bulurlar. Bu sistem ile çeşitli sebeplerle toplantılara katılmak istediği halde katılamayan devlet adamları, bilim adamları gibi kişilerinde çalışmalarına katılmaları mümkündür.

Telekonferansların uluslararası kongre pazarında sektörü olumsuz etkileyeceği yönünde tahminler bulunmaktadır. Görüşlere göre olumsuz etkisi söz konusu olmakla birlikte kişilerin kongrelere katılmalarının esas amacı kongre olmasına rağmen merak, dinlenme vb. faktörlerde etkili olduğundan bu etki daha düşük boyutlarda gerçekleşecektir (Aymanıkuy 2006, 81).

#### **2.4.4.10 Sergilerin Kurulması**

Kongre ve toplantı turizminin en önemli türlerinden biri de birçok ürün veya hizmetin bir araya getirildiği, sergilendiği ve konuyla ilgili profesyonellerin veya halkın davet edildiği gösteri amaçlı organizasyonlar olan sergiler ve fuarlardır (İÇÖZ 1998, 200). Fuarlar ve sergiler, üreticiler arasında ve müşterilerle fikir alışverişi ve iletişimi olanaklı

kılmaktadır. Toplantı planlamacıları oteldeki veya konferans merkezindeki bir toplantıya bağlı olarak sergi düzenlenmesine Karar verirse, hem toplantı planlamacılarının hem de otel hizmetleri personelinin sergi ve fuar düzenlemedeki sorumluluklarının bilincinde olması gerekmektedir (Tavmergen; Aksakal 2004, 96).

#### **2.4.4.11 Turlar, eğlenceler ve Rekreasyon Faaliyetleri**

Kongrelere katılan delegelerin bir ülkeye geliş sebepleri şüphesiz toplantılara iştirak etmektir. Fakat yabancı bir ülkeye veya şehre gelen delegeler kongre dışındaki zamanlarında geldikleri yörenin ve ülkenin doğal, tarihi ve kültürel değerlerini de görmek isterler. Ayrıca UIA tarafından yapılan bir araştırma sonucuna göre uluslararası toplantıların büyük çoğunluğuna delegeler ile birlikte eşleri de katılmaktadır.

Dolayısıyla kongrelere katılan delege eşleri için turlar, özel eğlence programları hazırlanmaktadır. Gerek katılımcılar gerekse eşleri için hazırlanan özel turları ve programları kapsayan kongrelere katılım daha yüksek oranlarda olmaktadır.

İşletmede eğlenceler ve rekreasyon faaliyetleri düzenlenirken kongre hizmetleri müdürünün dikkat etmesi gereken iki önemli nokta vardır. Bunlardan biri, tesisdeki imkânların, ikincisi ise, kongreye katılan delege ve refakatçıların yaşam tarzları, davranışları ve hoşlanıp hoşlanmadıkları unsurların bilinmesidir. Ancak bu şartlar bilindiğinde başarılı organizasyonlar gerçekleştirilebilir. Kongre programı içerisinde giriş ve çıkış günlerinde verilen kokteyller de bir eğlence ya da rekreasyon faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Yine grubun büyüklüğüne ve organizasyonlara yükleyeceği maliyete göre bazı akşamlar dans, müzik ve tiyatro grubu resitaleri, illüzyon gösterisi gibi faaliyetler katılımcıları aynı zamanda toplantıların yorucu atmosferinden kurtarır (Aymankuy 2006, 83).

#### **2.4.5 Kongre Sonrasındaki Faaliyetler**

##### **2.4.5.1 Ödemelerin Yapılması ve Kongre Hesaplarının Kapatılması**

Kongrenin bitimi organizatörlerin çalışmalarının bittiği anlamına gelmez. Kongre bittikten sonra konaklama tesisleri, kongre merkezleri, kiralama şirketleri vb. organizasyon boyunca hizmetlerinden yararlanan tüm işletmelere yapılan anlaşmalara

göre ödemeler yapılır. Ödemeler doğrudan ya da banka aracılığıyla yapılır. Kongrede organizatör ile konaklama tesis arasında yapılan anlaşmalarda organizatörün ödemesi gerekenler için bir folio, delegelerin yaptıkları ekstra harcamalar için ayrı bir folio düzenlenir. Ayrıca kongre esnasında düzenlenecek sergiler için gelen kişiler eğer organizasyona sponsor olan firmalarla anlaşmalar var ise organizatör tarafından ödenir. Ancak bu kişilerin hesapları ayrı bir folio da tutulmaktadır. Bankalarda bulunan hesaplar gerekli işlemler yapıldıktan ve kontrol edildikten sonra kapatılmalıdır. Ayrıca organizasyon bünyesinde çalışan geçici personellere ücretleri ödenir ve sürekli personele de primler ve tipler belirlenir.

#### **2.4.5.2 Değerlendirme Toplantısı ve Raporun Hazırlanması**

Kongre organizasyonu sona erdiğinde ve kongreyi düzenleyen kuruluş, birlik ya da organizatörlerle kongre sonrası toplantılar yapıldıktan sonra otel işletmesindeki müdürler arasında da değerlendirme toplantıları gerçekleştirilir. Bu toplantılara otel müdürleri, kongreyi gerçekleştiren bölümün müdürü, yiyecek-içecek müdürü vb ilgili personeller katılabilirler.

Burada güvenlik, rezervasyonlar, transferler, yeme-içme hizmetleri vb. tüm faaliyetlerle ilgili değerlendirmeler yapılır. Tüm bu değerlendirmelerden sonra yapılması gereken kongrenin faaliyet raporunun hazırlanmasıdır. Kongre faaliyet raporu üst yönetim ve muhasebe gibi bölümleri bilgilendirmek, tahmin edilen ve gerçekleşen faaliyetlerle ilgili ayrıntılı açıklamaların olduğu rapordur. Bu rapor ileriye yönelik daha gerçekçi çalışmaların yapılmasına yardımcı olur. Bu raporlar aynı zamanda yılsonunda organizatörlerin yapmış oldukları yıllık faaliyet raporlarının hazırlanmasına yardımcı olur (Çizel 1999, 90).

Kongre sonrası değerlendirme toplantısının bir diğer amacı da, gelecekte bu kongre grubu ile rezervasyon yapılıp yapılmayacağına karar vermektir. Bu kararı vermek için birkaç faktörün incelenmesi gerekmektedir. Bu faktörler şunlardır (Aymankuy 2006, 88):

- Gerçekleşen ve tahmin edilen gelirin karşılaştırılması
- Bloke edilen ve kullanılan odaların karşılaştırılması



- No-show faktörünün büyüklüğü
  - Kongre grubuna hizmet verecek yeterli personel olup olmadığı
  - Erken ayrılmaların sayısı
- Kongre organizasyonu sırasında tesise gerekli ihtiyaçları tedarik eden kişi

## **BÖLÜM III**

### **KAPADOKYA BÖLGESİNDEKİ OTEL İŞLETMELERİNİN KONGRE TURİZMİ PAZARLAMA FAALİYETLERİ**

Çalışmanın bu bölümünde, Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı 26 otel işletmesine yönelik uygulanan anket çalışması ile ilgili analizler ve yorumlara yer verilmiştir.

#### **3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI**

Her geçen gün dünyadaki ve Türkiye'deki kongre turizm pazarı gelişmektedir. Bununla birlikte turizm pazarından alacakları pay artmaktadır. Bu yüzden Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinde kongre faaliyetlerinin geliştirilmesi, kongre merkezlerinin kurulması, ulaşım, alt yapı ve üst yapı gibi vb faktörlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Özellikle tarihi ve kültürel açıdan dünyada tanınmış olan Kapadokya bölgesinin kongre turizmi açısından geliştirilmesi gerekmektedir. Bu yüzden anket çalışmasıyla elde edilen bilgilerle Kapadokya bölgesindeki otellerin kongre turizmi açısından yeterli kapasiteye sahip olup olmadıkları incelenmiştir.

Bu çalışmayla, kongre turizmi faaliyet alanı içerisinde Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin kapasiteleri, çabaları, gelişmesi için yapılması gerekenleri ve bunların hangi yöntemlerle yapılması gerektiği incelenerek gelişen Kapadokya bölgesinin kongre turizmüne gereken önemi vermesi için öneriler sunulması amaçlanmıştır.

#### **3.2 ARAŞTIRMA KAPSAMI, VARSAYIM VE SINIRLILIKLARI**

Kapadokya yöresi 4-5 yıldızlı otelleri araştırma alanı olarak tespit ettik. Bu araştırmayla 28 otelden 26 tanesinin kongre, konferans ve toplantı salonlarının rasyonel şekilde pazarlamasının yapıp yapılmadığından bahsedilecektir.

Turizm işletmeleri yönetmeliğinde 4-5 yıldızlı kongre salonlarının olması gerektiği belirtildiği için bu işletmelerde belirtilen toplantı salonlarının mevcut olduğunu varsaydık. Buna bağlı olarak kongre turizminin yeterince gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği belirtilecektir.

Turist sayılarıyla ilgilenilmeyecektir. Yalnızca kongre turizmi açısından faaliyet gösterip gösterilmedikleri iletilecektir.

### **3.3 VERİ TOPLAMA ve YÖNTEM**

Kapadokya bölgesindeki otellerle ilgili bilgiler öncelikle Nevşehir Turizm Müdürlüğü'nden alınarak bilgi toplamasına gidilmiştir. İkinci olarak otellerin internet sayfalarındaki bilgiler derlenip dosyalar oluşturulmuştur. Bu bilgilerin toplanmasındaki amaç veri toplama tekniği olan anket çalışmasıyla bunların sonucunda elde edilen bilgilerin doğruluğuyla karşılaştırmaktır.

Veri sorularının oluşturulmasında daha önceki bölümlerde incelenen çalışmaların teorik çerçeveleri, literatürde uygulanan anket soruları ve kongre otel işletmelerinin potansiyelleri incelenerek ona göre sorular hazırlanmaya çalışılmıştır. Hazırlanan anket formları üniversitedeki doktora yapan kişilerle ve danışmanla gözden geçirilmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerine kongre faaliyetlerinin nasıl gerçekleştirildiği ve neler yapıldığına dair sorular sorulmuştur. Görüşmeler sonucu 28 otelden 24'üyle yüz yüze görüşme, 2 otelle mail ile görüşme gerçekleştirilmiştir. 2 otelde çok yoğun olduklarını belirtip sorularımızı cevaplamak istememişlerdir.

