

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Beykan ÇİZEL

KONGRE TURİZMİ, KONGRE ORGANİZASYONU VE ANTALYA
BÖLGESİNİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ, SORUNLARI VE
GELECEKTEKİ BEKLENTİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Prof. Dr. Cemil BOYACI

T 1105/1-1

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 1999.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

İmza
Başkan : Prof. Dr. Cemil BOYACI
Üye (Danışman) : Prof. Dr. Cemil BOYACI
Üye : Doç. Dr. Ayşe KURUÖZÜM
Üye : Y. Doç. Dr. Faik KÜÇÜKÖZÜM
Üye :

ALGÖRÜNÜN GÖRÜNÜŞÜ
TARİHİ: 12.05.2011

Onay: Yukarıdaki İmzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.....

İmza


Prof. Dr. Orhan KURUÖZÜM
Müdür

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ	IV
GRAFİK LİSTESİ	V
KISALIMALAR	VI
ÖZET	VII
SUMMARY	VIII
ÖNSÖZ	IX
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ

1.1. Toplantı Türlerinin Sınıflandırılması	3
1.1.1. Amaçlarına Göre	3
1.1.2. Ortaya Çıkış Biçimlerine Göre	4
1.1.3. Konularına Göre	5
1.2. Kongre ve Kongre Turizminin Tanımı	6
1.3. Kongre Turizmi ve Diğer Turizm Türleri İlişkisi	7
1.3.1. Kongre Turizmi ve Kitle Turizmi	8
1.3.2. Kongre Turizmi ve İş Turizmi	8
1.3.3. Kongre Turizmi ve İncentive (Teşvik) Turizm	11
1.3.4. Kongre Turizmi ve Fuar Turizmi	15
1.4. Kongre Turizminin Tarihi	17
1.5. Kongre Turizminin Gelişme Nedenleri	18
1.5.1. Talep Açısından	19
1.5.2. Arz Açısından	20
1.6. Kongre Turizminin Etkileri	20
1.6.1. Sosyal Kültürel ve Politik Etkileri	20
1.6.2. Ekonomik Etkileri	23
1.6.3. Diğer Etkiler	27

1.7. Kongre Turizminde Örgütlenmeler	28
1.7.1. Kongre Büroları	29
1.7.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri	31
1.7.3. Kongre Merkezlerini Pazarlayan ve Yönlendiren Kuruluşlar	33
1.8. Uluslararası Kongre Turizmi Hareketleri	34
1.9. Türkiye’de Kongre Turizmi	42
1.9.1. İstanbul Özelinde Kongre Turizmi	45
1.9.2. Ankara Özelinde Kongre Turizmi	48
1.9.3. İzmir Özelinde Kongre Turizmi	49
1.9.4. Mersin Özelinde kongre Turizmi	50
1.10. Kongre ve Konferans Merkezleri	51
1.10.1. Kongre Merkezleri	51
1.10.2. Kongre Merkezlerinin Önemi ve Gelişimi	52
1.10.3. Kongre Merkezlerinin Kuruluş Yeri Seçimi	53
1.10.4. Kongre Merkezlerinin Mimarisi ve Fiziksel Donanımları	54
1.10.5. Kongre Merkezlerinin Yerleşme Bütününe Olumlu ve Olumsuz Etkileri	59
1.10.6. Konferans merkezleri	59

2. BÖLÜM KONGRE ORGANİZASYONU

2.1 Kongre organizasyonunun Planlama Aşaması	63
2.1.1. Kongre Ülkesi ve Şehri Seçimi	63
2.1.2. Kongre Zamanı ve Yerinin saptanması	64
2.1.3. Kongre Süresinin Belirlenmesi	67
2.1.4. Kongre Katılımcı Sayısının Arttırılması ve Slogan Seçimi	67
2.1.5. Tanıtma Faaliyetleri	69
2.1.6. Personel Temini	70
2.1.7. Bütçe ve Finansal Kontrol	72
2.2. Organizasyon Aşaması (Kongre Öncesi, Sırası ve Sonrası Çalışmaları)	74
2.2.1. Kongre Öncesi Hazırlıkları	74
2.2.1.1. Kongre İrtibat Bürosu ve Sekreteriyasının Kurulması	75
2.2.1.2. Banka Hesaplarının Açılması	76
2.2.1.3. Programların Hazırlanması	76

2.2.1.4. Resmi İzinler	77
2.2.1.5. Duyuruların Yapılması	77
2.2.1.6. Kongre Malzemelerinin ve Dokümanların Hazırlanması	78
2.2.1.7. Rezervasyon İşlemleri	79
2.2.1.8. Teknik Cihazlar	80
2.2.1.9. Personel Eğitimi	81
2.2.2 Kongre Sırasındaki Çalışmalar	82
2.2.2.1. Karşılama Hizmetleri	82
2.2.2.2. Hizmet Masalarının Kurulması	83
2.2.2.3 Toplantı yer ve Salonlarının Düzenlenmesi	84
2.2.2.4. Yiyecek-İçecek Hizmetleri	87
2.2.2.5. Simültane Tercüme Hizmetleri	88
2.2.2.6. Sergilerin Kurulması	88
2.2.2.7. Turların Düzenlenmesi	89
2.2.3 Kongre Sonrası Çalışmaları	89
2.2.3.1. Ödemelerin Yapılması ve Kongre Hesaplarının Kapatılması	89
2.2.3.2. Değerlendirme Toplantısı ve Raporun Hazırlanması	90
3. BÖLÜM ANTALYA BÖLGESİNİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ, SORUNLARI VE GELECEK TEKİ BEKLENTİLERİNE YÖNELİK UYGULAMA ÇALIŞMASI	
3.1 Antalya Bölgesinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi	91
3.2 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	98
3.3 Araştırmanın Yöntemi	99
3.4. Antalya Bölgesinin Kongre Turizminin Sorunlarının ve Gelecekteki Beklentilerin belirlenmesine yönelik anketlerin Değerlendirilmesi	100
3.4.1. Seyahat Acentalarına Yönelik Anketin Değerlendirilmesi	100
3.4.2. Konaklama Tesislerine yönelik Anketin Değerlendirilmesi	115
3.5 Sonuç ve Öneriler	127
KAYNAKLAR	132
EKLER	

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1.1. Katılımcı Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması	4
Tablo 1.2. 1998-2010 Yılları Arasında İş Seyahatlerinde Yıllık Büyüme Oranları	10
Tablo 1.3. Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Gelir Kaynakları	29
Tablo 1.4. 1996 yılı Dünyadaki Bazı Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Tanıtım Bütçeleri	30
Tablo 1.5. 1995-1996-1997 Yılları Ükelere Göre Kongre Sayıları	40
Tablo 1.6. İstanbul'daki Kongre Salonları ve Kapasiteleri	46
Tablo 1.7. Ankara'da Toplantı (Konferans) Salonları Bulunan Konaklama Tesisleri ve Toplantı İmkanları	48
Tablo 1.8. İzmir İl Merkezinde Bulunan Konaklama Tesislerindeki Toplantı Salonları ve Kapasiteleri	49
Tablo 1.9. Mersin'de Toplantı (Konferans) Salonları Bulunan Konaklama Tesisleri ve Toplantı İmkanları	50
Tablo 3.1. Antalya Bölgesinde İşletme Belgeli Tesislerin Kapasite ve Sınıflarına Göre Dağılımı (1999)	94
Tablo 3.2. 1998 Yılında Deniz ve Havayolu ile Antalya Bölgesine Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı	95
Tablo 3.3. Antalya Bölgesinde Bulunan Kongre Merkezleri ve Otellerin Kongre Salonları ve Kapasiteleri	97

GRAFİK LİSTESİ

	Sayfa No
Grafik 1.1. Kıtalara Göre toplam Kongre Sayıları	36
Grafik 1.2. 1950-1997 Dünya Geneli Kongre Sayıları	37
Grafik 1.3. 1950-1997 Asya Kıtası Kongre Sayıları	37
Grafik 1.4. 1950-1997 Avrupa Kıtası Kongre Sayıları	37
Grafik 1.5. 1950-1997 Afrika Kıtası Kongre Sayıları	37
Grafik 1.6. 1950-1997 Amerika Kıtası Kongre Sayıları	37
Grafik 1.7. 1950-1997 Pasifik Bölgesi Kongre Sayıları	37
Grafik 1.8. 1950-1997 Avrupa Ülkeleri Kongre Sayılarındaki Değişim	38
Grafik 1.9. 1950-1997 Asya Ülkeleri Kongre Sayılarındaki Değişim	38
Grafik 1.10. 1950-1997 Kuzey Amerika Ülkeleri Kongre Sayılarındaki Değişim	39
Grafik 1.11. 1950-1997 Afrika Ülkeleri Kongre Sayılarındaki Değişim	39
Grafik 1.12. 1954-1997 Kongre Şehirleri	39
Grafik 1.13. Kongrelerin Aylara Göre Dağılımı	41
Grafik 1.14. 1950-1997 Türkiye'de Kongre Sayıları	44
Grafik 3.1-3.42 Uygulama Sonuçlarına ait Grafikler	100-124

KISALTMALAR

WTO	(World Tourism Organisation) Dünya Turizm Örgütü
WTTC	(World Tourism and Travel Council) Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi
IUOTO	(International Union of Official Travel Organisations) Uluslararası Resmi Seyahat Organizasyonları Derneği
IACVB	(International association of Congress and Visitor Bureau) Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği
PCO	(Professional Congress Organiser) Profesyonel Kongre Organizatörü
IAPCO	(International Association of Professional Congress Organiser) Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği
EFCT	(European Federation of Convention Towns) Avrupa Kongre Şehirleri Federasyonu
ICCA	(International Congress and Convention Association) Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Derneği
ICEC	Istanbul Convention and Exhibition Center İstanbul Kongre ve Sergi Merkezi
AIPC	Association Internationale des Palais de Congress Dünya Kongre ve Fuar Merkezleri Birliği
DMC	(Destination Management Company) Destinasyon Yönetim Şirketi

ÖZET

Küreselleşen dünyada ulusal ve uluslararası kuruluşların sayılarının artması, bilimsel ve teknolojik alanda meydana gelen gelişmeler paralelinde artan uzmanlaşma alanlarında bilgi alışverişi gereğinin doğması gibi nedenlerden dolayı düzenlenen toplantı sayılarında hızlı bir artış yaşanmıştır. Artan toplantı ihtiyacı ile birlikte ortaya çıkan, insanların, seyahat, konaklama ve diğer ihtiyaçları yeni bir turizm türünü ortaya çıkarmıştır. Bu tür kongre turizmidir.

Kongre turizmine katılanların gelir ve kültür seviyelerinin yüksek olması, kongre turizminin etkilerinin genel turizme göre daha fazla olması sonucunu doğurur. Ayrıca kongrelerin genellikle turizm sezonunun yoğun olmadığı dönemlerde düzenlenmesi, turizmin mevsimlik özelliğinden uzaklaşarak yıl geneline yayılmasını sağlar.

Dünyada turizm gelirlerinin % 25'ini kongre turizminden elde edilen gelirler oluşturmaktadır. Bu durum kongre turizminin ekonomik boyutunu ve kongre turizmden yeterinde pay sahibi olmanın önemini ortaya koymaktadır.

Türk turizminin gelişimini sürdürmesi, dünya turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi, ülkenin turizmini çeşitlendirmesi ile mümkün olabilir. Bu bağlamda, Kongre turizmi ülkemizde geliştirilmesi gereken öncelikli turizm türleri arasında ifade edilmektedir.

Kongre organizasyonu ayrıntılı çalışmayı, yoğun hazırlık dönemini ve bilgi birikimini gerektirir. Bu nedenle kongre organizasyonlarının profesyonel kişi yada kuruluşlar tarafından yapılması gerekmektedir.

Bu çalışmada öncelikle kongre turizminin evrensel boyutları genel olarak incelenmiş, Türkiye'nin kongre pazarındaki mevcut durumu değerlendirilmiştir. Sonrasında kongre organizasyonu teknik bakımdan incelendikten sonra Antalya bölgesi uygulama alanı olarak seçilmiş; bölgenin kongre turizmi potansiyeli, alt ve üstyapı yatırımları, konu ile ilgili organizasyonların çalışmaları, kısacası, sektörün zayıf ve kuvvetli yönleri uygulanan kapsamlı bir anket çalışmasının da yardımıyla ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgular, evrensel tecrübeler ışığında ve yerel beklentiler doğrultusunda sonuç ve öneriler olarak sunulmuştur.

SUMMARY

Because of the reasons of the increase in the number of national and international institutions in the globalizing world, and in information exchange requirements in specialising fields in parallel with scientific and technological development, a rapid increase in the number of meeting was realised. Arising from meeting requirement, travelling, accommodation and other needs of people resulted in a new kind of tourism. This is called "Congress Tourism".

Since the participants have high income and culture levels, the effects of congress tourism are much more than that of general tourism. In addition to this, arranging congress in the periods that the tourism is not intensive, enables tourism extend to whole year giving up its seasonal characteristic.

25% of world tourism incomes consist of congress tourism. This situation puts forward the economical dimension of congress tourism and significance in having sufficient share from congress tourism.

Sustainable development in Turkish tourism and more share from the world tourism can be possible by variety in the tourism of the country. In this connection, Congress Tourism is considered as one of the tourism kinds that should be developed in our country.

Organisation of congress requires detailed study, intensive preparation period and knowledge accumulation. Thus, organisations of congress should be made by professional individuals and institutions.

In this study, universal dimensions of congress tourism were examined; present situation of Turkish congress tourism was evaluated. Then organisation of congress was technically examined and Antalya region was chosen as the research area; the congress tourism potential of the region; infrastructure and superstructure investments; studies of organisations related with the subject; briefly, the weak and strong sides of the sector were put forward by the help of an extensive questionnaire. The data obtained in the light of universal experiences and local expectations, were pointed out as results and proposals.

ÖNSÖZ

Kongre turizminin diğer turizm türleri arasında gün geçtikçe önem kazandığı görülmektedir. Turizm mevsimini uzatıcı etkisi ve kongreye katılan delegelerin harcamalarının normal turist harcamalarına oranla daha fazla olması gibi etkenler, kongre turizmindeki rekabeti oldukça arttırmaktadır.

Yoğun çabalar sonucunda kongre turizmi için oluşturulan alt ve üstyapı yatırımlarına rağmen Türkiye'nin dünya kongre turizmi pastasından yeterince pay aldığı söylenemez. Kongre turizminin gelişiminde kongre imkanları kadar kongrecilik konusunda uzmanlaşmanın da önemi büyüktür.

Antalya kongre turizmi için önemli potansiyele sahiptir. Bu potansiyelini kullanması durumunda turizm sezonunun uzaması, mevsimlik yoğunlaşmaların önlenmesi ve turizm gelirlerinin artması sağlanabilir.

Kongre organizasyonunun teknik bakımdan incelenmesi ve Antalya bölgesinin kongre turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi, sorunlarının ve gelecekteki beklentilerinin ortaya çıkarılması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışmalarımın en başından beri beni destekleyen ve değerli görüşleriyle yönlendiren tez danışmanım ve değerli hocam Prof. Dr. Cemil BOYACI 'ya teşekkürlerimi belirtmeyi bir borç bilirim. Ayrıca Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu bünyesinde bulunan tüm değerli hocalarıma yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

Beykan ÇİZEL

GİRİŞ

Turizmin ekonomik ve sosyal etkisi dünya genelinde bir artış göstermektedir. Dünya Turizm Örgütünün 1998 yılında yapmış olduğu 2020 Vision isimli araştırmasında 2020 yılında 1,6 milyar kişinin turizme katılması ve yapılan harcamaların 2 trilyon dolar seviyesinde olması beklenmektedir. Bu gelişmenin yoğun bir rekabet ortamını da beraberinde getirmesi son derece doğaldır. Ülkeler pazar içindeki mevcut durumlarını koruyarak, pazar paylarını artırmak, tekdüze bir ürün pazarlayan ülke imajından kurtulmak ve rekabet avantajı sağlamak için turizmle ilgili çeşitlendirme yoluna gitmektedirler.

Bilimsel ve teknolojik alanda meydana gelen değişimler, küreselleşen dünyada ekonomik ve ticari faaliyetlerin artması, ve sayıları hızla artan değişik ulusal ve uluslararası örgütlerin bilgi alışverişinde bulunmak, tartışmak, eğitmek ve motive etmek vb. amaçlarla düzenledikleri toplantıların sayısı her geçen gün artmaktadır.

Artan toplantı ihtiyacı ile birlikte ortaya çıkan insanların seyahat, konaklama, ve diğer ihtiyaçları yeni bir turizm türünü ortaya çıkarmıştır. Bu tür kongre turizmidir. Kongreler düzenlenen toplantılar içinde katılımcı sayısı en fazla ve en kapsamlı toplantılar oldukları, ve dolayısıyla etkileri en fazla olan tür olduğu için çoğu yerde toplantı turizmi yerine kongre turizmi ifadesi kullanılmaktadır.

Dünya kenti olarak tanınmak, uluslararası iletişimin ve alışverişin artması gibi global hedeflerin yanında, nitelikli kentsel yenilemeyi, kentsel tesislerin daha etkin ve verimli kullanılabilmesini, turizm mevsiminin uzatılmasını, işgücü artışını ve turizm gelirlerinin artmasını sağlamak gibi yerel hedeflere ulaşmada kongre turizminin önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir.

Ülkemiz özellikle Akdeniz havzasında yer alan ve benzer turistik ürünü sunan ülkelerle sürekli ve yoğun rekabet halinde olmasından kaynaklanan sıkıntıları, kongre turizmi potansiyelini kullanarak aşmak için gerekli altyapıyı hızlı bir şekilde oluşturma yolundadır. Özellikle İstanbul ve Antalya bölgesi yatırımların odak kentleridir. Ancak oluşturulmaya çalışılan altyapı çalışmaları kongre turizmi için yeterli değildir.

Kongre organizasyonu ayrıntılı çalışmayı, yoğun hazırlık dönemini ve bilgi birikimini gerektirir. Uluslararası kongre organizasyonları konularında uzman profesyonel kongre organizatörleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak ülkemizde tam anlamıyla profesyonel kongre organizatörü olarak görev yapan seyahat acentalarının bulunmaması ülkede bu turizm türünün gelişimi için eksiklik olarak göze çarpmaktadır.

Bu nedenle kongre turizmi konusunda yapılacak akademik çalışmalar özellikle sektörel bazda bilgi birikiminin sağlanması ve edinilmiş tecrübelerin paylaşımı konusunda yararlı olacaktır. Tez üç bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde kongre turizminin tanımı ve özellikleri, kongre turizminin tarihi, etkileri, kongre turizminde örgütlenmeler, uluslararası turizm hareketleri ve Türkiye'deki mevcut durum özetlenmiştir. Ayrıca kongre merkezleri ve konferans salonları ayrı ayrı ele alınmış önemi, gelişimi ve etkileri açıklanmıştır.

İkinci bölümde kongre organizasyonu teknik yönden analiz edilmiş, kongre organizasyonunun planlama ve organizasyon aşamasında yapılması gereken tüm çalışmalar ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Üçüncü bölümde Antalya bölgesinin kongre turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla yapılan uygulama çalışması yer almaktadır. Bu bölümde öncelikle Antalya bölgesinin turizm potansiyeli (doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar, altyapı ve üstyapı olanakları ve diğer sektörler vs) tanıtarak, Türk turizmi içindeki payı ve önemi gibi konulara değinilmiş ve kongre turizmi konusunda mevcut durum özetlendikten sonra araştırma için yapılan anketler değerlendirilmiş ortaya çıkan bulgular sonuç ve öneriler olarak sunulmuştur.

1. BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ

Büyüyen toplantı sektörü, toplantıların türleri ve her türün ortaya çıkardığı değişik ihtiyaçlar ve beklentiler nedeniyle kendi içinde çeşitlenmiş ve her tür kendi ismiyle telaffuz edilir hale gelmiştir.

Kongreler düzenlenen toplantılar içinde katılımcı sayısı en fazla ve en kapsamlı toplantılar oldukları ve dolayısıyla etkileri en fazla olan tür olduğu için çoğu yerde toplantı turizmi yerine kongre turizmi ifadesi kullanılmaktadır.

Bu bölümde öncelikle kongrenin ve kongre turizminin kavram olarak ayrılması için, toplantı türleri ve kongre turizmi ile ilgili turizm türleri tanımlanmış ve kongre turizmi ile olan ilişkileri açıklanmaya çalışılmıştır.

Sonrasında, uluslararası kongre turizmi hareketleri, kongre turizminde örgütlenmeler, kongre turizminin etkileri, Türkiye’de kongre turizmi hareketleri ve kongre turizminin gelişimi için çok önemli olan kongre ve konferans merkezlerinin kuruluş yeri seçimi, fiziksel donanımları, yerleşme bütününe olumlu ve olumsuz etkileri gibi konulara değinilmiştir.

1.1. Toplantı Türlerinin Sınıflandırılması

Toplantıların bir iletişim, bilgi alışverişi, yönetim ve karar verme aracı olarak ortaya çıkış tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu varsayılmaktadır. Geçmişten günümüze ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenen toplantı türlerini değişik açılardan sınıflandırmak mümkündür.

1.1.1. Amaçlarına Göre

Amaçlarına göre toplantılar 4 guruba ayrılabilir: ¹

Ulusal, Uluslararası veya bölgesel kongreler

¹ Gamma G ve Accola M, Das wessen des Kongresstourismus, Sondereihe Fremden Verkehr, St Gallen, 1973, s.27.

Amaç: Bilgi alışverişi

Seminerler veya Kurslar

Amaç: Okul içi veya sonrası eğitim

Ürün Tanıtım Toplantıları

Amaç: İşletme içi, teknik, satış ve pazarlama konularında bilgilendirmek

Ödül ve Özendirme Toplantıları (İncentive Turizm)

Amaç: İşletmede çalışanları bilgilendirmek ve motive etmek

1.1.2. Ortaya Çıkış Biçimlerine Göre

Toplantılar ortaya çıkış biçimlerine göre 3 kategoriye ayrılabilirler. Bu sınıflandırmada kategorileri birbirinden ayıran temel kriter katılan delege sayıdır. Böylece delege sayıları ile toplantı biçimleri arasında bir ilişki olduğu varsayılmaktadır².

Tablo 1.1. Katılımcı Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması

Katılımcı Sayısı 50 Delegeye Kadar	50-300 Delege	300 Delege Üzeri
Seminer Kolokyum Workshop Panel Komisyon Toplantıları Denetim Kurulu Toplantıları	Genel Kurullar Konferanslar Sempozyumlar Zirve	Kongreler Genel Kurullar

Kaynak: Tanju KARASU, Kongre Turizmi ve Türkiye, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, 1985, S.36

Seminer. Konuşmacı yada konuşmacıların kürsüden dinleyicilere ulaşma fikrinden kaçmaları ile ortaya çıkan bir toplantı türüdür. Seminer bilgi ve deneyimin herkes tarafından paylaşılması fikrini kapsamaktadır. Tartışmalar yöneticinin denetimi altında yapılır. Seminer nispeten küçük guruplara bir şeyler katmak amacı güder. Eğer toplantılar büyük boyutlu ise o zaman bu toplantılar forum veya sempozyum olarak adlandırılır.

Forum. Bir yönetici başkanlığında panelistlerin bir konu hakkında enine boyuna yaptıkları tartışmalardan oluşan toplantılara verilen isimdir.

² ÇAMAŞ Talha, "Kongre Organizasyonu", Seyahat Yönetimi, Derleyen: Şükrü YARCAN, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul, 1993, s. 149

Dinleyiciler (katılımcılar), sorulan soruların panelistler tarafından tüm yönleriyle açıklanmasını beklerler. İki yada 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 yada konuşmayı özetler ve tartışma sonra başlatılır.

Sempozyum. Şekil olarak foruma çok benzemekle birlikte, aralarındaki en önemli fark, sempozyumun foruma göre şekilsel şartlar bakımından daha zengin ve katı kurallara sahip olmasıdır. Sempozyum birçok uzmanın bir konu ile ilgili tebliğler sunduğu toplantılardır. Sempozyumlarda dinleyicilerin katılımları foruma göre daha azdır.

Workshop. Genel toplantılar içerisinde yalnızca spesifik problem ve konular ile ilgili olarak yapılan küçük grup toplantıdır. Workshoplar'da kişiler konuları küçük gruplar halinde enine boyuna tartışırlar.

Panel. İki yada daha fazla konuşmacının görüşlerini yada uzmanlık alanlarını anlattıkları toplantılardır. Panel dinleyiciler kadar panelistler arasında da tartışmaya açık bir toplantıdır. Panel her zaman bir panel yöneticisi tarafından yönetilir.

Zirve. Yüksek seviyedeki resmi görevlilerin (Dışişleri bakanları, Devlet bakanları vs.) katıldıkları toplantılardır.

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

Meeting. İngilizce'de toplanma toplantı anlamına gelen bir kavramdır. Günümüzde bu kavram çok farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Örneğin; siyasi partilerin ve liderlerin düzenledikleri açık hava toplantılarına meeting (Türkçe'de miting) denilmektedir. Bazı grup yada sendikaların bir olayı kınamak yada kutlamak gibi amaçlarla düzenledikleri toplantılarda miting olarak adlandırılmaktadır.

1.1.3. Konularına Göre

Konular genellikle mesleki, kültürel yada "hobby" içeriklidir. Uluslararası dernekler birliği (UIA) toplantı konularını on sekiz ayrı grupta toplamıştır³;

³ ÖZEN Yılmaz, Kongre turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği, TÜRSAB yayını, Ankara, 1986, s.11.

Bibliyografya, Doküman, Basın

Din, Etik

Sosyal Bilimler, Hümanist Çalışmalar

Uluslararası İlişkiler

Politika

Hukuk, Kamu idaresi

Sosyal Yaşam seviyesi

Meslekler, İşverenler

Spor, Eğlenme

Ticaret, Sanayi

Tarım

Ulaşım, Seyahat

Teknoloji

Bilim

Sağlık

Eğitim, Gençlik

Sanat, Radyo, Sinema

1.2. Kongre ve Kongre Turizminin Tanımı

“ Kongre ” kelimesi Latince “ Congressus” dan gelir. Beraberce, toplanma, buluşma anlamlarını ifade eder. Literatürde sayısız denebilecek kadar çok tanıma rastlamak mümkündür. Kongre kelimesinin ABD’de karşılığı “Convention” dır. Çünkü Amerika’da Congress temsilciler meclisine verilen addır⁴.

Kongre bir veya daha fazla günle sınırlanmış ve önceden kararlaştırılmış bir program çerçevesinde uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek konularında, belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerin de katılmaları ile meydana gelen bir toplantıdır⁵.

Kongre kavramı aşağıdaki öğeleri kapsamaktadır,

Konu: Belirli bir konuda toplantı

Nesne: Kişiler

Amaç: Bilgi alışverişi

Zaman: Kısa ve genel olarak sınırlanmış

Çerçeve: Kesin bir program

Medlik (1993), “kongre bilgilenmek, bilgilendirmek, müzakere etmek ve tartışmak gibi amaçlarla yapılan toplantılar ve bileşimleridir⁶”

⁴ ÇAMAŞ Talha, a.g.e.s.149

⁵ ÖZEN Yılmaz, a.g.e.s.11.

⁶ S. Medlik, Dictionary of Travel, tourism and Hospitality, Butterworth Heineman Ltd. Oxford, 1993, s.36

Kongrenin yukarıda verilen örnek tanımlarından farklı olarak bulunabilecek çok çeşitli tanımları da vardır. Bu tanımlarda sözü edilen kongrenin özellikleri ile turizmin genel tanımı bir araya getirilerek kongre turizminin tanımı yapılabilir

Gamma ve Accola (1973) "kongre turizmini, kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek konularında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama, olay ve ilişkilerinin tümü olarak tanımlamaktadır"⁷

"Kongre turizmin çeşitlerinden birisidir. Kongre turizmi ikili bir turizm türüdür. Burada esas olan kongredir. Turizm kongrenin bir türevi olarak karşımıza çıkar"⁸

"Toplantılar çeşitli büyüklükte olabilir. Şirket toplantıları 50 kişiden az olabildiği gibi uluslararası kongreler yüzlerce kişiden oluşabilir. Kongre toplantı türleri ile karşılaştırıldığında en geniş kapsamlı olanıdır"⁹

1.3. Kongre Turizmi ve Diğer Turizm Türleri İlişkisi

Kongre turizmi çok yönlü bir turizm türüdür. Toplantı kongre turizminin asıl nedenini oluştursa da bir kongre programı yalnızca toplantılardan oluşmaz. Toplantı haricinde serbest zamanlarda eğlence, alışveriş, gezi gibi aktiviteler düzenlenmektedir. Ayrıca kongre delegeleri bazen gittikleri yerlerde kongreler bittikten sonra kalış sürelerini uzatarak turistik faaliyetlerine devam edebilmektedirler. Bu nedenle kongre turizminin diğer turizm türleri ile ilişki içinde olması kaçınılmazdır. Bu ilişkiyi belirleyici olan etkenlerin başında kongreye katılan delegelerin özellikleri, turizmden beklentileri gelmektedir¹⁰

⁷ Gamma G ve Accola M, a g e s 79-81.

⁸ HILLER H. Harry, "Conventions as Mega-events" Tourism Management Volumel6, No.5, Elsevier science Ltd, London, 1995, p 375

⁹ MIECZKOWSKI Zbigniew, World Trend in Tourism and Recreation, Peter Lang Press, New York, 1990, s 340

¹⁰ Hiller H. HARRY, a g m s.377.

Kongre turizminin öneminin daha iyi anlaşılabilmesi, etkilerinin analiz edilebilmesi, kongre turizmi ile iç içe olan bazı turizm türleri arasındaki kavramsal farklılıkların giderilmesi için bir çerçeve olarak ele alınması ve incelenmesi gerekmektedir.

1.3.1. Kongre Turizmi ve Kitle Turizmi

Kitle turizmi insanların geniş ölçüde kitleler halinde turizme katıldıkları turizm türüdür. Kitle turizminin en tipik özelliği insanların daha çok paket turları tercih etmeleridir¹¹. Kitle turizmi ile kongre turizmi amaç olarak ayrılmaktadır. Kitle turizminde amaç genel olarak tatildir. Kongre turizminde ise asıl amaç toplantıdır. Ancak iki turizm türünde de kitle hareketi söz konusudur. Organizatörler her iki turizm türünde de toplu sözleşmelere imza atarlar.

Kitle turizmine katılanlar genellikle hep bir arada seyahat ederlerken, kongre katılımcıları kongrenin yapılacağı yere ferdi veya grup olarak gidebilirler.

Bunun sebebi kongre katılımcılarının kitle turizmine katılanlara oranla daha yüksek gelir seviyesine sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca kitle turizmine katılan turistlere göre daha serbest bir faaliyet programı söz konusudur¹²

Ayrıca kitle turizmi ile kongre turizmi arasında sezon ayrılığı da söz konusudur. Kitle turizmi genellikle turizmin yoğun olduğu dönemlerde yapılırken, kongre turizmi ölü sezon tabir edilen turizm sezonunun dışında kalan zamanlarda yoğunluk gösterir. Bu nedenle kongre turizmi kitle turizmini tamamlayıcı ve turizm mevsimini uzatıcı özellik gösterir¹³.

1.3.2. Kongre Turizmi ve İş Turizmi

Mesleki nedenlerle yapılan her türlü seyahatler iş seyahatleri olarak değerlendirilirler. Kongre, konferans, seminer vb. gibi aktiviteler, mesleki iletişim içinde çoğunlukla bu faaliyetlerin yapıldığı yere yurtiçi ve yurtdışından gelenlerin birkaç gün süren birlikteliğini ifade eder.

¹¹ KOZAK Nazmi, AKOĞLAN Meryem, Kozak Metin, Genel Turizm, Turhan Kitabevi, Ankara, 1997, S. 10.

¹² FAULKNER Linda, Meeting and Conventions, Van Nostrand Remhold, Newyork, 1990, s. 299.

¹³ GÖKDENİZ Ayhan, "Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeri, Fiziksel Donanımları, Boş Zaman-Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye'nin Yapısal Analizi", Turizmde Seçme Makaleler No: 24, TUGEV yayını, İstanbul, 1996, s. 71

Artan uluslararası organizasyonlar, birlikler ve çok uluslu şirketler, artan iletişim ve her seviyedeki karşılıklı ilişkiler nedeniyle iş turizmi son yıllarda en hızlı büyüyen sektörler arasında yer almaktadır¹⁴.

Günümüzde genel kanaate göre iş turizmi içinde¹⁵;

Uluslararası kongreler

Birlik ve mesleki konferanslar- Kongreler

Seminerler

Incentive (Teşvik) Seyahatleri

Eğitim Seyahatleri

Fuar ve sergi ziyaretleri zikredilmektedir.

Bireysel iş turları iş turizmi içine alınmazlar. Çünkü onların doğası temelden farklıdır. Bu kişiler temel hedeflerinin belirli bir yere seyahat etmek olduğunu sanırlar ve eğer gerekliyse konaklarlar. Ancak iş turizmi içinde varılan yerde, varolan zamanı temel hedefler doğrultusunda konferans, toplantı gibi belirli profesyonel etkinliklere katılmak gerekir. Ayrıca bireysel iş turlarının kesin sınırlarını çizmek ve ölçmek oldukça zordur¹⁶.

Kongre ve konferansları daha açık bir şekilde ifade etmek için katılımcı sayıları dikkate alınarak bir guruplama daha yapılmakta ve araştırma ve istatistiklerde genellikle 50 den fazla katılımcı olduğunda konferans, katılımcı sayısı 300 den fazla olursa kongre olarak nitelendirilmektedir.

Konferans ve kongreler iş turizminin tanımına uyan en açık bölümü oluşturmaktadır. Çünkü büyük sayıda katılımcı kısa bir süre için bir yere gelir ve profesyonel etkinliklere katılır. Bu nedenle kongre ve konferansların iş turizminin büyük bir bölümünü oluşturduğu söylenebilir.

Seminerlerin iş turizmi içinde tanımlanması zordur. Ortalama 20 ile 50 kişinin katıldığı bu toplantılarda bina ve hizmetler çok ayrı arz koşullarına sahiptirler. Bu nedenle ölçümü zor olmaktadır.

¹⁴ STEPHAN F. WITT, LUİZ MOUNTINHO, Tourism Marketing and Management Handbook, Hertfordshire University Press, London, 1989. s. 75

¹⁵ KOŞAN Abdülkadir, "Kongre Turizmi", Turizmde Seçme Makaleler, No:24, TUGEV yayını, İstanbul, 1996, s. 53.

¹⁶ "AB Kongre Turizmini Büyüteç Altına Aldı", TÜRSAB Dergisi, Sayı 148, 1996, s. 52

İş Turizminin WTO (World Tourism Organization), Dünya Turizm Örgütü tahminlerine göre 2000-2005 yılları arasında yıllık %2.7 oranında büyümeyle, genel turizm pazarlarından daha hızlı bir büyüme göstereceği beklenmektedir¹⁷.

WTTC (World Tourism Council) Dünya Turizm Konseyinin tahminlerine göre Avrupa genelindeki artışın dünya genelinden daha fazla olacağı tahmin edilmektedir. 1998-2010 yılları arasında % 3.7 olarak tahmin edilmektedir. 1998 yılında Dünya İş turizmi harcamalarına baktığımızda 398 milyar dolar seviyesine ulaştığı ve bunun yaklaşık 180 milyar dolarının Avrupa'ya ait olduğu görülmektedir. Bu rakam dünyada yapılan toplam harcamaların % 47 sini oluşturmaktadır. Harcamalarının % 30'unun da ABD'de gerçekleştiği düşünülürse İş turizminin en büyük iki pazarı olarak Avrupa ve ABD karşımıza çıkar.

Yine WTTC' nin yapmış olduğu araştırmaya göre Türkiye 1998-2010 yılları arasında en fazla büyümeyi gösterecek pazar olarak gözükmektedir. Aşağıdaki tablodan da görüleceği gibi yıllık ortalama % 11.5 oranında bir büyüme beklenmektedir¹⁸.

Tablo 1.2. 1998-2010 Yılları Arasında İş Seyahatlerinde Yıllık Büyüme Oranları

Ülke	İş Seyahatlerinde Yıllık Büyüme (%)
Fransa	3.1
İtalya	3.8
Almanya	3.3
İngiltere	3.6
İspanya	5.4
İsviçre	3.1
Hollanda	2.4
Türkiye	11.5
İsveç	3.1
Danimarka	2.5
Yunanistan	5.5
Finlandiya	4.0
Norveç	3.3
Portekiz	4.4
İrlanda	5.5

Kaynak: World Travel&Tourism Council, 1998

¹⁷ STEPHAN F. Witt, LUİZ MOUNTINHO, a g e s 76

1.3.3. Kongre Turizmi ve İncentive (Teşvik) Turizm

İncentive Turizm şirket çalışanları, dağıtıcılar, ve satış ekiplerini motive etmek ve ödüllendirmek amacıyla seyahat düzenlenmesidir¹⁹.

İncentive seyahat, son yıllarda şehirleşmenin, ticaretin, otomasyonun, haberleşme olanaklarının artışı ve tatil seyahatlerinin de en az iş kadar önemli olmaya başlamasının sonucu olarak bir şirketin çalışanları için veya şirkete hizmet edenler için, bütün masrafları karşılamak koşuluyla iş ve dinlence amacıyla seyahat düzenlenmesidir²⁰.

İncentive seyahatin özelliği ticari işletmelerle ilgili olması ve iktisadi hayatın bir parçası olarak yerleşmesidir. Paket tur şeklinde satın alınan seyahat tamamen bir dinlenme şeklinden çıkıp, ticari gayesi olan bir gezi türüne dönüşmüştür.

Şirketlerin incentive seyahat düzenlemelerinin başlıca nedenleri şunlardır.

- Satışları arttırmak
- Şirketin imajını korumak, geliştirmek
- Yeni ürünleri tanıtmak, sunmak
- Satış eğitimi yapmak
- Tüketiciler için promosyon yapmak
- Rekabeti arttırmak
- İş hacmi düşük sezonları değerlendirmek
- Seyahate gönderilenlere mesleki bilgi edindirmek

En çok incentive seyahat talep eden kuruluşlar genellikle sigorta, elektrik, elektronik malzeme üretimi, taşıt, yedek parça, ofis malzemeleri üretimi ve inşaat sektörüyle ilgilenen şirketlerdir.

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.

¹⁸ O'BRIAN Kevin, "The European Business Travel Market" Travel&Tourism Analyst No.4, 1998, s.38-39

¹⁹ O'BRIAN Kevin, "The West European incentive travel market", Travel&Tourism Analyst, No.1, 1997, s.40.

²⁰ TURPLAN, S Kibar, "İncentive Turizm", Derleyen: Şükrü YARCAN, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul, 1993, s.105.

Avrupa'da yılda ortalama 1.5 milyon teşvik seyahati düzenlenirken ABD'de bu rakam 5.7 milyona ulaşmıştır²¹.

Incentive seyahat kişilere "ödül" olarak verilir. Bu kişilerin seçimi şirketten, şirkete değişir. Bir şirket çok başarılı çalışanları için incentive seyahat düzenleyebileceği gibi, şirket ürünleri temsilci sıfatıyla satan başarılı bayileri için de incentive seyahat programı hazırlayabilir. Şirket elemanları arasından kimlerin incentive seyahate katılacağı belirlenmesi elemanların başarılarına bağlıdır. Satış ve iş hacmi, verimliliği elemanların seçiminde ölçüt olarak kullanılır.

Incentive seyahatlerin düzenlenmesi başarılı elemanlar için olduğu kadar, diğer elemanlar açısından da motivasyonu artırıcı niteliktedir. Çünkü başarılı elemanların seyahate katıldığını gören diğer elemanlar aynı ödülü almak için daha çok çalışır.

Incentive seyahat, programında hiçbir sorun çıkmaması ve tüm organizasyonun yetkin olması için destinasyonda becerikli ve yaratıcı profesyonel işletmelerle çalışmayı gerektirir.

Incentive seyahatlerde de kongre organizasyonlarında olduğu gibi incentive seyahat düzenlemek isteyen bir firma, incentive konusunda uzmanlaşmış bir organizatöre bütçesini emanet ederek kendileri için seyahat faaliyetlerini organize etmelerini ister²².

Kısaca, bir firmanın satışlarını arttırmak için incentive seyahat araç olarak kullanıldığı gibi, firma çalışanlarını motive etmek, daha iyi çalışmaya teşvik etmek için de incentive düzenlenir.

Ekonomik açıdan incentive seyahatin özelliği, düzenlenen seyahatin kapsamının şirketin bütçesine bağlı olmasıdır. Bir şirket, yıllık planlamasında bütçesinden incentive için fon ayırır. Ayırılan fon vergiden düşülebilir ve fon tutarı oldukça yüksektir.

Seyahat bütçesinin yüksek olması, program ayıntılarına dikkat edilmesi vb. nedenlerle incentive seyahatler incentive house ve yerel hizmetleri veren seyahat acenteleri için kar marjı yüksek bir faaliyettir.

Incentive düzenleyen, bilgisi olan, zamanını ayıran ve yaratıcılığıyla ürünü yaratan kişilere dış seyahat acenteleri başarılı çalışmalarından dolayı bir fon ayırır.

²¹ İÇÖZ Orhan, Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1998, S 202

²² TURPLAN, S Kibar, a. g. m s. 108

Böylece yerli seyahat işletmesinin önerdiği program ve fiyat pazarlıksız kabul edilir. Bu durum yerli seyahat işletmesi için büyük bir avantajdır. Diğer seyahat şirketleri çok küçük kar marjları ile çalışırken ve kıyasıya rekabet içinde pazarlık ederken, incentive seyahat düzenleyen acentaların yüzde on kar marjı ile önerdiği paket programlar doğrudan kabul edilir, fiyatlara itiraz olmaz. Başka bir avantaj da, diğer tür seyahatlerde olduğu gibi acenta uzun zaman dilimlerinde tek tek turist rezervasyonu yapmak durumunda değildir. Firmalar tarafından gönderilen kalabalık grup, toplu halde ağırlanır.

Incentive seyahatlerin kongrelerde olduğu gibi istenildiği zaman yapılabilmesi ve talebin kış aylarına da dağılması başka bir avantaj daha sağlar. Kış aylarında otellerin boş olması incentive gruplarına ilginin artmasına ve maliyetlerin azalmasına neden olur. Acenta kış sezonunda kalabalık bir grup için otele başvurduğu zaman büyük bir sempatiyle karşılanır.

Zaman geçtikçe daha popüler olan incentive seyahat talebi incentive house olarak adlandırılan uzmanlaşmış firmalar tarafından yönlendirilir ve düzenlenir. Incentive house, incentive seyahati düzenlemek isteyen şirket için program hazırlayan, konu üzerinde tecrübesi ve bilgisi olan profesyonel firmadır.

Incentive house özel bir firmadır ve yalnız seyahat düzenleyen değil, aynı zamanda satışı arttırmak için pazarlama konusunda yol gösteren bir şirkettir. Incentive house büyük bir kataloga sahiptir. Kataloglarda firmaların ürünlerine yer verilir, bir anlamda mal depolama olanağı sağlanır²³.

Incentive house değişik ülkelerde incentive hizmeti verebilecek seyahat işletmeleri ile ilişki kurar; birçok destinasyon seçeneği ve program sunar, müşterisinin seçim olanaklarını artırır, program seçiminde yardımcı olur. Programın hazırlanması sürecinde incentive house, gidilecek ülkedeki DMC, (Destination Management Company), ile ilişki kurar, DMC ile müşteri şirket arasında bağlantıyı sağlar. Müşteri açısından, tüm programdan incentive house sorumludur.

Incentive house seçenek sunmak ve aracılık dışında tanıtım yapar. Incentive seyahat konusunu şirketlere tanıtır ve yaymaya çalışır. pazarlama çalışmaları ile incentive seyahat pazarını genişletir.

²³ TURPLAN, S. Kibar, a. g. m. s. 106

Eğer incentive firması hazırladığı seyahat programının yürütülmesi görevini fiilen üstleniyorsa, bu tür firmalar Full Incentive House olarak adlandırılır. Gidilecek ülkeye ulaşımı, gerektiğinde tur eskortunu sağlar.

Full incentive house, uzmanlaşmış, konusunda bilgi ve deneyime sahip firmadır. Çeşitli DMC'den program teklifi alır ve geniş seçenekler, potansiyel destinasyonlar hakkında bilgi verir DMC incentive programının gerçekleştirildiği ülkede yerel hizmetleri veren seyahat işletmesidir. Görevleri²⁴;

Program hazırlamak, önermek

Fiyat çıkarmak

Incentive house ile bağlantı kurmak

Yerel servisleri hazırlamak, vermek;

Otel, lokanta, müze, yöre gezileri vb.

Özel aktiviteleri hazırlamak,

Gala yemeği, business session vb.

Transferleri ve yerel ulaşımı gerçekleştirmek

Alışveriş olanağı sağlamak

Şirketin denetleme gezisi hazırlıklarını yapmak

Organizasyonunu başarısı için gerekli düzenlemeleri yapmak olarak özetlenebilir.

Incentive seyahat programlarının her birinin farklı olması tercih edilir. Yurtiçi incentive organizasyonlarında doğrudan DMC ile ilişki kurulur. Ülke içinde düzenlenen incentive seyahatin maliyetinin düşük olmasına karşılık çalışanlar üzerindeki özendirme etkisi daha azdır. Eğer seyahat yurtdışına düzenleniyorsa incentive house ile ilişkiye geçilir.

Bazı şirketlerde incentive seyahat bölümü bulunur. Her yıl veya daha sık incentive düzenleyen şirketlerin bu düzenlemelere ayırdıkları bütçe oldukça yüksektir. Maliyetleri azaltmak için bazı şirketler incentive bölümü kurarak seyahat programlarını kendileri düzenlemektedir. Şirket toplantıları, şirketlerin mesajının iletilmesi ve toplantıya katılanların bir çatı altında toplanması açısından çok büyük bir önem taşır.

Şirket toplantısının hazırlanmasında benzer metotlara başvurulur, toplantının yapıldığı günün akşamı özel bir program, gösteri düzenlenir, böylece şirket mesajları katılımcılara iletilir.

²⁴ TURPLAN, S Kibar, a. g. m. s. 107.

Incentive düzenlemelerinde birkaç tane ana unsur bulunmaktadır. Önce yabancı incentive house, ticari firmalarla görüşerek firma yetkililerini incentive konusunda ikna eder. Daha sonra düzenleyici seyahat acentesi uçak, konaklama, yemek vb. gibi bütün hizmetleri organize eder. Bir sonraki aşamada toplantının düzeni, toplantıda kullanılacak sistemin sağlanması, görsel işitsel düzeni gibi konular planlanır. Son olarak büyük bir gece düzenlenir ve seyahatin eğlence kısmı gerçekleşir.

Yurtdışındaki yabancı firmaların incentive konusunda bilgili olmaları, anlamaları ve çalışanları için bu tür geziler düzenlemeleri için incentive house şirketleri tarafından tanıtım broşürleri yollanır. Satışın artırılması firmalar için hayati bir önem taşır. Dolayısıyla incentive house bir firmaya incentive seyahat sebebiyle satışlarını arttırabileceğini anlattığında, firmalar konuya ilgi duyar²⁵

1.3.4. Kongre Turizmi ve Fuar Turizmi

Uluslararası turizm endüstrisinde iş turizmine dahil edilen fuar turizmi iş turizminde önemli bir yere sahiptir. Kongreler bir fikir, bilgi ve teknoloji alışverişi platformu oluştururken, fuarlar belli bir ticaret koluyla bağlantılı ürün, hizmet, ve teknolojilerin organize bir biçimde sergilenmesini sağlarlar. Ticari fuarların amacı tanıtım ortamı ve bilgi alış verişi sağlamaktır. Görüldüğü üzere fuarlar organizatörler tarafından kongrelerle birlikte düzenlendiklerinde katılımcılara maksimum faydayı sağlayabilir.

Fuarlar ticari amaçlı olduğundan kongrelere oranla hem yer gereksinimi daha fazladır, hem de harcama düzeyi daha yüksektir. Bölgesel yada ulusal fuar ve sergiler bir geleneğe ve artan teknik uzmanlaşmaya dayanmaktadır²⁶.

Çok önemli bir pazar olarak nitelendirilen sergi ve fuarlarda hizmet veya ürünü sağlayanlar ile potansiyel alıcılar yüz yüze ilişki kurma olanağı bularak ticari ilişkileri gerçekleştirmektedirler.

Fuarlar bölgesel yada ulusal olmakla birlikte uluslararası da olabilmektedirler. Fuar yada sergiler kendi başlarına önemli bir sektör olarak kabul edilmekle birlikte genellikle toplantılarla birlikte ele alınmaktadır.

²⁵ TURPLAN, S Kibar, a.g.m.s.107

²⁶ COURNEY J. Joseph, "Meeting, Conventions, and Expositions: An Introduction to the Industry", Tourism Management Volume 16 no 7, 1998, s.554

Örneğin, ilaç firmaları ürünlerini göstermeleri açısından düzenlenen bir tıp kongresine katılma yönünde talep oluşturacaklardır. Fuar organizatörü açısından da bu durum çekici bir olay olarak değerlendirilmektedir. Bir kongre olayına kongrenin konusu ile ilgili bir fuarın eklenmesi katılımcı firmalarında kira yada benzeri ücret ödemeleri organizatörlerin gelirini arttırmaktadır²⁷.

Fuar turizmi iş turizmi ile birlikte hızla gelişen en önemli turizm türlerinden birisidir. Herkesin kendi alanındaki yeni gelişme, pazar ve ürünleri görme, iş bağlantıları yapma ihtiyacı ile katıldığı ulusal ve uluslararası fuarlar bu özellikleri ile turizm için iyi bir pazar oluşturmaktadır. Uzmanlar Dünyada 220 konuda fuar düzenlenmekte olduğunu belirtmektedirler. Düzenlenen fuarlar süreklilik arz etmektedir. Konusuna göre yılda bir veya birkaç defa düzenlenen fuarlar seyahat acentalarına ve fuar organizasyon firmalarına önemli iş alanı yaratmaktadır.

Bir yandan fuarcılık şirketleri seyahat acentaları ile işbirliğine yönelirken, bir yandan da fuarcıların kendi acentalarını kurmayı tercih ettikleri saptanmıştır. Bu arada kimi acentalar da fuarcılık alanında uzmanlaşmaktadırlar. Fuar organizasyonları da kongre organizasyonlarına benzer, fakat ön hazırlık bakımında fuarlar kongrelere nazaran daha kapsamlı hazırlık gerektiren organizasyonlardır²⁸.

Fuarcılıkta iki türlü hazırlıktan söz etmek mümkündür. Katılımcı olarak gelen firmaların teknik elemanları, fuar süresince çalışacak elemanları, hem de üst düzey yöneticileri fuarda bir araya gelerek fuarın düzenlendiği konuyla ilgili teknik hazırlıkları yaparlar.

Fuar organizasyon yada temsilcisi olan firmalar getirdikleri yada yurtdışına götürdükleri fuarları, katılımcı yada ziyaretçilere daha iyi hizmet verebilmek için işin organizasyonunu bir acentaya vermeye başladılar. Bu nedenle son yıllarda fuarcılık alanında uzman acenta sayılarında artış görülmektedir.

Fuarların hazırlıklarını yapan teknik kadronun kalış süresi ortalama 20 günü bulmaktadır. Ayrıca fuarı gezmek için gelenlerinde katılımı ile fuarlar önemli bir turizm hareketi oluşturmaktadırlar.

²⁷ İÇÖZ Orhan, a.g.e s 200

²⁸ COURNEY J Joseph, a.g.e.s 554

Almanya'nın Hannover bölgesine baktığımız zaman, buranın fuar faaliyetlerinden yıllık gelirinin Türkiye'nin turizm gelirinden neredeyse fazla olduğu görülür²⁹.

Kongre merkezlerinde sadece kongre ve toplantılardan sağlanan gelirler kongre merkezlerinin çoğu kez işletme giderlerini karşılamaktadır. Bu nedenle kongreler nedeniyle yaratılan sergiler büyük gelir getirici olarak kongre merkezlerini destekler. Toplantılara ek olarak sergi düzenleyen firmaların sayısı 1980'li yılların başında toplam firmaların % 30'u iken bugün bu rakam % 50'ye ulaşmıştır³⁰.

1.4. Kongre Turizminin Tarihi

Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) kayıtlarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 1681 yılında Roma'da tıp alanında yapılmıştır. Fakat uluslararası kongreler literatüründe (18 temmuz 1914-9 haziran 1915) tarihleri arasında yapılan Viyana kongresi modern anlamdaki ilk ve dünyanın en uzun kongresi olarak bilinmektedir³¹.

1901 yılında dünya genelinde toplam 70 kongre ve 1910 yılı itibari ile de 200 kongre yapılmıştır. 19. yüzyılda yapılan kongrelere Avrupa özellikle Paris ev sahipliği yapmıştır. Örneğin, 1900 yılında dünyada yer alan kayıtlara girmiş 232 uluslararası kongrenin 202'si Paris'te yapılmıştır.

Olup bitmiş uluslararası kongrelere ait birçok istatistik olmakla beraber, çoğu kez birbirleriyle uyum halinde değildir. WIO (Dünya Turizm Örgütü)'nun değerlendirmelerine göre 1970'te 4000 uluslararası kongre yapılmıştır. Yine Turizm ve Bölgesel Bilimler Enstitüsüne göre 1974 yılında yapılan kongrelerin adeti 6000 iken, bu rakam UIA'ya göre 4500'dür. Diğer taraftan IUOTO (International Union of Official Travel Organizations)'nun kayıtları 1975 yılında 13.000 kongre göstermektedir³².

İkinci Dünya savaşı sonrası uluslararası ilişkilerin gelişmesi ve teknolojik ve bilimsel alandaki gelişmeler nedeniyle sayıları hızla artan kongrelerin coğrafi dağılım bölgeleri son yıllarda değişmeye başlamıştır.

²⁹ "Fuar turizmi Acentalara Yeni Pazarlar Açıyor", TÜRSAB Dergisi, Sayı:178, 1998, s.8

³⁰ İÇÖZ Orhan, a.g.e s 195.

³¹ ÖZEN Yılmaz, a.g.e s 12

³² a.e.s. S.13

Dünyanın çok bilinen kısımlarından daha az bilinen kısımlarına doğru bir eğilim başlamıştır. Örneğin, Avrupa ve Kuzey Amerika'dan Asya, Afrika ve Avustralya'ya doğru kaymalar gözlenmektedir.

1900'lü yıllarda yalnızca Paris'in kongre pazarındaki payı %90 olduğu halde, daha sonraki yıllarda tüm Avrupa'nın payı bu seviyeye erişememiştir

Genel bir değerlendirme yaparsak Avrupa dünya lideri konumunu hala sürdürmektedir. Özellikle Paris, Cenova, Londra, Brüksel, Strazburg, Berlin, gibi Avrupa kentleri kongre sektöründeki önemli konumlarını korumaktadırlar

Avrupa'yı Kuzey Amerika izlemektedir. Amerika'daki büyük şehirler için kongre merkezi sahibi olmak prestij olmuştur Aynı zamanda bu bölge orta büyüklükte toplantıların yapılacağı konferans salonları ve otellerle ünlüdür.

3. bölge doğu Asya bölgesidir. Tokyo, Hong Hong, Manila, Singapur, gibi şehirler yeni ve modern tesisleri, ilginç doğası, kültürü ve ucuz oluşu ile insanları çekmektedir

Yeni gelişen yerlerden biriside Avustralya ve Yeni Zelanda'dır 3. Dünya ülkeleri de paylarını arttırmaya başlamışlardır. Bu ülkelerde meydana gelen politik ve sosyal değişimler nedeniyle bu paylar inişli, çıkışlı grafik bir çizmektedir³³

1.5. Kongre Turizminin Gelişme Nedenleri

Kongre turizminin gelişimini sağlayan sebeplerin genelde çoğu turizmin gelişmesini sağlayan sebeplerle aynıdır. Genelde turizmin gelişmesini sağlayan sebepler, kişilerin boş zamanlarının artması, kişilerin ve ülkelerin gelirlerinin artması, ulaşım alanındaki gelişmeler, seyahat formalitelerinin basitleştirilmesi olarak genel hatları ile özetlenebilir.

Ancak bunun yanında bilimsel ve teknolojik gelişmelerin ve uzmanlaşmanın artması ile buna paralel olarak, insanların gerek yeni teknolojileri öğrenmek, gerekse bilimsel çalışmalarını açıklamak yada tanıtmak ve de bilgi alışverişinde bulunmak üzere yüz yüze gelme gereksinimi duyması ve toplantılara katılan delegelerin seyahat, konaklama ve katılım ücretlerinin bağlı buldukları kurum ve kuruluşlarca karşılanması gibi kongre turizmini kolaylaştıran hatta teşvik eden özel nedenlerde bulunmaktadır.

³³ MIECZKOWSKI, Zbigniew, a g e s 343

Ayrıca, ülkelerin vergi sistemlerinde yapılan değişiklikler şirketlerin toplantılar için yapmış oldukları harcamalarını vergiden düşmesi, şirketlerin toplantı organize etmelerinden doğan maliyetleri azaltmıştır³⁴.

Kongrelerin gelişiminin ortaya çıkmasında küreselleşmenin etkisi olduğu tartışmasız bir gerçektir. Büyüyen firmalar, şirketler arasındaki birleşmeler, iş ilişkilerinin artması ve rekabetin uluslararası boyut kazanması gibi etkenler toplantı sektörüne ivme kazandırmıştır³⁵.

Ayrıca taşımacılık maliyetlerinin azalması da önemli etkenlerdir. Teknolojinin gelişmesi ve haberleşme alanında meydana gelen yenilikler sonucunda bilginin erişiminin kolaylaşması, tele konferans gibi yeni imkanların ortaya çıkması ile azalacağı düşünülen kongreler her sene daha da artmaktadır. Çünkü insanlar kameraların arkasında kendilerini izole edilmiş gibi görmektedirler. Karşılıklı fikir, görüş ve tecrübe alışverişi, aynı meslekten olan insanların birbirlerini tanıma isteği, gibi motifler hala insanları toplantılara çeken motiflerdendir. Aynı zamanda insanlar gittikleri yerlerde dinlenme olanağı da bulmaktadır³⁶.

Kongre turizminin gelişmesini sağlayan etkenleri arz ve talep açısından incelemek mümkündür.

1.5.1. Talep Açısından

Kongre Turizminin gelişmesini sağlayan faktörler talep açısından incelendiğinde aşağıdaki etkenler ortaya çıkmaktadır³⁷:

- Ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlarının sayılarında meydana gelen artış ve küreselleşen dünyada sürekli artan toplantı ihtiyacı
- Bilimsel ve teknolojik alanda meydana gelen gelişmeler ve bu gelişmeler paralelinde artan uzmanlaşma alanlarında bilgi alışverişi gereğinin doğması,
- Yeni ürünlerin pazarlanması ve tanıtılması amacıyla yapılan sergi ve fuar etkinlikleri ile birlikte, işletmenin farklı yerlerde toplantılar düzenlemesi,

³⁴ Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar, TÜRSAB dergisi, Haziran sayısı, 1991, s.10

³⁵ THEOBALD F William, Global Tourism the next Decade, Van Nostrand Reinhold New York, 1994, s.9

³⁶ MIECZKOWSKI, Zbigniew, a.g.e.s 338.

³⁷ TUNCER Doğan, Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fak. Yayını, Ankara, 1984, s.482-483.

- Aynı veya birbirini tamamlayan sektörler arasındaki ilişkiler toplantı düzenlenmesini artırmaktadır.

1.5.2. Arz Açısından

Kongre turizminin gelişimini etkileyen arz faktörleri şunlardır³⁸:

- Kongre sarayları ve toplantı salonlarına yönelik yatırımların artması
- Toplantı düzenlemeye uygun salonları bulunan kongre otellerinin, kongre organizasyonu içerisinde verdikleri hizmeti geliştirmeleri,
- Profesyonel kongre organizatörlerinin ortaya çıkması,
- Havaalanlarına yakın yerlerde toplantı salonlarının kurulması

1.6. Kongre Turizminin Etkileri

Kongre turizminin etkileri genel turizme göre daha fazladır. Bu kongre turizmine katılan kişilerin gelir ve kültür seviyelerinin normal turiste oranla daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Bir kongre ev sahibi şehir için mega olay haline geldiği için yerli halkı ekonomik etkilerin ötesinde zenginleştiren özel faydalar yaratma imkanına sahiptir³⁹.

Turizmin olduğu gibi bir türü olan kongre turizminin de odak noktası insandır. Delegeler bir taraftan gittikleri yerlerdeki insanlardan, sosyal ve kültürel yapıdan (Çevreden) etkilenmekte, öte yandan gittikleri ülke ve bölgeleri sosyal ve kültürel bakımdan etkilemektedirler.

1.6.1. Sosyal, Kültürel ve Politik Etkileri

Turizm bir kültür taşıyıcısı olarak insanlar ve insan toplulukları arasındaki bağları güçlendirmektedir. Turistin dünyada çeşitli davranışlar, inanışlar ve anlayışlar bulunduğunu öğrenmesi hoşgörü duygusunu geliştirmekte ve bir arada yaşama anlayışını daha da güçlendirmektedir⁴⁰.

³⁸ TUNCER Doğan, a.g.e s 483.

³⁹ HILLER H Hanry, "Mega Olaylar olarak Konvansiyonlar:Kongre yerli halk ilişkilerinde yeni model, Turizmde seçme makaleler:24, İstanbul, 1996,s 13.

⁴⁰ RIZAOĞLU Bahattin, Turizm ve Toplumsallaşma, Menderes Yükseköğretim ve Bilim Vakfı Yayınları, Aydın, 1993,s 50.

Turizmin tanımında turizm sosyo-ekonomik bir olaydır ifadesi kullanılmaktadır. Bu açıkça ortaya koymaktadır ki turizmin ekonomik olduğu kadar, sosyal ve kültürel bir alışveriş yönü de bulunmaktadır.

Bu ilişkiyi değişik şekillerde analiz etmek mümkündür. Kongre turizmine katılanlar daha önceden de değinildiği üzere eğitim ve kültür seviyesi yüksek kişilerdir. Bu kişiler toplantıya katıldıkları yerlerdeki tarihi ve kültürel mirasın korunması için gerekli olan bilincin oluşmasına yardımcı olurlar.

Kongre turizmi farklı ulusları birbirlerine yaklaştırarak tanımalarına katkıda bulunur. Kongre delegesinin alanlarında söz sahibi olmaları, aynı zamanda eğitim, sosyal ve kültürel seviyelerinin yüksek olmasından dolayı kongre turizminin meydana geldiği bölgede yaşayanları sosyal ve kültürel yönden etkilemeleri daha fazla ve olumlu yöndedir.

Bu nedenle kongre turizmi sosyal gelişmelere, bölge halkının kültürünün artmasına ve dünya görüşlerinin değişmesine katkıda bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası kongrelerin gerçek yararlarının %90'ı çoğu kez göze çarpmaz. Önemli olan pek çok şey buz dağları örneği yüzeyin altındadır⁴¹.

Kongre turizminin etkilerini yeterince anlayabilmek için turizm hareketlerinin ve insan yoğunlaşmasının varlığını gözlemlemek yeterli değildir. Turizm hareketlerinin, turist-yerli halk ilişkilerinin, ortamlarının ve nasıl bir içerik sunduğu dikkate alınmalıdır⁴².

Kongre turizmi nedeniyle bir kentte yada ülkede eski eserler restore edilerek o yörenin genel görünümü güzelleştikçe, buna paralel olarak halkın genel davranış biçiminde de değişiklikler başlamaktadır. Kültürel ve tarihi değerlerin turistik çekicilik olduğunun farkına varan yerel halk bunları en etkin biçimde bozmadan kullanma yoluna gider. Amaç sağlanacak ekonomik faydayı arttırmaktır. Bu fayda refah düzeyinin artması ve sosyal yaşamların iyileşmesi olarak yerel halka yansır.

“Diğer yandan toplantı amaçlı turistler paket turizminin bir başka şeklini temsil eder. Ziyaretçiyi meşgul eden ve yerel halktan sosyal ve psikolojik olarak farklı kılan yoğun bir faaliyet programı vardır⁴³”

⁴¹ ÖZEN Yılmaz, a.g.e.s.55.

⁴² RIZAOĞLU Bahattin, a.g.e.s.54.

⁴³ HILLER H. Hanry, a.g.m.s.12.

Bu programlarından arta kalan zamanlarında kongrenin yapıldığı ülkeyi tanımaya çalışan delegelerle ilişki imkanı bulan yerli halk, özellikle gençler gördükleri yeniliklerden etkilenirler. Kendilerinde gelişme ihtiyacı hissederler. Özellikle yabancı dil öğrenme isteği yoğun olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırmalar göstermiştir ki turizm yerli halkın tümü üzerinde aynı etkiyi göstermez ve turizme gösterilen tepkide çok çeşitli olabilir. Ap ve Crompton, yerli halkın turizme dört çeşit tepkide bulunduğunu ileri sürmüştür; benimseme, tolerans gösterme, adapte olma, geri çekilme. Pizam'ın hiç şaşırtıcı olmayan tespiti de şöyledir; yerli halk ekonomik açıdan turizme ne kadar bağımlıysa turizme bakış açısı da o kadar olumlu olmaktadır.⁴⁴

Turist ile yerli halk arasındaki farklılık derecesi her açıdan arttıkça, olumsuz etkileri kabul etme olasılığının da aynı derecede azaldığı kabul edilebilir. Ziyaretçi ile yerli halk arasındaki farklılıkların büyük olduğu durumlarda turizmin kültürel etkisine karşı daha büyük bir duyarlılık vardır. Gelişmiş ve az gelişmiş toplumlar arasında turizmin olumsuz etkileri daha net bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Kongreler üst düzey planlı faaliyetler olmaları ve sürelerinin kısıtlı olmasından dolayı ziyaretçi ile yerli halkı bir araya getirmek için benzersiz bir fırsat yaratırlar⁴⁵

Kongreler politik yönden de çok önemlidirler. Kongreler turistik kongre merkezinin tanıtımı ve gelişmesini sağlayıp prestij getirirken, o ülkenin kamu yönetimindeki başarısını da gösterir. Tüm dikkatlerin kongre kentinde toplanmasına neden olurlar. Önemli bir kongreden sonra o kongre kenti artık eski kent değildir. Yepyeni bir kimlik, imaj kazanır. Örneğin İstanbul da yapılan Habitat kongresi İstanbul'un uluslararası guruplar içindeki önem derecesini arttırmıştır. Kentin veya bölgenin ülkenin politik yapısı içindeki yeri de kuvvetlenir. Böylelikle bölgenin ihtiyaç duyduğu alt ve üst yapı yatırımları için gerekli olan kaynaklar çok daha kolay sağlanır.

Kongre turizmi, turistlerle ev sahibi ülkenin yerlileri arasında dostluk, sempati ve anlayışın doğmasına büyük katkılarda bulunur. Karşılıklı mevcut hükümlerin ortadan kalkmasını sağlar.

Diğer bir yaklaşım bir ülkenin ekonomik standartları yükseldikçe, halkın o ülkedeki milli gelirden aldığı pay arttıkça politikaya karşı ilgi eğilimin azaldığı görülür.

⁴⁴ HILLER H Hanry, a. g. e. s 4

⁴⁵ a. e. s 5

Hırslı politika ilgisi, genellikle fikirlerin ayrılmasına, farklı davranış biçimlerinin ortaya çıkmasına yol açar. Bilindiği gibi farklı politik görüşlerin farklı grupların çatışması haline dönüşmesi ekonomiyi ve dolayısıyla sosyal yapıyı olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu nedenle bir ülke halkının yaşam düzeyinde turizmin ekonomik katkısıyla yükselmeler olabilir ve politik bölünme ve çatışmalar yerine ülkeye huzur yerleşebilir.

1.6.2. Ekonomik Etkileri

Kongre turizminden beklenenler ile genel turizmden beklenenler arasında pek fazla fark yoktur. Sadece delege harcamaları turist harcamalarından daha fazladır. Bu nedenle kongre turizminin ekonomik etkileri genel turizmin ekonomiye olan etkilerinden çok daha fazladır. Harcama oranlarının katılımcılar açısından münasebeti aşağıdaki gibidir⁴⁶:

Index Değeri

Yerli turist	100.0
Uluslararası turist	203.6
Uluslararası Kongre Katılımcısı	363.6

Turizmin kalkınmakta olan ülkeler üzerindeki etkinliği iki açıdan incelenebilir⁴⁷.

Ekonomi üzerindeki doğrudan etkileri

Dış ödemeler dengesindeki etkisi

İşgücü üzerindeki etkisi

Gelirin tekrar dağıtılması üzerindeki etkisi

Ekonomi üzerindeki dolaylı etkileri

Çarpan etkisi

Bazı malların pazarlanması konusundaki etkisi

Devlet sektöründeki etkisi (vergiler)

Kongrenin ekonomik etkileri genel olarak kongrenin süresi, günlük ortalama harcamalar, toplantının büyüklüğü, kongre öncesi ve sonrası faaliyetler ile ilişkili olarak değişir.

⁴⁶ KOŞAN Abdülkadir, a g. m. s. 56.

⁴⁷ a m. s. 54.

Kongrelerin ekonomik etkilerinin somut olarak kavranması ancak şu hususların açıklığa kavuşturulmasıyla mümkün olacaktır⁴⁸;

- Kongre katılımcılarının sayısı ve harcamaları
- Organizatörlerin harcamaları ve miktarı
- Lokal anlamda satın alma gücüne etkisi ve bundan türetilen vergi gelirlerinin miktarları

Kongre organizatörlerince yapılan harcama alanları olarak;

- Yönetim (Kongre sekreteryası) harcamaları
- Dokümantasyon (Promosyon materyalleri, konferansla ilgili açıklamalar, tebliğlerin kopyaları vb.)
- Kira harcamaları (Konfor ve teknik düzenlemeler)
- Tercüman ve mütercimler
- İkramlar (şartlara göre öğle yemeği, ziyafetler, kokteyller, seminer-konferans arası ikramlar)
- Uzmanlar için yapılan harcamalar (ücretler, ulaşım, transfer ve konaklama masrafları, şehir turları gibi) sayılabilir.

Diğer taraftan kongre katılımcısının harcamaları farklı faktörlere bağımlılık gösteririler Bunlar⁴⁹;

- Kongre mahallinin fiyat seviyesi,
- Kongre çalışma süresi ve yoğunluğu,
- Katılımcının kongre konusuna yakınlık derecesidir

Kongre katılımcılarının harcamaları ise şu kalemlerden oluşur

- Kayıt ücretleri ve bundan yapılan otel, uçak ve genel kongre harcamaları,
- Katılanların eğlence harcamaları,
- Katılanların alışveriş harcamaları,
- Katılanların fazla geceleme harcamaları,
- Katılanların kongre öncesi ve kongre sonrası tur harcamaları,
- Diğer harcamalar.

⁴⁸ MIECZKOWSKI Zbigniew, a.g.e.s 344

⁴⁹ KOŞAN Abdülkadir, a.g.m.s.54.

*Almanya Kongre Bürosunun Yaptığı Bir Araştırmaya Göre
Harcamaların yüzdesel dağılımı ise şöyledir⁵⁰*

Oda ve hizmetler	%34.2
Yitecek-İçecek	%13.0
Diğer Gastronomi Hizmetleri	%12.0
Alış-veriş	%11.1
Taksi, benzin vb.	%10.6
Tiyatro, spor gösterileri vb.	%07.5
İçecekler	%05.3
Diğer hizmetler	%05.3

United States Servisi ise kongre katılımcılarının yaptıkları harcamaları dört alanda tespit etmiştir.⁵¹

Otel ve Öğle-Akşam yemekleri	%64.0
Alış-verişler	%14.6
Eğlence	%10.4
Diğer	%11.0

Uluslararası dernekler birliğinin 1995 yılında yapmış olduğu bir araştırmada delegelerin maliyetleri ve yaptıkları harcamalar konusunda 1964 yılı ile 1995 karşılaştırmıştır. 1964 yılında her bir delege için harcanan ortalama para 15\$ ve delegelerin yaptıkları harcama 200\$ seviyesinde iken, 1995 yılında her bir delegenin maliyeti 47\$ 'a çıkmış ve delegelerin yaptıkları ortalama harcama miktarı da 340\$ yükselmiştir.⁵²

Döviz girişleri açısından kongre turizmi, özellikle dış ticaret bilançosu kronik açıklar veren az gelişmiş ekonomiler için büyük önem taşıyan bir konudur.

Bu ülkelerin ihracat dövizleri girişleri, döviz giderlerinin genellikle üçte birini ancak karşılayacak miktara erişebilmektedir. "Özellikle dış ticaret bilançosu kronik açıklar veren az gelişmiş ülkelerin ekonomileri açısından döviz girdileri önemli bir konudur. Normal turiste oranla 2-3 misli fazla para bırakan kongre delegelerinin döviz girdisi bakımından katkısı ise göz ardı edilemeyecek boyuttadır.

⁵⁰ KOŞAN Abdülkadir, a.g.m.s.56.

⁵¹ a.g.m.s.56.

⁵² ALKJENER E "Location and Economic consequences of international congresses"
UIA International meeting Statistics, copenhagen 1997

“Kongre Turizmindeki girdi ve çıktılar genel turizme göre daha büyük ölçekli olduğundan ekonomiye etkisi ve dolayısıyla katkısı da daha büyük ölçeklerde olmaktadır. Bir tatil paketinin ortalama fiyatı 600.-USD civarında iken ortalama bir kongre paketi kişi başına 1 150 -USD’a satılmaktadır⁵³.

Kongreye katılan delegelerin gelir düzeyi genellikle yüksektir. Çoğunlukla 30-60 yaş arası erkeklerden oluşan delegelerin katılım ücretleri ile ulaşım, konaklama harcamaları, kendileri tarafından değil, bağlı buldukları kuruluşlarca üstlenilir. Harcamaların vergiden düşülmesi söz konusu olduğundan daha rahat para harcamaya eğilimlidirler. Ayrıca kongreye katılanlar o ülkeyi ya da kenti daha iyi tanımak için konaklamalarını 3-5 gün uzatabilirler.

Kongre nedeniyle belki de pek istemeden ülkeye gelen delegeler geri döndüklerinde yeni bir yer tanınmanın heyecanı ile o ülkeye turist gönderirler. Bir ülkede yapılan uluslararası kongre, başka kongre ve toplantılar için teşvik edici bir etmendir.

Uluslararası kongrelerin basit nedenlerle iptali söz konusu değildir. Bu anlamda garantili bir durum vardır. Çünkü organizasyon 3-4 yıl önceden planlanmış ve çalışmalar ona göre yapılmıştır. Ancak fiili savaş durumu kongrenin iptaline neden olabilir. Kaldı ki körfez krizi turist sayısının azalmasına yol açarken kongre iptalleri görülmemiştir.

Ayrıca, kongreler çoğunlukla ilkbahar ve sonbahar aylarında yapılır. Turizm açısından ölü sayılan bu dönemde her türlü turistik faaliyette standart dışı bir hareketlilik gündeme gelir⁵⁴.”

T. Karasu’ya (1990) göre; kongre turizmi bir ülkede kendiliğinden ortaya çıkıp gelişme şansına sahip değildir.

Bu turizm türünün dar boğazını genelde, sabit maliyetler oluşturmaktadır. Bunlara örnek olarak; kongre binası yapılması ve mevcutların sürekli olarak modernize edilmesi, kongre merkezlerindeki lüks ve 1 sınıf yatak kapasitesinin artırılması, “kongre yeri”ne kolay ulaşmayı sağlayan; hava alanları, tren yolları, otobanlar gibi alt yapılar ve kongre binaları çevrelerinde yer altı-yerüstü otopark binaları yapılması gibi yüksek maliyetli yatırımlar ilk planda sayılabilir.

Kongre turizminde sabit maliyetler (örneğin kongre binaları) kar getiren yatırımlar olmaktan çok, sektöre fayda sağlayan hizmet ve prestij tesisleridir.

⁵³ OKTAY İ Çağlar, Güncel Yurizm Yönelimi İçinde Kongre Turizmi ve İstanbul, Turizm Bakanlığı yayını, Ankara, 1997, s. 51.

⁵⁴ YARCAN Şükrü, “Kongre Turizmi: İmkanlar, sorunlar, ekonomik önemi”, haziran sayısı, 1991, s. 19.

Bu nedenle, genellikle kongre binaları gibi yüksek maliyetli hizmet yatırımlarını yapmak, devlet kuruluşlarına veya yerel yönetimlere düşmektedir. Organizasyon, acentacılık, taşımacılık, çevirmenlik gibi işler ise genellikle, kar amacı güden kişi ve işletmelerce yürütülmektedir.

Sürekli gelişim içinde olduğu ve/veya olacağı varsayılan kongre turizmi olgusunun, turizm ekonomisi içinde turizm mevsimini arttırıcı karakteri yanında, ulusal turizme çeşitli konularda sayısal katkılar ve yapısal değişimler sağlamakta olduğu bilinen bir gerçektir. Kongrelerin ve kongre turizminin yarattığı yeni iş sahaları ile toplam işgücü kapasitesi de her ülke için ayrı bir önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, kongre olgusunu genel olarak turizm ekonomisine yararları bakımından özetleyecek olursak⁵⁵:

- Günlük kongre harcamalarının, uluslararası turizm için yapılan ortalama harcamalardan en az iki kat fazla olmasıdır
- Bir diğer konu, kongrelerin turizm mevsimini uzatıcı etkisi özelliği nedeniyle, kent merkezindeki pek çok otel "ölü sezon" sırasında fiyat düşürmeyebilir. Ayrıca, kongrelerin zaman içindeki dağılımı daha tutarlı ve sıralıdır.
- Kongreler, turistik kongre merkezinin tanıtımı ve gelişmesini sağlayıp prestij getirirken o ülkenin kamu yönetimindeki başarısının da göstergesi olur. Delegele kongre bölgesini tekrar ziyaret eder, başkalarının da ziyaret etmesinde etkili olur.
- Kongre sayesinde oluşan toplam işgücü önemli ölçüde artar. Ayrıca bölgedeki halkın satın alma gücü fazlalaşır. Bunun yanı sıra kongreler bir çok yan sektörü de hareketlendirir.