26 otel yöneticileriyle gerçekleştirilen anket çalışmasının sonuçları, istatistiksel paket program "SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 15,0 for Windows" yardımıyla değerlendirilmiştir.

### **3.3.1 Anketin Süresi**

Anket soruları 15-20 dakikada yanıtlanabilecek evet-hayır, şıklı ve yorum soruları biçiminde düzenlenmiştir. Ayrıca kişilerin ilave yapabileceği diğer kısmı da eklenmiştir.

### **3.3.2 Anketin Soruları**

Anket soruları 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde otel işletmelerinin kapasiteleri, faaliyetler alanları, toplantı salonlarının varlığı vb. ikinci bölümde taleplerin kimler tarafından karşıladığı, kongre gelirlerinin ne olduğu ve kongre görüşmeleriyle ilgili sorular, üçüncü bölümde Kapadokya bölgesinin sorunları, öneriler ve geleceğiyle ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla direkt sorular sorulmuştur.

## ANALİZLERİN BULGULARI

**Soru 1:** Tesisin toplam konaklama kapasitesi ne kadardır?

**Tablo 8:** 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Toplam Konaklama Kapasitesi

4 YILDIZLI OTELLER		Toplam Konaklama Kapasitesi	
		Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	NÜZHET OTEL****	54	108
2	MİRADA DEL LAGO****	105	264
3	GRAND ERAS ERCİYES OTEL****	55	135
4	GRAND ERAS OTEL KAYSERİ****	100	210
5	NOVOTEL****	96	108
6	SELÇUK OTEL****	70	155
7	CITY ONE HOTEL****	100	220
8	ALTINÖZ****	120	240
9	PERİ TOWER****	126	300
10	LYKIA LODGE KAPADOKYA****	146	291
11	DİNLER TATİL KÖYÜ****	79	158
12	YILTOK****	178	360
13	AVRASYA****	126	252
14	ALTINYAZI****	114	237
15	TERMALYA****	135	356
16	GRAND TERMAL****	152	450
17	TAŞSARAY****	189	378
18	GOMEDA****	135	280
19	TURIST HOTEL CAPADOCIA****	79	164
	<b>TOPLAM</b>	<b>2159</b>	<b>4666</b>

**Tablo 8'in devamı:**

<b>5 YILDIZLI OTELLER</b>		<b>Toplam Konaklama Kapasitesi</b>	
		<b>Oda Sayısı</b>	<b>Yatak Sayısı</b>
<b>1</b>	<b>ASSOS TERMAL*****</b>	255	1200
<b>2</b>	<b>DİNLER ÜRGÜP*****</b>	172	344
<b>3</b>	<b>PERISSIA*****</b>	352	800
<b>4</b>	<b>ROSA RESORT*****</b>	230	865
<b>5</b>	<b>DIVA IBIS*****</b>	180	540
<b>6</b>	<b>DEDEMAN*****</b>	349	750
<b>7</b>	<b>HİLTON*****</b>	212	480
	<b>TOPLAM</b>	<b>467</b>	<b>4979</b>

Anketimize katılan konaklama tesislerinde 4 yıldızlı otellerin oda kapasiteleri 54-189 arasında değişmektedir. Yatak kapasitelerine baktığımız zaman 108-4500 arasında değişmektedir. 5 yıldızlı otellerin oda kapasiteleri 172-349 arasında yatak kapasiteleri ise 344-1200 arasındadır. Turizm tesisleri yönetmeliğinde 4 yıldızlı otellerin oda sayısı en az 80 ve 5 yıldızlı otellerin oda sayısı ise en az 120 olarak belirlenmiştir. Buna bağlı olarak Kapadokya bölgesindeki özellikle 4 yıldızlı otellerin oda sayılarının yönetmeliğe uygun olmadığı görülmektedir.

**Soru 2:** İşletmenizde sadece toplantı amacıyla ayrılmış özel toplantı(kongre) mekânları var mıdır?

**Tablo 9:** 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Toplantı Sayıları

4 YILDIZLI OTELLER		TOPLANTI SALONU SAYISI
1	NÜZHET OTEL****	1
2	MİRADA DEL LAGO****	4
3	GRAND ERAS ERCİYES OTEL****	2
4	GRAND ERAS OTEL KAYSERİ****	1
5	NOVOTEL****	3
6	SELÇUK OTEL****	1
7	CİTY ONE HOTEL****	1
8	ALTINÖZ****	3
9	PERİ TOWER****	2
10	LYKIA LODGE KAPADOKYA****	5
11	DİNLER TATİL KÖYÜ****	1
12	YILTOK****	1
13	AVRASYA****	1
14	ALTINYAZI****	1
15	TERMALYA****	1
16	GRAND TERMAL****	3
17	TAŞSARAY****	2
18	GOMEDA****	1
19	TURIST HOTEL CAPADOC CIA****	1

**Tablo 9'un devamı:**

<b>5 YILDIZLI OTELLER</b>		<b>TOPLANTI SALONU SAYISI</b>
<b>1</b>	<b>ASSOS TERMAL*****</b>	5
<b>2</b>	<b>DİNLER ÜRGÜP*****</b>	5
<b>3</b>	<b>PERISSIA*****</b>	12
<b>4</b>	<b>ROSA RESORT*****</b>	5
<b>5</b>	<b>DIVA IBIS*****</b>	4
<b>6</b>	<b>DEDEMAN*****</b>	10
<b>7</b>	<b>HİLTON*****</b>	9

Yukarıdaki tablo incelendiğinde otel işletmelerinden Perissia ve Dedeman'ın en çok toplantı sayısına sahip oldukları belirlenmiştir. Toplantı salonlarının çok fazla olması ve bunların yeterli şekilde kullanılması hem bölge açısından hem de işletme açısından yararlı olabilir. Bu durum yıllık kapasite kullanımı açısından ve gelir açısından işletme için büyük bir avantaj olmaktadır. Ancak bu toplantı salonlarının amacına uygun şekilde çok fazla kullanılmadıkları görülmektedir.



**Soru 5:** İşletmenizdeki toplantı (kongre) salonları talebi karşılıyor mu?



Ankete katılan konaklama işletmelerinin %88,46 'sı sahip oldukları toplantı salonlarının talebi karşıladığını, % 11,54'si ise toplantı salonlarının talebi karşılamadığı belirtilmiştir. Gelişmekte olan Kapadokya bölgesi için toplantı salonlarının şu durumda bile yeterli olmadığını ortaya koymaktadır. Özellikle 4 ve 5 yıldızlı otellerin toplantı salonlarını geliştirerek kongre turizmine hazır hale gelmesi gerekmektedir. Yukarıda hesapladığımız kapasite kullanımı oranlarıyla bu oranlara baktığımız zaman verilen cevapların farklı olduğu görülmektedir. Otel yöneticileri talebi karşıladıklarını belirtmişlerdir ancak kapasitelerinin hepsini kullanamamaktadırlar.

**Soru 6:** İlave salonlar yapmayı düşünüyor musunuz?



Ankete katılan konaklama işletmelerinin %38,46'sı ilave salon düşünmektedirler. % 61,54 si ilave salon düşünmediklerini belirtmişlerdir. İlave salon yapmayı düşünen konaklama işletmelerinin 4 yıldızlı işletmeler olduğu ve talebi karşılayamadıkları için ilave salon düşüncesinin olduğu görülmüştür.

**Soru 7:** Her yıl kaç adet toplantıya ev sahipliği yapıyorsunuz?



Ankete katılan otel işletmelerinin verdiği cevaplar incelendiğinde 1-5 ve 21-30 arası toplantı gerçekleştiren işletmelerin % 23,8 ile ilk sırada olduğunu görüyoruz. %19,23 ile 51+ toplantı gerçekleştirilmektedir. % 15,38 ile 11-20 adet toplantı, %7,69 ile 6-10 adet toplantı ve yine % 7,69 ile 31-50 adet toplantı gerçekleştirilmektedir. Genel olarak baktığımızda gerçekleştirilen toplantı sayılarının yeterli olmadığı belirlenmiştir. Tarihi ve kültürel açıdan bütün dünyadan bilinen Kapadokya bölgesindeki toplantı sayılarının azlığı kongre mekânlarının çok fazla olmamasından ve olan mekânlarında yeterli şekilde kullanılmamasından kaynaklandığı görülmektedir.

**Soru 8:** Toplantı/kongre salonlarınızın kongre başına katılımcı sayısı ortalama ne kadardır?

3. soruyla birlikte oranlanarak hesaplanmıştır. Hizmet alanları ve ortalama katılımcı sayısı alınarak gerçekleştirilen kongre kapasitelerinin yeterli olup olmadığı araştırılmıştır.