1.6.3. Diğer Etkiler

Kongre ve benzeri toplantıların genellikle mevsim dışı dönemlerde düzenlenmesi tercih edildiği için, turizm mevsimini uzatıcı etkisi de vardır. Bu etki dolayısıyla otelcilik sektörü üzerinde de önemli ölçüde etkilidir.

Konaklama tesislerinde kapasite genişler ve kapasite kullanımı artar. Kongrelerin otel satışlarındaki payı göz ardı edilemeyecek boyuttadır.

⁵⁵ KARASU Tanju, "Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler", Anotolia Dergisi, Haziran-Temmuz, Ankara, 1990, s 32-34

Otel dergisinin yapmış olduğu araştırmada Türkiye’de Şehir otellerinde kongre ve toplantıların toplam satışlardaki payı % 7.91 olarak gzkmektedir⁵⁶.

ABD’de yapılan benzer araştırmada ise otel gelirlerinin % 35.4lk bölümü kongrelerden elde edilmektedir⁵⁷.

Havayolu Őirketlerinin de yıllık işletme gelirlerinin yaklaşık % 25’i (16.5 milyar dolar) bu endüstriden kazanılmaktadır.⁵⁸

Kongreler ayrıca bölgenin uluslararası alanda etkili bir imaj kazanması için önemli olaylardır. Yapılacak olan kongrenin byklg, konusu ve katılımcıları ile orantılı olarak artan etkilerinin yanında oluşan imajı da bölgenin bir turizm merkezi olarak gelişmesine katkıda bulunur. Dünyanın ilgisinin bir anda kongre ülkesinde toplanmasını sağlar. Tanıtıma çok önemli katkısı vardır.⁵⁹

Ayrıca ülkede kongre turizmi gelişirse turizm mevsimlik özelliğinden uzaklaşarak yıl geneline yayılır. Böylelikle bölgenin gelişmesi sağlanır. Bu gelişme ile birlikte alt ve üst yapı olanakları da miktar ve kalite olarak artar ve miktardaki bu artışla birlikte ülkede yada bölgede yeni gelir ve istihdam alanları yaratılır. Kongre turizmi ayrıca turistik ürünün çeşitliliğini arttırmaktadır.

Kongreler ayrıca bilimsel gelişmenin hızlanmasına yardımcı olur. Bilgi birikiminin toplumlar arasında paylaşımına aracılık eder.

1.7. Kongre Turizminde rgtlenmeler

Her alanda olduğu gibi kongre turizmi alanında da kongre turizmi ile ilgili faaliyet gösteren kuruluşlar vardır. Sayıları gittikçe artan bu meslek kuruluşları zamanla belli organizasyon çatıları altında toplanarak etkinliklerini arttırmak, sektörün belli bir çizgide gelişimini sağlamak, standartlar oluşturmak, rekabet avantajı sağlamak ve pazar paylarını arttırmak amacıyla örgütlenmişlerdir. Bugün dünya genelinde sayısız denilebilecek kadar çok oluşum vardır.

⁵⁶ YÜCEL Cengiz, “Otellerin satış türlerinde profesyonellik önem kazanıyor”, Hotel Dergisi, Ekin Yayınları, Eylül 1998, s. 74.

⁵⁷ “Meeting and Convention”, Annual Trends in the Hotel Industry, 1996, s. 223

⁵⁸ IZ Orhan, a. g. e. s. 193

⁵⁹ ROCHE. M, “Mega events and Urban Policy”, Annals of Tourism Research, Volume:21, Pergamon Press, 1994, p. 16

Bunları üç gruba ayırarak incelemek mümkündür.

1. Kongre Büroları
2. Kongre Organizatörleri
3. Kongre merkezlerini pazarlayan ve yönlendiren kuruluşlar

1.7.1. 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 kâr amacı gütmeyen ve pazarlayan kuruluşlardır. Bugün dünya geneline baktığımız zaman tüm kongre şehirlerini kendi kongre bürolarının tanıttığı ve pazarlamada etkin rol oynadıklarını görürüz

Bunu yeterli görmeyen şehirler kendi bölgelerini tanıtmak için bölgesel kongre büroları kurmuşlardır. Ayrıca bir çok ülkenin ülkesel bazda kongre büroları vardır. Bu bürolar çok etkin kuruluşlardır⁶⁰

Kongre büroları kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Gelir kaynaklarına baktığımız zaman üyelik aidatları ve devlet yardımların en büyük payı oluşturduğu görülür.

Ayrıca reklam gelirleri ve eğitim seminerleri de gelir kaynakları arasındadır. Aşağıda kongre ve ziyaretçi bürolarının gelir kaynakları ayrıntılı biçimde görülmektedir.

Tablo 1.3. Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Gelir Kaynakları

Ana Gelir Kaynakları	Nakit Olmayan Katkılar	Diğer Gelir Kaynakları
Oda Vergileri	Kira	Her tür baskı ve yayın satışları
Eyalet/Bölge/Şehir Bağışları	Rezervasyonlar/Ödenekler	Reklamlar
Üye Aidatları	Bilgisayar Hizmetleri	Promosyon malzemelerinin satışı
	Baskı hizmetleri	Sponsorluklar
	Arabalar	Kongre Hizmet Bedelleri
	Posta	

Kaynak: Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları, 1993

⁶⁰ OSCHMAN Suzan, "Antalya Kongre Şehri Olmaya Hazır", TÜRSAB Dergisi, Sayı 144, İstanbul, 1996, s 40

Dünyadaki bazı kongre bürolarının 1996 yılı tanıtım bütçelerini de vermekte yarar vardır.

Tablo 1.4. 1996 Yılı Dünyadaki Bazı kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Tanıtım Bütçeleri

VIYANA	800.000 ECU	NAGOYA	16.920.000USD
LYON	640.000 ECU	HONG HONG	3.080.000 USD
BELÇİKA	480.000 ECU	CHİBA	2.720.000 USD
LONDRA	400.000 ECU	SYDNEY	2.620.000 USD
PARİS	250.000 ECU	SİNGAPUR	23.000.000 USD
OSLO	340.000 ECU	LAS VEGAS	23.000.000 USD
STOCKHOLM	220.000 ECU		

Kaynak: Türsab Dergisi 1996 sayı:144.

Yukarıda görüldüğü üzere oldukça iyi bütçelere sahip olan kongre büroları teknolojinin de gelişmesiyle faaliyetlerini eskisinden daha etkin bir şekilde yürütmektedirler. Böylelikle profesyonel kongre organizatörlerini yönlendirmek eskisinden daha kolay olmaktadır.

Ayrıca kongre alanında faaliyetlerle ilgili kendilerine bugün kongre turizminin en önemli yayın organları olan Tagungs-Wirtschaft, CAI Kongresses gibi yayınların her sayısında birkaç sayfa birden ayrıldığını belirten uzmanlar kongre bürolarının devlet tarafından desteklenmesi dolayısıyla, tanıtım alanında sürekli olarak gündemde kalmayı başarabildiklerini vurgulamaktadırlar⁶¹.

Dünya genelinde faaliyet gösteren kongre bürolarının uluslararası birliği de vardır. IACVB (Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği). Merkezi Amerika'da bulunan bu birlik her yıl üyesi bulunan kongre bürolarını çıkarmış olduğu katalog ve düzenlemiş olduğu Web siteleri ile tanıtılmaktadır. Bu kuruluş PCO (Profesyonel Kongre Organizatörleri içinde referans noktasıdır.

Kongre bürolarının yapmış oldukları faaliyetleri şu şekilde özetleyebiliriz⁶²;

- Bölgelerin ve Ülkelerin kongre turizmi için sahip oldukları potansiyelin tanıtılması
- Kongre ve Fuarçılık 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 yada ülkelerin temsil edilmesi

⁶¹ OSCHMAN Suzan, a. g m. s. 41.

⁶² <http://www/IACVB.org>, 1998

- Kongre organizasyonlarında danışmanlık hizmetleri
- Kongreye katılanların beklentileri ve hazırlık çalışmaları ile ilgili eğitim seminerleri
- Bu faaliyetlere yönelik tüm bölgeyi detaylı bir şekilde kapsayan, kongre katalog basılması
- Kongre turizmi ile ilgili çeşitli poster ve tanıtım malzemelerin hazırlanması
- Kongrecilik konusunda fuarların düzenlenmesi ve profesyonel kongre operatörlerinin davet edilmesi
- Profesyonel ilişkiler geliştirilmesi
- Bütçelerinin durumuna göre bazıları kendi bünyelerinde kurdukları ARGE bölümleri ile araştırmalarda yapmaktadırlar.

1.7.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri

Profesyonel kongre organizatörleri (PCO)' lar kongre organizasyonu üzerine uzmanlaşmış kişi ve kuruluşlardır. Kongre üzerine uzmanlaşmış personeli, teknik ekipmanı, bilgi birikimi ve sektörel ilişkileri olan bu kuruluşlar bir kongre organizasyonu içerisinde yer alan tüm faaliyetleri organizasyon komitesinden alarak bir paket haline getirirler.

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. Fakat her iki halde de komite denetleyici ve müşavir durumunda bulunur.

“Kongre organizatörlüğü kongre turizminin gelişmeğe başladığı 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra ortaya çıkmış olan bir kavramdır. Rolü orkestra şefinin rolüne benzer. Organizatör hazırlıkla ilgili yapılacak tüm işleri ve kongrenin başarısıyla devamı için gerekenleri bir bütün haline getirir⁶³”

Organizatör ayrıca derneğin kongre komitesi, resmi otoriteler, oteller, kongre merkezleri, dille ilgili hizmet birimleri, seyahat acentaları, matbaacılar v.b birimler arasında katalizör ve aracı rolü görür.

Kongre düzenlemeyi düşünen dernek veya kuruluşlar neden kongre organizatörlerine ihtiyaç duyarlar? Kongre organizatörleri kuruluşların yapamayacağı neyi yaparlar?

⁶³ ÖZEN Yılmaz, a.g.e s.35.

.Elbette kongre organizatörleri sihirbaz değildir. Ancak yıllardan beri sürekli olarak aynı konuyla ilgili faaliyet gösterdiklerinden uzmanlaşmışlardır.

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 kongrenin 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 görülür⁶⁴.

Kongre organizatörleri uzmanlaşmış bağımsız seyahat acentaları olabilir, bir tur operatörünün organizasyonu içinde yer alan bir bölüm olabilir veya düzenli kongre düzenleyen şirket veya şirket gurupları içinde bir departman olarak faaliyet gösterebilir.

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

Kimi zaman kongreyi düzenleyen dernek yada 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 ücreti belirler. Ücretle ilgili anlaşmalar yazılı olarak yapılır. Kongre bütçesinde ayrı olarak gözüktür.

Bundan 20 yıl önce isimleri kağıt üzerinde geçen PCO'lar her yıl dünya genelinde bir çok kongre düzenlemektedirler. Şu an dünya kongre pazarında iki çeşit kongre tipi vardır. Bunlar şirket kongreleri ve devletlerin düzenledikleri kongrelerdir. Her iki durumda da en son karar organı organizasyon komitesidir. Ancak PCO'lar organizasyon komitesi için özellikle iletişim teknikleri, pazarlama ve halkla ilişkiler, vergiler, sigorta, ve diğer parasal konularda danışmandırlar. Kongre organizatörü kongre bitene kadar düzenleyen kuruluşun uzantısı niteliğindedir.

PCO'lar da 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.

⁶⁴ <http://www/IAPCO.org>,1998.

Bu kuruluş değişik ülkelerdeki fuarlara ve kongre turizmi ile ilgili toplantılara katılarak bu iş dalı ile ilgili kişi veya kuruluşlarla bir araya gelerek üyesi bulunan PCO'ları tanıtmakta ve pazarlamaktadır.

PCO' lar için kalite standartları geliştirmiş olan bu kuruluş her yıl düzenlediği eğitim seminerleri ile sektör genelinde bir birlikteliği hedeflemektedir⁶⁵

1.7.3. Kongre Merkezlerini Pazarlayan ve Yönlendiren Kuruluşlar

Kongre turizminin Dünya genelinde her geçen gün önemini arttırması ve Dünya turizm gelirlerinin yaklaşık %25'ini kongre turizminin oluşturması kongre turizmde rekabeti arttırmıştır. Artan rekabet nedeniyle Dünyanın değişik bölgelerinde kongre merkezlerini pazarlayan ve yönlendiren kuruluşlar ortaya çıkmıştır.

EFCT:

Kısaca adı EFCT olan Avrupa Kongre Şehirleri Federasyonu 1964 yılında kuruldu. Federasyonun amacı şöyle özetlenebilir⁶⁶:

- 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.

Bu kuruluş özellikle Avrupa genelinde çok etkin çalışmaktadır. Özellikle Avrupa genelinde düzenlenen kongrelerde işlevselliği daha da artmaktadır. EFCT'nin Avrupa'daki konumunu özetlemek ne denli etkin olduğunu göstermek açısından önemlidir;

EFCT:

Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi'nin (JMIC) kurucu üyesidir,

Avrupa Turizm Hareketi Grubu'na (ETAG) temsilcidir,

Birleşmiş Milletler Ekonomi ve Sosyal Konseyinde (ECOSOC) danışman statüsünde görev yapmaktadır,

Brüksel'de Avrupa Birliği dahilindeki faaliyetlerin takibi, işbirliği ve rehberlik hizmetlerinin verebilmesi amacıyla çalışmakta olan bir şubesi vardır.

⁶⁵ [HTTP://WWW.IAPCO.ORG](http://www.iapco.org), 1998.

⁶⁶ OSCHMAN Suzan, a.g.m.s. 42.

ICCA:

65 ülkeden toplantı/kongre uzmanlarının üye olduğu ICCA (Uluslararası Kongre Konvansiyon Derneği) vasıtası ile;⁶⁷

- Dünyada kongre turizmi alanındaki tüm gelişmeler takip edilir,
- Profesyonel ilişkiler geliştirilir,
- Potansiyel müşterilerle bağlantı imkanları bulunur,

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

1958 yılında Roma'da İtalya, Fransa ve İsviçre'den yetkililerin bir araya gelerek kurdukları Association Internationale des Palais de Congress (AIPC) Dünya kongre ve fuar merkezleri birliği ise kongre merkezlerinin sahip olması gereken kriterleri belirlemiş ve belli kriterlere sahip tesisleri üyeliğe kabul etmektedir.

Sektöre özellikle ekonomik analizler, teknik gelişmelerle ilgili bilgiler sağlayan ve çevresel çalışmalar, müşteri yaklaşımları analizleri ve raporları hazırlayan, kongre sanayi terminolojisi ile uluslararası konferans endüstrisi hakkında istatistik veriler temin eden ve eğitim alanında yardımcı olan bu kuruluş özellikle kongre organizatörlerinin referans noktalarından birisidir⁶⁸.

1.8. Uluslararası Kongre Turizmi Hareketleri

1907 yılında Brüksel'de kurulan UIA (uluslararası dernekler birliği)'nin yapmış olduğu 1950 yılından 1997 yılına kadar olan uluslararası kongrelerin gelişimi konulu kapsamlı araştırmanın sonuçları aşağıda yorumlanarak verilmiştir. Bu birlik 01 01 1998 tarihine kadar 135.000 uluslararası toplantıyı incelemiştir. Araştırma sonuçları her yıl UIA tarafından yapılan araştırmaların özeti niteliğindedir.

⁶⁷ WITCHMAN Abbe, "Convention Bureau Are on the Ball", Corporate meeting and Incentives, november 1986, s. 75.

⁶⁸ "Kongre Merkezi Normları Nasıl Olmalı", Kongre Dergisi, Ocak 1998, s. 14

Burada araştırmaya esas alınan uluslararası kuruluşların yapmış oldukları kongrelerdir. Şirket yada bayi toplantıları araştırmanın kapsamı içinde değildir.

Araştırmanın 1950'den bugüne yapılmış olan kongrelerin sayıları, kıtalara göre dağılımı, yıllara göre değişim oranları, başlıca ülkeler ve şehirler, toplantıların aylara göre dağılımı, yıllara göre toplantıların ortalama sürelerinin karşılaştırması, ortalama katılımcı sayısı ve katılımcıların maliyeti ve yaptıkları harcamalar gibi geniş bir yelpazesi vardır.

Ayrıca ICCA (Uluslararası Kongre ve Konvensiyon Derneği) birliğinin istatistikleri de gereken yerlerde kullanılmıştır. ICCA' nın istatistiklerinde de yapılan uluslararası büyük toplantılar (kongreler) dikkate alınmıştır.

Uluslararası kongrelere bakıldığında kıtalar itibariyle ilk iki sırayı Avrupa ve Amerika almaktadır. Bunun sebepleri arasında dünyada en fazla seyahat eden ülke vatandaşlarının, en fazla seyahat edilen ülkelerin ve uluslararası birliklerin ve teşkilatların genel merkezlerinin bu kıtalarda bulunması, ayrıca teknoloji ve bilimin diğer kıtalara oranla daha ileri olması ve bu ülkelerin dünya ticaretinde söz sahibi olmaları sayılabilir. Bu ülkelerde kongre turizmi için her türlü alt ve üst yapı yatırımları mevcuttur. Hatta kongre turizminin önemi ve geleceği göz önünde bulundurularak mevcut tesisler yeni teknoloji ile donatılarak revize edilmekte, daha büyük ölçekli ve modern kongre imkanları oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Kongrelerin yapılacağı ülkelerin seçiminde karar organları; ülkenin kongre merkezlerinin tüm olanakları, sağlık koşulları, genel emniyet durumunun yanı sıra kongreye katılanlar için turistik çekicilikleri, alışveriş, eğlence, mutfak özelliklerine de öncelik tanımaktadırlar. Bir diğer önemli konu da; kongre merkezi ile kent ve konaklama birimleri arasındaki ulaşım kolaylıklarıdır⁶⁹”

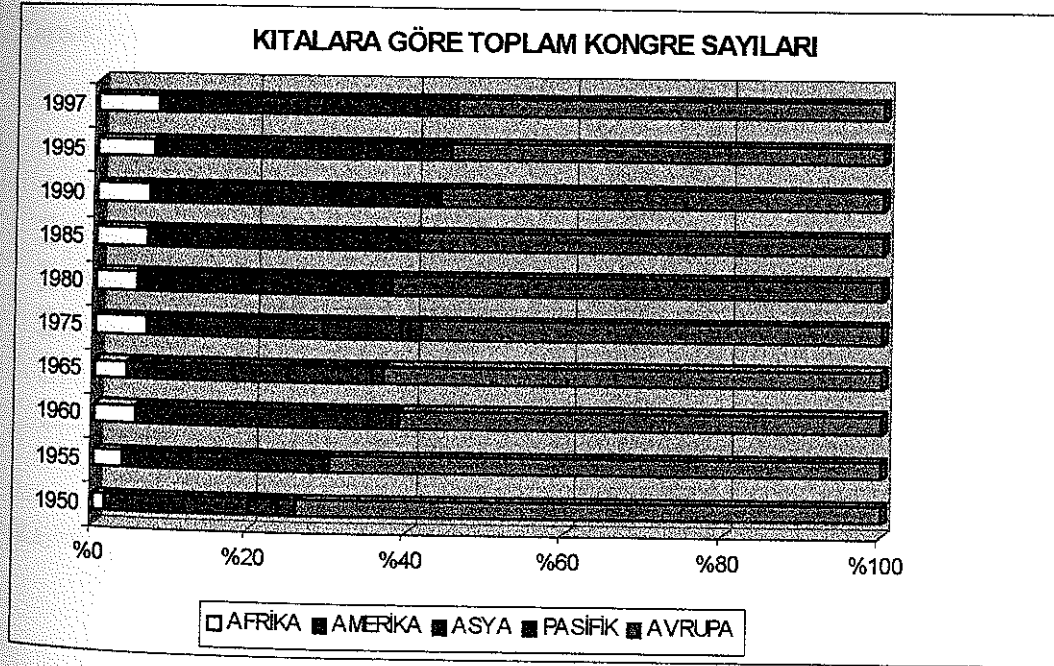
Toplantı turizminin Avrupa da yoğunlaşmasının bir başka sebebi de, Avrupa'nın dünyanın her bölgesi ile rahat ve kolay ulaşım imkanına sahip olması, bir başka deyişle, dünyanın merkezi konumunda bulunmasıdır. Ayrıca bu bölge eski medeniyetlerin kurulup, yıkıldığı topraklardır. Dolayısıyla kişiler toplantılara katılma kararı verirlerken bu tarihi ve turistik yerleri görmek istemelerinden dolayı da, Avrupa'da kongre amaçlı seyahatler çok merkezidir.

⁶⁹ OKTAY İ. Çağlar, a. g. e. s. 54

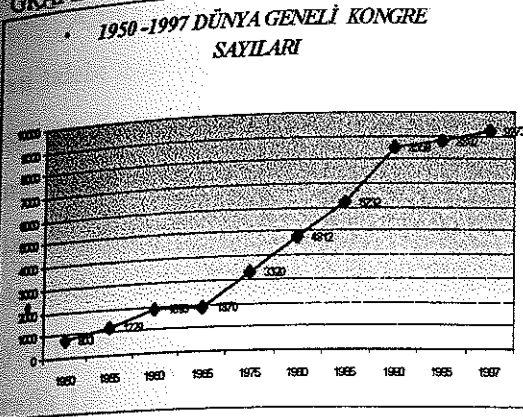
Bu nedenle kongre organizatörleri de kongre ülkesi veya şehri seçerken katılımcıların popülaritesi olan yerleri tercih edeceğini düşünerek bu bölgeyi tercih etmektedirler.

1681 yılında Roma’da yapılan tıp kongresi ile başladığı kabul edilen uluslararası kongreler sayı olarak 1901 yılında 70, 1910 yılında ise dünya genelinde 200’e ulaşmıştır. Bu rakam 1950 yılında 803’e ulaşmıştır. 1985 ile 1990 yılları arasında büyük sıçrama gösteren uluslararası kongrelerin 1997 yılına gelinceye kadar ki ortalama artış hızı % 5,5dir. 1997 yılı sonu itibari ile düzenlenen kongre sayılarına baktığımızda 1950 yılındaki sayının yaklaşık 11 katı olduğu görülür. 1950 yılı ile 1995 yılları arasındaki değişimi kıtalara göre incelersek, Asya’da ki kongre sayısı, 1950 yılına oranla 1995 yılında 75 kez fazla, Afrika’da 54 kez fazla, Pasifik bölgesinde 33 kez fazla, Amerika’da 17 kez fazla, Avrupa’da ise 7.5 kez daha fazla olduğu görülür.

Grafik 1.1.

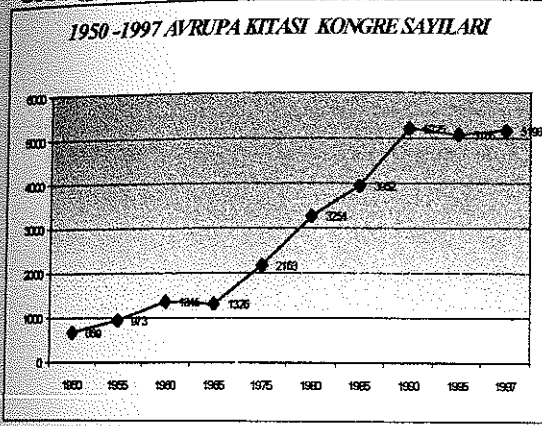


GRAFİK 2



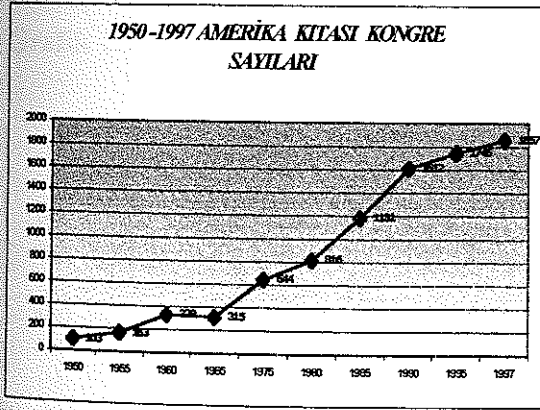
Kaynak: Union of International Association

GRAFİK 4



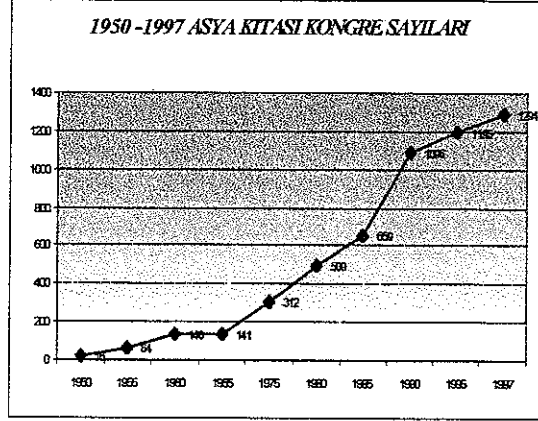
Kaynak: Union of International Association

GRAFİK 6



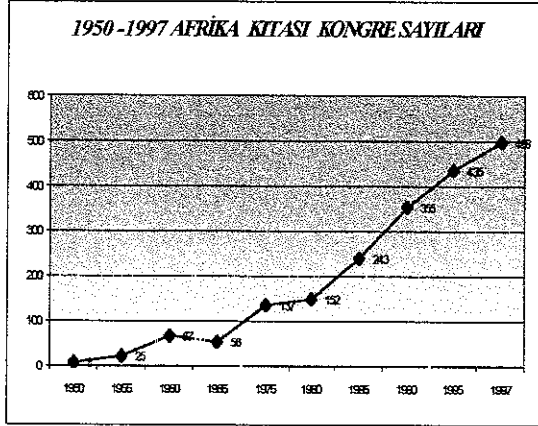
Kaynak: Union of International Association

GRAFİK 3



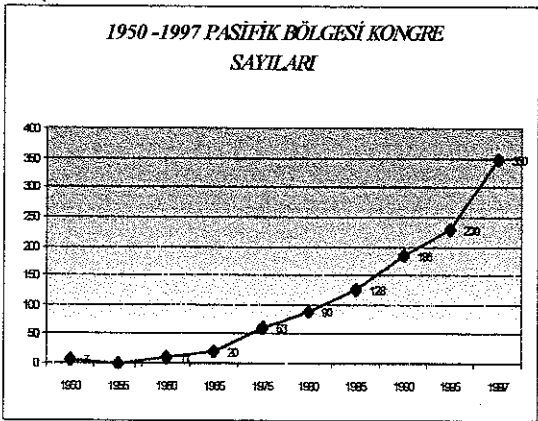
Kaynak: Union of International Association

GRAFİK 5



Kaynak: Union of International Association

GRAFİK 7

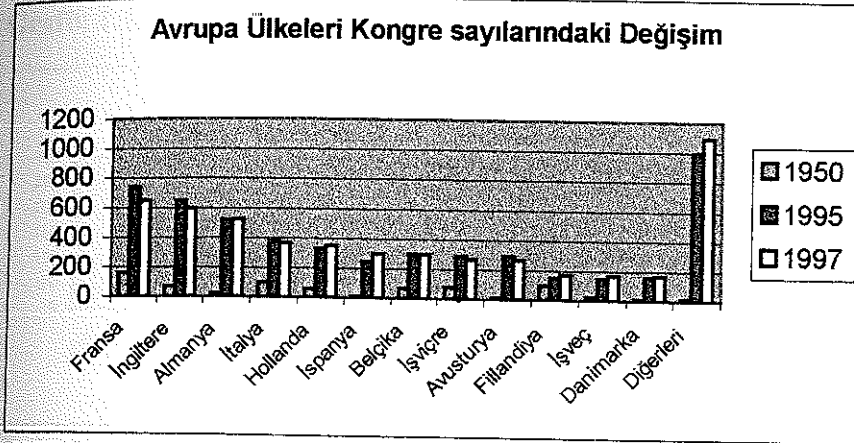


Kaynak: Union of International Association

Değişimin en yüksek olduğu kıtalar Asya, Pasifik, ve Afrika kıtalarında olmasına rağmen dünyada düzenlenen kongrelerin yarısından fazlası Amerika ve Avrupa kıtalarındadır. Aşağıdaki grafikler Kıtalarda meydana gelen gelişmeyi ülkeler itibariyle de göstermektedir. Son yıllarda kongreler artık dünyanın daha az bilinen gizemli bölgelerine kaymaktadır.

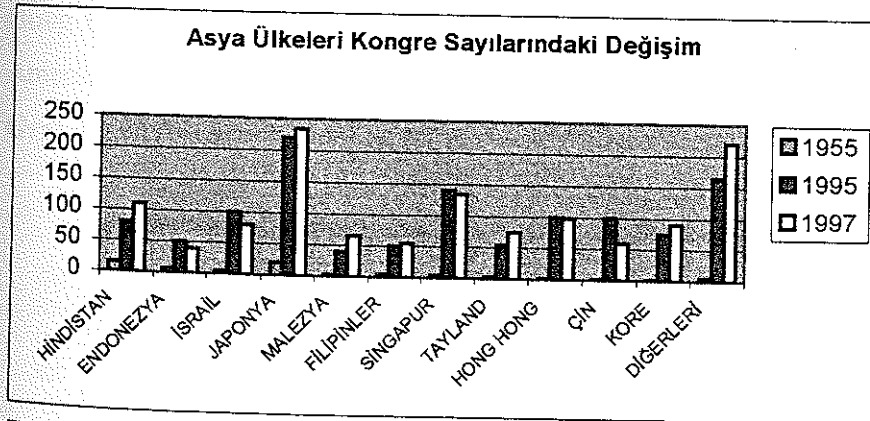
Afrika, Amerika ve Pasifik bölgesine artan talep Avrupa ve Amerika kıtalarına olan talebi azaltmaktadır. Ülkesel olarak incelediğimizde Avrupa kıtasında Fransa ve İngiltere, Kuzey Amerika'da ABD ve Kanada, Afrika'da Güney Afrika ve Mısır, Güney Amerika'da Brezilya ve Arjantin, Asya'da ise Japonya ve Singapur en fazla kongre düzenlenen ülkeler olmuştur. Aynı zamanda bu ülkeler yıllar itibariyle kongre sayıları bakımından istikrarlı bir grafik çizmektedirler. Kıtalardaki göre ülkelerdeki kongre sayılarındaki değişiklikler aşağıdaki grafiklerde görülmektedir.

Grafik 1.8



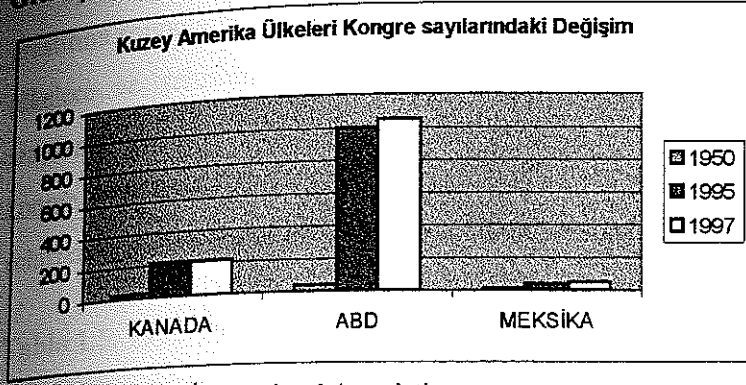
Kaynak: Union of International Association

Grafik 1.9



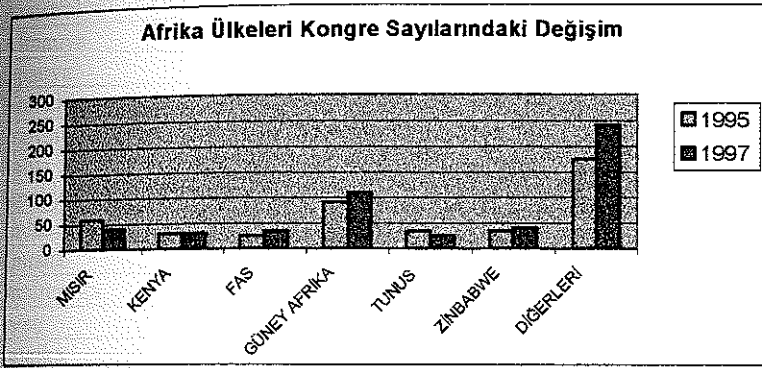
Kaynak: Union of International Association

Grafik 1.10



Kaynak: Union of International Association

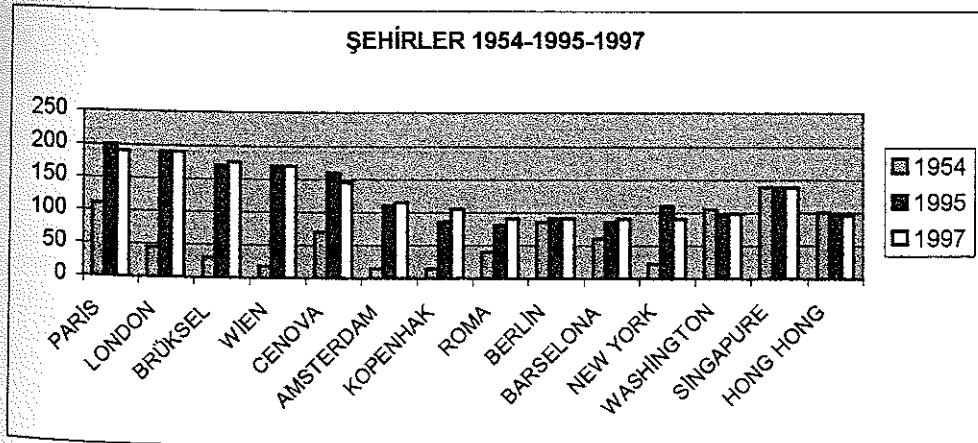
Grafik 1.11



Kaynak: Union of International Association

1994 yılından itibaren kongrelere ev sahipliği yapan şehirler sıralamasında Paris ilk sıradadır. İlk 14 sırada Avrupa ve Amerika kıtasında yer alan şehirleri görüyoruz. Hong Kong ve Singapur kongre turizminde çok büyük bir atılım yaparak Avrupa ve Amerikanın büyük şehirleri ile rekabet etmektedirler.

Grafik 1.12



Kaynak: Union of International Association

ICCA (International congress and Convention Association)' nın yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre 1995-1997 yılları arasında dünyada düzenlenen Kongrelerin ülkelere ve şehirlere göre sayıları aşağıda verilmiştir. ICCA'nın yapmış olduğu araştırma sonuçları ile uluslararası dernekler birliğinin yapmış olduğu araştırmalarda kongre sayılarında farklılıklar olmakla birlikte Avrupa ve Amerika kıtası ülkeleri ve şehirleri ön plandadır.

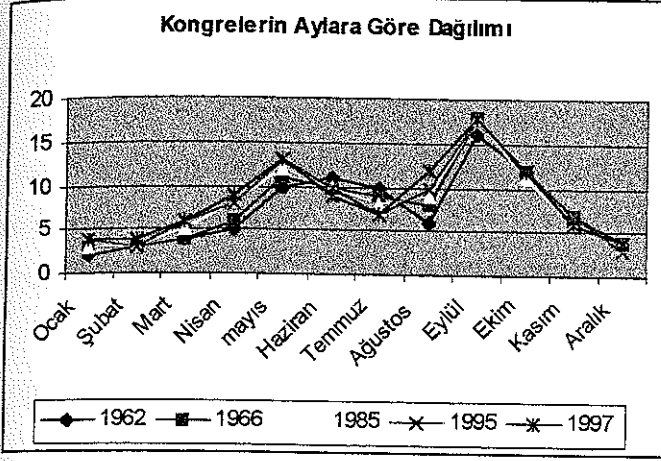
Tablo 1.5. 1995-1996-1997 Yılları Ülkelere Göre Kongre Sayıları

ÜLKELER	1995	1996	1997
ABD	197	190	148
İngiltere	176	159	147
Avustralya	78	118	118
Almanya	118	119	107
İspanya	110	114	103
Hollanda	140	124	102
Fransa	141	125	98
İtalya	114	112	93
Japonya	132	118	82
Finlandiya	63	83	68
Kanada	72	64	64
Danimarka	79	101	58
İsveç	57	66	58
Belçika	62	66	57
Norveç	49	46	57
Avusturya	80	87	55
İsviçre	51	62	44
Yunanistan	30	38	43
Tayland	20	21	42
Hong Hong	35	45	42
Brezilya	37	25	39
İsrail	58	72	37
Kore	24	34	36
Güney Afrika	22	31	32
Portekiz	28	37	31
Macaristan	45	68	29
Çek Cumhuriyeti	39	30	29
Çin (Taipei)	14	17	26
Malezya	15	28	24
İrlanda	28	27	24
Meksika	20	24	23
Hindistan	15	16	22
Türkiye	23	18	21
Singapur	46	26	19
Arjantin	23	13	19
Endonezya	24	25	18
Çin (PR)	39	31	18
İzlanda	10	14	17
Polonya	17	16	15
Slovenya	10	6	13
Filipinler	17	18	11
Diğerleri	232	182	151

Kaynak: International Congress and Convention Association.

Yine UIA' nın 1962 yılından itibaren düzenlenmiş olan kongreler üzerinde yapmış olduğu araştırmalar kongrelerin özellikle Mayıs, Haziran ve Eylül, Ekim aylarında yoğunluk kazandığını göstermiştir.

Grafik 1.13



Kaynak: Union of International Association

Kongrelerin ortalama sürelerine baktığımızda 1964 yılında 4.75 gün olan kongre süresi, 1985 yılında 4.25 gün 1995 ve 1997 yıllarında ise 4 gün olarak tespit edilmiştir. Katılımcı ve refakatçi sayılarında da büyük farklılıklar göze çarpmaktadır. 1964 yılında 1.2 milyon ile 1.5 milyon arasında olan delege sayıları 1995 yılında 6.5 ile 7.5 milyon arasında gerçekleşmiştir. Katılımcı sayısı ise 1964 yılında ortalama 250 ile 500 bin arasında iken 1995 yılında 2.5 ile 3 milyon arasında gerçekleşmiştir.

Bir diğer ilginç bulgu ise delegelerin maliyeti ve ortalama harcamaları üzerine yapılmıştır. 1964 yılında 15 dolar olan delege maliyeti 1995 yılında 47 dolara çıkmış, bunun yanında delegelerin harcamaları ise 200 dolardan 340 dolara yükselmiştir.

Akdeniz çanağındaki ülkeler için en büyük pazar durumunda olan Avrupa kongre ve konferans pazarında homojen bir yapı söz konusu değildir. Burada çok farklı meslek ve gelir gurubuna sahip katılımcılar, bölgenin çeşitli ülke ve şehirlerindeki irili ufaklı kongre ve konferans merkezlerinde kongrelere katılmaktadırlar. Yine de gerek kongre ve konferans merkezleri, gerekse kongre sayısı ve katılımcı sayısı bakımından Fransa, İngiltere, İtalya, İspanya, Belçika, ve Almanya ön plana çıkan ülkelerdir.

Avrupa'da 1980'li yılların gelişim atmosferinde yapılan çalışmaların sonra Avrupa kongre /konferans mekanlarında fazla kapasite yaratılmıştır. Bu nedenle bölgedeki yeni yatırımlar, yoğunluğun olmadığı ülke ve şehirlere kaymıştır.

Avrupa kongre binalarının arzındaki değişim, müşterilerin bina, hizmet ve fiyatları üzerindeki taleplerini karşılamak üzere var olan yapıların yenilenmesinde de kendini göstermektedir. Avrupa'da görülen bu yenilenme hareketi, özellikle Asya-Pasifik bölgesinden gelen rekabet karşısında kaçınılmaz bir faaliyettir.

Dünya genelinde olduğu gibi Avrupa'da da büyük çaplı toplantıların sayısı giderek azalırken küçük çaplı toplantılarda bir artış yaşanmaktadır. Buna paralel olarak, kongre faaliyetlerinin süresi de azalırken, kongrelerde, enformasyon tekniklerinde meydana gelen değişimler sayesinde daha teknik ve organize olmaktadır. Tele konferans sistemi gibi teknolojik gelişimler orta vadede sektörün gelişimini tehdit etmemektedir.

Avrupa Birliği tarafından yapılan bir çalışma sonucunda kongre turizminden, topluluk içindeki binlerce iş imkanına karşılık gelen 162.5 milyar ECU'luk (yaklaşık) bir hasılatın ortaya çıktığı saptanmıştır. Bu hasılatla birlikte, bu turizm türüyle ilişkili çok sayıda sektör yada iş yaratılarak ekonomiye olumlu katkılar sağlanmaktadır. Bu yan faaliyetlerin yarattıkları hasılatın esas hasılatın 1.5-2 kat fazla olduğu tahmin edilmektedir.

Avrupa'da ve AB'nde bu sektörün geleceğini tartışan profesyoneller sektörün geleceğini iyi olarak yorumlamaktadırlar. Ayrıca bu pazarın hızla büyüme imkanlarının da arttığını ifade etmektedirler.

1.9. Türkiye'de Kongre Turizmi

Türkiye'nin bugün dünya kongre pazarından aldığı pay büyük boyutlarda olmamasına rağmen, özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi yeterli alt ve üst yapıya sahip bölgeleri ile dünya Kongre pazarında isminden söz ettirmektedir.

Türkiye'nin turizm için var olan tüm problemleri kongre turizmini de olumsuz yönde etkilemekte ise de, Türkiye'nin dünya Kongre pazarındaki rekabette yerini alabilmesi, özellikle kongre turizmine ilişkin sorunların çözümüne bağlı görülmektedir.

Bu sorunlar şu başlıklar altında toplanabilir;

- Alt ve üst yapı sorunları
- Örgütlenme ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği sorunu
- Tanıtma ve pazarlama sorunu
- Uluslararası kataloglara girme sorunu

- Toplantıların Türkiye'ye daveti sorunu
- Toplantıların organizasyonu sorunu

Türkiye'nin incentive ve kongre turizminin ana pazarı olan Avrupa'nın bir parçası olması, ulaşım kolaylığı olanaklarını da beraberinde getirmektedir. Avrupa için, özellikle kısa süreli programlar açısından Uzakdoğu ve Amerika pek uygun olmadığından Türkiye'nin bu bölgedeki coğrafi konumu önemlidir.

Diğer bir önemli konu ise; ülkemizin ve ülkemizdeki belli başlı merkezlerinin (İstanbul, Antalya ve İzmir gibi) sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginliklerdir.

Kongre merkezlerine ve konaklama ünitelerine maksimum bir saat uzaklıkta olan bu tarihi ve arkeolojik yerler için en az 2-3 gün süren kısa programlar yapma olanakları vardır. Ülkemiz ve sunulan turistik hizmetler fiyat açısından diğer ülkelerle mukayese edildiğinde oldukça ucuzdur. Bir diğer deyişle ülkemizin bugünkü koşullarda sunduğu fiyat ana pazarlar içerisinde, rakip ülkelerin fiyatları ile karşılaştırıldığında, Türkiye önemli bir avantaja sahiptir.

Son bir avantajı ise; Türkiye'nin, Kongre turizmi alanında fazla kullanılmamış bir destinasyon olmasıdır. Yani, Kongre turizmine katılacak potansiyel kişi ve gruplar için merak heyecan ve ilgi duyularak gidilecek bir ülkedir. Fakat, burada dikkat edilmesi gereken önemli bir konu, ülkemizin etkili, dengeli, sürekli ve ikna edici bir tanıtım kampanyası ile uluslararası Kongre turizmi pazarına sunulmasıdır.

Son 10 yıldan bu yana Türkiye'nin incentive, kongre ve konferans turizminin gerektirdiği alt yapıya büyük ölçüde kavuşması nedeniyle, bir turizm modelinde dünya çapında iddialı bir konuma gelmiştir. Amerika ve Uzakdoğu pazarının bile ilgisini çeken ülkemiz fiziki alt yapısı yanında doğal güzellikleri, turistik ve tarihi yörelerinin zenginliği ve stratejik konumu ile gözde ülke konumuna ulaşmıştır⁷⁰.

Ülkemize kongre ve konferans amacıyla gelenlerin turizm hacmi içindeki payı % 1.1'dir. bu yüzde dilimi içinde küçük boyutlu toplantılar çoğunluktadır. Bu sayı dünya ortalamasının çok altında olduğumuzu ve kongre turizminden yeterince yararlanamadığımızı göstermektedir.

Kongre turizminin gelişiminde, toplantı ve konaklama imkanları kadar kongre delegelerinin ülkeye getirilmesinde, kongre esnasında delegelerin taşınmasında ve organizasyon içerisinde delegeler ve eşleri için düzenlenen geziler gibi boş zaman faaliyetlerinde kullanılacak ulaşım imkanları da önemlidir.

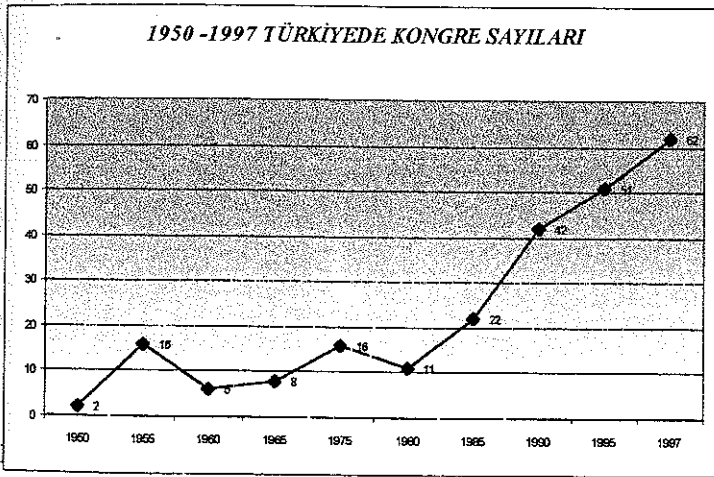
⁷⁰ GÖKDENİZ Ayhan, a. g. m. s. 74.

Özellikle uluslararası kongrelerdeki delegeler uluslararası seyahatlerde daha hızlı ve rahat ulaşımı yani havayollarını tercih etmektedirler. Kongre turizminde dünya genelinde delegelerin ülkeye getirilmesi işlemi, kongrenin yapılacağı ülkenin ulusal havayolu şirketi tarafından gerçekleştirilmektedir. Türk Hava Yolları da bugün yeterli filoya ve kapasiteye sahiptir. Öyleyse Türkiye kongre turizminin gelişebilmesi için çok uygun imkanlara sahiptir. Ayrıca IATA tarafından kongre delegelerine bu seyahatlerinde indirimli fiyatlar uygulanması yönünde kararlar alınmıştır.

Türkiye’de düzenlenen ilk kongreler 1969 senesinde İstanbul’da iki gün arayla düzenlenen dünya uluslararası Kızılhaç Kongresi (1300 yabancı delege) ve Dünya Ticaret Odaları Kongresi (1200 yabancı delege) dir. İstatistikler:

UIA’(Uluslararası dernekler Birliği)’nin araştırma sonuçlarına göre 1950 yılından 1997 yılına kadar Türkiye’de yapılan kongrelerin sayıları aşağıda verilmiştir.

Grafik 1.14



Uluslararası dernekler birliğinin istatistiklerine göre Türkiye bugün düzenli olarak 19 uluslararası kuruluşun kongrelerine ev sahipliği yapmaktadır. 1998 yılı itibariyle yapılan araştırma bugüne kadar 308 uluslararası kuruluşun Türkiye’de bulunduğu ortaya çıkarmıştır. Bu sayı sürekli bir artış eğilimi içindedir. Aşağıda Türkiye’nin kongre turizmi için imkan ve olanakları bölgesel olarak incelenmiştir.

1.9.1 İstanbul Özelinde Kongre Turizmi

Ülkemizde düzenlenen kongrelerin %85'i İstanbul'da yapılmaktadır. Ulaşım ve telekomünikasyon kolaylıkları, gelişmiş konaklama tesisleri, alışveriş imkanları, çevre gezileri açısından çok çeşitli alternatifler taşıması nedeniyle kongre düzenlemek isteyenlerin tercih ettikleri önemli bir merkez durumundadır.

İstanbul özellikle 1990 yılından sonra çok sayıda uluslararası kongreye ev sahipliği yapmıştır. Bunun paralelinde İstanbul son yıllarda tesis ve salon sayısında önemli bir artış göstermiştir.

Özellikle 5 yıldızlı otellerin gelişimi dikkate değer boyuttadır. Bu durum kongre salonlarının artışı da doğrudan etkilemektedir.

Tablo 6'da İstanbul'daki kongre salonlarının sayıları ve kapasiteleri listelenmiştir. Buna göre nitelikli tesislerde çeşitli büyüklüklerde 190 salon ve 40.000 kişilik bir kapasite mevcuttur.

Tablo 1.6. İstanbul'daki Kongre Salonları ve Kapasiteleri

Tesis	Yıldız	Salon sayısı	Salon kapasitesi (kişi)	Kapalı alan (M2)	oda	Yatak
Toplam		189	39669	38220	8936	18146
III.LCC-Lütfi Kırdar İst.Int.Conf.Cen.	*	5	4370	3619	-	-
Swissotel The Bosphorus	5	18	2982	2631	577	1264
İstanbul Hilton Otel	5	11	2600	4394	503	1026
The Marmara Otel	5	7	2500	2500	424	724
Çırağan Palace Otel	5	6	2120	1766	328	688
Topkapı Eresin Otel	5	5	2000	2000	250	500
İstanbul Princess Hotel	5	4	1670	1460	305	623
Holiday Inn Crowne Plaza Hotel	5	8	1532	1626	298	510
Ceylan Intercontinental Hotel	5	5	1430	1375	390	780
Klassis Otel	5	7	1363	1186	295	641
Atatürk Kültür Merkezi	*	1	1350	860	-	-
Çınar Hotel	4	4	1250	875	221	457
The President Hotel	4	4	1240	765	204	398
Hyatt Regency	5	5	1070	977	380	796
İstanbul Condrad Otel	5	2	1015	964	627	1317
Dedeman Otel	5	8	1009	1144	378	768
Cemal Reşit Rey Konser Salonu	*	1	860	-	-	-
Akgün Hotel İstanbul	5	4	855	1200	282	568
Hotel Princess Kumburgaz	5	6	800	1130	80	100
İstanbul Hotel Kervansaray	4	4	600	-	62	124
Büyük Sürmeli Otel	5	2	580	600	224	462
Divan Otel	5	8	570	750	180	357
Grand Tarabya Hotel	5	4	500	613	261	532
Alarko Konferans Salonu	*	1	500	-	-	-
Pera Palas Otel	4	5	480	596	145	273
Hotel Princess Ortaköy	5	4	450	960	82	168
Maçka Hotel	4	3	400	530	184	368
Nippon Hotel	4	2	350	244	153	350
Odakule Konferans Salonu	*	4	300	370	-	-
Parksa Hilton İstanbul	4	6	300	408	123	235
Black Bird Hotel	4	2	250	265	68	136
Kalyon Hotel	4	1	250	300	110	320
Eresin Taksim Hotel	4	4	235	195	75	156
Polat Renaissance Otel	5	5	228	225	394	832
Merit Antique	5	4	220	335	275	550
Hotel Golden Age	4	2	220	195	121	201
Özmen Hotel	4	2	200	100	100	200
Aden Hotel	4	2	160	160	80	168
Askoç Hotel	4	1	150	150	114	258
Richmond Hotel	4	3	150	173	109	177
Holiday Inn	4	2	140	159	170	350
Color Hotel	4	2	120	160	106	210
Inter Conti Hotel	4	2	120	100	88	219
Kent Hotel	4	1	100	100	80	160
Grand Haliç Hotel	4	2	80	60	90	180

Kaynak: İstanbul kongre bürosu

. İstanbul genelinde önemli kongrelerin organizasyonu yapıp beğeni kazanmıştır. Tüm kongre hizmetlerinin en iyi şekilde yapılmasının yanında maalesef İstanbul'da yapılan kongrelere hitap edecek kongre salonları ve özel bir kongre binası 1996 yılına kadar inşa edilememiştir.

Bu ihtiyacı karşılamak üzere kentin sosyal, kültürel ve ticari yaşamının odaklaştığı Taksim-Harbiye istikametinde ana ulaşım akışlarının üzerinde yer alan Lütfi Kırdar Spor Salonu uluslararası kongre merkezine dönüştürülmüş ve 5 Eylül 1996 tarihinde hizmete açılmıştır. Türkiye'nin bilinen ve uluslararası standartlara sahip ilk kongre merkezidir.

Lütfi Kırdar Türkiye'nin dünya kongre pazarından aldığı payı önemli ölçüde arttırmıştır. Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayının 2003 yılına kadar olan rezervasyonları şimdiden yapılmıştır. Ayrıca Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayının yanında faaliyet gösteren Alarko Kongre ve Sergi Sarayı, Atatürk Kültür Merkezi, Cemal Reşit Bey Konser Salonu ve Odakule Konferans Salonu İstanbul'un salon kapasitesini arttırmaktadır. Cemal Reşit Bey Konser Salonu, Açık Hava Tiyatrosu, Hilton Convention Center, İTÜ Taş kışla Binası, Atatürk Kültür Merkezi ve Lütfi Kırdar Kongre Merkezinin olduğu alan konferans vadisi adıyla bilinmektedir.

Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Merkezi iç pazarda bu adla, dış pazarda ise (ICEC) İstanbul Convention and Exhibition Center isimlerini kullanacaktır. Kongre merkezinin Amerika ve Avrupa'da birer temsilcisi mevcuttur ve yakında Asya'da muhtemelen Tokyo'da da bir temsilcisi bulunacak ve profesyonel bir şekilde pazarlanacaktır.

Toplam 4100 metrekarelik geniş bir alana yayılan Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Merkezi (ICEC), yaklaşık 5000 kişi kapasitelidir. 2400 kişilik fuayesi ve 20 kişilik gruplardan 2000 kişilik gruplara hizmet verebilecek farklı büyüklüklerdeki 21 adet toplantı salonu ve 2000 kişilik oditoryumu ile her türlü organizasyonlara cevap verebilecek özelliktedir. İş bağlantılarının yürütülebileceği "Business Center", 12 dilde simültane tercüme yapılabilen sistemler, en gelişmiş audio-visual prodüksiyon ekipmanları ile çağdaş teknolojinin tüm imkanlarını sunmaktadır. Merkezin ayrıca 500 kişilik A la carte Restaurant'ında zengin menüler sunulmaktadır. Bunun sonucu olarak da daha bugünden 2000'li yılların başları için rezervasyonlar alınmaktadır.

Türkiye'nin Lütfi Kırdar gibi bir kongre merkezi ile uluslararası kongre pazarından alabileceği pay % 15 civarındadır. Dolayısıyla %85 iç pazar ile çalışmak zorunluluğu vardır. Lütfi Kırdar Kongre Merkezinde ayrıca 2250 adet simültane çeviriyi dinlemeye yarayan kafa seti, mikrofonlar, slide cihazları, projektörler, flip chartlar, elektronik ses sistemleri, basın merkezi, banka, postane ve özel otopark bulunmaktadır⁷¹.

1.9.2. Ankara Özelinde Kongre Turizmi

Ankara Türkiye'nin başkenti ve en büyük şehirlerinden birisi olmasına rağmen henüz kongre merkezine sahip değildir. Ankara'da Toplantı (Konferans) salonları bulunan konaklama tesisleri ve toplantı imkanları aşağıda özetle verilmiştir.

Tablo 1.7 Ankara'da Toplantı (Konferans) Salonları Bulunan Konaklama Tesisleri ve Toplantı İmkanları

Konaklama Tesisi	Oda/Yatak Kapasitesi	Salonsayısı/kapasite leri/alanları	Teknik İmkanları
Hilton	324/634	4/850-300-14-30-30/723-255-22-26-30m2	5 dilde çeviri yapmaya elverişli 5 kabin, 1000 kafa seti, mikrofon, video, slide ve projeksiyon cihazları
Büyük Sürmeli	206/422	5/850-500-178-80-35-40/900-389-429-128-84-73m2	5 simültane çeviri kabini, mikrofon, video, slide ve projeksiyon cihazları, sinema.
Sheraton	311/622	5/400-275-60-60-25/346-276-68-70-32m2	İsteğe göre simültane çeviri imkanı temin edilir. Mikrofon ve projeksiyon cihazı
Büyük Ankara	196/316	2/500-90/424-150m2	İsteğe göre simültane çeviri sistemi sağlanır. Mikrofon ve projeksiyon cihazı
Merit Altınel	170/256	3/200-95-60/400-110-87,5m2	Mikrofon, slide, video, projeksiyon ve ses sistemleri

Kaynak: Conference and Incentive Tourism and Turkey, Turizm bakanlığı yayını, (ankara:1995)

Ankara Turizmi Geliştirme Planı büyük oranda kongre turizmi esas alınarak hazırlanmıştır. Atatürk Kültür Merkezi'nin bulunduğu alanda kurulacak olan kongre merkezi ihale aşamasındadır. Projeler hayata geçirilebilirse Ankara kongre merkezi bulunmayan başkentler arasından kısa zamanda sıyrılabilecektir.

⁷¹ İstanbul Kongre ve sergi sarayı Tanıtım Kitapçığı, 1998.

Atatürk Kültür Merkezi olarak planlanan alanda yapılması düşünülen kongre merkezinin ihale aşamasına ulaşmış olması, kongre turizminde hedeflenen noktaya gelmede önemli bir adımdır.

Başkentte yapılacak kongre merkezinin, ilk aşamada kamu-özel sektör işbirliği ile kurulacak bir şirket modeliyle yönetilmesi düşünülüyor. Projenin hayata geçirilmesiyle birlikte Ankara büyük bir eksiklikten kurtarılacaktır.

1.9.3. İzmir Özelinde Kongre Turizmi

Türkiye'nin en büyük kentlerinden birisi olan İzmir iline bakıldığında kongre turizminin pek fazla gelişmediği görülür. İzmir il merkezinde ulusal ve uluslararası toplantılar düzenleyebilme yeteneğine sahip 7 adet dört ve beş yıldızlı otel vardır.

Tablo 1.8. İzmir il Merkezinde Bulunan Konaklama Tesislerindeki Toplantı Salonları ve Kapasiteleri

Otel	Salon Sayısı/Kapasiteleri/ Alanlar top
Büyük Efes	10/1750-130-100-70-65-55-50-900-550-475/5000m ²
İzmir Hilton	9/350-30-40-70-30-30-40-15-25-25/1500m ²
İzmir Princess	7-30-70-25-50-100-250-850/1000m ²
Grand Hotel Mercure	3/10-50-170/250m ²
Kaya Prestige	3/300-130-30/400m ²
Marla	1/100/150m ²
Ege Palas	4/350-180-25-60/1500m ²

Kaynak: Conference and Incentive tourism and Turkey, Turizm bakanlığı yayını, (ankara:1995)

İzmir'de şu anda bir kongre merkezi bulunmamaktadır. Ancak İzmir de her yıl düzenlenen İzmir fuarının bulunduğu alanda yapılacak küçük düzenlemelerle İzmir ili de en kısa zamanda bir kongre merkezine kavuşturulmalıdır.

1.9.4. Mersin Özelinde Kongre Turizmi

Tablo 1.9. Mersin’de Toplantı (Konferans) Salonları Bulunan Konaklama Tesisleri ve Toplantı İmkanları

Konaklama Tesisleri	Oda/Yatak	Salon sayısı/Kapasiteleri/ Alanları	Teknik İmkanlar
Merit	247/357	5/500-300-150-40-257-189-98-56-30 m2	4 dilde çeviri imkanı bulunan 2 kabin mikrofön, slide ve Projeksiyon cihazları
Hilton-Sa	188/428	4/380-55-50-25-278-43-40-19 m2	2 dilde çeviri imkanı, mikrofön , slide, video, projeksiyon

Kaynak: Conference and Incentive tourism and Turkey, Turizm bakanlığı yayını, (ankara:1995)

Son yıllarda büyük gelişme gösteren kongre sektöründen pay almak isteyen kentlerin arasında Mersin de katıldı. Mersinli İşadamları Derneği (MESİAD) tarafından projelendirilen ve yapımı devam eden Uluslararası Akdeniz Kültürlerini Araştırma ve Kongre Merkezi tamamlandığında kent toplantı sektöründe iddialı bir konuma kavuşacak. Mersin Üniversitesi'nin güneydoğusunda 100 dekarlık bir arazi üzerinde inşa edilen Kongre Merkezi'nin projesi oluşturulurken tarih boyunca çok sayıda sanatçıya esin kaynağı olan "Nuh'un Gemisi" söylencesi temel alındı. Proje ile ilk kez Nuh'un Gemisi mimari bir projeye de ilham kaynağı olmuştur.

Kongre Merkezi sayesinde Mersin'in bilim, kültür ve iş dünyasının önde gelenlerinin bulunduğu kentler arasında girmesi hedefleniyor. Bu yöndeki büyük eksikliği ortadan kaldırmayı hedefleyen proje, kentin Akdeniz'e ve dünyaya açılan kapısı olacak. 18 bin metrekarelik bir alana kurulacak olan tesisin en büyük salonu 1200 kişi kapasiteli olacak merkez, 450 ve 200'er kişilik kongre, tiyatro ve konser amaçlı salonların yanısıra açık ve kapalı sergi alanları, araştırma ve yönetim bölümleri, kütüphane, kent müzesi, konuk evi, kafeterya, kitlesel etkinlik alanları ve özel düzenlenmiş açık mekanları içeriyor.

Türkiye'de yukarıda özetlenen iller dışında şu anda yapılmakta olan kongre merkezi şeklinde büyük çalışmalar yoktur. Ancak bazı ilçe ve beldeler sahip oldukları konaklama tesisleri ve salon kapasitelerini birleştirerek uluslararası kongrelere ev sahipliği yapabilecek potansiyele sahiptirler.

Ayrıca Türkiye genelinde kapatılan Casinoların mekanları kongre ve konferans salonu haline getirilmekte ve bu durum Türkiye'nin salon kapasitesini sürekli olarak arttırmaktadır⁷². Antalya özelinde kongre turizmi 4. bölümde ayrı olarak ele alınacaktır.

1.10. Kongre ve Konferans Merkezleri

1.10.1. Kongre Merkezleri

1960'lı yıllara kadar toplantılar ve kongreler otellerle birlikte düşünülmekteydi. Toplantı organizatörlerinin toplantıları düzenleme konusunda alternatifleri yoktu. Çünkü otellerden başka hiçbir tesis yada işletme organizatörler için istenen olanakları sunmuyordu. pazarın yapısındaki hızlı değişim ve öneminin giderek artması kongre merkezlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

“Kongre merkezleri toplantı planlayıcı yada organizatörlerine sadece toplantı ile ilgili konularda yoğunlaşmayı ve diğer konular yada hizmetlerle ve bunların ayrıntıları ile ilgilenmeyerek daha fazla zaman kazanma olanağı sağlamıştır⁷³.”

Kısa adı AIPC olan “Dünya kongre ve fuar merkezleri birliği”nin tanımına göre kongre merkezi “özellikle toplantılar için tasarlanmış olan ve toplantılar için kullanılan bir binadır. Bu alanın başlıca amacı toplantılar için kullanılmasıdır. Ancak toplantıların desteği ile hizmet vermesi kaydıyla bir sergi ve ticaret merkezi veya konser salonu olarak da kullanılabilmesi mümkündür⁷⁴.”

Kongre merkezi yatırımları genellikle pahalı yatırımlar olmalarından dolayı hemen hemen tüm ülkelerde kamu kesiminin desteğiyle inşa edilirler. Ayrıca merkezler işletme aşamasına geçildiğinde de desteklenmeye devam edilir. Çünkü kongre merkezi gibi kamu yatırımları, modern toplumlarda üniversiteler, okullar, kütüphaneler derecesinde önemli yatırımlardır. Bu gibi kamu yatırımlarının sağladığı olanaklar nedeniyle yapılabilen kongreler, bilginin uluslararası yaygınlık kazanmasına, enformasyon seviyesinin yükselmesine ve sorunların belirlenmesine büyük katkılarda bulunur. Kültür etkisi yanında, kongre turizmini geliştirir, kongre kentinin gelişmesine yardımcı olur⁷⁵.

⁷² KOÇER Dilek, “Oteller, Kapanan Casinoları Toplantı Salonlarına Dönüştürdü”, TÜRSAB dergisi, sayı 182, 1999, s.46.

⁷³ İÇÖZ Orhan, a.g.e.s.193.

⁷⁴ “Kongre merkezi normları nasıl olmalı”, Kongre dergisi, ocak 1998

⁷⁵ ÖZEN Yılmaz, a.g.e.s.21.

Bir tesisin kongre merkezi olarak tanımlanabilmesi için iki önemli kistas belirlenmiştir. Bunların ilki kongre merkezinin daha geniş bir yapının parçası değil, bağımsız olması; ikincisiyse bu merkezde gerçekleştirilen etkinliklerin çoğunun kongre, ticaret yada tüketici fuarı olmasıdır⁷⁶.

1.10.2. Kongre Merkezlerinin Önemi ve Gelişimi

Kongre merkezlerinin sayıları bilimsel ve teknolojik alanda meydana gelen ilerlemelerle birlikte ortaya çıkan uluslararası toplantı ihtiyacı ile birlikte artış göstermiştir. Geleceğin kongre ve katılacak delege sayıları üzerine yapılan hayli iyimser tahminlere dayalı olarak dünyanın her köşesinde kontrolsüz denebilecek kongre merkezleri inşa edilmeye başlanmıştır. Öyle ki her ülke ana salon hacmi itibarıyla bir diğer ülkeyi geçme yarışına kalkışmıştır.

Fizibilite çalışması yapılmadan inşa edilen bu kongre merkezlerinin çoğu zarar etmektedir. Fakat ülkeler açısından asıl amaç doğrudan kâr elde etmek değil, zaman içinde kongreleri o bölgeye çekmektir. Bu da yöreyi ekonomik açıdan canlandırıp kongre merkezlerinin bakımı için harcanan parayı dengeler. Zararın en önemli nedeni az kullanımdan dolayı ortaya çıkan yararlanma eksikliğidir. Genellikle devlet desteği ile inşa edilen kongre merkezleri çok amaçlı kullanılmaya başlanmıştır ve bir çok sosyal aktiviteye ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle sergiler, fuarlar dolayısıyla elde edilen kiralama gelirleri merkezleri desteklemektedir. Ayrıca devlet tarafından aktif ve pasif teşviklerle desteklenen kongre merkezleri ancak bu şekilde ayakta kalabilmektedirler⁷⁷.

Dünyanın en büyük kongre merkezlerinde bile merkezin üç büyük toplantı odasından herhangi biri senede ancak 20-30 kongreye ev sahipliği yapabilmektedir. Bu nedenle son on yılda yapılan kongre merkezleri yeterli alt yapıya ve teknik donanımlara sahip, çok amaçlı kullanıma uygun küçük çaplı merkezler olma yoluna gitmektedir.

Bu konuda uzman ve en az 20 Alman kongre merkezi projesinde imzası olan Berlin üniversitesi öğretim üyesi Prof. Klaus Wever'e göre yeterli alt yapıya ve teknik olanaklara sahip, en çok 1200 delegelik küçük çapta kongre saraylarının şansları küçümsenemeyecek derecede yüksektir.

⁷⁶ FENİCH G. George, "Gelişen kongre merkezleri: Olumlu ve Olumsuz yönler, yanıtlanmamış sorular", E. S. O. B. kongre ve fuar turizmi, Antalya, 1994, s.41

⁷⁷ COLTMAN M. Michael, Travel and Tourism An International Approach 1989, Van Nostrand Reinhold, New Yorks, 1989, s.194

1500 den fazla koltuğa sahip olan devletler gelecekte pazar paylarını %60 a varan oranlarda kaybedecek, buna karşın küçük çapta kongrelerin sayısı gittikçe artacaktır. Örneğin 100 delegeli toplantılar Wever'e göre her yıl %20 artış gösterirken 750 delegeye kadar olanlar ancak %6 oranında artacaktır⁷⁸.

Amerika Birleşik devletlerinde 1970'li yıllarda 12.000 civarında olan kongre merkezlerinin 1996 yılı verilerine göre yaklaşık 21.000 civarında olduğu tahmin edilmektedir⁷⁹.

Kongre merkezlerinin yapımına karar verilirken göz önüne alınması gereken önemli faktörler vardır. İlk olarak karar verilmesi gereken merkezin kuruluş yeri seçimidir.

1.10.3. Kongre Merkezlerinin Kuruluş Yeri Seçimi

Kongre merkezlerinin kuruluş yerinin saptanmasında ulaşım, altyapı ve çevre, diğer hizmet ünitelerine yakınlık gibi faktörler çok önemlidir. Kongre merkezinin yeri konusu merkezin başarısında en önemli faktördür. Kongre merkezleri havaalanına yakın yerlerde inşa edilmelidir. Çünkü uluslararası katılımcılar uzun yolculuklardan sonra havaalanlarında beklemeyi ve de yorucu yolculuklardan sonra uzak bir noktadaki kongre merkezine seyahat etmeyi istemezler. İngiltere'de Heathrow havaalanı uluslararası kongreler için oldukça fazla kullanılır. Bu havaalanı çevresinde 4000 yataklı konaklama arzı, 6500 kişilik toplantılar için oturma kapasitesi mevcuttur. Aynı şekilde Chicago'da havaalanı çevresi kongre merkezleri ve konaklama tesisleri ile doludur.

Kongre merkezinin yapılacağı yerin yeterince büyük olması gerekmektedir. Ana bina, ana binayı çeviren destek binalar, parklar, servis alanları, ve yeşil alanlar gibi detayların orantılı bir şekilde yerleşiminin yapılacağı bir alanın olması gerekmektedir.

Kongre merkezi konaklama tesislerine, eğlence ve alışveriş merkezlerine, havaalanlarına ve ulusal katılımcılar için şehirlerarası terminale yakın olmalıdır. Park alanlarının bolluğu da çok önemlidir.

⁷⁸ ÖZEN Yılmaz, a.g.e.s. 23

⁷⁹ İÇÖZ Orhan, a.g.e.s. 194.

.Çünkü yerli katılımcıların çoğu kendi arabaları ile gelirler. Aynı şekilde yabancı katılımcılar da araba kiralama yoluna gidebilmektedirler. Ayrıca çekici bir doğal çevre çok önemlidir⁸⁰.

Bir diğer soruda kongre merkezlerini kent içine mi yoksa kent dışına mı inşa etmek gerekir. Kent dışına inşa etmenin ucuz arsa olanakları gibi nedenlerle bir takım avantajları vardır. Fakat ev sahipleri kongre delegelerine çevreden kopuk hissini vermekten kaçınmaktadırlar. Kongre sarayı mümkünse şehrin içinde merkezinde inşa edilmelidir.

Böylelikle kent oturumdan çıkan delege üzerinde değişik bir sahne, değişik bir hava etkisi yaratır. Kentin yerel halkı da bu sayede dünyanın değişik köşelerinden gelmiş insanlarla karşılaşmak olanağı bulmuş olur. Bu nedenle kongre merkezi, yabancı bir köşede izole edilmiş görünümde değil tam tersine kentle, kent halkıyla bütünleşmiş bir görünümde olmalıdır. Kongre merkezlerini kent dışına inşa etmiş olanlar, arazinin ucuzluğu, kent gürültüsünden uzak olmak vb. nedenlerle kent dışı tercihinin doğruluğunu ve avantajlarını savunmayı sürdürmektedirler.⁸¹

1.10.4. Kongre Merkezlerinin Mimarisi ve Fiziksel Donanımları

Yapılacak merkezin mimarisi konusu da büyük önem taşımaktadır. Kültürel gelenekler en karakteristik temsil gücünü genellikle mimaride bulabildiğine göre kongre merkezi ön cephesinin ulusal yada yerel formları yansıtan desenlerle süslenmesi çok önemlidir. Bina içi formlar ise, tam aksine ışıklandırma, renk, döşeme kaplamaları, akustik, ve havalandırma yönünden en son olanaklarla donatılmalıdır.

1950 'li yıllarda başlayan kongre merkezi inşası büyük yaygınlık kazanmıştır. Başlangıçta dikkatli adımlarla deneme, tecrübe etme ve yaratma gücü ile işe başlanılmış, standartlar zamanla oluşmuş, zamanla belirginlik kazanmıştır.

Kalite kontrolünden geçen Kongre Merkezleri'nden istenenler, daha doğrusu kalite standartları ve kriterleri neler... Kısa adı AIPC olan Palais de Congres' Kongre Merkezlerinin fiziksel donanımları ve standartları belirlemiştir.

⁸⁰ ÖZEN Yılmaz, a. e. s. 19

⁸¹ a. e. s. 21.

Uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapacak şekilde düzenlenmiş binanın yapısı, iç mekanı ve teknik olanakları, uluslararası standartlara uyumlu olmalıdır. Bir kongre merkezinin özellikle kongre organizasyonunun güvenliği için ve etkinliklerin akışının sağlanması bakımından yetkin olması şarttır. Ayrıca, gereken tecrübe ve istenilen yeteneklere sahip uzman kadro ile desteklenmesinin temini için gerekli hizmetleri sağlayabilmelidir.

Kalite standartları aşağıdaki bölümlerde tanımlanan normlara uygun olmalıdır. Kalite standartları minimum standart kalitelerini garanti etmek kaydıyla belirlenmiştir, ancak müşterilerin de taleplerine cevap verecek şekilde düzenlenmesi, piyasaya uyum sağlayacak ve kongreye katılan delegelerin rahatlığına ve konforuna uygun cevap verebilecek nitelikte olması koşulu dikkate alınır⁸².

1. Kongrenin yapıldığı alan:

Asgari 300 kişilik olup, sahne veya perdeyi oturma düzenindeki delegelerin rahatça görebildikleri bir genel toplantı salonunun mevcudiyeti.

A- Aranacak diğer alanların tanımları.

- Delegelerin kayıtlarının yapılacağı alan, genel toplantı salonunun azami kapasitesine göre kişi başına 0,70 metrekarelik alan olarak tahsis edilmelidir. Workshop veya diğer küçük grup çalışmalarının yapılabileceği "Break-out" toplantı salonlarının genel toplantı salonunun kapasitesine oranla en az yüzde 80 kapasiteye sahip olması gerekir.
- Organizasyonu üstlenenler için her biri en az 9 metrekarelik ofisler
- İkram alanı için genel toplantı salonunun en az yüzde 60'ı kadar oturma kapasitesine sahip alanın bulunması ve bu alanda kişi başına asgari bir metrekarelik yer bulunması.
- Delegelerin bir araya gelebilecekleri dinlenme alanları ve kahve molası alanlarının bulunması.
- Sergi alanının, sergiye ayrılan alana uygun olarak, düzenli bir nakliye alanına sahip olması.
- Genel toplantı salonu kapasitesinde gardırop alanının bulunması.

⁸² "Kongre Merkezi Normları", Kongre Dergisi, Ocak 1998, s. 14.

B-İstenilen diğer hizmetlerin tanımı.

- PA (Public Announcement System) Açık anons ve duyurular için uygun sistemin mevcudiyeti.
- Sign posting (duyuruların yer alacağı bülten tahtası)
- Dahili duyuru alanı
- Etkinliklerin duyuru alanları (yeterli alan bulunması)
- Umumi telefonlar
- Business Center (İş Merkezi)
- Dahili telefonlar (harici çıkışlı)
- İlk yardım merkezi
- Güvenlik ve hijyen
- Ülkenin yasalarına uygun olarak güvenlik olanaklarının mevcudiyeti ve umumi alanlar için tahliye planlarının olması.
- Bütün odaların kilitlenebilir olması
- Asansör Fiziksel özürülülerin çeşitli katlara ve konferans odalarına geçiş olanaklarının bulunması
- Tuvaletlerin kapasitesi: 75 kişiye bir tuvalet. Fiziksel özürülülerin kullanımına uygun olması ülkenin normlarına göre hijyen kurallarına uyulması, dışarıdan bir şirket tarafından temizlik kontrollerin yapılması

C- Salonlar

1- Kalite tanımlamaları:

- a) Boyutlar ve ölçümler Projeksiyon perdesinin görme alanında engelleme olmaksızın asgari 3,60 metrelik tavan yüksekliği
- b) Elektrik ve cereyanlar
 - Salonların içindeki herhangi bir spotta asgari 400 Watt
 - Doğal gün ışığı olan salonlarda karatma sağlanabilecek durumun mevcudiyeti
 - Ulusal normların belirlendiği elektrik kablo çıkış ve prizleri
 - Güvenlik
 - Ülkenin güvenlik yasalarına göre salonda güvenlik lambaları
 - Her salonda acil çıkışları belirleyen işaretleyiciler
 - Duman detektörleri

1- Teknik tesisat

a) Görsel- İşitsel Düzen

- Ankastre odio ekipmanı
- Akustik oda ekosu 1.2 S
- 60 kişi oturma kapasiteli odalarda odio ekipmanı temini
- ISO 2603 normlarına uygun simültane çeviri kabinleri
- Genel toplantı salonunda (büyük salon) sabit odiovizüel ayrı oda
- Sabit projeksiyon sahnesi
- ISDN bağlantıları

b) Mobilyalar:

- Kumaş kaplı koltuklar
- Asgari 80 santimetrelik sıra arası mesafe
- Sınıf oturma düzenindeki toplantı odalarında masaların asgari 55 santimetre derinliği olması

c) Sahne:

- Genel toplantı salonundaki sahnenin asgari 70 santimetre yükseklikte olması
- Asgari 50 metrekare olması

1- Çevre:

- Asansörler
- Havalandırma: soğuk (iklim koşullarına göre sıcak) merkezden

2- Bakım:

- Günlük temizleme
- Rutin bakım
- Odaların kahve molaları ve yemek aralarında elden geçirilmesi, tertiplenmesi

3- Odaların izolasyonu:

- Toplantı odalarının pencere ve kapılarının izolasyonu (dışarıdaki ses için -70dB)
- Toplantı odaları arasındaki izolasyon -40 dB

D- Sergileme Alanları

- Kalite Tanımlamaları:
- Minimum tavan yüksekliği 3 metre
- Minimum yük kaldırma kapasitesi 500 kg/metrekare
- Stand minimum hizmetler
- Elektrik temini telefon bağlantısı data bağlantısı

2- İşletme Organizasyonu

- Şirketin özel veya tüzel işletme yapısına sahip ve tescil edilmiş olması.

A- Yönetim iş akışı tablosu

Yönetim iş akışı tablosunun bulunması ve bu tabloda her kişinin sorumluluk durumlarının açıkça belirlenmiş ve gösterilmiş olması.