**Tablo 10:** Toplantı/Kongre Salonlarının Kongre Başına Katılımcı Sayısı

<b>OTELLER</b>	<b>ALAN (m<sup>2</sup>)</b>	<b>KATILIMCI I SAYISI (Kişi)</b>	<b>ORT. KATILIMCI SAYISI (Kişi)</b>	<b>KAPASİTE ORANI (%)</b>
<b>NÜZHET OTEL****</b>	200	50-99	75	0,45
<b>MİRADA DEL LAGO****</b>	180	50-99	75	0,5
<b>GRAND ERAS ERCİYES OTEL****</b>	180	50-99	75	0,5
<b>GRAND ERAS OTEL KAYSERİ****</b>	300	100-299	200	0,8
<b>NOVOTEL****</b>	350	100-299	200	0,68
<b>SELÇUK OTEL****</b>	327	1-49	25	0,09
<b>CİTY ONE HOTEL****</b>	1340	50-99	75	0,07
<b>HİLTON*****</b>	485	100-299	200	0,62
<b>ALTINÖZ****</b>	200	50-99	75	0,45
<b>PERİ TOWER****</b>	650	100-299	200	0,37
<b>LYKIA LODGE ****</b>	923	100-299	200	0,26
<b>DİNLER TATİL KÖYÜ****</b>	206	50-99	75	0,43
<b>YILTOK****</b>	450	100-299	200	0,53
<b>AVRASYA****</b>	350	100-299	200	0,68
<b>ALTINYAZI****</b>	980	50-99	75	0,09
<b>TERMALYA****</b>	200	50-99	75	0,45
<b>GRAND TERMAL****</b>	310	258	50	99
<b>TAŞSARAY****</b>	100	83	50	99
<b>GOMEDA****</b>	100	50-99	75	0,89
<b>TURIST HOTEL CAPADOCIA****</b>	300	100-299	200	0,79
<b>DEDEMAN*****</b>	1500	50-99	75	0,07
<b>ROSA RESORT*****</b>	570	100-299	200	0,53
<b>DIVA IBIS*****</b>	1.100	100-299	200	0,27
<b>ASSOS TERMAL*****</b>	1.150	100-299	100	0,13
<b>DİNLER ÜRGÜP*****</b>	600	50-99	75	0,19
<b>PERISSIA*****</b>	1200	300-499	400	0,5
			<b>TOPLAM</b>	<b>0,44</b>

4-5 yıldızlı otellerin verdikleri cevaplar incelenerek 3. ve 8. soru birlikte hesaplanmıştır. Öncelikli olarak her otelin kongre-toplantı hizmet alanları yönetmelikte belirtilen kişi başına metre karelere bölünüp kaç kişi barındırabileceği hesaplanmıştır. Daha sonra her otelin ortalama katılımcı sayısı bulunmuştur. En son olarak ortalama katılımcı sayısı belirlenen kişi sayısına bölünüp otellerin kapasite kullanım alanları bulunmuştur. Bulunan kapasitelerinde ortalamaları alınarak bütün otellerin ne kadar kapasiteyi kullanabildikleri hesaplanmıştır.

Bu hesaplamaları gerçekleştirdiğimiz zaman %44'lük bir kapasitenin kullanıldığını görmekteyiz. Genel olarak baktığımızda bu kullanım alanlarının küçük iş, sendika vb toplantılar için kullanıldıkları görülmektedir. Kapadokya bölgesinin bütünü incelendiğinde bunun yeterli olmadığı görülmektedir. Kongre turizminin yeni geliştiği düşünülürse bu oran yeterli olabilir. Ama tarihi güzellikleri, merkezi konumda olma gibi özelliklerinden dolayı Kapadokya bölgesindeki kongre mekânlarının geliştirilmesi gerekmektedir.

**Soru 9:** İşletmenizdeki toplantı mekânlarında aşağıdaki makine ve teçhizatlardan hangisi mevcuttur?

**Tablo 11:** 4-5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bulunan Makine ve Teçhizatlar

Makine ve teçhizatlar	Anket uygulanan otel sayısı	Cevap Sayısı	Yüzde
Tepegöz cihazı	26	21	80,8
Projeksiyon-Sinevizyon	26	26	100,0
Baskı-Tekser Makinesi	26	12	46,2
Faks-Fotokopi makinesi	26	26	100,0
Kongre bilgi sistemi	26	6	23,1
Slide cihazı	26	20	76,9
Kapalı devre TV sistemi	26	12	46,2
Simültane çeviri sistemi	26	12	46,2
Internet	26	24	92,3

Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin toplantı düzenleme imkânlarına baktığımız zaman projeksiyon, faks-fotokopi cihazının anket kapsamında bütün otellerde olduğu görülmektedir. İnternet % 92,3 ile Tepegöz cihazı % 80,8 ile bunları takip eden ekipmanlardır. Yine bu tesislerin %76,9'un da ulusal ya da uluslar arası alanda kullanılan Slide cihazı bulunmaktadır. %46,2 ile Baskı-teksir makinesi, Kapalı devre tv sistemi, Simültane çeviri sistemi kullanılmaktadır. Ancak Kapadokya bölgesindeki otellerin verdiği yanıtlara baktığımız zaman bunların olmadığını görmekteyiz. 4 yıldızlı otellerde de aynı durum söz konusudur. Gelişen bir bölge olan Kapadokya'nın kongre açısından da gelişmesi için kongre otel işletmelerinin ve merkezlerinin donanımlarının da yeterli hale getirilmesi gerekmektedir.

**Soru 10:** İşletmenizde aşağıda belirtilen yiyecek hizmeti sunan departmanlardan hangileri mevcuttur ve kapasiteleri ne kadardır?

**Tablo 12:** 4-5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Sunan Departmanlar

Departmanlar	Anket uygulanan İşletme sayısı	Cevap sayısı	Yüzde
A la carte restaurant	26	21	80,77
Table d'hote restaurant	26	12	46,15
Balo salonu	26	9	34,62
Diğer	26	8	30,77

Anket analizine baktığımız zaman verilen cevap sayılarının en çok A la carte restaurant %80,77'lik bir oranla otel işletmelerinde en fazla kullanılan restauranttır. Diğerlerini % 46,15 ile Table d'hote restaurant, %34,61 ile balo salonu ve %30,77 ile diğer bölümler oluşturmaktadır. Kongre faaliyetleri açısından yiyecek içecek çok önemli faktörlerden birisidir. Ayrıca otel işletmeleri için en fazla gelir getiren departmanlardan biridir. Kapadokya bölgesine baktığımız zaman A la carte restaurant ve Table d'hote restaurantın gelişmiş olduğunu ve yoğunlukla kullanıldığı görülmektedir. Ancak balo salonları çok fazla kullanılmamaktadır. Buda kongre turizminin çok fazla gelişmediğinin göstergesidir. Çünkü çoğu zaman kongre faaliyetleri bu salonlarda gerçekleştirilebilir.

**Soru 11:** Tesisinizde bir kongre düzenlendiğinde yiyecek-içecek hizmeti verebileceğiniz kuver (kişi) sayısı ne kadardır?



Ankete katılanların verdikleri cevaplar incelendiğinde kongreye ev sahipliği yapacak olan otel işletmelerinin %42,31lik bir dilimle 201-500 arası kişiyi ağırlayabileceğini belirtmişlerdir. Çok büyük kongreler için yeterli olamayacak bir durumdur. 501-1000ve 100+ arası kişinin ağırlanabileceği yüzdelere baktığımızda %11,54 olduğunu görüyoruz. Gelecek açısından ve hem ulusal hem de uluslararası kongreler yapılacağı düşünüldüğünde bu kapasite yeterli olmayabilir. Gelişmekte olan Kapadokya bölgesinde bu oranların az olması ve bu duruma otel işletmelerinin gereken önemi vermesi gereklidir.

**Soru 12:** Toplantılar için tesisinizin sunduğu rekreasyon, eğlence ve diğer ek hizmetler var mıdır? Cevabınız “Evet” ise lütfen hizmetleri belirtiniz.

Rekreasyon, eğlence ve diğer hizmetler sorusuna verilen cevaplara baktığımız zaman bar, disco ve canlı müzik faaliyetlerinin çok olduğunu görmekteyiz. Canlı müzik % 23,08 ile Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinde öncelik sırasındadır. Daha sonra ise 15,38 ile disco faaliyetleri ikinci sırada gelmektedir.

Diğer faaliyetler olarak balon-jeep turları, mini golf, sağlık klübü, futbol sahası, out side catering, berber-kuaför, firma ya da kuruluşun isteğine göre davranış çok fazla gerçekleştirilmemektedir. Aslında geneline baktığımız zaman bu faaliyetlerin çok bilinçli yapılmadığı ve kongre turizmine yönelik faaliyetler olmadığı görülmektedir.



Kongre katılımcılarının isteklerini incelediğimiz zaman yukarıdakilerle sınırlı kalmak istemedikleri, günlük turlar, bölgeyi tanıtan faaliyetler, yemek kültürünün tanıtılması gibi farklı isteklerde bulunmaktadır. Ayrıca kongreye gelecek olan katılımcılar sadece disco ya da canlı müzikle günün yorgunluğundan kurtulmak istememektedir. Çünkü katılımcıların yaş gruplarına baktığımız zaman 30-40 yaş arası oldukları görülmektedir. Bu katılımcıların bazıları bu faaliyetleri istese bile 40 yaş ve üzeri katılımcıların discobar gibi mekânları dinlenmek için seçmeyecekleri bellidir. Son olarak ailesiyle gelen katılımcılar farklı faaliyetler istemektedir. Verilen cevaplarda da bunlara çok rastlanmamıştır. Bu sonuçlara da bakıldığında yine gelişmişlik açısından ilerleme olmadığı belirlenmiştir.

**Soru 13:** Kongrecilikle ilgili ulusal ya da uluslararası kuruluşlara üye misiniz?

·



Anket sorularına verilen cevaplar incelendiğinde Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin ulusal ya da uluslararası kuruluşlara üye olmadıkları görülmektedir. 26 otelden sadece 2 tanesi bu kuruluşlara üye olduklarını belirtmişlerdir. Bu durumda gösteriyor gelişmekte olan Kapadokya bölgesinde bu faaliyetlere gereken önem verilmemektedir. Dünyaya baktığımız zaman bu kuruluşlarla kongre turizminin nasıl geliştirildiği, fikir alışverişi yapılacak kongrelerin nerelerde ve nasıl gerçekleştirildiği, pazardan pay almayı artırmak için yapılması gerekenlere bu kuruluşlar aracılığıyla öğrenmektedirler. Bu sonucu incelediğimizde oteller ve yöneticilerin kongre turizmin öneminden habersiz olmalarına bağlayabiliriz. Ulusal ve uluslararası kuruluşlara üyeliklerin önemi çok fazla bilinmediğinden bu duruma ilgisiz kaldıkları söylenebilir.

**Soru 14:** Kongre turizmi ile ilgili fuarlara katıyor musunuz?



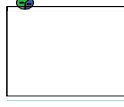
Yine anketlere verilen cevaplarda fuarlara katılımın ulusal ya da uluslararası kuruluşlara üyelik gibi olmadığı görülmektedir. Fuarlara katılmanın 26 otelden 16'sı tarafından gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Ama bu durumun kongre açısından yeterli olmadığını ortaya koymaktadır. Konaklama işletmelerinin kongre turizminden pek haberdar olmadıkları ya da bu bilincin çok fazla gelişmediği açık şekilde ortaya koyulmuştur.