B- Satış ve pazarlama

Müşterilerle yazılı sözleşme yapılmasının sağlanması:

- Rezervasyonların tarih ve listesi
- Tahsis edilen toplantı odalarının açık tanımları
- Ödeme koşullarının sözleşmelerde mutlaka belirtilmesi

Sözleşmelerde ayrıca sigorta ve iş sorumlulukları maddelerinin de bulunması gereklidir.

Merkez herhangi bir şikayeti üst düzey yetkililer seviyesinde çözümler.

- Merkezi tanıtan bir satış broşürünün bulunması
- Odaların boyutları, teknik enformasyon, elektrik çıkışları, bilgisayar data hatları ve odaların kapasiteleri hakkında ayrıntılı bilgi veren teknik bir broşürün mevcudiyeti

C- Personel

Personelin mutlaka nazik, kibar, yeterli kapasiteye sahip ve arandığında ulaşılabilir olması. Etkinlik süresince bir görev yönetmeninin iş alanında iş başında olması, çalışmalarla ilgili karar talimatlarının, ayrıntılı bir biçimde ve yazılı olarak verilmesi.

Bütün kadroya eğitim olanaklarının sağlanmış olması.

3- Merkezin kent içi konumunda, kaliteli bir semtte olması.

A- Kriterler

- Otel konaklamaları
- Şehirdeki otel yatak sayısı
- Yöredeki otel yatak sayısı
- Otel kategorisi
- Ulaşım lokal şehir ulaşımı iyi yöredeki park alanı şehir uluslararası havaalanı mesafesi şehirden havaalanına gidiş/geliş

B- Enformasyon olanakları

- Convention bürosu
- Şehir servislerinin mevcudiyeti
- Şehrin atraksiyonlarını tanıttıcı broşürler.

1.10.5. Kongre Merkezlerinin Yerleşme Bütününe Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Bir kentin kongre merkezine sahip olması, o yörenin her yönüyle gelişmesine neden olmaktadır. ABD’inde 1980’den beri kongre merkezi inşaatında bir çılgınlık yaşanmış ve son 10 yıl içerisinde kongre merkezleri sayısı %50 oranında artmıştır. Aynı durum Avrupa kıtası için de geçerlidir.

Kongre merkezlerinin buldukları kente doğrudan delegelerin harcamaları, kentteki konaklama, yeme-içme, eğlence, hediyelik eşya işletmelerine sağladığı gelirler ve diğer faydalar dolayısıyla öncelikle şehrin sonra ülkenin ekonomik gelişimine katkılarda bulunmaktadır. Kongre merkezlerinin olumlu etkileri şöyle sıralanabilir⁸³.

- Kongre delegelerinin harcamaları
- İş Gücü yaratma düzeyi
- Kent sakinlerinin mali durumunun iyileşmesi

Olumsuz yanları ise;

- Finansal maliyetler
- İşletme maliyetleri
- Fırsat maliyetleri
- Altyapı maliyetleri

1.10.6. Konferans Merkezleri

Konferans merkezleri özel olarak toplantılar için düzenlenmiş, teknik ekipmanlarla donatılmış ve kendine ait profesyonel kadroları olan tesislerdir. Sürekli olarak artan toplantı sayıları ve değişen özellikleri yeni ihtiyaçları beraberinde getirmiştir. Sektörde ortaya çıkan küçük çaplı, kısa süreli toplantı ihtiyacına yönelik ortaya çıkan konferans merkezleri kongre merkezlerine kıyasla daha küçük tesislerdir. Yatırımın geri dönüş süresinin uzunluğundan dolayı kamu sektörü tarafından yapılan kongre merkezi yatırımlarının dışında, özel sektör tarafından yapılan Asıl amaçları daha küçük toplantı ve seminer pazarını ellerinde tutmak olan toplantı salonlarıdır.

⁸³ FENİCH George, a.g.e s 40

Bu tesisler küçük toplantılar için dizayn edilmiş salonlar, gerekiyse konaklama imkanı, yeme-içme ve dinlenme imkanı sunarlar. Konferans merkezlerinin planlanması ve dizayn edilmesinde en önemli kriter merkezin yapılacağı bölgedeki pazarın özelliğidir pazar neyi gerektiriyorsa o türde bir tesis yapılmalıdır⁸⁴.

Toplantı merkezleri, fonksiyonları yada görevleri sadece başarılı bir toplantının düzenlenmesi için gerekli olanakları sağlamak olan tesisler şeklinde 1970'lerde ortaya çıkmışlardır. Asıl amacı toplantılar olan bu tesisler aynı zamanda düğün, balo gibi özel partilere de ev sahipliği yaparlar.

Toplantı planlayıcıları veya toplantıyı düzenleyenler konferans merkezi olarak hangi kategorideki merkezin seçileceğine toplantı yapacak gurubun ihtiyaçlarını göz önüne alarak belirlerler. Buna göre konferans merkezlerini öncelikle iki guruba ayırabiliriz. Günlük toplantıların yapılacağı konaklama imkanına sahip olmayan merkezler ve Konaklama imkanına sahip konferans merkezleri. Günlük konferans merkezleri katılımcılara toplantı salonları, toplantı süresince gerekli olan uzman personel ve toplantı aralarında hafif yiyecek ve içecek hizmeti sağlarlar. Konaklama imkanına sahip konferans salonları ise daha kapsamlıdır. Katılımcılara yeme-içme, konaklama, eğlence imkanlarını sağlarlar.

Konferans merkezlerini ayrıca toplantı türlerine ve katılımcıların özelliklerine göre de sınıflandırabiliriz⁸⁵.

- Yönetici düzeyinde toplantı düzenleyen konferans merkezleri; Genellikle şehir dışında ve şehre yakın yerlerde kurulan, Orta ve üst seviyede eğitim ve yönetici geliştirme toplantıları, yönetim planlama ve satış toplantıları için kullanılan, konaklama imkanına sahip tesislerdir. 225-300 arası değişik türde konuk odaları, çok çeşitli restoranlar ve barlar, orta büyüklükte toplantı odaları, büyük balo salonları, dinlenme ve eğlence olanaklarına sahip olan tesislerdir.
- Şirketlerin toplantılarını yaptıkları konferans merkezleri; Şehir dışında yada şehrin merkezinde inşa edilirler. Şirket çalışanları ve orta kademe yöneticileri eğitim programları için kullanılır. Konuk odaları, yeme-içme üniteleri ve limitli eğlence ve dinlenme olanaklarına sahiptirler.
- Resort (tatil bölgesi) konferans merkezleri; Genellikle tatil amaçlı bölgelerde ve şehir dışında kurulan bu tesisler 150-400 arası değişik türde konuk odaları, çeşitli

⁸⁴ RICHARD H. Penner, Conferans Center Planning nad Design and Technology
press, London, 1991. s. 14.

⁸⁵ a. e. s. 16

yiyecek-içecek üniteleri, küçük ve orta büyüklükte konferans salonları, ek banket odaları, genellikle açık alanda dinlenme ve eğlence olanaklarına sahip tesislerdir. Orta ve üst seviyede yönetim toplantıları, teşvik(incenative) seyahatler, ve satış toplantıları için kullanılırlar. Resort tesisler eğlence, dinlenme ve tatil imkanı sağlarlar. Katılımcılar için atmosfer çok çekicidir. Katılımcıları şehrin boğucu stresli ortamından uzaklaştır

- Kar amaçlı olmayan eğitici konferans salonları; Devlet çalışanlarının katıldıkları din ve eğitim konulu toplantıların yapıldığı merkezlerdir. Kar amacı gütmeyen bu tesisler büyük bir çok amaçlı salon ve yeme-içme tesisinden oluşur.
- Katılımcıları yörede oturanların oluşturdukları konferans merkezleri; Şehir merkezlerinde ve genellikle büyük şirketlerin bölge müdürlüklerinde bulunan bu tesisler konaklama imkanına sahip değillerdir. Limitli yeme-içme olanaklarına sahip olan bu tesisler şirket çalışanları ve orta kademe yöneticileri için düzenlenen eğitim programları için kullanılırlar. Geniş kapsamlı banket ve özel amaçlı konferans salonlarına sahiptirler.
- Üniversite Konferans merkezleri; Üniversite kampüslerinde bulunan bu tür salonlar genellikle bilimsel toplantılar, sürekli eğitim programları için kullanılır. Toplantılara katılanlar üniversite bünyesindeki konaklama imkanlarından yararlanırlar. Limitli yeme-içme imkanlarına sahip olan bu tesisler genellikle eğlenme ve dinlenme olanakları sunmazlar.

Modern bir konferans merkezi aşağıdaki niteliklere sahip olmalıdır⁸⁶;

- Toplantı salonu olarak tasarılanmış salonlar
- 10-60 kişilik toplantılara hizmet verebilme
- Ses geçirmeyen duvarlar
- Son derece mükemmel akustik ses ve ışıklandırma düzeni
- İyi bir görsel-işitsel düzen
- Katılımcılar için kolayca kullanılabilir ışık, ısıtma-havalandırma gibi olanaklar
- Yardımcı personel
- Katılımcılar arasındaki ilişkileri geliştirmek amacıyla toplantı aralarında bir araya gelebilecekleri yer ve olanaklar

⁸⁶ HOYLE Leonard, DEVID Dorf and THOMAS Hohes, Managing Conventions and Group Business, AHMA Press, Michigan 1989,s.6.

Tüm bu özelliklerin yanı sıra bir konferans merkezinin başarısı büyük ölçüde merkezin işletme sistemi ile ilgilidir. Konferans koordinatörü toplantı planlayıcılarına toplantının hazırlanmasından başlayarak konferans bitinceye kadar her aşamada yardımcı olmalıdır. Konferans merkezlerinin büyük bir bölümü kendi teknik ekipmanlarına sahiptirler. Ayrıca konferans merkezlerinde toplantı düzenleyicilerine verilen fiyatlar, konaklama bedeli, 3 öğün yemek, konferans salonları, konferans aralarında verilen hizmetler ve standart teknik ekipmanları kapsar. Özel yemekler ve özel teknik ekipman istekleri ekstradır.

2.1 Kongre Organizasyonunun Planlama Aşaması

Planlama amaca erişmek için hangi işlemlerin nerede kimin tarafından yapılacağını, hangi sıraya göre nasıl, ne kadar zamanda tamamlanacağını gösteren tasarıdır. Bunların hazırlanması, uygulamaya konulması, elde edilen sonuçların değerlendirilmesi planlama çalışmalarını oluşturmaktadır. Planlama bir amaca ulaşmak için izlenecek yolun önceden saptanmasıdır⁸⁷.

Kongre organizasyonunda da neyin, ne zaman, nasıl, ve kimin tarafından yapılacağı önceden kararlaştırılmalıdır. Hemen her defasında kongre organizasyonun çok ayrıntılı olduğundan titiz bir çalışmayı gerektirdiğine değinilmiştir. Bu nedenle bir kongrenin taraflar için maksimum faydayı sağlması için kongrenin amaçlarına uygun en uygun yolun belirlenmesi gerekmektedir.

Bu nedenle aşağıda belirtilmiş olan konuların belirlenmesinde ortaya konulan amaçlara göre, seçeneklerin belirlenmesi ve karar verilmesi gerekmektedir.

2.1.1. Kongre Ülkesi ve Şehri Seçimi

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 yada organizatör bu kentleri bir bir dolaşıp koşulları yerinde saptamak, gözlemek, analizler yapıp sonuçlar çıkarmak ve bu bilgileri karar organına aktarmak durumundadır.

Kongre ülkesi ve şehri seçiminde bir çok faktör rol oynar. Katılımcılar ve organizatör için kongrenin yapılacağı ülkenin istikrarlı bir politik, sosyal ve ekonomik sisteme sahip olması ve ülkede katılımcıların can güvenliğini tehdit edecek bir kargaşa ortamının olmaması aranan başlıca faktördür.⁸⁸

⁸⁷ GÜVEMLİ Oktay, İşletmelerde Kısa ve Uzun Süreli Planlama, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1990, S.4. -

⁸⁸ STEPHAN F. Witt, LUÍZ Mountinho, a.g.e s.76

Bunun yanında kongre kentinin seçiminde ulaşım olanakları, çevre, alt ve üstyapı, teknik hizmetler, haberleşme olanakları, eğitilmiş personel, turizme yardımcı diğer sektörler ve gidilecek yerin turistik çekicilikleri de bir ülkenin ve de kentin seçiminde büyük rol oynar. Toplantı imkanlarının çeşitliliği, Gidilecek bölgenin yerel yönetimlerinin delegelere karşı sorumlu ve duyarlı yaklaşımı, ziyaretçilere hizmet ve gidilecek yerin pazarlanmasına koordineli yaklaşım organizatörlerin karar vermesinde çok etkilidir⁸⁹.

Ayrıca bir kentin kongre turizmi için önemli bir destinasyon olabilmesi için kentin kendine özgü bir imajının olması da çok önemlidir. Bazı kentler tarihin akışı içinde kendilerine has imajlara sahip olmuşlardır. Günümüzde de kongre turizmi için önemli bir destinasyon olmaya çalışan ülke ve şehirler için imaj oluşturmak çok önemlidir⁹⁰.

Kongreye karar verenler katılımcıların ortak arzu ve istekleri doğrultusunda kongrenin yapılacağı kenti seçerler. O nedenle onların ilgi ve ihtiyaçlarını araştırmak ve incelemek durumundadırlar. Bir yerin kongre destinasyonu olabilmesi için aranan özellikler özetle şunlardır;

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

2.1.2. Kongre Zamanı ve yerinin saptanması

Kongre tarihinin saptanmasında organizasyon komitesi için özel durumlar söz konusu değil ise kongre tarihinin tespit edilmesinde kongre organizasyonunda ilgili tüm taraflar için kabul görmüş genel esaslar vardır. Bu esaslar kongreden maksimum faydanın sağlanmasına yöneliktir.

⁸⁹ STEPHAN F. Witt, LUÍZ Mountinho, a g. e. s. 76.

⁹⁰ Özen Yılmaz, a g. e. s. 18

Kongre için yılın hangi ayları genellikle tercih edilmelidir? Kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluş kongre katılımcılarının çalıştıkları iş dallarının özelliklerine göre en uygun zamanı seçmek ister.

Bu seçimde katılımcıların mesleklerine göre yoğun olmayan dönemler seçilerek katılımın yüksek olması sağlanmaya çalışılır.

Aynı şekilde maliyetin düşük olması da bir diğer beklentidir. Bu nedenle organizasyon komitesi için kongre tarihinin saptanmasında Profesyonel kongre organizatörleri ile birlikte çalışma zorunluluğu ortaya çıkar. Organizatör yönünden önemli olan müşteri memnuniyeti sağlamak ve dolayısıyla sürekliliğin sağlanması açısından organizasyonun 1. sınıf olması ve bunun paralelinde maliyetlerin en asgari seviyede olmasıdır. Bunun sağlanması için de kongrenin yapılacağı sezonun ve tarihin seçilmesi büyük önem taşır.

Profesyonel Kongre Organizatörleri kongrelerin yapılacağı tarihleri belirlerken gidilecek yerin turizm sezonunun yoğun olmadığı tarihler saptanır. Bu sezonda konaklama tesisleri ve dağıtım kanallarındaki araçlardan alınan fiyatlar oldukça düşüktür.

Diğer taraftan gerek otelciler, gerek kongre kentinin diğer ilgilileri kongrenin turizm sezonu dışında yapılmasını, bu yolla turizm sezonlarının uzamasını isterler. Kongre delegelerinin beklentisi ise kongrenin en uygun mevsimde yapılmasıdır. Böylelikle kongre süresi boyunca yada süreyi uzatarak gittikleri yerlerin doğal, tarihi ve kültürel değerlerini değerlendirme fırsatı bulurlar.

Kongrelerin yapıldığı tarihlere ait istatistiki bilgilere bakıldığında iki dönemin var olduğu gözlemlenir. Bunların ilki ilkbahar ayları bir diğeri ise sonbahar aylarıdır. Aralarında kıyaslama yapılırsa sonbahar aylarında yapılan kongreler sayıca daha fazladır. Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) tarafından dünya genelinde yapılan bir araştırmaya göre, tüm dünyada toplantılar için en çok tercih edilen ay eylül (%18) olarak belirlenmiştir. Aylara göre diğer oranlar aşağıda verilmiştir.⁹¹

OCAK	%15	TEMMUZ	%9
ŞUBAT	%2	AĞUSTOS	%12.5
MART	%4	EYLÜL	%18
NİSAN	%6	EKİM	%12
MAYIS	%13.5	KASIM	%6
HAZİRAN	%13	ARALIK	%2.5

⁹¹ Union of International Associations, "Survey by the congress department", <http://www/UIA.org>, 1998.

Kongre tarihinin tespit edilmesinde özel durumlar hariç dikkat edilmesi gereken hususlar şu şekilde özetlenebilir;

- Kongrenin yapılacağı yere göre değişen katılımcıları cezbedici en uygun mevsimin seçimi
- Kongre tarihi tespit edilirken kongrenin düzenleneceği konu ile ilgili duyurusu önceden yapılmış başka kongrelerle çakışmayacak tarihler tespit edilmelidir.
- Tarihin tespit edilmesinde en iyi fiyatın alınacağı dönemler seçilmelidir.
- Kongre tarihleri kongrelerin özelliklerine göre resmi, dini, vb. özel tatil günleri ile çakışmayacak dönemler dikkate alınarak saptanmalıdır. Bazı durumlarda, özel tatil günleri ile kongrelerin başlangıç ve bitiş tarihleri birleştirilerek bir tatil paketi oluşturulabilir.

Kongrenin yapılacağı tesisin belirlenmesinde yapılacak kongrenin büyüklüğü, katılımcı sayısı ve organizasyon komitesinin istekleri göz önüne alınır. Öncelikle belirlenen kongre ülkesi ve şehirdeki kongrenin yapılabileceği tesisler incelenir. Kongrenin bütçesi de göz önüne alınarak ihtiyaçlara cevap verebilecek tesis yada tesisler seçilir. Tesis seçiminde önemli unsurlardan birisi kullanılacak tesisin belli standartlara sahip olmasıdır. Organizatörler bu standartlara sahip tesisleri AIPC gibi toplantıların yapılacağı tesisler için belli normlar belirleyerek üye kabul eden kuruluşlardan elde etme yoluna giderler. Yada daha önce yaptıkları organizasyonlarda edindikleri tecrübelerle seçim yoluna gidebilirler⁹².

Genellikle katılımcı sayısının yüksek olduğu toplantılar için kongre merkezleri ve konaklama tesisleri birlikte kullanılırlar. Bunun en büyük sebebi kongre merkezlerinin toplantı salonlarının daha büyük ve teknik olarak daha iyi donanımlı olmalarından kaynaklanmaktadır. Konaklama tesisleri ile kongre merkezlerinin birlikte kullanılması kongrenin giderlerini arttıracaktır. Kongre gurubu çok fazla büyük değil ise bir yada aynı yerde bulunan daha fazla sayıda konaklama tesisi kullanılabilir. Bu durumda konaklama tesislerinden uygun fiyatlarda salonlar kiralanabilir.

⁹² HULTON Tom, "ICCA- A global network of Service", ICCA Home page on the internet, 1997, s 4.

Bazen tesisler salonlardan kira almama yoluna gidebilirler. Bu durumda yapılan anlaşmalarda yalnızca konaklama ve tesisin sunmuş olduğu diğer hizmetler için ücret ödenir⁹³.

2.1.3. Kongre Süresinin Belirlenmesi

Kongre süresinin katılımcılar, organizatör ve kongre kentinin ilgilileri için ayrı ayrı önemi vardır. Kongre delegeleri eğer zaman uygunsa kongre kenti yada ülkesini daha iyi tanımak amacıyla konaklamalarını genellikle 2 yada 3 gün daha uzatırlar. Kongrenin yapıldığı ülkenin uzak bir bölgede bulunması, delegelerin oralara tekrar dönmeyi olası görmemeleri halinde bu süre bazen bir haftayı da aşabilmektedir.

Burada organizatörün sorumluluğu, bu gibi beklentileri ve düşünceleri olan delegeleri tatmin edecek koşulları hazırlamak, bu yolla kongreye katılım oranını arttırmaktır.

Kongre organizatörü ve kongre kentinin ilgilileri açısından olaya ortak bir açıdan bakabiliriz. Her iki tarafta kongre süresinin uzun olmasını ve sağlayacakları ekonomik faydanın artmasını beklerler. Organize edilen kongreler kaç gün sürerlerse sürsünler tarafların tek beklentisi maksimum faydayı sağlamaktır. Kongre sürelerini etkileyen faktörleri aşağıdaki gibi özetleyebiliriz⁹⁴;

- Kongrenin büyüklüğü
- Kongrenin ulusal veya uluslararası olması
- Kongrenin konusu
- Kongre şehrinin katılımcılara uzaklığı
- Kongrenin kültürel ve toplumsal fonksiyonu
- Kongrenin katılımcılara olan uzaklığı

2.1.4. Kongre Katılımcı Sayısının Arttırılması ve Slogan Seçimi

Kongre katılımcı sayısının artırılması için kongreyle ilgili yapılmış olan planlama çalışmaları içinde yer alan kongre yerinin ve zamanının tespiti çok önemlidir.

⁹³ TORRENCE R. Sara, How to Run Technical and Scientific Meetings, Van Nostrand Reinhold Press, New York, 1991, s. 82.

⁹⁴ ÖZEN Yılmaz, a. g. e. s. 37.

Katılımcıların özelliklerine göre seçilmiş ve daha önce görülmemiş yerlerin seçimi kongrelere katılımın fazla olmasına yol açar. Kongre katılımcı sayısının artırılması büyük ölçüde kongreyi düzenleyen organizasyon komitesine ve profesyonel organizatöre düşer. Kongreyi düzenleyen organizasyon komitesi kendi üyelerine kongreye katılımlarının kendileri için çok önemli ve yararlı olacağı konusunu empoze ederek yada kongre katılımcılarına katılımları için plaket verilerek yapılabilir.

Ayrıca kongre hakkında potansiyel katılımcılarla sürekli olarak ilgilenmek ve her türlü sorularına gerektiği zaman cevap verebilecek bir birimin kurulması katılım sayısını artırır.

Kongreye katılımı arttıracak diğer bir yöntem ise etkili bir slogan kullanmaktır. Bir filmin yada oyunun tema müziği, genellikle onun içeriği ya da karakterini yansıtan bir melodidir. Kongre sloganı ise Kongrenin amacını kesin ifade ile belirlemeye, onu sembolize etmeye yarayan kısa bir sözcüktür. Bir film müziğinin sağladığı etkinin aynını kongre sloganı sağlar. Slogan heyecan duygularıyla karışık bir ortam hazırlar, kongrenin içeriğinin ilk ağızda algılanmasını olanaklı kılar.

“İyi bir slogan kongrenin içeriğinden kaynaklanır. Slogan, kongrenin ne için yapıldığını belirleyen nedenlerin bileşkesidir. Konuyla ilgili en kısa ve en öz mesajdır. Slogan, üyelerin ortak sorunlarından ya da onları en çok ilgilendiren konulardan birini yansıtacak şekilde oluşturulabilir. Hayal gücünü harekete geçiren ya da bir aksiyon ifade eden özellikte olabilir. Fakat slogan kongrenin “ton”unu sadece belirleyici olmalı, bu tonu hiçbir zaman sınırlayıcı olmamalıdır. En iyi slogan, delegelerin kongre sonrasında da kullanabilecekleri tekerleme özelliğinde bir sözcüktür.”⁹⁵

“Her dernek ya da her organizatör slogan kullanmaz. Bir çokları sloganı gereksiz bulur. Oysa pek çok dernek yöneticisi ya da organizatör kongre olayını büyük bir tekerleğe, kongrenin çeşitli parçalarını tekerleğin espitlerine benzetirler ve espitleri tutan, tekerleğin dönmesini sağlayan merkezin de slogan olduğunu söylerler”⁹⁶.

Sloganı belirledikten sonra, eğer onun kongre için gerçekten yararlı olması isteniyorsa organizatörün bunu canlı tutabilmesi şarttır. Aksi halde slogan anlamsızdır. Ona canlılık kazandırabilmenin birkaç yolu vardır.

⁹⁵ ÖZEN Yılmaz, a. g. e. s. 39

⁹⁶ a. e. s. 39.

Örneğin bazı dernekler konuşmalarda sloganın kullanılmasını, ara sıra ona atıf yapılmasını isteyerek sözcüğü ön plana çıkarmaya çalışırlar. Slogan karikatür, heykel, grafik vb. bir çok formlarla da ön plana çıkarılabilir.

2.1.5. Tanıtma Faaliyetleri

Kongreyi başarılı kılan en önemli unsurlardan biriside tanıtım faaliyetleridir. Kongre turizminde tanıtma faaliyetlerini iki açıdan incelemekte yarar vardır. Bunlardan ilki makro tanıtımadır. Makro tanıtma, ülkenin geneli hakkında yapılan tanıtma çabalarıdır. Burada amaç ülke hakkında iyi bir imaj vermek ve uluslararası piyasada gelecekte iyi bir yer edinmek olarak ifade edilebilir. İkincisi kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluş ve profesyonel kongre organizatörün yapmış oldukları tanıtma faaliyetleridir.

Tanıtım faaliyetlerinin ilk aşaması kongrenin konusuna göre katılma olasılığı bulunan çevrenin, yani pazarın incelenmesidir. pazar ne kadar iyi analiz edilirse tanıtma faaliyetlerinin başarısı o denli yüksek olur. Tanıtım faaliyetleri katılımı 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 kazanma arzusu, organizasyona güvenme, cevap bulacağından emin olma, tanıma olarak özetleyebiliriz. Kongrede kullanılacak tanıtma programı bu arzuları belirgin şekilde ortaya koymalı ve kongrenin bunlara nasıl tatmin sağlayacağını göstermelidir.⁹⁷

İnsan tiplerinin karakteristiğini incelemek de çok önemlidir. Kongreye katılan delegelerden mesleğe yeni girmiş olanlar, kongreye katılmanın kendisine istediği insanlarla karşılaşma, bütüne karışma, komitelerde görev alma ve dernek basamaklarını tırmanma fırsatı verebileceğini düşünürken, dernek kademelerinde görev almış belki en üst basamağa kadar yükselmiş ve mesleğinde belli yere gelmiş olan kişiler uzun zaman beraber çalıştıkları dostlarıyla tekrar karşılaşp bir arada olmak, sohbet etmek amacıyla kongreye katılmayı arzulayabilirler.

⁹⁷ ÖZEN Yılmaz, a g e s. 40.

.Bu nedenle tanıtım faaliyetleri tekdüze bir şekilde yapılmamalı ve dernek üyelerinin yapısı, genç, yaşlı, erkek, kadın, etnik guruplar gibi unsurlar iyice analiz edilmelidir.

Tanıtma faaliyetlerinde kullanılacak araçlar şunlardır; Dış basın ilanları, iç basın ilanları, gazete dergi ilanları, Röportaj ve Sponsorluk programları, yurtiçi ve yurtdışı tanıtım gezileri, kongre ve fuarlara katılım, basın bültenleri, basın toplantıları, düzenlenmekte olan kongrelerde gelecek yılların kongrelerinin tanıtımı, üniversiteler aracılığıyla tanıtım, ulusal ve uluslararası çeşitli resmi/özel kurum ve kuruluşlar aracılığıyla tanıtım, tanıtıcı posterlerin basımı, duyuruyu doğrudan potansiyel katılımcıya göndererek tanıtım

Tanıtımda yukarıda sayılan yöntemlerinden en etkin ve verimli olanı şüphesiz tanıtıcı posterlerin doğrudan katılımcıya ulaştırılması, kişisel kontak kurulması ile yapılan tanıtım faaliyetleridir. Önceleri posta yoluyla yapılan bu faaliyetler, özellikle son yıllarda teknolojinin ilerlemesi ile birlikte iletişim teknolojisinde meydana gelen yenilikler sayesinde bu işlem artık bilgisayar üzerinde elektronik posta (Email) ile sağlanmaya başlanmıştır.

İki taraf arasındaki teması kolaylaştıran bu yöntem sayesinde Tekrarlanan temaslar kongreye katılmayı düşünmeyenleri bile düşünür hale getirmede etkili olabilmektedir.

Şüphesiz basınla ilişkilerde kongre için çok önemlidir. Kongre üzerine tüm dikkatleri basın çeker. Sadece kongre kentinde değil, ülke, bölge, hatta kongrenin konusunun önemine göre dünya çapında dikkatlerin kongre üzerinde toplanmasına yardım eder⁹⁸.

2.1.6. Personel Temini

Personel organizatörün daimi kadrosundakiler ve geçici yardımcı personel olmak üzere iki ana gruptan oluşur. Daimi personelle birlikte çalışacak geçici personel sayısı genellikle organizasyonun türü ve büyüklüğü ile bağlantılı olarak değişir.

⁹⁸ ÖZEN Yılmaz, a. g. e. s. 41.

Kongre organizasyonlarında organizatörler gerçek insan gücü gereksinimleri ile insan gücü maliyetlerini dengede tutacak optimal personel kullanma noktasını çok iyi dengelemek zorundadır. Bu dengenin iki şekilde bozulduğu görülür⁹⁹;

1. Aşırı derecede personel çalıştırılması sonucu maliyetler artar, yetki çatışması başlar.
2. Organizatörün gerçek personel ihtiyacını karşılayamadığı zaman ortaya çıkar. Bu durumda hizmet kalitesi düşer, aşırı zorlanma olur.

Eğer işletme personel seçimi konusunda belirlenmemiş bazı kriterlere uygun hareket etmiyorsa bu durumda işletme için başta kötü hizmet sunumu olmak üzere personelin eğitimi gibi maliyet kalemleri ortaya çıkacaktır. Bu nedenle bu maliyetlere katlanmak yerine sürecin başında etkinlik sağlayarak en uygun personelin seçimi sağlanmalıdır.¹⁰⁰

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 ve sürekli olarak iş yaptıkları bir bölgede ya da bölgelerde kuracakları şubelerle götürürler. Bu şubelerde bir sorumlu operasyon müdürü ve günlük rutin işlerin yürütülmesinden sorumlu birkaç eleman çalıştırma yoluna giderler.

Ne zaman o bölgede bir organizasyon yapılacaksa, varsa şubeleri yoksa destek hizmeti veren organizasyonlarla bağlantıya geçilerek kongre konusunda tecrübeli geçici elemanlar bulunur. Kongre organizatörlerine destek hizmeti veren şirketlerde vardır. Bu şirketler ya kendi kadrolarında devamlı eleman bulundururlar ya da o bölgedeki eğitim kurumlarından bu ihtiyacı karşılarlar. Elbette bu seçim o bölgede yılda düzenlenen kongre sayısı ile orantılı olarak değişir.¹⁰¹

Kongre organizatörü kongre faaliyetlerinin her biri 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 önceden belirlenmiş olan yetki ve sorumlulukları doğrultusunda geçici elemanlara gerekli olan gerçekleştirilecek organizasyonla ilgili bilgiler kongre başlamadan önce yazılı olarak verilir.

⁹⁹ HACIOĞLU Necdet, Seyahat Acentacılığı ve tur Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi basımevi, Bursa, 1993, s. 131.

¹⁰⁰ ORAL Saime ve KURGUN Osman Avşar, Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri, Kanyılmaz matbaası, İzmir, 1997, s. 190

¹⁰¹ TORRENCE R. Sara, a. g. e. s 85.

Eleman alımından sonra kongrenin yapısına uygun bir organizasyon şeması çıkarılarak, alt ve üstlerin belirlenmesi ve sözlü-yazılı görev dağılımları verilerek kongre öncesi provalar yapılmalıdır. Çalışacak kişi sayısı çok önemlidir. Az eleman işlerin aksamasına yol açar, çok eleman ise ek maliyet yaratır¹⁰².

Bir bölgenin kongre yeri olarak tercih edilmesinde eğitilmiş personel bulunması ve bu personeli çalıştırabilmek için ödenecek ücretlerin seviyesi önemli etkenlerdendir. Kongre organizasyonunda görev alacak personel mutlaka yeterli mesleki bilgiye sahip olmalıdır.

2.1.7. Bütçe ve Finansal Kontrol

Kongre turizminin yapısı itibari ile önemli ayrıntıları profesyonel ve iyi koordine olmuş çabaları ve daha planlı uzun vadeli hazırlıkları gerektiren bir turizm türü olduğunu belirtmiştik. Kongre organizasyonlarının statik kalıpların içine sokulamayan dinamik ve sürekli değişen yapısı nedeniyle eksiksiz bir biçimde yapılabilmesinde büyük ölçüde planlamaya ve bunun bir aracı olan bütçelemeye ihtiyaç vardır.

Kongre bütçelerinin yapılabilmesinde ilk iş maliyet unsurlarının belirlenmesidir. Daha sonra finansal planlar (bütçeler) hazırlanır. Finansal planlamanın işlevi yalnızca bütçelerin yapılmasından ibaret değildir.

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 değil ise de hesaplanması ve sınıflandırılması içeriği itibari ile daha zordur. Maliyetlerin birbirinden ayrılması ve izlenmesi hem bütçeleme çalışması hem de kontrol fonksiyonu için büyük önem taşır. Maliyetleri farklı kategoriler içinde ele almak mümkündür.

Bu ayırım daha ayrıntılı maliyet analizlerinin yapılabilmesi açısından gereklidir. Kongre organizasyonunda maliyetleri başlıca Hazırlık Maliyeti ve Faaliyet Maliyeti olarak iki gruba ayırabiliriz.

¹⁰² SİMERLY G. Robert, Planning and Marketing Conferences and Workshops, Jossey-Bass Publishers, San Fransisco, 1990, s. 81.

- Hazırlık Maliyeti: Bir kongre organizasyonunu uygulama aşamasına getirinceye kadar yapılan giderlerin toplamına hazırlık maliyete denir. Uygulama aşamasından önceki işleri üç aşamada ele almak mümkündür. 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 itibari ile incelenmesi gereken birbiri üzerine geçmiş bir sürü maliyet unsuru vardır. Bu maliyetleri öncelikle üç gruba ayırmakta yarar vardır.

Bunlar sabit, yarısı sabit ve değişken maliyetlerdir. Örneğin kongre organize eden bir şirket yöneticilerine ve kongre merkezinde ve ilgili kurumlarında sürekli çalıştırdığı personeline, kullandığı malzemenin bakım ve onarımına, yenilenmesine ve bunların eskimesinden dolayı ortaya çıkan amortisman ile ilgili giderlerden doğan maliyetlere katlanmak zorundadır. Değişken maliyetler ise iş hacmi ile açık bir şekilde ilişkilidir. İş hacmi arttıkça değişken maliyetlerin artması iş hacmi azaldıkça değişken maliyetlerin azalması beklenir. Maliyetleri bütçeleme de ayrıntılı bir şekilde analiz edebilmek için maliyetlerin yukarıdaki gibi sınıflandırılmasında yarar vardır.

Organizatör yönünden önemli olan gelir ve giderlerin saptanmaya çalışıldığı faaliyet bütçeleridir. Kongre bütçeleri fonksiyonel bütçelerdir ve her maliyet ve giderler tek tek tahmin edilir. Kongre bütçelerini hazırlamada en mantıklı yöntem gerçekleşmesi beklenen tüm olayların titizlikle analiz edilmesi ve sonra bu olaylardan oluşan bir takvim hazırlanması, daha sonra da bu ayrıntılara uygulanacak tekniklerin saptanması ve maliyetlerin hesaplanarak bunların gelirlerin üstünde olmamasını sağlamaya çalışmaktır.¹⁰³

Maliyet kontrolünü de içeren gerçekçi bir bütçeleme organizasyonun daha kaliteli yapılması için şarttır. Çünkü kontrolörler kongre organizasyonunun farklı kısımları için bilgilerin derlenmesini ve ortaya konulmasını sağlar.

Bir yönetim aracı olarak kongre bütçesinden yararlanabilmek için, başka bir deyişle kongre bütçesinin gerçek anlamda bir planlama aracı olabilmesi için belirli kurallara uygun olarak hazırlanması gerekir. Bu kuralları aşağıdaki gibi maddeler halinde özetlemek mümkündür.¹⁰⁴

¹⁰³ BERK Niyazi, Finansal yönetim, İürkmen kitabevi, İstanbul, 1995, s 62.

¹⁰⁴ SİMERLY G Robert, a g e s. 91.

- Bir kongrede ödeme ve tahsilat konusu tüm olayların bütçe hazırlanmasında dikkate alınması gerekir. Ödeme ve tahsilatların tümünü hesaba katmayan bir bütçeden yönetim aracı olarak yararlanılamaz.
- Kongre organize edilirken organizasyon eğer çok büyük ve detaylı ise departmanlar oluşturmalı, tüm sorumluluk merkezleri için bütçeler hazırlanmalı ve bütçeler bir ana bütçe (master budget) 'de birleştirilmelidir. Böylelikle organizasyon hakkındaki tüm bilgiler detaylı bir şekilde ana bütçeden elde edilebilir.
- Kongre bütçeleri periyodik olarak düzenlenmeli ve sürekli revize edilmelidir. Gereksinmelere göre günlük, haftalık, ya da aylık olabilir. Ender görülmekle birlikte yıllık bütçelerin hazırlandığı da görülür.
- Planlanan faaliyetler ve gelecekteki nakit giriş ve çıkışları gerçekçi varsayımlara dayanmalıdır.
- Bütçeler otonom hazırlanamaz. Bütçeler kongrenin diğer planlarına, başka bir deyişle genel planlamaya uymak zorundadır.
- Konulan hedefler optimal olmalıdır ve organizasyonda çalışanları motive eder bir özelliğe sahip olmalı ve çalışanlar tarafından desteklenmelidir. Çok fazla iyimser hazırlanmış planlar verimliliği artırmak yerine ek maliyet yaratmaktan başka bir işe yaramaz.
- Bütçeler ilgilenenlerin gerekli bilgileri kolaylıkla alabilecekleri nitelikte hazırlanmalıdır. Bu ilkeye göre hazırlanan kongre bütçeleri organizasyonda çalışanları hedeflere ulaşmaları için motive eder.
- Elde edilen kaynakların etkin bir biçimde birleştirilmesi de bir bütçe ilkesidir. Yani mevcut şartlar altında amaçlara ulaşmanın en iyi yolu aranacaktır. Bütçeler daima yol gösterici ilkeler içermeli ve bunları rakamsal olarak net bir şekilde ifade etmelidir.

2.2. Organizasyon Aşaması (Kongre Öncesi, Sırası ve Sonrası Çalışmaları)

2.2.1 Kongre Öncesi Hazırlıkları

Kongre başlamadan önce kongreyi düzenleyen kuruluşun istekleri doğrultusunda kongre organizatörü tarafından yapılan plan doğrultusunda işlerin belli sırayla yürütülmesi gerekmektedir.

Kongrenin yapıldığı yer ister kongre merkezi, ister otel olsun yapılacak işler genel olarak aynıdır. Kongre öncesinde yapılması gereken hazırlıklar aşağıda sırasıyla belirtilmiştir.

2.2.1.1. 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 bürosunda 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 bağlatılır.

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.