**Soru 15:** İşletmenizde kongre turizmiyle ilgili toplantı taleplerinin alınması işi kimler tarafından yapılmaktadır?

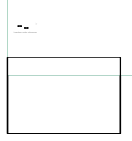
1
2
3



Otel işletme yöneticileri verdikleri cevaplarda kongre turizmiyle ilgili taleplerin % 88,46 ile otel departmanları tarafından karşılandığını belirtmişlerdir. 4-5 yıldızlı otellerin çoğunluğu bu talepleri otel departmanları aracılığıyla karşılamaktadırlar.



İkinci olarak seyahat acentaları tarafından taleplerin karşılanması sağlanmaktadır. Otel yöneticileri %38,46 ile bu taleplerin karşılanması için seyahat acentalarıyla iletişime geçmektedirler. Ancak bu talep karşılamalar uluslararası kongreler için değil ulusal faaliyetlerin gerçekleştirildiği kongreler için kullanılmaktadır.



Profesyonel kongre organizatörleri ise % 26,92'lik bir payla bu faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Konaklama işletmelerinin yine bu durumda pasif olduklarını belirlenmiştir. Çünkü artık gelişmiş ülkelerde otel departmanı yanında seyahat acentaları ve profesyonel kongre organizatörleriyle de kongre talepleri işlerini gerçekleştirilmektedir. Özellikle profesyonel kongre organizatörleri uluslararası kongre taleplerinin artması için çok önemli bir etkidir. Ama bunun Kapadokya bölgesinde çok fazla bilinmediği ve önemsenmediği görülmüştür.

**Soru 16:** Kongre gelirlerinizin toplam gelirleriniz içindeki paylarını % olarak belirtiniz.



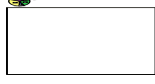
Konaklama işletmelerine kongre gelirlerinin toplam gelirleri içindeki paylarını sorduğumuz zaman verilen cevaplarda %38,46 ile %1,01-%5 arasındaki gelir payının en fazla olduğu görülmektedir. Belirlenen kriterler incelendiğinde kongre turizminden elde edilecek gelirin %1 ve üzeri bir dilimde olması işletmenin kar elde ettiğini göstermektedir. Ama işletmelerin kongre gelirlerine baktığımız zaman bunların küçük işletme toplantılar, iş toplantıları vs. elde edildiği belirlenmiştir. Ulusal ya da uluslararası kongrelerin bu gelirlere çok fazla etkisi bulunmamaktadır. Sadece 5 yıldızlı otellerde büyük kongrelerin gelirlere etkisini görebiliriz.

**Soru 17:** Kongre veya konferans öncesi ve sonrası kongre düzenleyen dernek, kuruluş ya da organizatörlerle görüşme yapıyor musunuz?



Ankette verilen cevaplarda kongre öncesinde ve sonrasında konaklama işletmelerinin görüşmeler yaptığını görülmektedir. %84,62 ile otel işletmelerinin hemen hepsi görüşme sürecini devam ettirmektedir. Genel olarak kongre faaliyetlerini incelediğimizde otel işletmelerinin kongre öncesi ve sonrasında görüşmelerin yapılması gerekmektedir. Kongre öncesinde yapılacak toplantılarda kişi sayısının belirlenmesi, yiyecek-içecekte menünün belirlenerek maliyetin azaltılması gibi konular önemlidir. Kongre sonrasında ise elde edilen karın belirlenmesi, bütçenin hesaplanması, bir daha ki sefere o kuruluş yâda organizatörlerle tekrar çalışılıp çalışılmayacağı gözden geçirilir. Ayrıca kongre öncesinde ve sonrasında konaklama işletmelerinin görüşme yapması kongrenin düzgün şekilde yürümesi için önemli bir faktör konumundadır. Kapadokya bölgesinde de bu tür görüşmelerin büyük bir yüzdeyle yapıldığı gösterilmiştir. Gelişmekte olan Kapadokya bölgesi için bu çok önemli bir faktördür.

**Soru 18:** Kongre veya konferans öncesi toplantı gerçekleştiriyorsanız oda fiyatlarını ve yiyecek-içecek fiyatlarını ne kadar süre önceden belirliyorsunuz?



Ankette verilen cevapları incelediğimizde oda fiyatları % 26,92 ile 6 ay öncesinden; yiyecek-içecek fiyatları yine %34,6 ile 2 ay öncesinden belirlenmektedir. Bu fiyatların kongre ya da toplantı öncesi toplantı yapmanın en önemli sebeplerinden biri de oda fiyatlarının ve yiyecek-içecek fiyatlarının belirlenmesidir. Çünkü oda ücretlerinin kongre tarihinden en az 1 yıl önce, kar marjı düşük olan yiyecek-içecek fiyatları da en az 6 ay önce belirlenmelidir. Bu durumda verilen cevapları incelediğimizde 6 ay ve 2 ay öncesinden görüşme gerçekleştirdiklerini görmekteyiz. Ulusal ya da uluslararası kongre gerçekleştiren konaklama işletmeleri için bu tehlikeli bir durumdur. İşletmenin zarara uğrama durumu ortaya çıkabilir. Ama iş toplantıları vb durumlar için çok fazla önemli olmamaktadır.

**Soru 19:** Kapadokya bölgesinin kongre turizmi için gerekli alt ve üst yapıya sahip olduğunu söyleyebilir misiniz?



Konaklama işletmelerinin verdikleri cevapta %53,85 ile Kapadokya bölgesinin gerekli alt ve üst yapıya sahip olmadığı belirtilmiştir. Genel olarak verilen cevapları incelediğimizde de Kapadokya bölgesinin gelişmesi gerekmektedir. Kongre turizmi açısından gelişmesi için alt ve üst yapının iyileştirilmesi bölge açısından faydalı olacaktır.

**Soru 20:** Kapadokya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyor musunuz?



Ankete verilen cevapta ulaşım ağının %61,54 ile yeterli olmadığı ve %38,46 ile yeterli olduğu görüşü belirtilmiştir. Dünyaca bilinen ve tarihi açıdan önemli bir konumda olan Kapadokya bölgesinin ulaşım ağının özellikle konaklama işletmeleri açısından yeterli olmadığı görüşü hâkimse kongre turizmi açısından etkilerinin olumsuz olabileceği görülmektedir.

**Soru 21:** Kapadokya bölgesinde kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenleri önem sırasına göre belirtiniz.

**Tablo 13:** Kongre Turizminin Geliştirilmesi İçin Yapılması Gerekenler

<b>Yapılması gerekenler</b>	<b>Cevap sayısı</b>	<b>Yüzde</b>
Çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması	10	38,5
Ülkenin ve bölgenin tanıtım faaliyetlerinde bulunmak	8	30,8
Konaklama tesislerinin toplantı imkânlarının artırılması	7	26,9
Seyahat acentelerinin kongre organizasyonlarında uzmanlaşması	7	26,9
Yerel yönetimin desteği alınarak kongre turizminin geliştirilmesi	7	26,9
Turizm Bakanlığı'nın ve kongre turizmiyle ilgili çalışmalarının artırılması	5	19,2

%38,5'lik payla çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması ilk sırada yer almaktadır. %30,8'lik payla da ülkenin ve bölgenin tanıtım faaliyetlerinde bulunmak 2.sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada konaklama tesislerinin toplantı imkânlarının artırılması ve dördüncü sırada ise seyahat acentelerinin kongre organizasyonlarında uzmanlaşması ve yönetimin desteği alınarak kongre turizminin geliştirilmesi ve son olarak Turizm Bakanlığı'nın ve kongre turizmiyle ilgili çalışmalarının artırılması gelmiştir.



**Soru 22:** Size göre Kapadokya Bölgesinin avantajları nelerdir?

**Şekil 1:** Yöneticilerin Kapadokya Bölgesinin avantajları konusundaki görüşleri

1	Önemli bir merkezde yer alması ve jeopolitik konumu.
2	İklim açısından elverişli bir yapıya sahiptir
3	Hava ve kara yoluyla her türlü ulaşımın mümkün olması
4	Kapadokya bölgesinin dünyada yeterince tanınması
5	Kapadokya bölgesi tarihi güzelliklere sahip olması nedeniyle turistik açıdan çekim gücüne sahip olması
6	Kongre turizmi için alt yapı olanaklarının büyük bir çoğunluğunun ilimizde mevcut olması
7	Turizm işletmelerinin yeterli sayıda olması
8	Uygulanan fiyatların çok cazip olması
9	Sakinliği ve misafirperverliği
10	Kongre turizmine ve kültür turizmine çok yatkın bir bölge olması

**Soru 23:** Size göre Kapadokya Bölgesinin dezavantajları nelerdir?

**Şekil 2:** Yöneticilerin Kapadokya Bölgesinin dezavantajları konusundaki görüşleri

1	Büyük toplantı salonlarının olmaması.
2	Otel oda sayılarının yetersiz olması.
3	Çok ucuz otellerin olmasından dolayı rekabeti zorlaşması
4	Tanıtımın yetersizliği
5	Bölgenin sosyal yapısı ve sosyalitenin zayıf ve yetersiz olması
6	Kongre bilincinin gelişmemesi
7	Turizm işletmelerinin sadece sezona yönelik çalışması
8	Ulaşım nüfusla alakalı olarak kongre organizasyonlarının da yeterli seviyede olmaması
9	Ulaşımın yetersizliği ve çevre düzenleme eksikliği
10	Nevşehir havalimanının tam faaliyete girmemesi
11	Kongre turizminin çok fazla bilinmemesi
12	Çok amaçlı kongre merkezlerinin yetersizliği
13	Eğitim(kalifiye eleman eksikliği)
14	Farklı pazarlar arayışına girilmemesi
15	Yeterli tesislerin bulunmaması
16	Yerel yönetimin alt ve üst yapıya gereken önemi vermemesi

**Soru 24:** Kongre Turizmi ile ilgili diğer görüşlerinizi, düşünceleriniz ve beklentilerinizi belirtiniz.

Kapadokya bölgesinin tanıtımı açısından gelişmesinin kongre turizmini geliştireceği düşüncesi hâkimdir. Turizm konusunda Turizm Bakanlığının açıkçası gölge etmesin yeter tabiriyle fazla karışmaması görüşü hâkimdir. Çünkü ülke tanıtımı için bakanlığın yıllardır bütçe ayırıp reklam harcamaları yaptığı ancak şimdiye kadar herhangi yüksek oranda artı bir değer sağlayamadığı düşüncesi vardır. Uluslararası ilişkiler, ülke güvenliği, huzur, içine kapalı değil dışa dönük bir ülke görünümü gibi etkenler başta gelen kriterlerdir. Bunlar sağlandığında ve tanıtımlar etkili şekilde gerçekleştirildiğinde turizm firmaları bireysel veya kendi örgütlenmeleri ile bu organizasyonları rahatlıkla yapılabilecektir.

Diğer bir öneri Kapadokya bölgesinin ulaşım açısından geliştirilmesine yönelik önerilerdir. Kapadokya bölgesine baktığımız zaman Kapadokya'ya yurt dışından gelenlerin ise havaalanı açısından hala büyük bir sıkıntı yaşadıklarını görüyoruz. Özellikle Ürgüp, Avanos, göreme, uç hisar gibi ilçelerin arasındaki ulaşımın bile olumsuz etkiye sahiptir. Kongreye gelen delegeler devamlı araç değiştirmek istemezler ve işlerinin yolunda gitmesini isterler. Bunun için ulaşım sorununun halledilmesi bölge açısından avantaj olacaktır.

Gerekli kongre ve toplantı merkezlerinin artırılması ve gerek bakanlık, gerek yerel yönetimlerin desteğiyle kongre turizmi hem tesisler hem de bölgenin geneli için daha verimli hale getirilebilir. Ayrıca otellerin Antalya'daki oteller gibi yüksek konaklama kapasiteli oteller yapılmalı. Kongre için ise Min:500 max:5000 arasında salonlar yapılmalı görüşü öne sürülmüştür. Kapadokya bölgesine baktığımız da ne konaklama işletmelerinin ne de kongre merkezlerinin gelişmiş olduğunu görmekteyiz.

Bununla birlikte Kapadokya bölgesinin sosyal anlamda gelişmesi gerekmektedir görüşü var. Kapadokya bölgesi bazı açıdan gelişse de bazı açılardan hala gelişmemiştir. Sosyallik bunlardan biridir. Sadece yabancılar açısından sosyalleşme değil yerel halkında bilinçlenmesi açısından sosyalleşme faaliyetleri çok önemlidir. Bununla birlikte eğitimde önemli bir faktördür. Özellikle konaklama işletmelerinde çalışanların eğitimi ve üniversitede eğitimin artırılması da hem turizmin hem de kongre turizminin gelişmesi açısından önemli bir faktördür.

## SONUÇ

Dünya genelinde turizm önemli bir sektör haline gelmiştir. Turizmin hem ekonomik hem de sosyal alanda etkili olmaya başlamasıyla yeni turizmi türleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Çünkü insanlar daha fazla boş vakte ve gelir açısından daha fazla gelire sahip olmaya başlamıştır. Bu yüzden daha fazla turizm çeşidi görmek istemektedir. Deniz, kum, güneş artık dinlenme amacı olarak görülmemekte çeşitli alternatifler değerlendirilmektedir. Bunun yanında iş ve toplantı alanında da turizm alanında gelişmeler gözlenmektedir. İşletmeler iş turizmi ile toplantılar gerçekleştirmekte aynı zamanda dinlenme imkânı da sunmaktadır. Kongre turizmi de delegelerin bilimsel alanda bilgi alışverişi yapması, Karar vermesi ve bunun yanında dinlenme imkânı sağlamaktadır.

Toplantıların, bir iletişim, bilgi alışverişi, yönetim ve karar verme aracı olarak ortaya çıkış tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu varsayılıyor. Geçmiş yıllarda çok ender rastlanan (özellikle uluslararası) toplantıların sayısında, 2'inci Dünya Savaşı'ndan sonra büyük gelişmeler yaşandı. Söz konusu toplantıların sayılarında meydana gelen artışların ulaştığı boyut, kongreciliğin bir meslek haline gelmesine ve kongre olgusunun da bir turizm hareketliği olarak değerlendirilmesine neden oldu.

Türkiye açısından da kongre turizmi çok önemli bir yere sahiptir. Mevsim uzatıcılığı, turizm pastasında önemli bir paya sahip olması, sosyal ve yapısal alanda gelişmelerde sağlamaktadır. Özellikle İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya gibi önemli şehirlerde kongre turizm faaliyetleri gelişme göstermiştir. Ancak son zamanlarda kongre turizmi Kapadokya bölgesinde de büyük gelişme göstermektedir.

Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerine yaptığımız anket çalışmalarını analiz ettiğimizde şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır:

- Dört yıldızlı otellerin sayıları ve yatak kapasitelerinin yeterli olmadığı görülmüştür.
- Anket kapsamında değerlendirilen otellerin tamamında toplantı için özel mekânlar ve çok amaçlı salonların var olduğu belirtilmiştir. Ancak özellikle 5 yıldızlı otellerde teknik ekipman ve donanım açısından eksikliklerin olduğu görülmüştür.

- Teknik ekipman ve donanım eksikliğine rağmen konaklama işletmeleri anket uygulanan otel işletmelerinin %88,46'sı talebi karşıladıklarını % 11,54 talebi karşılayamadıklarını belirtmişlerdir. Bu duruma bakıldığında otellerin sadece küçük çapta toplantı veya kongre gerçekleştirdikleri görülmektedir.
- Talebi karşıladıklarını belirten konaklama işletmelerine ilave salon yapmak düşünceleri sorulduğunda %61,54 ile hayır cevabı ve %38,46 ile evet cevabı verilmiştir.
- En çok 21-30 toplantıya ev sahipliği yapıldığı belirtilmiştir. Bu sonuca baktığımızda ulusal ya da uluslararası alanda büyük çaplı kongreler değil de daha çok iş ve sendika toplantıları gibi küçük çapta toplantıların yapıldığı görülmektedir.
- Konaklama işletmelerinin çoğunluğunun herhangi bir uluslararası kuruluşa üye olmadıkları, 26 otel işletmesinden 2 si üye olduklarını belirtmişlerdir. Bu da gelişmekte olan Kapadokya bölgesinin kongre turizmi açısından gerekli önemi vermedikleri ortaya çıkmıştır.
- Konaklama işletmeleri daha çok A la carte restaurantlarda hizmet vermektedirler ve % 42,31 lik bir dilimle 201-500 arası kongre katılımcısına verebilecekleri hizmet oranlarıdır. Table d'hote restaurant ve balo salonu hizmetleri çok fazla kullanılmamaktadır.
- Konaklama işletmelerinin 26'sından 16'sı kongre turizmiyle ilgili fuarlara katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda pek iç açıcı değildir. Ulusal alanda da çok fazla gelişme göstermedikleri, diğer faaliyetlerden çok fazla haberdar olmadıkları görülmektedir.
- Kapadokya bölgesindeki konaklama işletmelerinin kongre taleplerinin çoğunluğunu otel departmanları aracılığıyla gerçekleştirdikleri görülmektedir. İkinci talebin karşılanması işlemlerinin seyahat acentaları tarafından gerçekleştirildiği belirlenmiştir.

- Konaklama işletmelerinin verdikleri cevaplarda kongre gelirlerinin toplam gelirleri içerisindeki payının %38,46 olduğu görülmüştür. Ancak daha öncede belirttiğimiz gibi bu gelirler ulusal ya da uluslararası alandaki kongre faaliyetleri gerçekleştirilerek elde edilmemektedir.
- Konaklama işletmelerini kongre öncesinde ve sonrasında kongre düzenleyen kuruluşlarla görüşme yapıp yapmadıkları sorulduğunda hepsinin görüşme yaptıkları cevabını verdiklerini görüyoruz. Oda fiyatları ve yiyecek-içecek fiyatlarını ne kadar sürede belirlediklerini sorduğumuzda verilen cevapların kriterlere uymadığını görüyoruz. Görüşmeler çok kısa süre önceden yapılmaktadır. Bu da işletmeler için çok faydalı olmamaktadır.
- Alt yapı ve üst yapı sorunları, kongre merkezlerinin eksikliği, uluslararası kuruluşlara üye olma sorunu, tanıtım ve pazarlama sorunu, sosyal alanda gelişim gibi sorunların olduğunu görmekteyiz.

## ÖNERİLER

Anketin analizi yapıldıktan sonra Kapadokya bölgesinde kongre turizminin gelişebilmesi için öneriler şunlardır.

- Öncelikli olarak Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin yıldız sayıları gözden geçirilerek, yönetmeliğe uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Çünkü özellikle 4 yıldızlı işletmelerin yönetmeliğe uygun olmadıklarını görmekteyiz.
- Daha sonra gelişen Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin kongre organizasyon faaliyetleri için yeterli hale getirilmesi gereklidir.
- Alt yapı ve üst yapı sorunlarının halledilerek özellikle ulaşım, tanıtım ve pazarlama alanında geliştirme faaliyetleri gerçekleştirilmelidir. Karayolu açısından ve özellikle de hava yolu açısından artık uluslararası alanda seferlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Çünkü katılımcılar başka şehirler ya da ülkelerden gelecekleri için çok fazla yorulmak istemezler. Biran önce otellerine ulaşmak isterler.
- Kongre merkezlerinin sayılarının artırılması gerekmektedir.
- Konaklama işletmelerinin kongre turizmiyle ilgili fuarlara katılımının teşvik edilmesi gereklidir. Kapadokya bölgesindeki oteli işletmelerinin fuarlara çok fazla katılmadıkları görülmektedir.
- Uluslararası kongre faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için konaklama işletmeleri bilinçlendirilebilir. Konaklama işletmeleri sadece otel departmanı ile değil kongre organizatörleriyle de talepleri karşılayarak Kapadokya bölgesinin kongre turizminden pay almasını sağlayabilir.
- Bölgenin her bakımdan tanınması için Turizm bakanlığının ayırmış olduğu bütçeyi etkin şekilde kullanması gereklidir. Bölgenin tanıtımının yapılması ve olumlu imaj elde etmesi kongre turizmi açısından gelişme göstermesi için önemli olabilir.