Haberleşmenin düzenli olarak sağlanması organizasyonun bütünlüğü için her aşamada çok önemlidir. Haberleşmenin amaçları arasında İşletmede etkinlik ve verimliliğin artırılması, çalışanın organizasyon içinde yerinin belirlenmesi, eksik bilgilendirme dolayısıyla ortaya çıkan sorunların ortadan kaldırılması, organizasyon içindeki değişikliklere olumlu zemin hazırlanmasına yardımcı olur¹⁰⁵.

¹⁰⁵ BOYACI Cemil, Turistik İşletmelerde Haberleşme Teknikleri, Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya, 1996, s. 8.

2.2.1.2. Banka Hesaplarının Açılması

Kongre katılımcılarının ödemelerini yapabilmeleri için bankalarda Türk Lirası ve ihtiyaç duyulan yabancı paralar cinsinden döviz hesapları açılır. Ödemelerin nasıl yapılacağı ve erken ödemelerde uygulanacak indirim oranları gibi konulardan banka haberdar edilir. Banka hesaplarının açıldığı tarihten ödemelerin yapılabileceği son tarihe kadar olan para transferleri takip edilmelidir.

2.2.1.3. Programların Hazırlanması

Kongre başlamadan önce katılımcıların alanlarına, eğilimlerine istek ve arzularına göre tatmin edici programlar hazırlanmalıdır. Bu programların başarılı olması organizatörün kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluş yetkilileri ile oturup detaylı bir ön çalışma yapmasıyla mümkün olabilir.

Öncelikle kongrenin asıl amacı olan bilimsel programın oluşturulması gerekir. Kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluş üyelerinde katılımı ile bilimsel bir program hazırlar. Organizatörün yapması gereken ön çalışması yapılmış bu bilimsel programı sosyal ve turistik programlar ile kaynaştırarak nihai bir program oluşturmaktır.

İyi bir program oluşturmak kongrenin başarısı için çok önemlidir. Bu nedenle program çalışmasında aşağıda belirtilen hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir.

Programlarda gerektiği kadar bilimsel aktivitelere yer verilmeli, ancak ilgi ve konu birliği olan üyeler arasında yararlı ilişkilerin maksimum seviyede sağlanacağı bir program oluşturulmalıdır. Üyelere yeni aksiyonlara geçebilmek, ilgili diğer üyelere bilgi vermek ve onlarla bütünleşebilmek, gruplar oluşturmak ve gerektiğinde beraber faaliyetlerde bulunabilmek gibi olanakların verilmesi gerekmektedir.¹⁰⁶

Toplantıların eğer ilgi alanlarına göre bölünme zorunluluğu varsa, saatleri birbirleriyle çakışmayacak şekilde programa konulmalıdır. Aksi takdirde fırsat maliyeti yaratacak ve katılımcı birinden birini seçme zorunda kalacağı için hoşnut olmayacaktır.

Toplantı araları üyelerin birbirleriyle tanışma ve kaynaşmasına olanak verecek şekilde olmalıdır. Program sosyal aktivitelerle optimum şekilde desteklenmelidir. Sosyal aktivitelerin azlığı katılımcıların kongreden sıkılmasına yol açacak, bolluğu ise toplantının bilimsel açıdan başarısını etkileyecektir.

¹⁰⁶ SİMERLY G Robert, a g e. s. 95

Kongre süresi boyunca bilimsel programlar küçük gezi programları ile desteklenmeli, kongre süresi sonunda ise oluşturulacak kapsamlı gezilerle renklendirilmelidir.

Kongreye katılacaklara refakat edecekler için ayrı programlar düzenlenmelidir. Tüm program uyumlu olmalıdır ve kendi içinde hiçbir aktiviteyi aksatmayacak şekilde planlanmalıdır.

Kongre için yapılacak program ihtiyaç duyulduğunda revize edilip gerekli değişikliklerin yapılabilmesi için esnek olarak hazırlanmalıdır.

2.2.1.4. Resmi İzinler

Organizatör kuruluş, kongrenin düzenleyicisi olan dernek yada kuruluşla temasa geçerek kongrenin konusu gereği ihtiyaç duyulan resmi izinlerin alınmasını sağlamak zorundadır. Bu resmi izinler bazen bürokratik engellemelerden bazen de ihtiyaçtan dolayı kaynaklanabilir. Örneğin yapılması düşünülen bir üst düzey devlet yetkililerinin katılacağı bir kongre için gerekli olan tüm resmi kurumlar haberdar edilmelidir.

Ayrıca ilgili olan sivil toplum örgütleri de bilgilendirilmelidir. İhtiyaç duyulan destek hizmetlerinin sağlanabilmesi için başvuruların yapılması ve bu kuruluşların kendi merkezlerinden yada yerel idarelerden gerekli izinlerin alınması gerekmektedir. Bazı durumlarda yerel idareler merkezi hükümetten izin almak zorunda kalabilir. Resmi izinlerin alınması için kongrenin yapılacağı ülkenin yasal düzenlemelerine göre çalışmalar belli süre önceden başlatılmalıdır.¹⁰⁷

2.2.1.5. Duyuruların Yapılması

Kongre turizminde potansiyel katılımcılara iki duyuru gönderilir. Duyuruların içerikleri kongreden kongreye değişiklik gösterse de genel hatları ile içeriği aşağıdaki öğelerden oluşur;

- Kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluşun başkanının davet yazısı
- Organizasyon komitesini tanıttıcı bir bölüm
- Kongrenin ana konuları
- Kongre sekreteryasının isim ve adresi

¹⁰⁷ SİMERLY G Robert, a. g. e. s 87.

- 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 hazırlamaktadır. Bu çok sık karşılaşılan bir durum olmasa da görüldüğü olur.

İkinci duyurunun içeriği ise daha kapsamlıdır. İkinci duyuruda ise aşağıdaki maddeler bulunur;

- Katılım ücretleri için son tarih
- Otel rezervasyonları için son tarih
- Tur katılımları için son bildirim tarihi
- Onur üyelerin isimleri
- Kongre organizasyon komitesinde görevli kişilerin tanıtımı
- Kongre başkanının davet yazısı
- Programda yer verilecek konular
- Genel programın ana hatlarıyla belirlenmiş hali
- Katılım şartları(katılım ücretleri, son katılım tarihleri
- Otel rezervasyonları(otel alternatifleri, ücretleri, banka hesap numaraları, iptal şartları)
- Kongrenin gerçekleşeceği şehir, transferler ve turlar
- Başvuru formları (Katılım, otel rezervasyonu, tur rezervasyonu, önsöz formları)

Duyuruların etkin ve verimli olabilmesi için zamanında yapılması şarttır. Geç kalındığı takdirde programdan sapmalar ve katılımcı sayısında düşüş olur. Ayrıca günümüzde internette oluşturulan Web sayfalarıyla kongre ile ilgili her türlü değişiklik anında katılımcıya iletilebilmektedir

2.2.1.6. Kongre Malzemelerinin ve Dokümanlarının Hazırlanması

Kongre başlamadan önce katılımcılara sağlanacak malzemeler ve dokümanların hazırlanması gerekmektedir. Kongre bütçesinin önemli bir kısmı bu malzeme ve dokümanların hazırlanmasına harcanır.

Kongre katılımcılarına verilecek olan çanta, rozet, isim kartı, bloknot, kalem, yabancı katılımcılar için hediyelik eşyalar kongreye katılımcı sayısına göre önceden hazırlanır. Ayrıca basın ilanları, afiş ve posterler, davetiyeler, logolu kağıt zarfları, makbuzlar, açılış programı, broşürler hazırlanır. Bunların yanında kongreye sunulacak tebliğlerden veya tebliğlerin özetlerinden oluşturulacak bilimsel tebliğ kitabının oluşturulması gerekmektedir. Sergi ve kongrenin hatıra kitapçığı basılmalıdır.

Kongrenin belirlenen logo ve sloganı gerekli grafik tasarımları yapılarak basılı tüm malzemelerde kullanılmalıdır. Kongreden sonra değerlendirme raporları hazırlanmalı ve bastırılmalıdır. Hazırlanan dokümantasyonlar gerektiğinde birkaç dilde bastırılabilir.¹⁰⁸

2.2.1.7. Rezervasyon İşlemleri

Kongre katılımcıları için seçilecek konaklama tesis veya tesisleri için yapılacak rezervasyon grup rezervasyonu niteliği taşıy. Kongre grupları için yapılacak otel rezervasyonları çok sayıda faktörle bağlantılı olarak değişir. Öncelikle toplantının şekli çok önemlidir. Bazı şirketlerin düzenlemiş oldukları toplantılarda şirket çalışanlarının katılımı bir zorunluluktur. Bu gibi durumlarda toplantıyı düzenleyen kuruluş kesin katılımcı sayısını bildiği için kendisi direkt olarak otel rezervasyonunu yaptırabilir. Bu durumda organizatörle birlikte kongreyi düzenleyen kuruluş aktif olarak organizasyona katılır.

Katılımın zorunlu olmadığı toplantılarda ise ön duyurularda kullanılan ön rezervasyon formları ile başlayan rezervasyon süreci kişilerin otele gelip yerleşmesine kadar devam eder. Böyle bir durumda rezervasyon ister organizasyon komitesi tarafından yapılsın ister profesyonel kongre organizatörü tarafından yapılsın izlenmesi gereken prosedür aşağıdaki gibidir.

Öncelikle duyurularla birlikte gönderilen rezervasyon formları ve katılımcıların yapmış oldukları ödemelerle ilgili tüm bilgiler liste haline getirilir ve tek elden takip edilir. Eğer iş organizasyon aracılığıyla yapılıyorsa her türlü konudan organizatör sorumludur. Organizatör bu listeleri alarak konaklama tesisi veya tesisleri ile gerekli anlaşmaları yapar.

Bu anlaşmalar yapılırken kongrenin yapılacağı tesisin çalışma şekli ve prensipleri, organizatörün çalışma şekli ve prensipleri, kongreye katılımcı sayısı, kongrenin yapılacağı tarihte yapılması muhtemel başka kongrenin olup olmadığı gibi bir sürü faktör önem kazanır. Yinede konaklama tesisi ile organizatör arasındaki pazarlıklar sonucunda rezervasyonun yapılış şekli belirginleşir.¹⁰⁹

Yapılan ön rezervasyonlarda organizatör otele belli sayıda odayı garanti eder. Aksilikler durumunda odaların hangi tarihe kadar opsiyonlu olacağı ve no-show (yapıldığı halde kullanılmayan, iptal edilmeyen rezervasyonlar) lar konuşulur. Parasının tamamını ödemiş olan katılımcılara odalarının ayrıldığına dair teyit yazısı gönderilir.

Rezervasyonları kesinleşmeyen müşterilerde bilgilendirilmeli ve isimlerine ayrılan odaların son rezervasyon tarihleri kendilerine iletilir. Yapılan rezervasyonlar organizatörün sahip olduğu tecrübeli personel tarafından otele giriş tarihlerinde oluşturulacak bir rezervasyon deski ile sürekli olarak izlenir. Organizasyon komitesine bilgi akışı sağlanır.

Otel rezervasyonlarında organizatör tüm katılımcılara ve gerektiğinde organizasyonda çalışacak görevlilere yetecek konaklamayı sağlamak zorundadır.

Oteller katılımcıların istekleri doğrultusunda farklılıklar gösterebilir. Konaklama için birden fazla tesisin kullanılması gerekli ise müşteri taleplerine göre tesisler ve oda sayıları kararlaştırılmalıdır.

Birden fazla tesisin kullanılması daha fazla sayıda profesyonel kişinin mesaisini gerektirebilir. Otelere önceden belirlenmiş VIP ve davetli listesi gönderilir. Ayrıca talep edilen oda çeşitlerine göre konaklayacakların listesi isim olarak otele verilmelidir.

Bunun yanında otelde kullanılacak salonlar ve gerekli olan ekipmanlarda oda rezervasyonu ile bağlantılı olarak konuşulmalıdır. Böylelikle bu hizmetler gerektiğinde otelden parasız olarak karşılanabilir. Rezervasyon esnasında gerekli olan her türlü ayrıntının konaklama tesisi ile organizatör arasında karara bağlanması büyük önem arz eder.

2.2.1.8. Teknik Cihazlar

Kongrelerde kullanılan teknik cihazlar genellikle kongrenin düzenleneceği merkezde hazır bulundurulur.

¹⁰⁸ ÖZEN Yılmaz, a.g.e.s. 53-54.

¹⁰⁹ TORRENCE R. Sara, a.g.e.s. 92.

PCO organizasyon komitesinden aldığı bilgiler doğrultusunda eksik olan malzemeleri temin etmek zorundadır. Genellikle toplantılarda kullanılan teknik cihazlar şunlardır;

Tepegöz

Projeksiyon- Sinevizyon

Bilgisayar ve internet

Slayt cihazı

Kapalı devre televizyon sistemi

Simültane çeviri sistemi

Fotokopi makinası

Perde ve göstericiler

2.2.1.9. Personel Eğitimi

Kongre organizasyonu ayrıntılı ve titiz çalışmayı gerektirir. Hazırlık aşamasından kongrenin sona ermesine kadar kongre konusunda uzman bir ekibin mesaisini gerektirmektedir. Bu nedenle kongre için çalışacak personelin (geçici veya sürekli) eğitimi konusu büyük önem taşımaktadır. Eğitimli personel düzenlenen kongrenin kalitesini etkileyen en önemli faktördür. Ayrıca unutulmamalıdır ki profesyonel kongre organizatörlerini sıradan acentalardan farklı olmasının sebebi kongre üzerine uzman ekibinin olmasıdır.

Organizatör firma büyüklüğüne ve pazar payına göre çatısı altında sürekli bir ekip bulundurmak zorundadır. Bu ekip sürekli bir eğitim alma şansına sahip olabilir. Ancak kongre başlamadan önce organizatörün sahip olduğu ekibi geçici bir kadro ile takviye etmesi gerekebilir. Alınacak personel kongre konusunda tecrübeli olabilir veya olmayabilir. Her iki durumda da personel kongre başlamadan eğitilmelidir.

Eğitim öncelikle işletmenin çalışma şekli ve prensipleri, yapılacak kongre ile ilgili genel bilgilerin verilmesi ile başlar. Daha sonra bölümlere ayrılan personele yapması gereken iş hakkında detay bilgiler verilir. Konuklarla karşı karşıya gelecek personele, protokol, toplantı prosedürü, davranış biçimi, ve güvenlik konularında uygulamalı eğitim verilmelidir.

2.2.2. Kongre Sırasındaki Çalışmalar

Kongreye katılan delegelere yalnızca toplantı hizmetleri sunulmaz. Toplantı süresi boyunca kişilerin karşılama, transfer, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi ihtiyaçlarının da karşılanması gerekmektedir.

2.2.2.1. Karşılama Hizmetleri

Kongre katılımcıları için sağlanacak transfer hazırlıkları kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluşun istekleri doğrultusunda ve katılımcılar kongre kentine ulaşmadan önce tamamlanmalıdır.

Transfer işlemleri kongrenin ve katılımcıların özelliklerine göre kongreyi düzenleyen kuruluş tarafından yapılabileceği gibi profesyonel bir kongre organizatörü tarafından da sağlanabilir.

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 transfermen sayısı, araç sayısı ve tipleri, gelen yolcuların özellikleri, gidiş ve dönüş saatleri gibi bilgiler bulunur.

Transferlerde kullanılacak personel arasında görev dağılımı yapıldıktan sonra havaalanında bir karşılama masası kurulması ve burada konukların ihtiyaçları doğrultusunda gerekli ilk yardımın yapılması büyük önem taşır. Yorgun olan yolcuların havaalanında bekletilmesi daha kongre başlamadan kongrenin imajını zedeler.

Havaalanında yolcuların karşılanması çok titiz ve hassas bir çalışmayı gerektirir. Gelen yolcular yarım saat önce transfermen veya transfermenler tarafından havaalanlarında beklemeye alınmalıdır. İlk uçaktan son uçağa kadar bütün konuklar havaalanında el levhaları ile karşılanır. Gelen konukların önemine göre gerekirse VIP salonu kullanılır. Bagaj ve pasaport gibi işlemlerin çabuk yapılması sağlanmalıdır. Bu arada konuklara ikramlarda bulunulabilir. Gelen yolcular üst düzey yetkililer ise güvenliklerinin sağlanması için resmi makamlarla ilişki kurularak koruma hizmeti sağlanmalıdır.

Dönüş transferlerinde de yapılacak işlemler genellikle geliş transferlerinde olduğu gibidir. Ancak dönüşlerde dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Öncelikle katılımcıların önceden vermiş oldukları dönüş gün ve zamanları teyit edilmeli ve eğer varsa değişiklikler transfer programına kaydedilerek, transfermenler bilgilendirilmelidir.

Uçakların hareket saatlerinde meydana gelen değişiklikler delegelere bildirilmelidir. En önemli hususlardan bir tanesi ise şehirden hava alanına yapılacak olan transfer saatleri müşterilere uçağın kalkış saatinden en az yarım saat önce havaalanında olacak şekilde verilmelidir. Transferin yapılacağı uzaklık ve trafiğin durumu dikkate alınmalıdır.

Şehir içi ulaşım hizmetleri denilince kongrenin yapılacağı merkez ile konaklama tesisleri arasında katılımcılar için oluşturulacak bir taşıma ağı anlaşılmalıdır. Katılımcılar için kullanılacak olan servisler toplantının programına göre değişen sıklıkta ulaşımı sağlamalıdır.

Bu servislerin her birinde ayrı transfermenler olmalıdır. Personel için ise sabah ve akşam saatlerinde olmak üzere günde en az iki kez çalışan personel servisleri olmalıdır.

2.2.2.2. Hizmet Masalarının Kurulması

Organizatör tarafından Kongrenin yapılacağı merkezde hizmet masalarının kurulması gerekir. Kayıt masaları kongreye katılacak olan delegelerin kayıt, enformasyon, kongre malzemelerinin dağıtılması, tur kayıtlarının yapılabilmesi gibi her ihtiyaca cevap verebilecek nitelikte olmalıdır. Deskler görev alanlarına göre; kongre mahalline, sergi alanlarına, oteller ve havaalanlarına kurulabilir. Kurulacak olan desklerde yoğunluğa göre bir yada birkaç eleman sürekli bulundurulmalı ve kongre süresi boyunca kullanacakları bir telefon hattı sağlanmalıdır. Ayrıca kongreyi tanıtıcı bir afiş deskin önüne asılmalıdır. Kongre merkezine kurulacak olan desk kongrenin konusu gereği kurulması muhtemel standlara, özel tanıtım desklerine, toplantı salonlarına ve giriş kapısına hakim bir yerde olmalıdır. Kongrenin yapılacağı yerde kurulacak kayıt masası 4 bölümden oluşur.

- a. Ödemesini yapmış olanlar: Kongreden istedikleri hizmetlerin tamamını ödemiş olanlar ve kongre organizasyon komitesince davet edilen ve herhangi bir ücret ödemesi söz konusu olmayanlar bu bölüme gelirler.

Delegelerin isimleri görevliler tarafından daha önceden hazırlanmış listelerden kontrol edildikten sonra kişiler daha önceden hazırlanmış olan yaka kartları, çanta ve diğer dokümanların verileceği kongre malzemelerin olduğu masaya gönderilir.

- b. Ödemesinin bir kısmını yapmış olanlar: Bu bölümde daha fazla kişi bulunmak zorundadır. Bu bölüm genellikle en yoğun ve en fazla sorunlarla karşılaşılan bölümdür. Büyük organizasyonlarda bu bölümde bir bilgisayar bulunur. Bilgisayarda kişilerin isimleri ve yapmakla yükümlü oldukları miktarlar gözükmektedir. Kişiler almak istedikleri hizmetler tutarında ödemelerini yaparlar. Ödemelerini yapan kişilere makbuz kesilir. Kesilen makbuzların bir kopyası delegeye bir kopyası, bir kopyası malzemelerin dağıtılacağı masaya, bir kopyası ise para işlemlerinin yapıldığı bölüme gönderilir. Son parça ise koçanda kalır. Ödemesini yapan delegeler kongre malzemelerinin olduğu masaya gönderilir.
 - c. Hiç ödeme yapmamış olanlar: Hiç ödeme yapmamış ve kongreye katılmaya son anda karar vermiş olan delegelerin işlemleri bu bölümde yapılır. Bu bölüme gelen delegelere kayıt formu verilir ve eksiksiz bir şekilde doldurması istenir. Kayıt formundaki bilgiler bilgisayara aktarılır. Parasını ödeyen delegeler kesilen makbuzla birlikte kongre malzemelerini almaları için ilgili masaya gönderilir.
 - d. Kongre malzemelerinin dağıtımının yapılacağı masa: Bu bölüm kendisine gelen delegelerin makbuzlarını kontrol ederek gerekli malzemeleri delegelere sunar.
- Kongreye gelen ödeme yapmamış katılımcıların ödemelerini yapabilecekleri her türlü olanak sağlanmalıdır. Ödemelerin kredi kartı ile yapılabilmesi için bankalarla gerekli anlaşmalar yapılmalıdır.

Otellere kurulacak desklerinde önemi büyüktür. Delegelerin konaklama işlemlerini takibi ve karşılama ve geri dönüş işlemlerinin takibi bu desklerden kolayca yapılabilmektedir. Kayıt masasında yapılan işlemler ile otellerde kurulan desklerdeki elemanlar arasındaki haberleşme çok önemlidir. Katılımcılar ve yaptıkları ödemelerle ilgili bilgisayar çıktıları tüm desklere dağıtılmalı ve bu çıktılar belli aralıklarla güncelleştirilmelidir.

2.2.2.3. Toplantı Yer ve Salonlarının Düzenlenmesi

Toplantının yapılacağı yerin düzenlenmesi toplantının konusu, katılımcı sayısı, ve toplantı programı dikkate alınarak sahip olunan imkanlar ölçüsünde kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluşun önerileri dikkate alınarak yapılır.

.Toplantı yer ve salonlarının düzenlenmesi kongreyi düzenleyen dernek yada kuruluş temsilcileri, kongrenin yapılacağı tesisteki ilgili görevliler ve organizatörün ortak çalışmasını gerektirir.

Düzenlemeler varsa kongre merkezi yada otel personeli tarafından, yoksa organizatörün kendi kadrosu tarafından yapılır. Bazı durumlarda kongre merkezinin imkanları ve personeli yeterli olduğu için organizatör yalnızca yönlendirme yapabilir. Bazen de organizatörün bir fiil kendi personeli ile hazırlık yapması gerekebilir. Salonların teknik donanımı otelden yada dışardan bir firmadan sağlanabilir.

Delegelerin rahatı için toplantı salonları çok iyi planlanmalıdır. Görüntü ve 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 (slide makinesi, tepegöz, bilgisayar, v.b.) salonlara dikkatlice yerleştirilir.

Toplantılarda görsel malzemelerin kullanılmaya başlamasından önceki günlerde, konuşmacıların yegane araçları sesleri ve kişilikleriydi. Günümüzde ise çeşitli görsel araçlar, herhangi bir toplantıyı, verilmek istenen mesajı açıklık renk ve kesinlik ekleyerek daha canlı hale getirebiliyor. Ama bunlar hazırlıksız, kavranmadan ve savruk kullanıldığında, dikkati konuşmacının sözlerinden uzaklaştırarak, ilgiyi kullanılan teknik cihazlara çekerek ve dinleyicileri rahatsız ederek toplantılara zarar da verebilirler¹¹⁰.

Teknik ekipmanlarla ilgilenecek bir uzman sürekli olarak bulunmalı ve herhangi bir aksilik durumunda anında gerekeni yapabilmelidir. Salonların uygunluğuna göre çeşitli çiçek aranjmanları hazırlanır ve kongre boyunca bakımı ve gerektiğinde yenilenmesi sağlanır.

Toplantı salonlarının kapasitesi ve kullanılacak salonların özelliklerine ve katılımcı sayısına göre her salon için oturma şekli, başkanlık masası, konuşmacı kürsüsü konumlandırılır. Salonlar en yüksek sayıdaki izleyici sayısına göre ayarlanmalıdır. İzleyiciler için en uygun oturma şekli yapılacak olan sunuşa ve sunuşta kullanılacak multivizyon aletlerinin konumlandırılmasına göre ve katılımcı sayısına göre değişiklik gösterir. Dört tip oturma planı vardır. Okul, Tiyatro, "U" şekli, Ada, şeklindedir.

Programda daha çok etkinlik kazandırabilme konusunda çeşitli toplantı düzenleri söz konusudur;

Hiyerarşik toplantı düzeni. Bu düzen mikrofondaki bir konuşmacı, salonda oturup dinleyen insanlardan ibarettir.

Küçük Grup Toplantıları. Bu tip toplantılara “ Workshop” yada komite toplantıları da denir. Bu düzende daha detaya inebilmek ve karmaşık konuları en geniş boyutlarda ele alabilmek imkanı 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 yada 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 yada hepsinden bir arada yada aynı anda yer verilmesi halidir. Bu tip büyük çapta esnekliğe sahip olan toplantı düzenidir.

Görüntü ve ses düzeni de çok önemlidir. Aydınlatma elemanlarının kalite ve yeterliliği test edilmeli, elektrik kesintilerine karşı önlemler alınmalıdır. Monitör veya perde herkes tarafından rahatça görülebilir olmalıdır. Ayrıca salonun aydınlığı yapılan sunuşun şartlarına ve dinleyicinin ihtiyaçlarına göre düzenlenmelidir. Unutulmamalı ki parlak ışık gözü yorduğu gibi, karanlık bir ortam da izleyiciyi uyutabilir. Ayrıca konuşmacı izleyicilerin tepkilerini de görmek isteyebilir.

Ses düzeni de görüntüyü tamamlayan önemli bir unsurdur. Öncelikle salonun büyüklüğüne göre yeterli sayıda hoparlör ve modern bir ses sisteminin bulunması zorunludur. Mikrofon sayısı ve türü saptanmalı ve nerelere kaç adet konumlandırılacağı belirlenmelidir. Ayrıca eğer kayıt yapılması gerekiyorsa kayıt cihazları yeteri kadar temin edilmelidir.

Salonlardaki tüm hazırlıklar bitirdikten sonra bir prova yapmak çok önemlidir. Ayrıca salonlar ambiyansın uygunluğuna göre yeterli miktarda taze veya kuru çiçeklerle donatılmalıdır.

Kongrenin yapılacağı yerin düzenlenmesinde önemli unsurlardan birisi ise işaretlemelerdir.

¹¹⁰ JANNER Greville, Başarılı toplantı, Rota kitabevi, İstanbul 1998, s. 116.

Kongrenin yapılacağı yerin ana girişinden başlayarak, çeşitli aktivitelerin yapılacağı yerlerin kongre amblemini taşıyan özel yönlendirme levhaları ve oklarla donatılması gerekir.

2.2.2.4. Yiyecek-İçecek hizmetleri

Kongre organizatörleri kongre başlamadan önce kongrenin yapılacağı işletme ile kongre boyunca katılımcılara sunulacak yeme-içme hizmetleri ile ilgili anlaşmaları yapmaktadırlar. Oteller için kongre organizasyonları boyunca verilecek yeme-içme hizmetleri banquet (Ziyafet) faaliyetlerini ifade eder ve otellerde ayrı bir bölüm tarafından koordine edilir¹¹¹

Kongre organizatörleri delegelerin yeme-içme alışkanlıkları ve kongrenin yapılacağı yörenin özel yemeklerinden meydana gelen bir menü üzerinde önceden anlaşılır. Kongre süresi boyunca anlaşılan menü üzerinde değişiklikler olduğu takdirde münülerin fiyatları tekrar gözden geçirilir. Kongre esnasında verilen hizmet hem kongre organizatör temsilcisi hem de otel yada kongre merkezi yetkilisi tarafından dikkatle izlenir. Otel ile yapılacak yiyecek-içecek hizmetlerinde dikkat edilmesi gereken hususlar şunlardır¹¹²,

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

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.

¹¹¹ AKTAŞ Ahmet, Ağırhama ve Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1990, s. 303.

¹¹² a. e. s. 306.

Böylelikle organizatör fiyat konusunda büyük avantajlar sağlayacak, otel ise menülerin hazırlanmasında ve fiyat çıkarmada zorluk çekmeyecektir. Ancak bazı kongrelerde delegelerin özel menü istekleri olabilmektedir.

2.2.2.5. Simültane Tercüme Hizmetleri

Kongreler için yapılacak tercüme kongrenin başarısı için çok önemlidir. Kongre organizatörü organizasyon komitesinden katılımcıların milliyetlerini ve simültane tercümenin kaç dilde verileceği konusunda görüşlerini alır. Elbette bu kongrenin bütçesi ile de çok ilgilidir. 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.

Simültane tercümenin yapılacağı dillere göre tercüme kabinlerinin düzenlenmesi sağlanır. Simültane tercüme donanımının önceden kontrol edilmesi gerekmektedir. Kongrenin yapılacağı tesisin eksikleri dışarıdan kiralama yoluyla giderilmelidir. Teknik ekipmanlarla ilgilecek teknisyenler temin edilmelidir¹¹³.

2.2.2.6. Sergilerin Kurulması

Bazı tip kongreler, özellikle mesleki amaçlı olanlar için sergileme kongrenin önemli bir parçasıdır. Sergiler organizatör için önemli gelir kaynaklarıdır. Sergileyici için ise bir pazarlama işi, firmasının mallarını ve hizmetlerini muhtemel tüketicilere tanıtmaya fırsatıdır. Kongreye katılanlar ve ziyaretçiler için sergi, yeni ve geliştirilmiş mal ve hizmetleri, teknolojik yenilikleri öğrenmek, takip etmek için en uygun fırsattır. Sergi alanları dizayn edilirken toplantı salonları ile uyum içinde olmasına dikkat edilmelidir. Sergi alanının giriş çıkışları eğer mümkünse toplantılar için kullanılan girişlerden farklı olmalıdır. Sergi alanlarının girişleri geniş olmalıdır. Ayrıca sergi alanlarına ihtiyaç duyacakları tesisatlar çekilmelidir. Sergi alanları ve toplantı salonları yiyecek-içecek ünitelerinden ortak yararlanabilecek şekilde dizayn edilmelidir. Sergi alanları toplantı salonlarının giriş ve çıkışlarından uzak olmalıdır.

¹¹³ GOLDBLATT J. Joe, Special Events: The Art and Science of Celebration, Van Reinhold Press, Newyork, 1990, s. 163.

2.2.2.7. Turların Düzenlenmesi

Düzenlenmesi düşünülen geziler 4 ayrı bölümden oluşur. Bunlardan ilki kongre başlamadan önce yapılan değişik turistik yörelere yapılan konaklamalı gezilerdir.

İkincisi kongre sırasında yapılan gezilerdir. Bu tip geziler genellikle kısa süreli gezilerdir. Genellikle toplantıya ara verilen sürelerde yapılan gezilerdir. Şehir turları en yaygın olanlarıdır. Kongre sonrası geziler ise en kapsamlı olan gruptur. Bu gezilere katılmak isteyen delegeler ilgi alanlarına göre rezervasyon yaptırırlar. Son grup ise özel ilgi turlarıdır. Bunlar kongrenin konusu ile ilgili mesleki teknik gezilerdir.

2.2.3. Kongre Sonrası Çalışmaları

Kongre sonrasında yapılacak çalışmalar organizatör ve organizasyon komitesi için çok önemlidir. Bu çalışmalar ödemelerin yapılması, kongre hesaplarının kapatılması ve değerlendirme toplantısı ve raporun hazırlanmasından oluşur.

2.2.3.1. Ödemelerin Yapılması ve Kongre hesaplarının Kapatılması

Kongrenin bitimi organizatörlerin çalışmalarını yavaşlatmaz. Kongre bittikten sonra konaklama tesisleri, kongre merkezleri, kiralama şirketleri, v.b. organizasyon boyunca hizmetlerinden yararlanan tüm işletmelere yapılan anlaşmalara göre ödemeler yapılır. Ödemeler doğrudan yada banka aracılığıyla yapılır. Kongrede organizatör ile konaklama tesisi 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 yapılan anlaşmalar var ise organizatör tarafından ödenir. Ancak bu kişilerin hesapları ayrı bir folio da tutulmaktadır. Ekstralar ile ilgili en önemli sorunlar VIP müşterilerde yaşanmaktadır. Organizasyon komitesi tarafından davet edilen ve herhangi bir ücret ödemeyen bu kişiler için konaklama tesisi ile yapılan ön anlaşmalarda ekstraların ne şekilde tahsil edileceği bir karara bağlanmalıdır.

Bankalarda bulunan hesaplar gerekli işlemler yapıldıktan ve kontrol edildikten sonra kapatılmalıdır.

Aynı şekilde kongre süresince çalışan geçici personel ücretleri ödenir. Ayrıca organizatörün bünyesinde bulunan sürekli personele verilecek olan pirimler ve tipler belirlenerek bütçeye aktarılır.

2.2.3.2. Değerlendirme Toplantısı ve Raporun Hazırlanması

Kongre sonrasında yapılan kongreyle ilgili bir değerlendirme toplantısı yapılır. Bu toplantıda kongrenin başarısı ve kongrede ortaya çıkan sorunlar değerlendirilir. Değerlendirme toplantısında kongre organizasyonunda yer alan tüm taraflar arasında kongre boyunca meydana gelen ilişkiler gözden geçirilir. Ayrıca kongrenin gerçekleşen bütçesi ile tahmin edilen bütçe arasındaki sapmalar analiz edilmelidir.

Değerlendirme toplantısına kongre organizatörü ve yardımcıları ve dernek yada kuruluşun yöneticileri katılırlar. Burada güvenlik, rezervasyonlar, transferler, yeme-içme hizmetleri, v.b. 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 yıl sonunda organizatörlerin yapmış oldukları yıllık faaliyet raporlarının hazırlanmasına yardımcı olur.

3. BÖLÜM ANTALYA BÖLGESİNİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ, SORUNLARI VE GELECEKTEKİ BEKLENTİLERİNE YÖNELİK UYGULAMA ÇALIŞMASI

Bu bölümde öncelikle Antalya bölgesinin turizm potansiyeli (doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar, altyapı ve üstyapı olanakları ve diğer sektörler vs) tanıtılarak, Türk turizmi içindeki payı ve önemi gibi konulara değinilecek ve kongre turizmi konusunda mevcut durum özetlendikten sonra araştırma için yapılan anketin değerlendirilmesine geçilecektir.

3.1. Antalya Bölgesinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Antalya bölgesi arkeolojik ve doğal güzelliklerinden ötürü "Türk Rivierası" olarak bilinir. Deniz, güneş, tarih, ve doğanın mükemmel uyumunu oluşturduğu bu yöre Akdeniz'in en güzel ve temiz plajlarına sahiptir. İnanılmaz doğal güzellikleriyle şehir tarih boyunca yaşadığı gibi önemli bir merkez olmayı sürdürmektedir.

Bugünkü Antalya ili dünya haritası üzerinde $36^{\circ} 07' - 37^{\circ} 29'$ kuzey enlemleri ve $29^{\circ} 20' - 32^{\circ} 35'$ doğu boylamları arasında yer almaktadır. Türkiye'nin Batı Akdeniz Bölgesinde yer alan Antalya'yı kuzeyde Isparta ve Burdur, kuzey doğuda Konya ve Karaman, doğudan İçel batıdan Muğla ve güneyden Akdeniz çevreler. Yüzölçümü 20.591 km^2 olan Antalya, Türkiye yüzölçümünün %2.6'sını kaplar. Merkezi ile birlikte 14 ilçe, 22 bucak ve 614 köy bulunmaktadır. 1996 yılı sonu itibariyle il genel nüfusunun 1.572.067 olduğu saptanmıştır.

Antalya bölgesinin ekonomisi büyük ölçüde turizme dayanmakla birlikte seracılık sektörü de büyük önem taşımaktadır. Tarım, turizm ve ticaretin payı Türkiye ortalamasının üstünde olurken, sanayinin payı düşük kalmaktadır.

Antalya bölgesinde tipik Akdeniz iklimi hüküm sürer. Yazları sıcak ve kurak kışları ılık ve yağışlıdır. Yıllık sıcaklık ortalaması 18.7 C° dir. Nem oranı biraz yüksektir (Ortalama % 64). Ortalama deniz suyu sıcaklığı ise 21.5 C° dir.

Tarihi ve kültürel çevreye bakıldığında ilk göze çarpan Antalya'nın tarihi çekirdek kenti olarak bilinen Kaleiçidir. Helenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı devrinin ortak eserleri ile dolu olan surlarla çevrili bu semt Antalya'nın tarihini gözler önüne sermektedir.

Kaleiçi geçtiğimiz yıllarda ele alınmış ve planlı bir şekilde restore edilmiştir. Kaleiçi restorasyon çalışmalarından ötürü Türkiye 28 Nisan 1984 yılında Turizmin Oscarı olarak kabul edilen Altın Elma ödülünü kazanmıştır¹

Ayrıca şehrin içinde çeşitli medeniyetlerden kalma irili ufaklı bir çok eser vardır. Bunların en önemlileri; Yivli minare camii, Gıyaseddin Keyhüsrev Medresesi, Nigar Hatun Türbesi, Kesik Minare camii, Hıdırlık kulesi, Saat Kulesi, Karatay medresesidir.

Antalya bölgesinde birçok antik kent vardır. Phaselis, Olympos, Perge, Silyon, Aspendos, uluslararası öneme sahiptir.

Antalya müzesi bölgenin ilk insanla başlayan ve günümüze kadar adeta kesintisiz devam eden binlerce yıllık öyküsünü kronolojik ve yer yer didaktik olarak sergilemektedir. Müze 1988 yılında "Avrupa Konseyi Özel ödülü" ne layık görülmüştür.

Antalya tarih ve kültür hazineleri kadar doğal güzellikleriyle de önemli bir turistik merkezdir. Şehirde plajlar, parklar, spor tesisleri önemli dinlenme olanakları sunmaktadır. Ancak Antalya'nın sahip olduğu zenginlikler içinde milli parklar, şelaleler ve mağaralarında ayrı bir yeri vardır. Aşağıda özetle bu çekiciliklere değinilmektedir.

Toros dağ kuşağının eteklerinde kurulu olan Antalya ili, mağara oluşumu yönünden ülkemizin en zengin ilidir. Antalya da bulunan beşyüz kadar mağara içinde ancak birkaç tanesi uluslararası önem taşımaktadır. Bunlar; Karain, Altınbeşik, Damlataş, Dim, Mavi ve Kocain mağarasıdır.

Düden şelalesi, Manavgat şelalesi ve kurşunlu şelalesi Antalya'nın sahip olduğu önemli doğal güzelliklerdendir.

Antalya dağlarla çevrili konumu nedeniyle yaylalar yönünden de oldukça şanslıdır. Başlıca yaylalar şunlardır; Fesliğan, Bakırlı, Yeşil yayla, Saklıkent, Gündoğmuş, Akseki, Korkuteli, Elmalı.

Antalya Türkiye'nin en güzel milli parklarını bünyesinde bulundurmaktadır. Bunlar; Olimpos, Güllük dağı (Termessos), Köprülü Kanyon (Beşkonak) milli parkıdır. Bu kadar zengin bir doğal çevreye sahip olan bölgede turizmin her türü yapılabilmektedir.

Antalya bölgesi her yıl çeşitli etkinliklere de sahne olmaktadır. Altın Portakal film festivali, Altın nar güzellik yarışması, uluslararası Triathlon yarışması bunlara verilebilecek en güzel örneklerdir.