- Kongre büroları kurularak kongre turizminin geliştirilmesi faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

Sonuç olarak Kapadokya bölgesinin kongre turizmi açısından geliştirilmesi gerekmektedir. Anket analizlerinin geneline baktığımız zaman Kapadokya bölgesinin yeterli potansiyele sahip olmadığı görülmektedir. Kongre bürolarının olmaması ve uluslararası alanda kongre turizmi için herhangi bir faaliyet gerçekleştirilmemesi bu bölgenin gelişmesini olumsuz etkilemektedir. Ayrıca alt ve üst yapının geliştirilmemesi Kapadokya bölgesi için dezavantajdır. Hem tarihi açıdan hem de bütün dünya tarafından bilinen bir bölge olmasına rağmen bu avantaj çok kullanılmamaktadır.

**YARARLANILAN KAYNAKLAR****KİTAPLAR**

ASSTROFF Milton T; James R ABBEY; Convention Management and Service, American Hotel and Motel Association: Michigan 1998

AYMANKUY Yusuf; Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara 2006

CHSE, Frank W. Berkman; David C. Dorf CHSE; Leonard R. Oakes, CHSE; Convention Management&Service, The Educational Institute of the American Hotel&Motel Association 1986

ÇAKICI A.Celil; Toplantı Yönetimi, Detay Yayınları: Ankara 2004

DAVIDSON, Rob; Beulah COPE; Business Travel, Pearson Education, London 2003

İÇÖZ Orhan; Turizm İşletmelerinde Pazarlama, Ankara 1996

İÇÖZ Orhan; Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetmeliği, Turhan Kitabevi, Ankara, 2003

KARASU Tanju; Kongre Turizmi ve Türkiye (Durum, Sorunlar, Öneriler), Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı- Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları 1985

MILL Robert Christie; Alastair M. MORRISON The Tourism System, Prentice-Hall International, Inc. 1992

SWARBROOKE John; Susan HORNER; Business Travel and Tourism, Butterworth – Heinemann, Oxford 2001.

TAVMERGEN, İge Pınar; Ebru Günlü AKSAKAL; Kongre ve Toplantı Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2004.

USTA, Öcal; Turizm, Altın Kitaplar, 1996



**MAKALELER**

AKSU Akın, Kongre Pazarı, TÜROFED 2007

AYDIN, Şule; Kongre Turizmi ve Önemi, 8. Ulusal Turizm Kongresi, Bildiriler, Adnan Menderes Üniversitesi, Kuşadası, 1997

AYMANKUY, Yusuf; Kongre Turizminin Gelişimi ve Türkiye’de Kongre Turizmi, Turizmde Seçme Makaleler:24, Yayın No:37, Ocak 1996

ÇORBACI, Elif, Erkoç KULELİ; Kongre Turizmine Paralel Olarak, Kongre Otelciliği de Gelişiyor, Hotel Türkiye Otelciler Birliği Yayın Organı, Seçil Ofset, Sayı: 10, Ankara, Aralık 1998

TUGEV; Kongre Turizmi ile İlgili İstatistikler, Turizmde Seçme Makaleler 24, Derleyen: Özen Dalli, TUGEV Yayını, İstanbul 1996

GÖKDENİZ, Ayhan; Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeri, Fiziksel Donanımları, Boş Zaman-Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye’nin Yapısal Analizi, Turizmde Seçme Makaleler: 24, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları, İstanbul, 1996

HILLER Harry; Mega Olaylar Olarak Konvansiyonlar Kongre-Yerli Halk İlişkilerinde Yeni Model, Tourism Management, Ağustos 1995

KARA Mustafa, Kongre ve Toplantı Yönetimi; Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü, Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslar arası Rekabet Kurumu Derneği Yayınları 2007

KOŞAN, Abdülkadir; “Kongre Turizmi,” Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi, TUGEV Yayını, No:37, İstanbul, Ocak 1996.

MCINTOSH, Robert, GOELDNER, Charles R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 6.Edition, John Wiley&Sons Inc. Canada, 1990.

MEDLIK, S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, Butterworth- Heineman Ltd, Oxford, 1993.

OPPERMAN Martin Convention Cities – Images and Changing Fortunes, The Journal Of Tourism Studies Vol. 7, No. 1, May '96

ORAL, Saime, Avşar KURGUN; Uluslar arası Kongre Pazarında Yaşanan Gelişmeler ve Türkiye Kongre Turizminin Değerlendirilmesi;

T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI; Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri, Kasım 2009

T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI; Konaklama İstatistikleri, Kasım 2009

T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI; Turizm Belgeli Konaklama Tesisi, Oda ve Yatak Sayıları 2008

TÜRSAB. Türkiye Kongre Merkezi Olma Yolunda Hızla İlerliyor, TÜRSAB Dergisi, S.148, Mayıs 1996.

TÜRSAB; AB Kongre Turizmini Bütçe Altına Aldı, TURSAB Dergisi, Mayıs 1996

YÜCEL, Sunay Ünlü; Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye, Türsab Dergi, Ocak 2005

YÜCEL, Sunay Ünlü; Türkiye'nin Kongre ve Toplantı Turizminden Aldığı Pay Artıyor, Türsab Dergi, Ekim 2002

### **TEZLER**

ÇİZEL, Beykan; Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik bir Araştırma, Akdeniz Üniversitesi Sos. Bilm. Ens. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 1999

AYMANKUY Yusuf; Türkiye' de Geliştirilebilir Turizm Şekli Olarak Kongre Turizmi ve İzmir İl Merkezi Örnek Uygulaması, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmış Doktora Tezi, Balıkesir 1997

AYDIN Şule; Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli. Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale 1997

GÜLBAHAR Onur; Bilgi Toplumu ve Küreselleşmenin Şekillendirdiği Kongre Turizminin Türkiye'deki Durumu (İstanbul Örneği), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul 2006

ERDOĞAN Ceylan; İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesin Yönelik Bir Araştırma, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006

ARBER Esat, Türkiye'de Kongre Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Alan Araştırması, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara 2008

#### **INTERNET ADRESLERİ**

1. <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=3.5.20058948&MevzuatTliski=0&sourceXmlSearch=turizm%20tesislerinin%20belgelendirilmesine%20ve%20niteliklerine%20ili%FEkin%20y%F6netmelik>
2. [http://www.dunyabulteni.net/news\\_detail.php?id=65187](http://www.dunyabulteni.net/news_detail.php?id=65187)
3. <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=26985>
4. <http://www.festtravel.com/tr/sayfa.asp?Pageid=124/2008>
5. [http://www.turizmdebusabah.com/haber\\_detay.asp?haberNo=45434](http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay.asp?haberNo=45434)
6. <http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/011610/17706>
7. [www.dunyagazetesi.com.tr](http://www.dunyagazetesi.com.tr)
8. <http://www.nevsehir.web.tr/50-haber/kongre-turizmi-kapadokya-turizminin-gelecegini-belirleyecek-haberi/> 15 Nisan 2009

9. <http://www.euractiv.com.tr/turizm/article/turkiyenin-turizm-geliri-21-milyar-dolara-yukseldi-004008/02.01.2009>
10. <http://www.turizmgazetesi.com/articles/article.aspx?id=46891>/Şubat 2009
11. <http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=1353>
12. <http://www.ttyd.org.tr/tr/page.aspx?id=1>
13. <http://www.unwto.org/infoshop/october/2009>
14. <http://www.iccaworld.com>,20.05.2010
15. <http://www.iccaworld.com>,10.06.2010

**EKLER****EK-1****Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesine Yönelik Bir Anket Çalışması**

Sayın Yetkili; Nevşehir Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalında Yüksek lisans yapmaktayım. Yüksek lisans tezimin konusu olan “Kongre Turizmi ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri ve Nevşehir İli Örneği ” konulu tezimin uygulama kısmını oluşturan Kapadokya bölgesindeki otellerin kongre turizmi hizmetlerinin incelenmesi ve bunun hakkında sağlıklı bir veri tabanı oluşturmak ve bugünkü durumunda Kapadokya bölgesindeki otellerin kongre hizmetlerinin incelenmesiyle bu bölgenin sorunlarının neler olduğu, gelecekte kongre turizminin nasıl bir gelişme göstereceğinin ortaya çıkarılması için yapılan çalışmanın en önemli aşamasını oluşturan anket çalışmasını siz değerli otel yöneticilerine sunuyorum. Göstereceğiniz ilgiye şimdiden teşekkür ederim.

Şeyma Özer

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

Bilgi Alınabilecek Telefon Numarası

Prof. Dr. Emir ERDEN

03842152010-1542

**KONAKLAMA TESİSLERİ KİMLİK BİGİLERİ**

**TESİSİN ADI:**

**TESİSİN TÜRÜ VE SINIFI:**

**TİCARİ ÜNVANI:**

1) Tesisin toplam konaklama kapasitesi ne kadardır?

Oda sayısı.....

Yatak sayısı.....

2) İşletmenizde sadece toplantı amacıyla ayrılmış özel toplantı(kongre) mekânları var mıdır?

Evet  Hayır

3) İşletmenizin kongre-toplantı hizmet alanları toplamı ne kadardır?

..... Metrekare

4) İşletmenizde çok amaçlı salonlar var mıdır?

Evet  Hayır

5) İşletmenizdeki toplantı(kongre) salonları talebi karşılıyor mu?

Evet  Hayır

6) İlave salonlar yapmayı düşünüyor musunuz?

Evet  Hayır

7) Her yıl kaç adet toplantıya ev sahipliği yapıyorsunuz?

- a) 1-5
- b) 6-10
- c) 11-20
- d) 21-30
- e) 31-50
- f) 51+

8) Toplantı/Kongre salonlarınızın kongre başına katılımcı sayısı ortalama ne kadardır?