¹ Antalya Turizm Envanteri, Antalya İl Turizm Müdürlüğü

Antalya ulaşım bakımından da çok şanslı bir konuma sahiptir. Antalya'dan karayolu ile Türkiye'nin tüm şehirlerine ulaşım imkanı vardır.

Havayolu ulaşımı Antalya için çok büyük önem taşımaktadır. Antalya havalimanı 1960 yılında askeri havalimanı olarak işletmeye açılmış ve 1981 yılında pistler genişletilerek sivil havacılığın hizmetine sunulmuştur. Antalya havalimanı yap, işlet, devret modeliyle sürekli bir yapılaşma ile şu anki kapasitesine ulaşmıştır. Havalimanı şu anda 3400 ve 2990 metre uzunluğunda 2 piste sahiptir. 1998 yılında hizmete giren yeni dış hatlar terminali 54.000 metrekarelik kapalı alanı, 414 araçlık otoparkı, 3 bin 300 m² giden yolcu bekleme holü 10 450 m² lik hacimli 10 adet çıkış kapısına ilaveten, 46 adet geliş ve gidiş pasaport polis kabini ile uluslararası büyük havalimanlarında mevcut tüm kullanım kolaylıklarını fazlası ile bünyesinde barındırmaktadır²

Demiryolu ulaşımı Antalya şehri için bir eksiklikler Demiryolu ancak Antalya iline 120 km mesafede olan Burdur ilinden başlamaktadır. Diğer taraftan Antalya'ya deniz yolu ile ulaşım talebi az olması nedeniyle, deniz ulaşımında tarifeli seferler bulunmamaktadır

Antalya bölgesin sahip olduğu bu tarihi, doğal ve kültürel güzellikleri mükemmel bir turistik üstyapı tamamlamaktadır. Özellikle 1980'li yıllarla birlikte hızlanan turizm yatırımları kent merkezi ve kıyı şeridi boyunca yer almaktadır

Aşağıda 1999 yılı itibariyle Antalya ilinin bölgelere ve tesis türlerine göre işletme belgeli tesislerin dağılımı verilmiştir

² ÖZBEY M. Çetin, "Antalya havalimanı", EXPO Touristik, Dünya Yayıncılık, Ekim 1998, s 12

Tablo 3.1. Antalya Bölgesinde İşletme Belgeli Tesislerin Kapasite ve Sınıflarına Göre Dağılımı (1999)

TESİSİN YERİ	TESİS SAYISI	YATAK KAPASİTESİ
ANTALYA-MERKEZ	83	9.656
MANAVGAT	59	25.021
ALANYA	144	27.961
SERİK	21	12.376
KEMER	114	29.938
FİNİKE	1	49
KALE	1	84
KAŞ	32	1.725
TOPLAM	455	106.810

TESİSİN SINIFI	ANTALYA MERKEZ	MANAVGAT	ALANYA	SERİK	KEMER	FİNİKE	KALE	KAŞ	TOP
1 sınıf Tatil Köyü	--	12	2	11	20	--	--	--	45
	--	9.640	925	6.536	13.431	--	--	--	30.532
2 sınıf Tatil Köyü	--	--	1	--	--	--	--	--	1
	--	--	400	--	--	--	--	--	400
5 yıldız Otel	4	12	5	6	15	--	--	--	45
	4.076	6.323	2.627	3.722	10.525	--	--	--	27.277
4 yıldız Otel	4	11	14	3	5	--	--	1	38
	1.105	4.565	5.665	1.468	1.496	--	--	--	14.422
3 yıldız Otel	16	11	57	1	9	--	--	5	99
	1.737	2.541	12.023	650	1.689	--	--	561	19.201
2 Yıldız Otel	19	7	33	--	12	1	1	7	80
	1.440	1.460	3.733	--	836	49	84	480	8.082
Tek yıldız Otel	3	--	12	--	3	--	--	4	22
	134	--	728	--	155	--	--	137	1.154
Özel Otel Belgeli	8	--	1	--	2	--	--	--	11
	410	--	158	--	237	--	--	--	805
Apart Otel	1	2	17	--	1	--	--	--	21
	48	180	1.592	--	35	--	--	--	1.855
Turistik Pansiyon	15	3	1	--	47	--	--	13	79
	477	56	68	--	1.530	--	--	370	2.501
Özel Pansiyon	10	--	--	--	--	--	--	2	12
	229	--	--	--	--	--	--	54	283
Motel	--	1	1	--	--	--	--	--	2
	--	256	42	--	--	--	--	--	298
Toplam	83	59	144	21	114	1	1	32	455
	9.656	25.021	27.961	12.376	29.376	49	84	1.725	106.810

Kaynak: Antalya Turizm İl müdürlüğü

Yukarıdaki tablodan da görüleceği gibi işletme belgeli 455 adet tesisin toplam yatak kapasitesi 106 810'dur. Bunun yanında 150 tesis işletme belgesi almadan faaliyet göstermektedir ve bu tesislerin yatak kapasitesi toplam 26 461'dir. Şu anki toplam hizmette bulunan yatak kapasitesi 133 271'dir.

Bu oran Türkiye'nin sahip olduğu turizm bakanlığından belgeli yatak kapasitesinin %24'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca bölgede halen çeşitli sınıflarda yatırım belgeli 239 adet tesisin yapımına devam edilmektedir. Bu tesislerin tamamlanması ile 65 544 yatak daha hizmete girecektir.

Antalya turizm il müdürlüğü verilerine göre 1998 yılı sonu itibariyle Antalya bölgesini çoğunluğu Avrupa ülkelerinden olmak üzere 2 539 442 yabancı turist ziyaret etmiştir. Turizm geliri ise 2,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Dünya Turizm örgütünün verilerine göre 1998 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısının 9.2 milyon ve turizm gelirlerinin ise 8.3 milyar dolar olduğu göz önüne alınırsa, Antalya'nın Türkiye'ye gelen turist sayısının % 27,7'sini, turizm gelirlerinin ise % 29'unu oluşturduğu görülür. Bu nedenle Antalya Türk turizminin başkenti olarak ifade edilmektedir.

Aşağıda 1998 yılında deniz ve havayolu ile Antalya bölgesine gelen turistlerin milliyetlerine göre dağılımı verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi, ziyaret eden turistlerin yarısından fazlası Alman vatandaşlarıdır. İkinci sırayı Rusya almaktadır. Avusturya ve İsrail bu ülkeleri izlemektedir.

3.2. 1998 Yılında deniz ve Havayolu ile Antalya bölgesine gelen Turistlerin Milliyetlerine göre Dağılımı

MİLLİYETİ	GELEN KİŞİ SAYISI
1. ALMANYA	1.377.874
2. RUSYA	260.689
3. İSRAİL	92.894
3. AVUSTURYA	126.867
4. HOLLANDA	91.432
5. İSVEÇ	83.005
6. İNGİLTERE	70.209
7. FRANSA	65.541
8. BELÇİKA	45.925
9. DANİMARKA	43.457
10. FİLLANDIYA	39.517
11. İTALYA	33.715
12. JAPONYA	24.657
13. DİĞER	183.660
TOPLAM	2.539.442

Kaynak: Antalya İl turizm Müdürlüğü

Gelen turistlerin aylara göre dağılımına bakıldığında %16,23 ile Ağustos ilk sırayı almaktadır. Sonra sırasıyla %14,70 ile Temmuz ikinci sırayı, %12,75 Eylül üçüncü sırayı ve %11,72 ile Mayıs dördüncü sırayı almaktadır³

³ "Yerel gündem 21 Antalya Kent Konseyi Fiziksel Yapılanma ve Çevre Konulu" Ön Raporu, Mart 1999, s. 41.

Kongre turizminin gelişimi için son yıllarda Antalya bölgesinde yoğun bir şekilde gerek özel sektör gerekse kamu sektörünün katkısıyla önemli gelişmeler yaşanmıştır. Antalya bölgesinde konaklama tesisleri kendilerini revize ederek kongre turizmi için gerekli olan altyapı yatırımlarını kısa sürelerde tamamlamışlardır. Ayrıca bazı konaklama tesisleri konferans merkezleri yapma yoluna gitmişlerdir. Bu arada merkezi hükümet ve özel sektör işbirliği ile Antalya'nın merkezine Sabancı kongre ve Sergi Sarayı inşa edilmiştir. (Bu merkez ile ilgili teknik bilgiler ekte verilmiştir.) Antalya bölgesinde bulunan tesisler ve toplantı imkanları aşağıda özetle verilmiştir.

Tabloda yer alan tesislerin tümü katılımcı sayısı en az 300 kişilik toplantılara hizmet verebilecek sayıda ve nitelikte salonları bulunan tesislerdir. Diğer küçük çaplı salonları olan tesisler değerlendirmeye alınmamıştır.

Tablo 3.3.'den de görüleceği gibi Antalya bölgesindeki tesislerde yaklaşık 46 982 m² toplantılar için ayrılmış özel alan bulunmaktadır. Bölgedeki tesislerin toplam salon kapasitesi tiyatro düzeninde 46 246 kişidir.

Bu kapasitenin Antalya bölgesindeki dağılımına baktığımızda Belek turizm merkezi ilk sırayı almaktadır. Bu kapasite artışı son 10 yıl içinde büyük gayretlerle sağlanmıştır. İkinci sırayı Kemer yöresi almaktadır. Side ve Manavgat yöresi ise üçüncüdür.

Özetle Antalya bölgesi turizmin her türü için gerekli potansiyele sahiptir ve Kongre turizmi içinde önemli bir çekim merkezi olma yolundadır.

3.3. Antalya Bölgesinde Bulunan Kongre Merkezleri ve Otellerin Kongre Salonları ve Kapasiteleri

TESİS	Salon sayısı	Salon Kapasitesi (Tiyatro Düzeni)	Kapalı Alan (m ²)
ANTALYA MERKEZ	59	14515	15187
Sabancı Kongre ve Sergi Sarayı	5	3280	3908
Antalya Kültür Merkezi	2	1165	1080
Büyükşehir Belediye Salonu	5	536	536
Özel İdare Tiyatro salonu	2	500	450
Ticaret ve Sanayi Odası	3	315	320
Antalya Vilayet Salonu	1	350	267
Akdeniz Üniversitesi Atatürk Konferans Salonu	1	550	560
Dedeman Otel	12	2735	3287
Sheraton Voyager	10	940	1190
Talya oteli Kongre Merkezi	4	1440	1200
Falez Otel	8	974	1213
Otel Sera	4	330	306
Ofo Otel	2	1500	870
BELEK BÖLGESİ	75	18155	18585
Adora Golf Resort	18	3075	3574
Anıbel Belek otel	4	1710	1760
Belconti Resort otel	6	1080	1316
Gloria Golf Resort	6	1530	1503
Hotel sun Zeynep	9	2190	2039
Letoonia Golf Resort	6	1980	1980
Sirene	9	4355	4155
Merit Arcadia	3	444	467
Xanadu Resort Otel	14	1791	1791
Topkapı Palas	4	1000	800
KEMER Bölgesi	43	11326	11257
Club Aquamarine	5	415	832
Mirage Park Resort	4	686	656
Hotel Ma Biche	2	600	605
Royal Resort otel	4	1960	1200
Renaissance Antalya Resort	5	1790	2077
Club Salima	1	350	400
Türkiz Otel	3	320	295
Club Zigana	1	325	456
Club alda	1	350	400
Champion Tatil Köyü	2	350	356
Limra	8	2720	2730
Le Jardin	3	460	450
SİDE/MANAĞAT	9	2500	2302
Grand Prestige Side	3	800	897
Perissia Otel Side	1	500	370
Otel Turquoise	3	350	349
Sevenses Resort	2	850	686
TOPLAM	185	46246	46982

Kaynak: Tablo tarafımdan oluşturulmuştur

3.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Türkiye son yıllarda turizmi en hızlı gelişen ülkelerden birisi konumundadır. Fakat bu gelişme istikrarlı bir şekilde olmamaktadır. Ülkemiz yeterli turizm potansiyeline, kendi bölgesindeki ülkelere oranla modern ve yeni tesislere, kaliteli turizm personeline sahiptir. Ancak Akdeniz çanağında bulunan Türkiye'nin sahip olduğu Pazar payını koruması, arttırması ve bu sayede Dünya turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi için sahip olduğu çekicilikleri kullanarak turistik ürününü çeşitlendirmesi ve Turizm sezonunu 12 aya yayması zorunluluğu vardır. Kongre turizmi ekonomik, sosyal, kültürel ve diğer etkileri en fazla olan turizm türüdür. Bu nedenle kongre turizmi konusunda potansiyel etkin bir biçimde kullanılarak turizm gelirlerinin artması ve dolayısıyla ülkenin ekonomisinin ve refah düzeyinin yükselmesi beklenebilir.

Özellikle İstanbul ve Antalya bölgesi kongre yatırımların odak kentleridir. Ancak oluşturulmaya çalışılan altyapı çalışmaları kongre turizmi için yeterli değildir. Kongre organizasyonu ayrıntılı çalışmayı, yoğun hazırlık dönemini ve bilgi birikimini gerektirir. Bu nedenle kongre konusunda yapılacak akademik çalışmalar özellikle sektörel bazda bilgi birikiminin sağlanması ve edinilmiş tecrübelerin paylaşımı konusunda yararlı olacaktır.

Araştırmanın Antalya bölgesinde uygulanması, Antalya'nın Türk turizminde önemli bir yere sahip olması ve kongre turizmi konusunda öneminin giderek artmasının bir sonucudur.

Araştırma kapsamını Antalya bölgesindeki konaklama tesisleri ve Seyahat acentaları oluşturmaktadır. Anket uygulamasında konaklama tesislerine ve seyahat acentalarına ayrı ayrı anketler düzenlenmiş ve anketler işletmelerin yetkilileri ile yüz yüze yapılmıştır. Böylece elde edilen verilerin yorumlanmasında kolaylık sağlanmıştır.

Araştırmanın örneklerini mevcut konaklama tesisleri içinden seçilen 30 adet değişik tür ve sınıfta tesis ve 20 adet A grubu seyahat acentası oluşturmaktadır. Konaklama tesisleri seçilirken özellikle büyük tesisler olmasına özen gösterilmiştir. Bunun nedeni ise bölgedeki tesis sayısının fazla olmasından dolayı kongreler için genellikle beş yıldızlı otellerin ve tatil köylerinin seçilmesidir. Ayrıca elde edilen veriler daha güvenilir olmaktadır.

3.3.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada kongre turizminde organizasyonu düzenleyen ve organizasyona ev sahipliği yapan her iki tarafa (konaklama işletmeleri ve Seyahat acentaları) iki ayrı anket uygulanarak, araştırmanın, konunun ilgili tarafları ile daha geniş bir yelpazede değerlendirilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Belirlenen 2 ana kütle arasından anket kapsamına alınacak olan örnekler tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden birisi olan kararsal örnekleme yöntemi ile yapılmıştır. Burada amaç bölgedeki kongre turizmi ile ilgili tarafların büyük bir bölümünün araştırmaya sokulmasıdır. Anketlerin hepsi kişisel görüşme yöntemiyle yapılmıştır.

Bu anketlerdeki bazı sorular farklı bazıları ise aynıdır. Aynı olan sorular iki anket için ortak değerlendirilmiştir. Anket sorularının hazırlanmasında konu ile ilgili geniş kapsamlı bir altyapı çalışması yapılmış, mevcut kaynaklar taranmış, belli uzman kişilerle görüşülmüş ve karşılaştırma imkanı sağlaması için, kongrecilikle ilgili uluslararası standartlar dikkate alınmıştır.

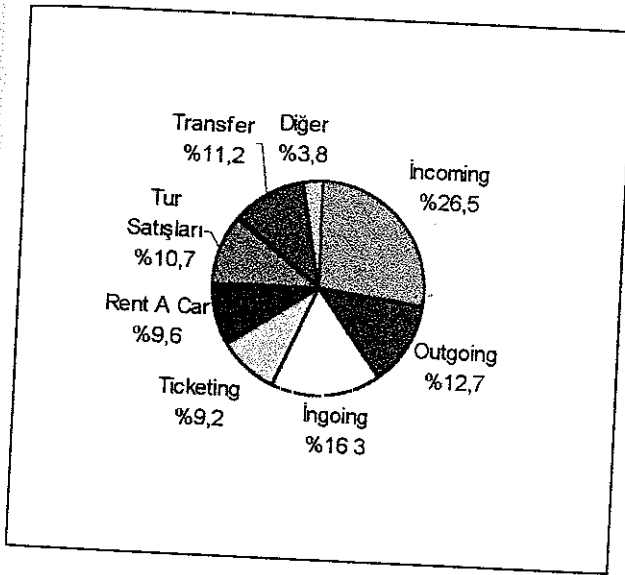
Ankette kullanılan sorular 4 gruptan oluşmaktadır. Bunlar; Çoktan seçmeli, önem sıralamasına göre sıralama, boşluk doldurma ve açık uçlu soru tipleridir. Önem sıralamasına göre değerlendirme yapılan sorularda, toplam puanlar hesaplanmış ve yüzdesel olarak ifade edilmiştir.

3.4. Antalya Bölgesinin Kongre Turizminin Sorunlarının ve Gelecekteki Beklentilerin belirlenmesine yönelik anketlerin Değerlendirilmesi

3.4.1. Seyahat Acentalarına yönelik Anketin Değerlendirilmesi

Soru 1. Acenta faaliyetlerinizi toplam geliriniz içindeki önem derecesine göre (1,2,3,... yazarak) sıralayınız ve bu önem sırasına bağlı olarak toplam gelir içindeki % paylarınızı yazınız.

Grafik 3.1.



Yüzde payları konusunda kesin ve güvenilir bilgiler toplanamadığı için yüzdesel oranlar dikkate alınmamış ve önem sıralamasına göre değerlendirme yapılmıştır.

Bölgede Anket kapsamında değerlendirilen acentaların faaliyet alanlarına baktığımız zaman incoming faaliyetleri % 26 5 ile acentaların en önemli faaliyet alanı olarak görülmektedir. Ingoing faaliyetleri ise %16.3 ile ikinci sırayı almaktadır. Incoming faaliyetlerinin dağılım yüzdesinin yüksek olması bölgedeki acentaların öncelikli çalışma alanlarının yurtdışından gelen tatil amaçlı turistler olduğunu ifade etmektedir.

Outgoing faaliyetleri %12'lik bir oranla üçüncü sırada yer almaktadır. Tur satışları %10. 7 ve transferler %11 2 ile anket kapsamı içinde değerlendirilen acentalar için önemli faaliyet alanları olarak göze çarpar.

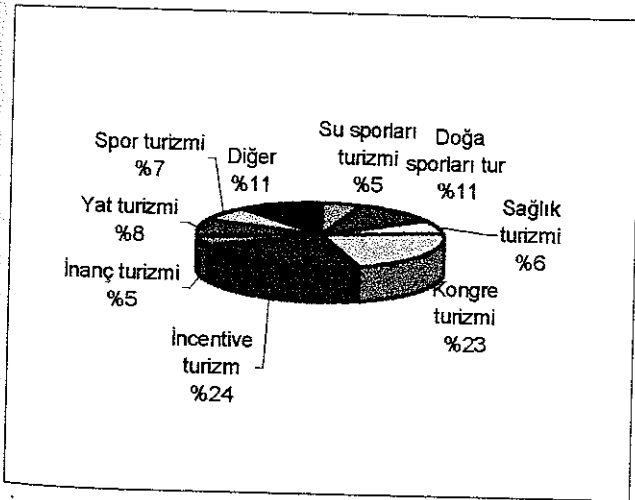
Bu bölümde transfer, tur satışları, rent acar ve ticketing faaliyetlerinin incoming, outgoing ve ingoing faaliyetlerinden ayrı olarak belirtilmesinin sebebi bazı küçük acentalarının faaliyetlerinin yalnızca bu alanlar ile sınırlı olmasından kaynaklanmaktadır.

Biletçilik faaliyetlerinin %9.2 ile diğer büyük şehirlere nazaran düşük kalmasının iki önemli sebebi vardır. İlki büyük ölçüde paket turlar nedeniyle gelen turistlerin ulaşımının da paket turlar içinde olmasıdır. İkincisi ise bölgedeki sanayi ve ticari faaliyetlerin ülkemizdeki diğer şehirlere nazaran az olması nedeniyle bölgedeki münferit seyahatlerdeki oranın diğer şehirlere göre düşük olmasıdır.

Soru 2. Incoming, Outgoing ve Ingoing faaliyetleriniz içinde turizm çeşitleri itibariyle önem sıralaması (1,2,3,... yazarak) yapınız ve bu önem sıralamasına bağlı olarak % paylarınızı yazınız

Bu soruda incoming, outgoing ve ingoing faaliyetleri içinde turizm çeşitlerinin önemi ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Ancak yüzde payları konusunda kesin ve güvenilir bilgiler toplanamadığı için yüzdesel oranlar dikkate alınmamış ve önem sıralamasına göre değerlendirme yapılmıştır.

Grafik 3.2

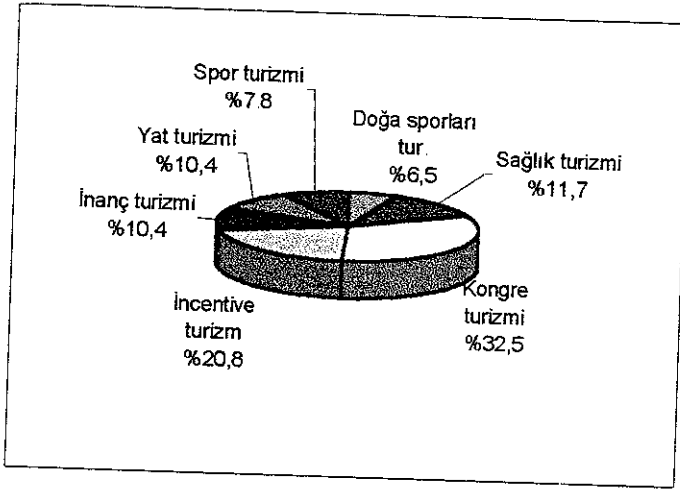


İncoming gelirleri içinde incentive ve kongre %23 ve %24'lük birbirlerine çok yakın oranlarla ilk iki sırayı paylaşmaktadır. Anketlerin yapılışı esnasındaki görüşmelerdeki izlenimlerden düzenlenen toplantı çeşitleri ve sayıları bakımından incentivilerin daha yoğun olmasına rağmen, düzenlenme sıklığı daha az olan kongrelerin katılan delege sayıları fazla olmasından ve sürelerinin incentivilere göre daha uzun olmasından dolayı

acentalara bıraktıkları gelirlerde önem sırası bakımından birbirlerine çok yakın olduğu saptanmıştır.

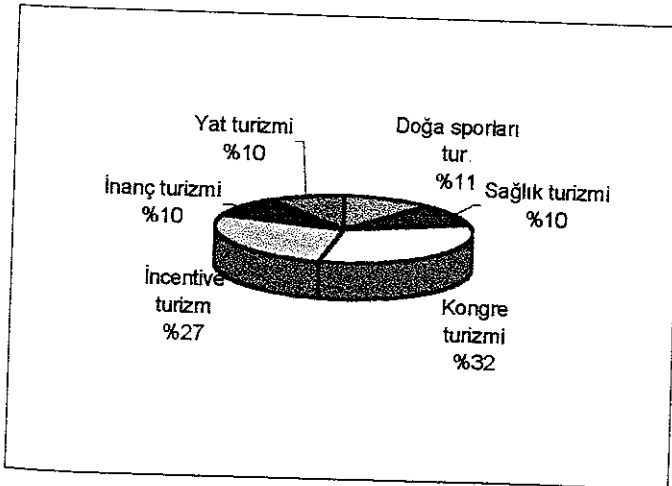
Incoming faaliyetleri içinde ikinci önem sırasını % 11'lik aynı yüzde ile doğa sporları ve diğerleri seçeneğindeki açıklamalardan kitle turizminin aldığı görülmektedir. Yat turizmi %8 ve spor turizmi %7 ile acentaların incoming faaliyetleri içinde önemli olduğu görülmektedir. İnanç turizmi de %5 ile bazı acentalar için önemli olmasına rağmen genel içindeki oranı oldukça düşük görülmektedir.

Grafik 3.3



Outgoing faaliyetleri içinde Kongre %32,5 ile ilk sırayı, Incentive %20,8 lik oranla ikinci sırayı alan turizm çeşitleridir. Bu bölümdeki sıralamada bölgeden dışarıya giden turistlerin de öncelikle kongre ve incentive için çıktıklarını ve bu ikisini %11,7 ile sağlık turizmi %10,4 ile inanç turizmi, yine %10,4 ile Yat turizminin takip ettiği görülmektedir.

Grafik 3.4

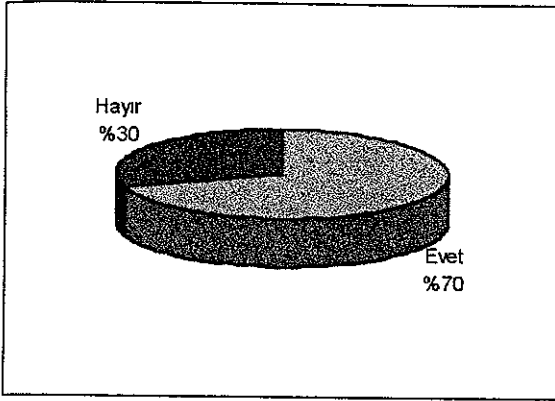


İngoing faaliyetleri içinde değerlendirdiğimiz, ülke içindeki diğer bölgelerden Antalya bölgesine doğru yapılan turizm faaliyetleri ve ortaya çıkardığı ihtiyaçların yarattığı faaliyet alanı içinde de incentive ve kongre guruplarının öneminin büyük olduğu saptanmıştır. Diğer turizm çeşitlerinin oranları birbirlerine çok yakındır.

Genel olarak değerlendirirsek anket kapsamında değerlendirilen acentaların faaliyet alanları içinde kongre turizminin çok önemli olduğu açıkça göze çarpmaktadır.

Soru 3. Kongre organizasyonları yapıyor musunuz?

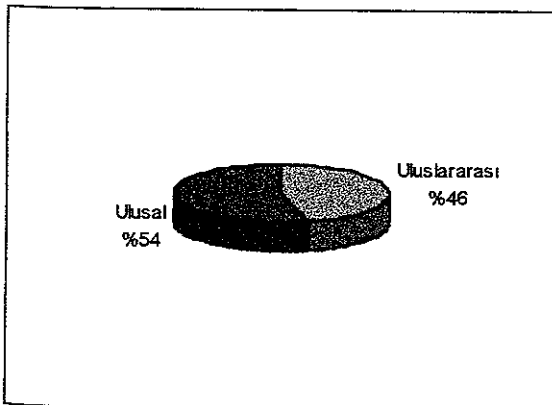
Grafik 3.5



Yapılan 20 anket içinde 14 acenta evet 6 tanesi ise hayır cevabını vermiştir. Buna göre oransal olarak değerlendirme yapıldığında ankete katılan acentaların %70'i kongre organizasyonları yapmakta, %30'u ise yapmamaktadır. Anket kapsamında değerlendirilen ve kongre organizasyonu yapmayan acentaların 4 tanesi kongre konusunda çalışmamalarının sebebini kitle turizmindeki yoğunluğa ve konu hakkında uzman ekiplerinin olmayışına bağlamaktadırlar. Diğer ikisi ise belli alanda uzmanlaştıkları için (Rafting, Doğa sporları gibi) ilgilenmediklerini ifade etmişlerdir.

Soru 4. Kongre organizasyonlarının yoğunluklarına göre % paylarını yazınız?

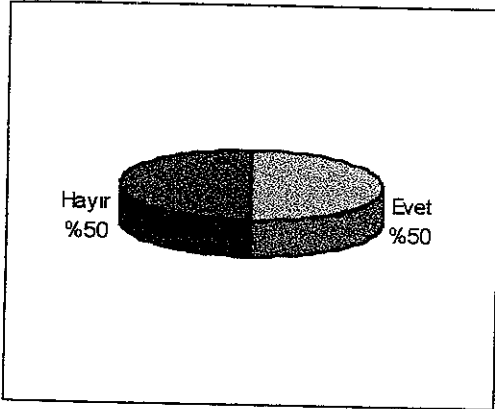
Grafik 3.6



Bu soru kongre organizasyonu yaptıklarını belirten 14 acentaya yöneltilmiş ve organize ettikleri kongrelerin ulusal yada uluslararası yoğunluklarının ortalama oranları istenmiştir. 14 acentanın vermiş oldukları oranların aritmetik ortalaması alındığında 14 acentanın yapmış oldukları kongrelerin % 46'sının uluslararası ve % 54'ünün ise ulusal olduğu belirlenmiştir. Ancak ankete katılan acentaların hedef pazarlarının farklı olması nedeniyle verilen yüzdeler arasında büyük farklar vardır. Öyle ki bazı acentaların %100 ulusal kongreler düzenlerken bazılarının ise tam tersi %100 uluslararası kongre organizasyonları ile uğraştıkları görülmüştür.

Soru 5. Acentanızda kongre turizmi ile ilgili ayrı bir departman var mı?

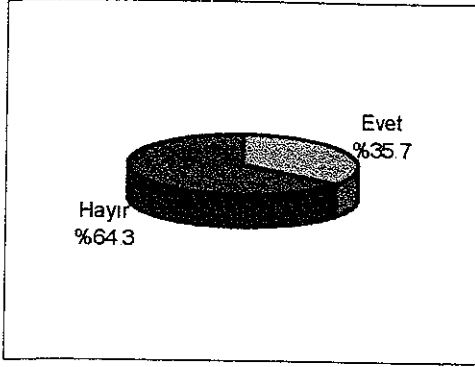
Grafik 3.7



Bu soruda evet ve hayır cevaplarının oranı birbirine eşittir. Anket kapsamında değerlendirilen acentaların faaliyet alanları ve kapasiteleri farklıdır. Kongre turizmi ile yoğun olarak uğraşan acentalar yalnızca kongre turizmi için ayrı departmanlar oluşturmuşlar ve kadrolaşmaya gitmişlerdir. Bazılarında ise kongre turizmi ana faaliyet alanı olmadığı için ayrı bir departman oluşturmaya gerek duymadan kongre faaliyetlerini diğer işleri ile birlikte yürütmektedirler. Burada önemli olan bir başka nokta ise bölgedeki büyük acentaların birçoğunun merkezlerinin başka şehirlerde olmasından dolayı kongre departmanları da genelde başka şehirlerde bulunmakta ve bu ekipler organizasyon esnasında Antalya'ya gelmektedirler.

Soru 6, Acentanız Kuruluş ve Derneklere ait düzenli kongreler yapıyor mu?

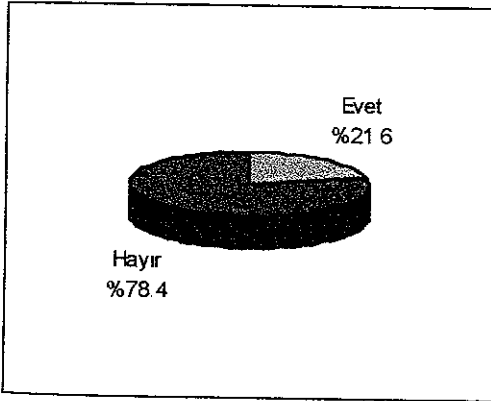
Grafik 3.8



Ankete katılan acentaların yarısından fazlasının düzenli olarak bir kuruluş yada deneğin toplantılarını organize etmediği saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde ankete katılan acentalar her yıl yaptıkları kongre sayılarının ve çalıştıkları organizasyonların çok farklı olduğunu belirtmişlerdir ve bunun sebebini bölgedeki yoğun rekabete bağlamaktadırlar.

Soru 7. Kongre turizmi ile ilgili çalıştığınız profesyonel kongre organizatörleri var mı?

Grafik 3.9

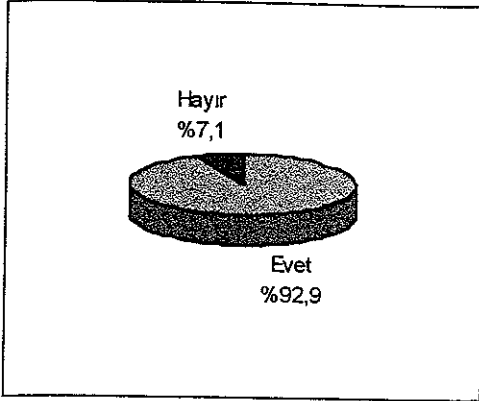


Ankete katılan acentalardan bu soruya evet cevabı veren acentaların oranı % 21.4 iken, hayır diyenlerin oranı ise %78.6 dır. Görüşmelerde anketleri cevaplayan çok az yetkilinin profesyonel kongre organizatörü kavramından haberdar olduğu saptanmış bazıları ise soruya biz kendimiz profesyonel kongre organizatörüyüz ve o nedenle düzenlemek isteyen dernekler bizlere iş imkanı yaratıyorlar ifadesini kullanmışlardır.

Büyük tur operatörlerin bünyesinde bulunan veya bu operatörlerin sahip oldukları merkezi rezervasyon sistemlerinden yararlanan bazı büyük acentaların konudan haberdar oldukları görülmüş ve çalıştıkları kongre organizatörleri olduğu saptanmıştır. Bu oranda görüldüğü gibi son derece düşüktür.

Soru 8. Elektronik haberleşmeden ve bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinden yararlanıyor musunuz?

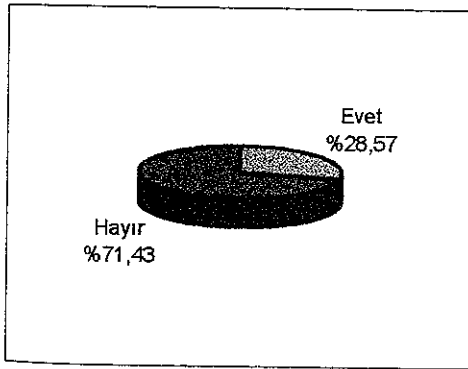
Grafik 3.10



Ankete katılan acentaların %92.9'unun elektronik haberleşmeden ve bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinden yararlandığı ve %7.1'inin ise yararlanmadığı saptanmıştır.

Soru 9. Acentanız kongrecilikle ilgili ulusal yada uluslararası kuruluşlara üyedir? Cevabınız evet ise bu kuruluşların adını yazınız.

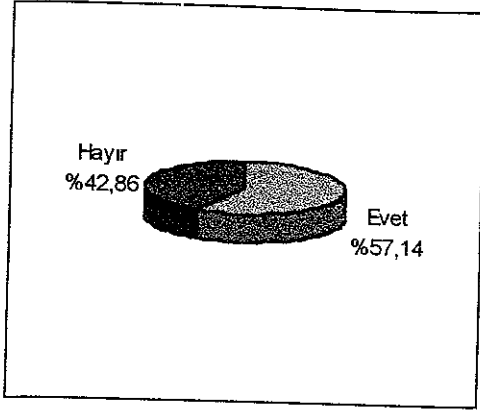
Grafik 3.11



Ankete katılan acentalardan %28.57'si evet, %71.43'ü hayır cevabını vermiştir. Evet cevabını verenlerin IAPCO (International association of Professional Congress Organizors) Uluslararası profesyonel kongre organizatörleri birliğine üye oldukları saptanmıştır. Ancak büyük bir bölümünün konu hakkında bilgili olmadığı ortaya çıkmıştır.

Soru 10. Kongrecilikle ilgili düzenlenen fuarlara katılıyor musunuz?

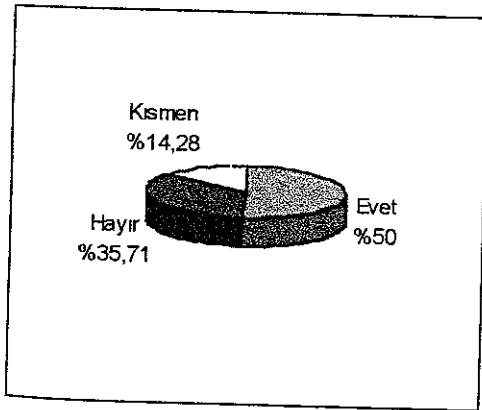
Grafik 3.12



Ankete katılan acentaların yarısından fazlası (% 57.14) kongrecilikle ilgili düzenlenen fuarlara katıldıklarını, 42.86'sı ise katılmadıklarını belirtmişlerdir. Yüz yüze yapılan görüşmelerde katılmayan acentalar ise bu fuarlara katılmak için gerekli olan maliyetlerin yüksekliğini sebep göstermişlerdir

Soru 11. Bölgedeki konaklama tesislerinin teknik donanımlarını kongre turizmi için yeterli buluyor musunuz?

Grafik 3.13

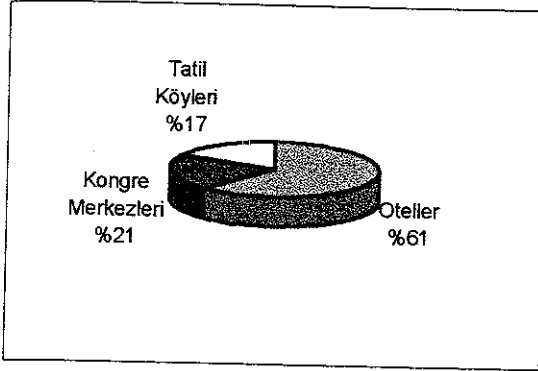


Anket kapsamında yapılan değerlendirmede evet diyenlerin oranı %50'dir Ankete katılan acentaların %35.71'i hayır, geriye kalan %14.28'i ise kısmen cevabını vermiştir. Bu soruya kısmen cevabı verenlerin büyük bir çoğunluğu bölgenin tamamının değil, belli yörelerin teknik donanımlarını yeterli bulduklarını, belli bölgelerin ise yeterli teknik donanıma sahip olmadığını ifade etmişlerdir.

Ancak, ankete katılan acentaların genel görüşü bölgenin kongre turizmi için yeterli teknik donanıma sahip olduğu yönündedir.

Soru 12. Kongre organizasyonlarında kullandığınız işletme tiplerinin yoğunluklarına göre yüzdelerini yazınız

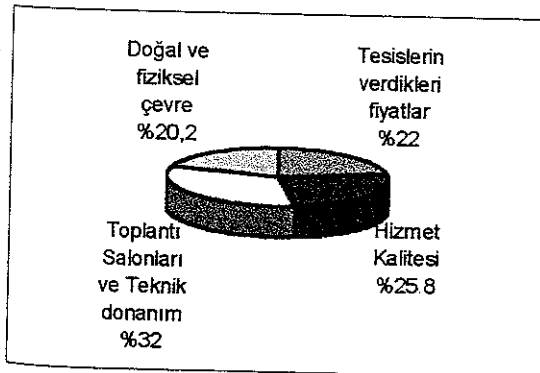
Grafik 3.14



Anket kapsamında değerlendirilen acentaların kongre organizasyonlarında kullandıkları işletmelerden ilk sırayı %61 ile oteller almaktadır. İkinci sırayı % 21 ile kongre merkezleri ve son sırayı ise %18 ile tatil köyleri almaktadır. Görüldüğü üzere acentaların ilk tercihlerini oteller oluşturmaktadır. Maliyetleri fazla olmasına rağmen kongre merkezleri ikinci sırayı almaktadır. Bunun sebebi kongre merkezlerinin kapasitelerinin daha büyük ve teknik donanımlarının mükemmel olması ile açıklanabilir.