- a) 1-49 kişi
- b) 50- 99 kişi
- c) 100-299 kişi
- d) 300-499 kişi
- e) 500-999 kişi
- f) 1000+ kişi

9) İşletmenizdeki toplantı mekânlarında aşağıdaki makine ve teçhizatlardan hangisi mevcuttur?

- |                                                      |                                                   |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Tepegöz                     | <input type="checkbox"/> Slâyt Cihazı             |
| <input type="checkbox"/> Projeksiyon-Sinevizyon      | <input type="checkbox"/> Kapalı Devre Tv sistemi  |
| <input type="checkbox"/> Baskı ya da Teksir makinesi | <input type="checkbox"/> Simultane Çeviri Sistemi |
| <input type="checkbox"/> Faks, Fotokopi makinesi     | <input type="checkbox"/> İnternet                 |
| <input type="checkbox"/> Kongre Bilgi sistemi        |                                                   |
| <input type="checkbox"/> Diğer, belirtiniz.....      |                                                   |

10) İşletmenizde aşağıda belirtilen yiyecek hizmeti sunan departmanlardan hangileri mevcuttur ve kapasiteleri ne kadardır?

- |                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> A la carte Restaurant..... kuver(kişi) |
| <input type="checkbox"/> Table d’hote Restaurant.....kuver      |
| <input type="checkbox"/> Balo Salonu.....kuver                  |
| <input type="checkbox"/> Fast Food Restaurant.....kuver         |
| <input type="checkbox"/> Diğer,lütfen belirtiniz.....kuver      |

11) Tesisinizde bir kongre düzenlendiğinde yiyecek-içecek hizmeti verebileceğiniz kuver(kişi) sayısı ne kadardır?

.....Kuver

12) Toplantılar için tesisinizin sunduğu rekreasyon, eğlence ve diğer ek hizmetler var mıdır? Cevabınız “Evet” ise lütfen hizmetleri belirtiniz.

13) Kongrecilikle ilgili ulusal ya da uluslar arası kuruluşlara üye misiniz? Cevabınız “evet” ise lütfen belirtiniz.

- |                               |                                |
|-------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Evet | <input type="checkbox"/> Hayır |
|-------------------------------|--------------------------------|

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

14) Kongre turizmi ile ilgili fuarlara katıyor musunuz?

( ) Evet ( ) Hayır

15) İşletmenizde kongre turizmiyle ilgili toplantı taleplerinin alınması işi kimler tarafından yapılmaktadır?

- a ) Seyahat Acentesi
- b ) Otel Departmanı
- c ) Profesyonel Kongre Organizatörü
- d ) Diğer; belirtiniz.....

16) Kongre gelirlerinizin toplam gelirleriniz içindeki paylarını % olarak belirtiniz.

- ( ) % 1'den az
- ( ) % 1,01-% 5 arası
- ( ) % 5,01- % 10 arası
- ( ) % 10,01'den fazla

17) Kongre veya konferans öncesi ve sonrası kongre düzenleyen dernek, kuruluş ya da organizatörlerle görüşme yapıyor musunuz?

- ( ) Evet
- ( ) Hayır

18) Kongre veya konferans öncesi toplantı gerçekleştiriyorsanız oda fiyatlarını ve yiyecek-içecek fiyatlarını ne kadar süre önceden belirliyorsunuz?

	Oda Fiyatları	Yiyecek-İçecek Fiyatları
a)	1 yıl	6 ay
b)	8 ay	6 ay
c)	6 ay	4 ay
d)	4 ay	2 ay

19) Kapadokya bölgesinin kongre turizmi için gerekli alt ve üst yapıya sahip olduğunu söyleyebilir misiniz?

( ) Evet ( ) Hayır



20) Kapadokya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyor musunuz?

( ) Evet ( ) Hayır

21) Kapadokya bölgesinde kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenleri önem sırasına göre belirtiniz.(1.2.3...Yazarak)

- ( ) Çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması
- ( ) Ülkenin ve bölgenin tanıtım faaliyetlerinde bulunmak
- ( ) Konaklama tesislerinin toplantı imkânlarının artırılması
- ( ) Seyahat acentelerinin kongre organizasyonlarında uzmanlaşması
- ( ) Turizm Bakanlığı'nın ve kongre turizmiyle ilgili çalışmalarının artırılması
- ( ) Yerel yönetimin desteği alınarak kongre turizminin geliştirilmesi
- ( ) Diğer, belirtiniz.....

22) Size göre Kapadokya Bölgesinin avantajları nelerdir. Lütfen belirtiniz.

.....

.....

.....

.....

.....

23) Size göre Kapadokya Bölgesinin dezavantajları nelerdir. Lütfen belirtiniz.

.....

.....

.....

.....

.....

24) Kongre Turizmi ile ilgili diğer görüşlerinizi, düşünceleriniz ve beklentilerinizi belirtiniz.

.....

.....

.....

.....

**EK-2 ANKET SONUÇLARI (ÖZET)**

<b>SORULAR</b>	<b>SEÇENEKLER</b>	<b>YÜZDE (%)</b>
Toplantı talebi karşılama	Evet	<b>88,46</b>
	Hayır	<b>11,54</b>
İlave salon düşüncesi	Evet	<b>38,46</b>
	Hayır	<b>61,54</b>
Ev sahipliği yapılan toplantı sayısı	Yok	<b>3,85</b>
	1-5	<b>23,8</b>
	6-10	<b>7,69</b>
	11-20	<b>15,38</b>
	21-30	<b>23,8</b>
	31-50	<b>7,69</b>
	51+	<b>19,23</b>
Yeterli kapasite kullanımı	Var	<b>44</b>
	Yok	<b>56</b>
Makine ve Teçhizatlar	Tepegöz cihazı	<b>80,8</b>
	Projeksiyon-Sinevizyon	<b>100,0</b>
	Baskı-Tekser Makinesi	<b>46,2</b>
	Faks-Fotokopi makinesi	<b>100,0</b>
	Kongre bilgi sistemi	<b>23,1</b>
	Slide cihazı	<b>76,9</b>
	Kapalı devre TV sistemi	<b>46,2</b>
	Simültane çeviri sistemi	<b>46,2</b>
	İnternet	<b>92,3</b>
Yiyecek-içecek hizmeti sunan departmanlar	A la carta restaurant	<b>80,77</b>
	Table d'hote restaurant	<b>46,15</b>
	Balo salonu	<b>34,62</b>
	Diğer	<b>30,77</b>
Yiyecek-içecek hizmeti verilebilecek kuver (kişi) sayısı	15-200	<b>36,42</b>
	201-500	<b>42,31</b>
	501-1000	<b>11,54</b>
	1000+	<b>11,54</b>

Rekreasyon, eğlence ve diğer ek hizmetlerin varlığı	Disco-Bar	15,38
	Canlı müzik	23,08
	Balon turları	7,69
	Jeep turları,	
	Firma ya da kuruluşun isteğine göre davranış	
	Mini golf	3,85
	Sağlık klübü	
	Futbol sahası	
	Out side catering	
	Ulusal ya da uluslararası kuruluşlara üyelik	Var
Yok		92,31
Fuarlara Katılım	Var	61,54
	Yok	38,46
Talep karşılama işlemlerinin kimler tarafından gerçekleştirildiği	Otel departmanı	88,46
	Seyahat Acentası	38,46
	Profesyonel Kongre Organizatörleri	26,92
Kongre gelirlerinin toplam gelirler içindeki payları	Yok	3,85
	% 1'den az	3,85
	% 1,01-%5 arası	36,48
	% 5,01-%10 arası	26,92
	% 10,01'den fazla	26,92
Toplantı öncesi ve sonrası görüşme	Evet	84,62
	Hayır	15,38
Toplantı öncesi oda fiyatlarının belirlenme süreleri	Yok	7,69
	1 yıl	23,08
	8 ay	3,85
	6 ay	34,62
	4 ay	30,77
Toplantı öncesi yiyecek-içecek fiyatlarının belirlenme süreleri	Yok	7,69
	8 ay	26,92
	6 ay	11,54
	4 ay	19,23

	2 ay	<b>34,62</b>
Yeterli alt ve üst yapıya sahip olma	Evet	<b>46,15</b>
	Hayır	<b>53,85</b>
Yeterli ulaşım ağına sahip olma	Evet	<b>38,46</b>
	Hayır	<b>61,54</b>

Yapılması Gerekenler	Çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması	<b>38,5</b>
	Ülkenin ve bölgenin tanıtım faaliyetlerinde bulunmak	<b>30,8</b>
	Konaklama tesislerinin toplantı imkânlarının artırılması	<b>26,9</b>
	Seyahat acentelerinin kongre organizasyonlarında uzmanlaşması	<b>26,9</b>
	Yerel yönetimin desteği alınarak kongre turizminin geliştirilmesi	<b>26,9</b>
	Turizm Bakanlığı'nın ve kongre turizmiyle ilgili çalışmalarının artırılması	<b>19,2</b>

**EK-2****Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik****Oteller**

Madde 19 - Oteller, asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Oteller; bir, iki, üç, dört, beş yıldızlı oteller olarak sınıflandırılırlar.

a) Bir yıldızlı oteller, aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) En az on oda,
- 2) Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere girişte rüzgârlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme,
- 3) Resepsiyon ve kapasiteye yeterli, rahat oturma imkânının sağlandığı lobiden oluşan kabul holü (Yeterli büyüklükte ayrı bir oturma salonu bulunması durumunda, belirtilen imkânın lobide sağlanması şartı aranmaz.),
- 4) Kahvaltı Ofisi ve kahvaltı salonu, yeterli büyüklükte oturma salonu veya lokanta bulunması durumunda bu mahaller kahvaltı verme amaçlı da kullanılabilir, yazlık tesislerde bu amaçla kullanılan salonun bir kısmı açık olabilir,
- 5) Yönetim odası,
- 6) Müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısının üçten fazla olması halinde otel kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü,
- 7) 06.00-24.00 saatleri arasında büfe hizmeti,
- 8) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- 9) Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon hizmeti,
- 10) Oda sayısının en az yüzde yirmi beşine hizmet verebilecek sayıda kıymetli eşya kasası,
- 11) Genel mahaller ve yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı, seramik, parke gibi nitelikli malzeme.

b) İki yıldızlı oteller; bir yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) İklim koşullarına göre genel mahallerde klima sistemi,
- 2) Yatak katlarında kat hizmetleri için ofis veya dolap,

- 3) Odalarda saç kurutma makinesi,
- 4) Odalara içecek hizmeti.

c) Üç yıldızlı oteller; iki yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) İklim koşullarına göre odalarda klima sistemi,
- 2) Yatak sayısının yüzde yirmi beşi oranında oturma imkânı olan, lobiden ayrı düzenlenmiş oturma salonu,
- 3) İlave bir yönetim odası,
- 4) Odalarda televizyon,
- 5) Odaların yüzde ellisinde mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi bulundurulması,
- 6)Yüzme havuzu veya ikinci sınıf lokanta veya kafeterya veya kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon,
- 7) Çamaşır yıkama ve ütöleme hizmeti,
- 8) Rezervasyon işlemlerinin bilgisayarla yapılması,
- 9) Yirmi dört saat büfe hizmeti.

d) Dört yıldızlı oteller; üç yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) Kabul holünde telefon kabinleri,
- 2) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının ikiden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı, müşteri asansörü,
- 3) Odalarda ve genel mahallerde klima,
- 4) Odalarda; yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası,
- 5) 06.00-24.00 saatleri arasında oda servisi,
- 6) Kuru temizleme ile terzi hizmeti,
- 7) Her katta kat ofisi düzenlemesi(Ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde hizmetin aksamaması kaydıyla kat ofisinin her katta bulunması zorunlu değildir.),
- 8) Satış mağazası,
- 9) Çeşitli dillerde; süreli yayın, kitap gibi dokümanların yer aldığı okuma mahalli,
- 10) Kapasitesi yüz kişiden az olmamak kaydıyla, tesis yatak kapasitenin yüzde ellisine hizmet veren birinci sınıf lokanta,

- 11) Sürekli doktor hizmeti ve revir, müşterilerin bu konuda bilgilendirilmesi,
- 12) Yeterli büyüklükte bagaj odası ve bu mahalde emanet hizmeti,
- 13) Servis merdiveni veya asansörü, (ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde servis merdiveni veya asansörü bulundurulmasına ilişkin esaslar Bakanlıkça belirlenir.)
- 14) Personel sayısının en az yüzde on beşi oranında konusunda eğitim almış personel,
- 15) İdari personelin konusunda eğitilmiş veya en az beş yıl deneyim sahibi olması,
- 16) Telefon, faks, internet bağlantılı bilgisayar gibi büro hizmetlerine yönelik çalışma ofisi,
- 17) Odalara; mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi.

18) Ayrıca;

- Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik çok amaçlı salon ve fuayesi,

- Kapalı yüzme havuzu,

- Açık yüzme havuzu,

- En az yüz kişi kapasiteli kabare, tiyatro, sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon,

- Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşen, en az yüz kişilik konferans salonu, fuayesi, salon ile bağlantılı en az iki çalışma odası, sekreterlik ve simültane tercüme hizmetleri,

- Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik gece kulübü, diskotek veya benzeri eğlence imkânı veren ayrı bir salon,

- En az kırk metrekare büyüklükte aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Türk hamamı, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trambolin, bowling salonu, go-kart pisti, kayak ve deniz sporları, squash salonu veya benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi,

- Pasta ve içki servisi verilen en az yüz kişilik salon,

- Türk mutfağından en az beşer adet sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinin de sunulduğu alakart hizmet verilen ayrı bir lokanta,

- Kafeterya ve snack bar, ünitelerinden en az üç adedi.

e) Beş yıldızlı oteller; yerleşme durumu, yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak üstün özellikler gösteren, dört yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az yüz yirmi odalı otellerdir.

- 1) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının birden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı müşteri asansörü,
- 2) Odalarda; çalışma masası, yatak başucunda merkezi aydınlatma düğmesi ve priz, boy aynası,
- 3) Odalarda; bornoz, diş temizlik kiti, tek kullanımlık terlik, dikiş kiti, ayakkabı sileceği, cilası, duş köpüğü, makyaj temizleme pamuğu, kutu kâğıt mendil, şemsiye gibi en az on adet amblemli malzeme,
- 4) Banyolarda; küvet, resepsiyonla bağlantılı telefon, büyüteçli ayna,
- 5) Altı odadan az olmamak üzere oda kapasitesinin asgari yüzde beşi oranında bütün ürünleri içilmeyen oda düzenlemesi,
- 6) Bu maddenin (d) bendinin 18 numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden, ilave olarak en az üç adedi,
- 7) Yirmi dört saat oda servisi,
- 8) Garaj veya üzeri kapalı otopark, bu mahallerde yirmidört saat görevli personel,
- 9) Odalarda; uydu veya video yayınları ile oda sayısının yüzde onu oranında internet imkânı sağlanması,
- 10) Bay ve bayan kuaförü,
- 11) Satış mağazaları,
- 12) Personel sayısının en az yüzde yirmibeşi oranında konusunda eğitim almış personel,
- 13) Alakart lokanta,
- 14) Resepsiyondan ayrı bir mahalde müşteri ilişkileri, danışmanlık gibi hizmetlerin deneyimli personel tarafından sağlanması,
- 15) Kat koridorlarında resepsiyonla bağlantılı telefon,

Beş yıldızlı otel bünyesinde birden çok konferans salonu bulunması halinde; bu salonlardan en fazla üç adedi, bu maddenin (d) bendinin (18) numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden sayılır.



### **Kongre ve Sergi Merkezleri**

Madde 34 - Kongre ve sergi merkezlerinde aşağıdaki nitelikler aranır.

- a) Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde aynı anda asgari bin kişiye hizmet verebilecek büyüklükte bölünebilir bir kongre salonu,
- b) Teknik imkânları sağlanmış kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde dört adet en az elli kişilik toplantı salonu,
- c) Salonların fuayeler ve servis alanlarıyla doğrudan bağlantısı,
- d) Salonlarda amacına uygun araç-gereç ve donanım,
- e) Kapalı ve açık sergileme veya fuar alanları,
- f) (a) ve (b) bentlerinde belirtilen mekânların kapasitelerinin üçte birine aynı anda hizmet verebilen yeme-içme tesisleri,
- g) Tüm mekânlarda havalandırma ve klima sistemi,
- h) Yönetim odaları,
- i) Teknik imkânlarla donatılmış basın merkezi,
- j) Yeterli sayı ve büyüklükte depolar,
- k) Kapasitesinin yüzde beşi oranında araba alabilecek otopark,
- l) Simültane tercüme odaları ve hizmetleri.

### **Eğlence yerleri**

Madde 28 - Eğlence yerleri; en az seksen odalı asli konaklama tesisleri, dört ve beş yıldızlı oteller, tatil merkezleri ile turizm kentleri bünyesinde faaliyet gösterebilen, müşterinin öncelikle eğlence ihtiyacını karşılamak yanında, yiyecek-içecek servisi de yapılabilen ve müstakilen belgelendirilemeyen işletmelerdir. Turizm kentleri bünyesinde yer alan eğlence yerleri kişi başına asgari 1,2 metrekare alan düşen en az yüz kişilik salona sahip olmak kaydıyla müstakilen belgelendirilebilir. Eğlence yerleri aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- a) Giriş holü,
- b) Salon kapasitesiyle orantılı sayıda kadın ve erkekler için girişleri ayrı tuvaletler,
- c) Konaklama ünitelerinin gürültüden rahatsız olmamaları için gerekli önlemler alınmış, havalandırma ve klima sistemi bulunan salon, salonda bar, canlı müzik yapılması halinde orkestra yeri ve dans pisti,

- d) Diskotek olarak işletilmeyen eğlence yerlerinde sanatçıların sahneye çıkışı için ayrı bir kapı, kadın ve erkek sanatçılar için hazırlık odaları, tuvalet, duş ve lavabolar,
- e) Diskoteklerde disk-jokey yeri,
- f) Yiyecek ve içeceklerin konulacağı depoyu, içki ve meze hazırlık yerlerini, bulaşık yıkama mahallini, çay-kahve pişirme yerini kapsayan salondan ayrı yiyecek-içecek hazırlama yeri,
- g) Salona girişin dışında acil durumlar için ikinci bir çıkış imkânı.

Bu mahallerde, yemek servisinin yapılması halinde, bu Yönetmeliğin ikinci sınıf lokantalar için öngörülen hükümlerine ve işletmenin hizmet standardının gereklerine uygun bir mutfak düzenlenir. Konaklama tesisinin lokanta mutfağı ile eğlence yeri mutfağının veya hazırlama yerinin bir arada teçhiz edilip düzenlenebilmesi için; mutfak alanının, lokanta salonu ve eğlence yeri ile fonksiyonel bağlantısının bulunması gerekmektedir.

**ÖZGEÇMİŞ**

Adı ve SOYADI: Şeyma ÖZER  
Doğum Tarihi ve Yeri: 16.08.1982-Kayseri  
Medeni Durumu: Bekâr

**EĞİTİM BİLGİLERİ**

Ön lisans: Erciyes Üniversitesi-Kayseri M.Y. O Turizm ve Otelcilik  
Lisans: Dokuz Eylül Üniversitesi-İngilizce İşletme Fakültesi –  
Turizm İşletmeciliği  
Yüksek Lisans: Nevşehir Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme  
Ana Bilim Dalı (Devam ediyor)  
Tez Konusu: Kongre Turizmi ve Kapadokya Bölgesindeki Otel  
İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi:  
Kayseri ve Nevşehir İli Örneği  
Yabancı Dil: İyi derecede İngilizce, Çok az İtalyanca

**İŞ DENEYİMİ**

Staj yaptığım yerler: 2000 Hotel Alper-Kayseri “Ön büro Departmanı”  
2002 Termalya-Kozaklı “Önbüro Departmanı”  
2004 Termalya-Kozaklı “Önbüro Departmanı”  
Adres: Eğri bucak Mah. İpek çayır sok. No: 23

Melikgazi/KAYSERİ

Tel no: 05542619868  
E-mail: sym\_ozr@yahoo.com