Soru 13. Kongreyi düzenlemeyi düşündüğünüz tesislerde sizin için önemli olan nedir. Önem sıralaması (1,2,3,..... yazarak) belirtiniz.

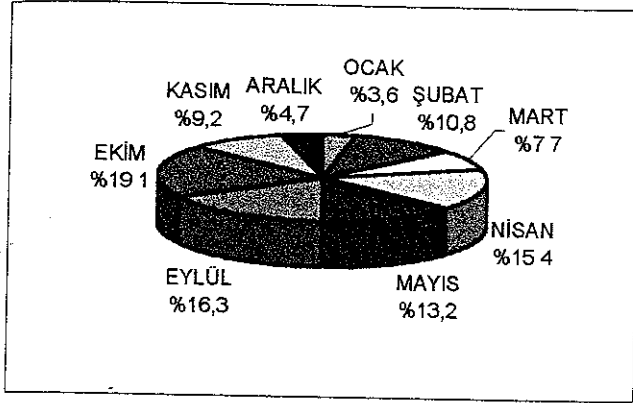
Grafik 3.15



Ankete katılan acentaların kongre organizasyonlarını yapmayı düşündükleri tesislerde aradıkları en önemli özellik %32 ile toplantı salonları ve teknik donanımları olarak göze çarpmaktadır. Bunu %25,8 ile hizmet kalitesi, %22 ile tesislerin verdikleri fiyat seviyesi, %20,2 ile doğal ve fiziksel izlemektedir.

Soru 14. Daha çok hangi aylarda toplantı talebi ile karşılaşıyorsunuz, önem sıralaması (1,2,3, ...) yazarak belirtiniz.

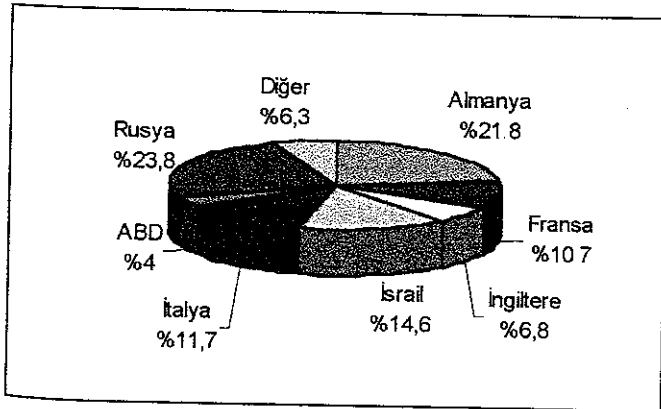
Grafik 3.16



Ankete katılan acentaların vermiş oldukları cevaplardan en fazla kongre talebi ile karşılaştıkları aylardan ilk iki sarayı %19,1 ile ekim ve %16,3 ile eylül almaktadır. Bu ikisini %15,4 ile nisan ve %13,2 ile mayıs ayları izlemektedir. Diğer yüzde dağılımlarına da bakıldığı zaman genelde kongre taleplerinin ilkbahar ve sonbahar aylarında olduğu görülmektedir.

Soru 15. Yapmış olduğunuz uluslararası kongreleri düzenleyen organizasyonların milliyetlerine göre dağılımını önem sırasına (1,2,3, ... yazarak) göre belirtiniz.

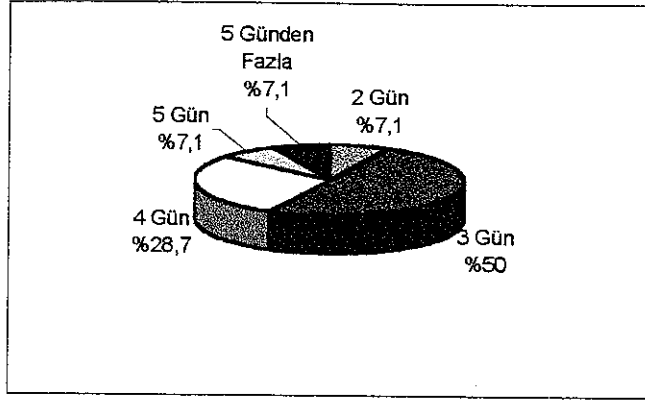
Grafik 3.17



Bölgede yapılan uluslararası kongrelerin milliyetlerine bakıldığında Rusya %23.8 ve Almanya %21.8 ile ilk sıralarda yer almaktadır. Bunları %14.6 ile İsrail %11.7 ile İtalya izlemektedir.

Soru16. Düzenlemiş olduğunuz kongrelerin ortalama sürelerini belirtiniz.

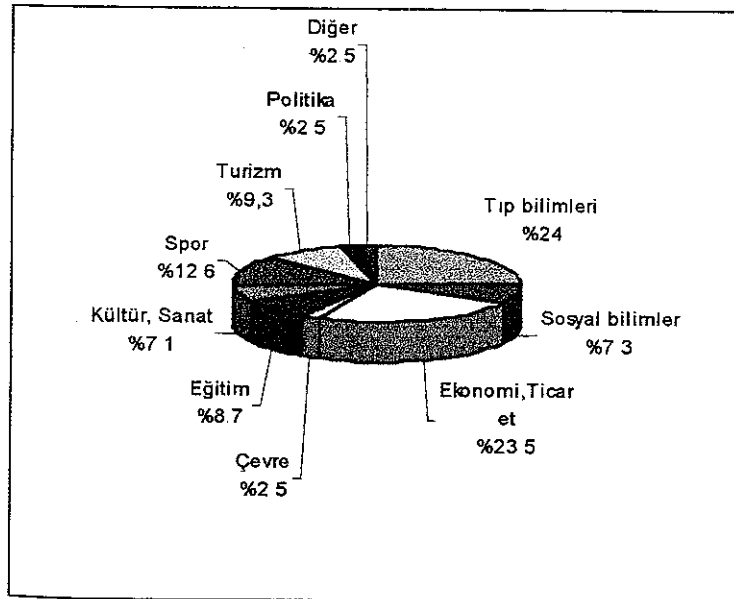
Grafik 3.18



Ankete katılan acentaların verdikleri cevaplardan düzenlemiş oldukları kongrelerin %50 sinin 3 gün sürdüğü, %28.7 sinin 4 gün sürdüğü görülmektedir. Genel eğilim 3 gün olarak tespit edilmiştir.

Soru 17. Yapmış olduğunuz kongrelerin konularına göre dağılımını önem sırasına göre (1,2,3,..... yazarak) belirtiniz.

Grafik 3.19

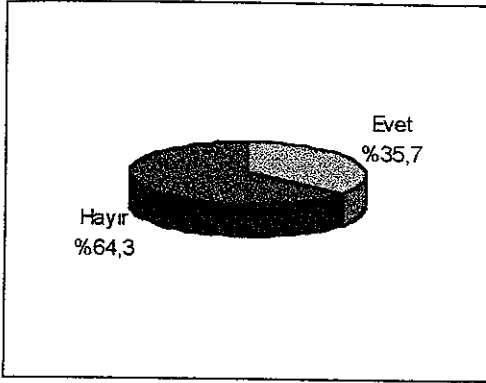


Anket kapsamında yapılan değerlendirmede bölgede yapılan kongrelerin konularına göre dağılımında ilk sıraları % 24 ile tıp ve % 23.5 ile ekonomi ve ticaret konulu kongrelerin aldığı görülmektedir. Daha sonra sırasıyla Spor, turizm, eğitim, kültür sanat konulu toplantılar gelmektedir.

Soru 18. Kongre konusunda uzmanlaşmış personel sıkıntısı çekiyor musunuz?

Cevabınız evet ise hangi tür personel lütfen belirtiniz.

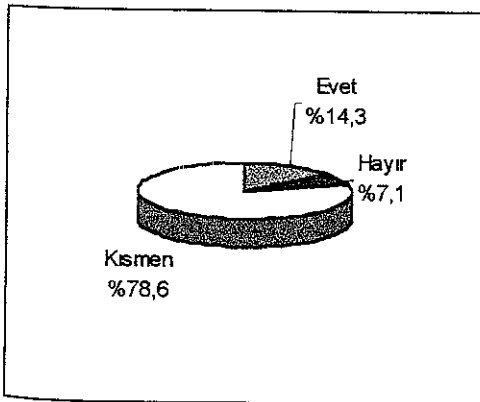
Grafik 3.20



Anket kapsamında değerlendirilen acentaların % 35.7'si uzmanlaşmış personel sıkıntısı çektiklerini, % 64.3 ise çekmediklerini ifade etmişlerdir. Görüldüğü üzere acentaların yarısından fazlası personel sıkıntısı çekmediğini ifade etmektedir. Personel sıkıntısı çekenlerin büyük bölümü organizasyonu yaptıkları tesislerdeki kongre konusundaki uzman personel konusunda sıkıntılarının olduğunu, fakat kendi kadrolarında çalıştırdıkları elemanlar konusunda problemleri olmadığını belirtmişlerdir. Ancak yine de tüm acentaların dile getirdiği sorun sektörde çalışan kongre konusunda ihtisas yapmış kişilerin azlığıdır.

Soru 19. Simültane tercüme hizmetlerini yeterli buluyor musunuz?

Grafik 3.21

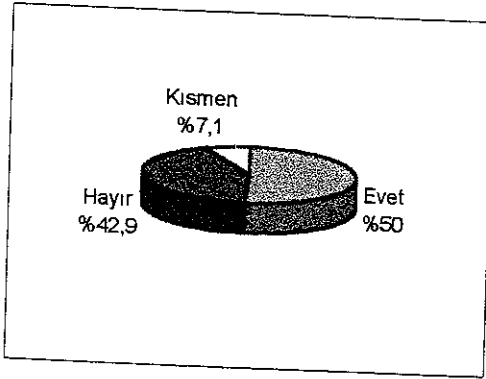


Ankete katılanlardan hayır diyenlerin oranı % 78.57'dir. Bu durum kongre esnasında ihtiyaç duyulan simültane tercüme hizmetlerinin yetersiz olduğunu göstermektedir.

Bu tip hizmetlerde acentalar kongreyi yapacakları tesislerdeki ekipmanları önceden tespit ederek, eksik olan ekipmanları genellikle kendileri temin etme yoluna gitmektedirler. Aynı şekilde simültane tercüme yapacak olan tercümanlarda İstanbul'dan temin edilmektedirler. Bölgede simültane tercüme büroları bulunmasına rağmen verdikleri hizmetler tatmin edici bulunmamaktadır.

Soru 20. Antalya bölgesinin kongre turizmi için gerekli alt ve üst yapıya sahip olduğunu söyleyebilir misiniz?

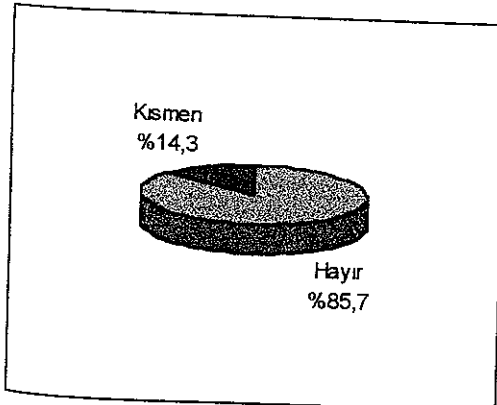
Grafik 3.22



Ankete katılan acentalardan bu soruya evet diyenlerin oranı %50, Hayır diyenlerin oranı % 42,9 iken, kısmen diyenlerin oranı ise yalnızca % 7,1dir. Yapılan görüşmelerde özellikle belek bölgesinin gerekli alt ve üstyapıya sahip olduğu diğer yörelerin eksikliklerinin olduğu tespit edilmiştir.

Soru 21. Kongre turizminin Antalya bölgesinde geliştirilmesi için yapılan tanıtma faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?

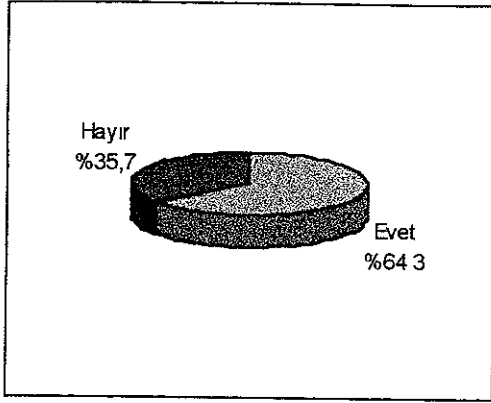
Grafik 3.23



Ankete katılan acentalardan büyük bölümü (% 85,7) kongre turizminin gelişmesi için yapılan tanıtma faaliyetlerini yeterli bulmamaktadırlar. Yalnızca % 14,3'ü kısmen cevabını vermiştir. Evet diyen çıkmamıştır.

Soru 22. Kongre turizminin gelişmesi açısından Antalya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyor musunuz?

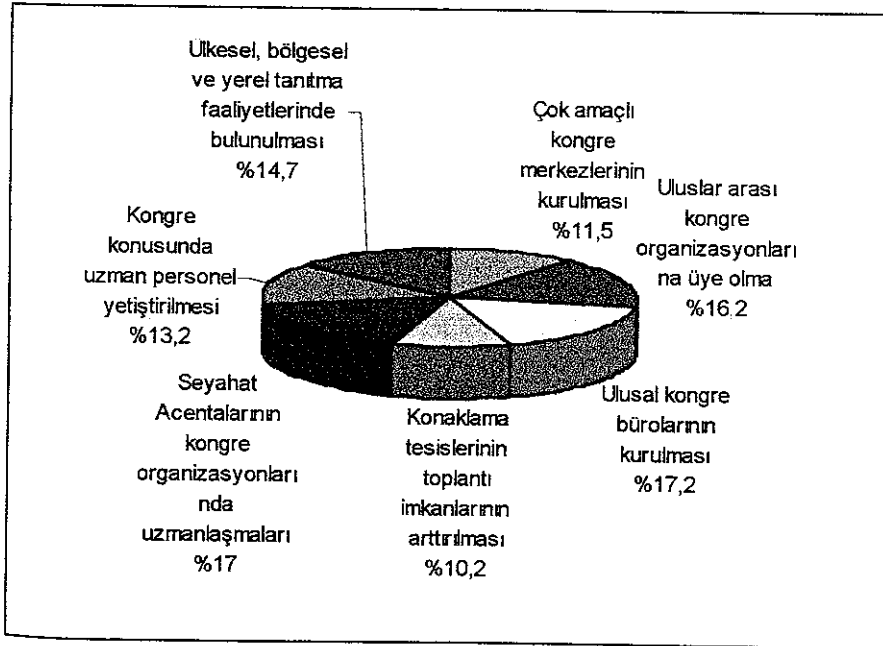
Grafik 3.24



Ankete katılan acentaların %64,3'ü bu soruya evet, %35,7'si ise hayır cevabını vermiştir. Burada da yöresel farklılıklar söz konusudur. Bazı yörelerin ulaşım konusunda sorunları bulunmazken, bazılarında eksiklerin olduğu ifade edilmiştir.

Soru 23. Antalya bölgesinde kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenleri önem sırasına göre belirtiniz.

Grafik 3.25



Ankete cevap veren acentalar arasında önem sıralamasına göre yapılan değerlendirmede kongre turizminin geliştirilmesi için yapılması gerekenler arasında ilk sırayı %17.2 ile ulusal kongre bürolarının kurulması almıştır. Bunu %17 ile seyahat acentalarının kongre konusunda uzmanlaşmaları izlemektedir. Uluslararası kongre organizasyonlarına üye olma %16,2 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Ülkesel, bölgesel ve yerel tanıtma faaliyetlerinde bulunulması % 14.7 ile 4.sırada yer almaktadır. Çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması ve konaklama tesislerinin toplantı imkanlarının arttırılmasına pek sıcak bakılmamaktadır. Bu konuda sektörün kapasitesinin yeterli olduğu ifade edilmektedir

Soru 24. Size göre kongre turizmi için Antalya bölgesinin sahip olduğu avantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz.

Anket kapsamında yapılan değerlendirmede verilen cevaplarda şu noktalara değinilmektedir;

- Ankete katılan acentaların hepsi bölgenin doğal, tarihi ve kültürel değerler bakımından çok zengin olduğu konusunda birleşmektedirler
- Antalyanın kongre turizmi bakımından bilinmeyen, yeni bir destinasyon oluşunun, çekiciliğini arttırdığı ve avantaj yarattığı belirtilmektedir.
- Bölgede bulunan kongre merkezi, oteller ve tatil köylerinin sahip olduğu toplantı ve konaklama imkanlarının yeterli ve yeni olmaları
- Bölgenin gözde bir tatil destinasyonu olması
- Yatak kapasitesinin yüksek olması
- İkliminin kongre turizmi için elverişli olması
- Fiyatların ucuz oluşu

Soru 25. Size göre kongre turizmi için Antalya bölgesinin sahip olduğu dezavantajlar nelerdir Lütfen belirtiniz.

Anket kapsamında yapılan değerlendirmede verilen cevaplarda şu noktalara değinilmektedir;

- Tanıtımın yetersiz oluşu

- Altyapı eksiklikleri
- Kongrelerin yapıldığı tesislerin teknik ekipmanları konusundaki eksiklikler
- Tesislerde çalışan personelin kongrecilik konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmaması
- Fiyatların ucuz olması nedeniyle ucuz tatilciler Antalya gider imajı, gelir seviyeleri normal turiste göre yüksek olan kongre grupları için itici özellik taşımaktadır
- Direkt uçuşların azlığı, ulaşım yönünden dezavantaj olarak görülmektedir.

Soru 26. Kongre turizmi ile ilgili diğer görüşlerinizi, düşüncelerinizi ve beklentilerinizi belirtiniz

Antalya'nın sahip olduğu turistik ürünün çeşitlendirilmesi herkesin ortak görüşüdür. Kongre turizminin Antalya bölgesinde geliştirilmesinin Antalya bölgesindeki turizm sezonunun uzaması ve turizm gelirlerinin artması yönünden çok önemli olduğu vurgulanmıştır.

Kongre turizminin geliştirilmesi için kongrecilik konusunda profesyonel çabaların artması gerektiği ifade edilmiştir. Bu konuda profesyonel kişiler tarafından yapılacak uzun dönemli, kapsamlı ve koordineli çabaların sonuç vereceği kanısı tüm sektör genelinde yaygındır.

Pazarın iyi analiz edilmesi ifade edilmekte, tanıtımın etkili ve sürekli yapılması için, kurulmuş olan kongre bürosunun işlevsel hale getirilmesi ve uluslararası kongre organizasyonlarına üye olunmasının gerektiği belirtilmektedir. Ülke imajının güçlendirilmesi de ayrıca önemle vurgulanmaktadır.

3.4.2. Konaklama Tesislerine yönelik Anketin Değerlendirilmesi

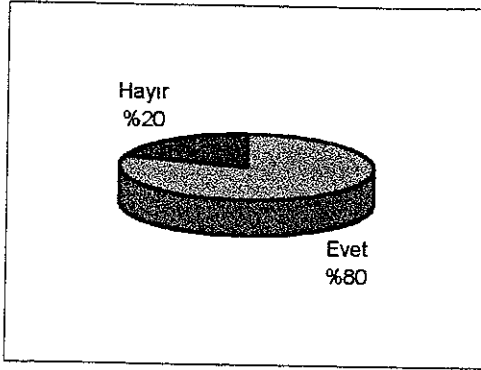
Soru 1. Tesisinizin konaklama kapasitesi ne kadardır.

Anket kapsamında değerlendirilen konaklama tesislerinin oda kapasiteleri 250 ile 1500 arasında değişmektedir. Ortalama yatak kapasitesi ise 800 kişi olarak hesaplanmıştır. Sonuç olarak anket kapsamında değerlendirilen tesislerin konaklama kapasitesinin kongre turizmi için elverişli olduğu söylenebilir. Ayrıca tesislerin birbirlerine yakın

olması, katılımcı sayısı fazla olan toplantılar için kapasitelerini birleştirme şansı yaratmaktadır

Soru 2. İşletmenizde yalnız toplantı amacı ile ayrılmış özel mekanlar var mı?

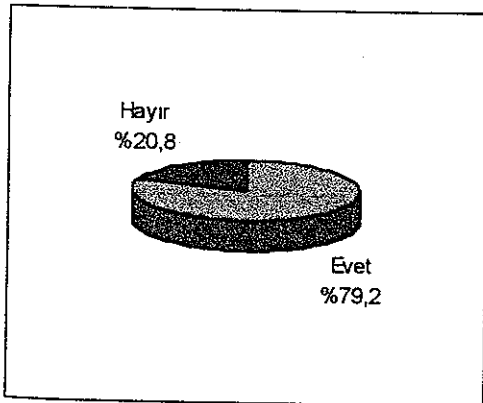
Grafik 3.26



Anket kapsamında değerlendirilen konaklama tesislerinden %80'i işletmelerinde toplantı amacıyla ayrılmış özel mekanların olduğunu belirtmişlerdir. %20'lik kısmı ise hayır cevabını vermiştir. Anket kapsamında değerlendirilen otellerin hepsinde toplantı imkanları söz konusudur. Ancak bazı tatil köylerinde toplantı amaçlı özel mekanların bulunmadığı ortaya çıkmıştır

Soru 3. İşletmenizde toplantı salonları kongre turizmi talebini karşılıyor mu?

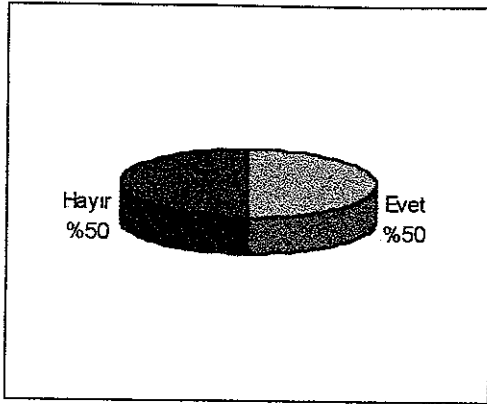
Grafik 3.27



Ankete katılan konaklama tesislerinin % 79,2'si sahip oldukları toplantı salonlarının kongre turizmi talebini karşıladığını, % 20,8'i ise yetersiz kaldığını ifade etmiştir.

Soru 4. İlave salonlar yapmayı düşünüyor musunuz?

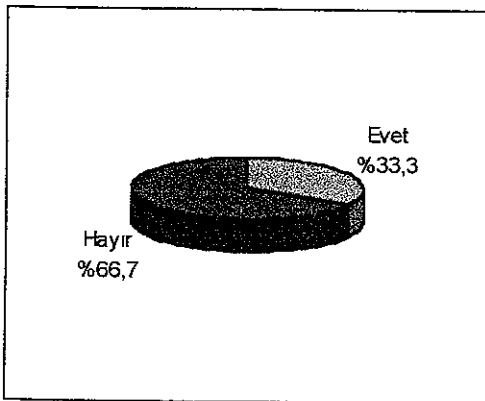
Grafik3.28



Anket kapsamında değerlendirilen konaklama tesislerinden %50 si ilave salon yapmayı düşündüklerini, % 50 si ise düşünmediklerini ifade etmişlerdir. İlave salonlar yapmayı düşünen tesislerin genellikle karşılaştıkları toplantı talebinin büyüklüğüne uygun toplantı salonlarına sahip olmadıkları için ilave salonlar yapmayı düşündükleri tespit edilmiştir.

Soru 5. Tesisinizde kongre ile ilgili ayrı bir departmanınız var mı? Cevabınız hayır ise bu hizmetler kimler tarafından yürütülmektedir Lütfen belirtiniz.

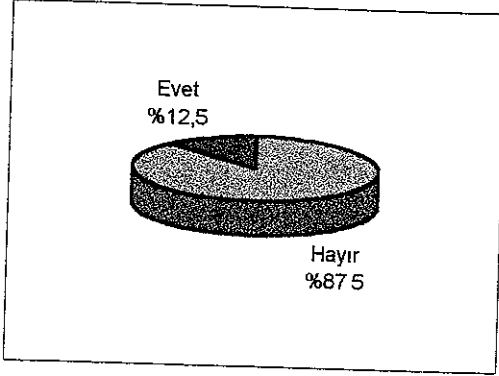
Grafik 3.29



Anket kapsamında yapılan değerlendirmede tesislerin %33.3'ünün ayrı bir kongre departmanı bulunduğu saptanmıştır. % 66.7'si ise tesislerinde ayrı bir kongre departmanı olmadığını ve bu hizmetlerin satış bölümü ve yiyecek-içecek departmanı tarafından ortaklaşa yürütüldüğünü belirtmişlerdir.

Soru 6. Kongrecilikle ilgili ulusal yada uluslararası kuruluşlara üye misiniz. Cevabınız evet ise lütfen belirtiniz.

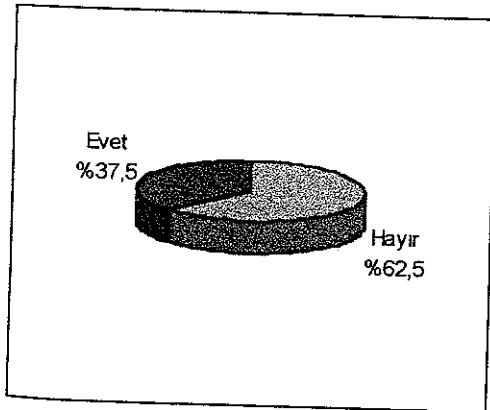
Grafik 3.30



Ankete katılan konaklama tesislerinin % 87,5'inin kongrecilikle ilgili herhangi bir kuruluşa üye olmadığı saptanmıştır. Yalnızca % 12,5'lik bölümü ulusal ve uluslararası kuruluşlara üyedirler. Üye oldukları kuruluşlar arasında ilk sırayı ICCA (International Congress and Convention Association) Uluslararası kongre ve konvansiyon birliğinin aldığı belirlenmiştir.

Soru 7. Kongre turizmi ile ilgili düzenlenen fuarlara katılıyor musunuz ?

Grafik 3.31

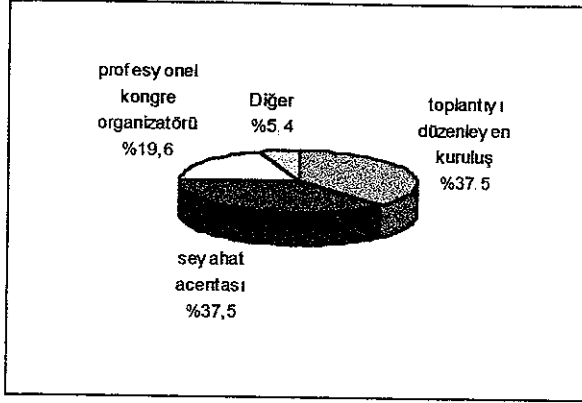


Ankete katılan konaklama işletmelerinin % 62,5'i kongre turizmi ile ilgili fuarlara katıldıklarını ifade etmişlerdir. % 37,5'i ise katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Konaklama tesisleri de Acentalar gibi bu tip fuarların önemini ifade etmekte, ancak yüksek maliyetlerden şikayet etmektedirler.

Soru 8. İşletmenizde toplantı talepleri kimler tarafından yapılmaktadır.

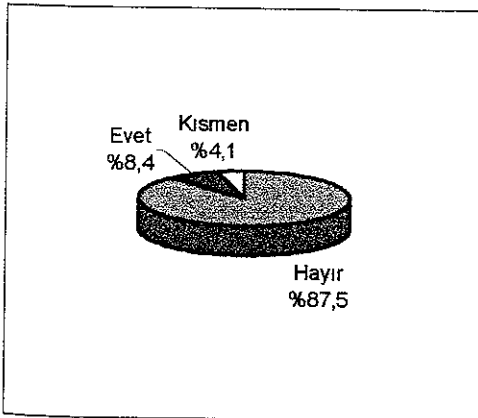
Grafik 3.32



Yapılan değerlendirmede konaklama tesislerine toplantı talebi ile başvuruların yüzdesel dağılımında % 37,5 ile toplantıyı düzenleyen kuruluş ve seyahat acentası aynı yüzdeyi paylaşmıştır. % 19,6 ile profesyonel kongre organizatörleri üçüncü sırayı almaktadır. Uluslararası kongre taleplerinin hepsinin profesyonel kongre organizatörleri tarafından yapıldığı saptanmıştır.

Soru 9. Bölgedeki acentaların kongre turizmi ile ilgili çalışmalarını yeterli buluyor musunuz?

Grafik 3.33

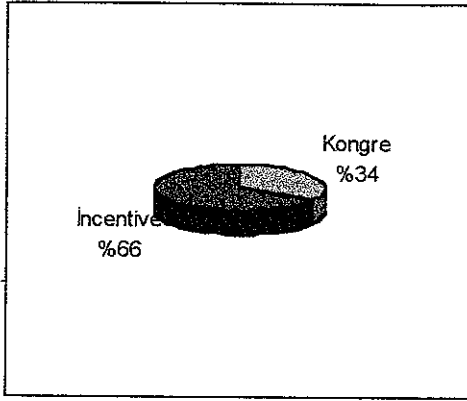


Yapılan değerlendirmede ankete katılan konaklama tesislerinin büyük bir kısmı (% 87,5'lik bölümü) bölgedeki acentaların kongre turizmi konusundaki çalışmalarını yeterli

bulmamaktadırlar. Yalnızca % 8.4'ü çalıştıkları acentaların faaliyetlerinin yeterli olduğunu belirtmektedir. % 4.1'i ise kısmen yeterli bulduklarını ifade etmişlerdir. Konaklama tesislerinin ortak görüşü kongre organizasyonlarının tamamen uzman acentalar tarafından yapılmasından yanadır.

Soru 10. İşletmenizdeki doluluk oranlarında toplantı amaçlı konaklamaların oranlarını belirtiniz.

Grafik 3.34



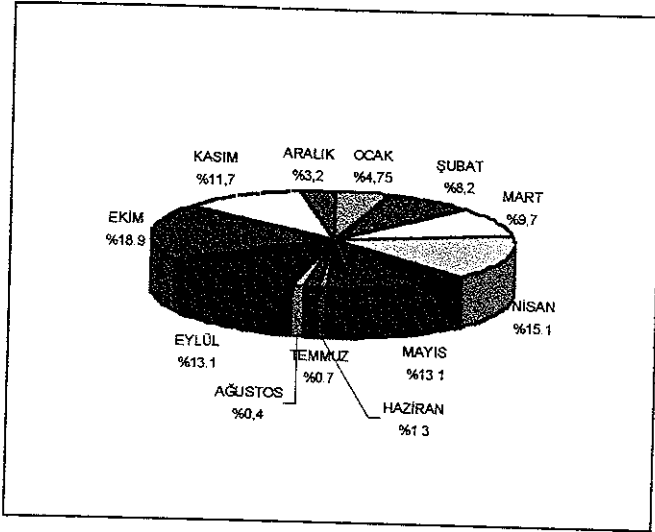
Ankete katılan konaklama tesislerinin doluluk oranlarında toplantı amaçlı konaklamaların % 34'ünü kongrelerin, % 66'sını ise incentive (Teşvik) seyahatlerin aldığı saptanmıştır. Incentive toplantılar kongrelere oranla katılımcı sayısı az olsa da bölgede yapılan toplantılardan sayıca en fazla olanıdır.

Soru 11. Kongre gelirlerinizin toplam gelirleriniz içindeki payını % olarak belirtiniz.

Ankete katılan konaklama tesislerinin kongre gelirlerinin toplam gelirleri içindeki ortalama payı %27.5 olarak saptanmıştır. Bu oran kongrelerin tatil amaçlı seyahatlerle aynı dönemde yapılmadığı düşünüldüğünde konaklama tesisleri açısından ne denli önemli olduğu açıkça ortaya çıkar.

Soru 12. Daha çok hangi aylarda kongre talebi ile karşılaşıyorsunuz. Önem sırasına göre (1,2,3... yazarak) belirtiniz.

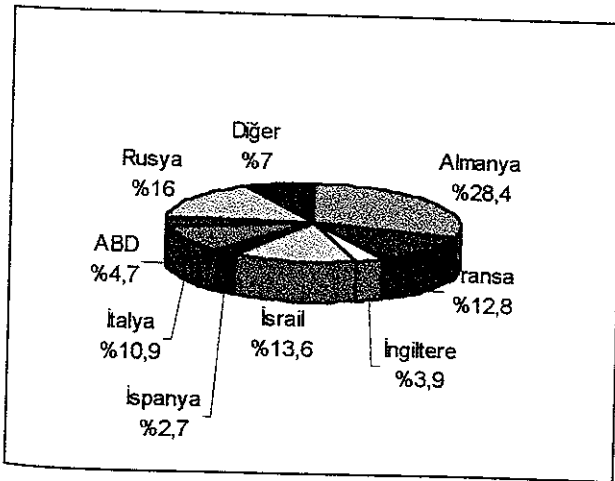
Grafik 3.35



Ankete katılan konaklama tesisleri arasında önem sıralamasına göre yapılan değerlendirmede elde edilen puanların yüzdesel olarak ifadesi ekim ayının %18.9 ile en yoğun kongre talebi ile karşılaşılan ay olduğunu ortaya koymuştur %15.1 ile nisan ikinci, %13.1 ile mayıs üçüncü, % 11.7 ile kasım 4. sırada yer almaktadır. Genel dağılım en yoğun talebin ilkbahar ve sonbahar aylarında olduğunu ortaya koymaktadır. Seyahat acentalarına yapılan anketin değerlendirilmesinden de çıkan sonuçlar aynı paralelliktedir.

Soru 13. Tesisinizde yapılan uluslararası kongreleri düzenleyen organizasyonların milliyetlerine göre dağılımını önem sırasına göre (1,2,3... yazarak) belirtiniz.

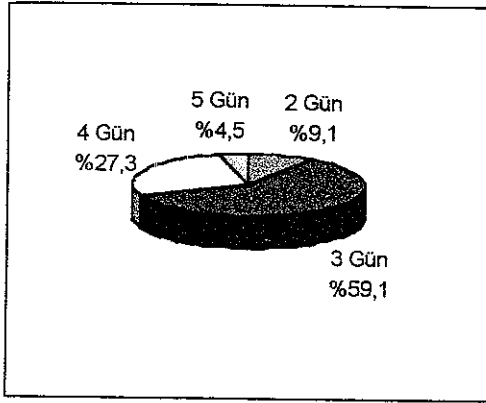
Grafik 3.36



Ankete katılan konakla tesisleri önem sıralamasına göre yaptıkları değerlendirmede kongre düzenleyen organizasyonların milliyetlerine göre dağılımında ilk sırayı % 28.4 ile Almanya almaktadır. İkinci sırayı % 16 ile Rusya, üçüncü sırayı ise %13.6 ile İsrail almaktadır

Soru 14. Tesisinizde yapılan kongrelerin ortalama sürelerini belirtiniz

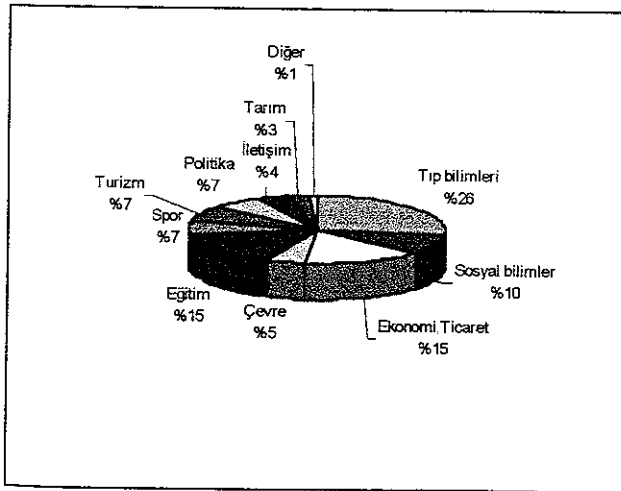
Grafik 3.37



Anket kapsamında yapılan değerlendirmede kongrelerin ortalama üç dört gün sürdüğü saptanmıştır

Soru 15. Tesisinizde düzenlenen kongrelerin konularına göre dağılımını önem sırasına göre (1,2,3 ... yazarak) belirtiniz

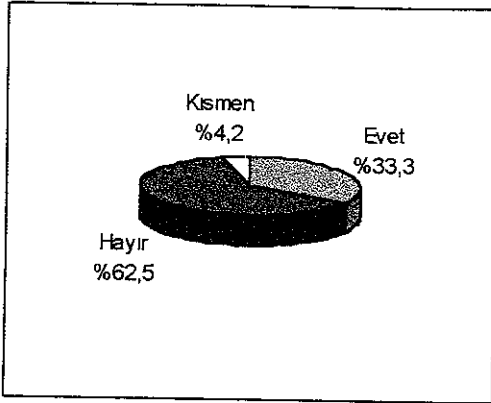
Grafik 3.38



Ankete katılan acentalar düzenlenen toplantılarda tıp konulu toplantıların ilk sırayı aldığını ifade etmişlerdir. Ekonomi ve ticaret, eğitim, sosyal bilimler konulu toplantıların da sıklıkla düzenlendikleri saptanmıştır.

Soru 16. Antalya bölgesinin kongre turizmi için gerekli alt ve üst yapıya sahip olduğunu söyleyebilir misiniz.

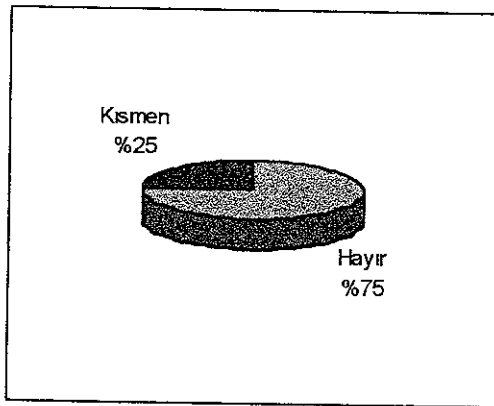
Grafik 3.39



Anket kapsamındaki değerlendirmede bu soruya % 62,5'lik bir bölüm hayır, %33,3'lük kısım evet, % 4,2 ise kısmen cevabını vermiştir. Bu durum bölgedeki alt ve üstyapı faaliyetlerinin aynı paralellikte yürütülemediğini ifade etmektedir.

Soru 17. Kongre turizminin Antalya bölgesinde geliştirilmesi için yapılan tanıtma faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?

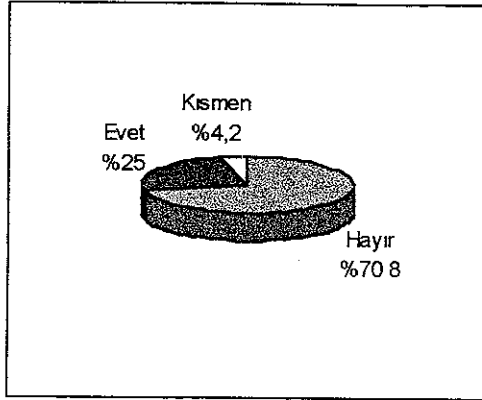
Grafik 3.40



Anket kapsamında yapılan değerlendirmede tanıtma faaliyetlerini yeterli buluyorum diyen çıkmamıştır. % 75 hayır, % 25 ise kısmen yanıtını vermiştir. Tanıtma faaliyetleri konusunda büyük eksikliklerin olduğu ifade edilmiştir.

Soru 18. Antalya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyor musunuz ?

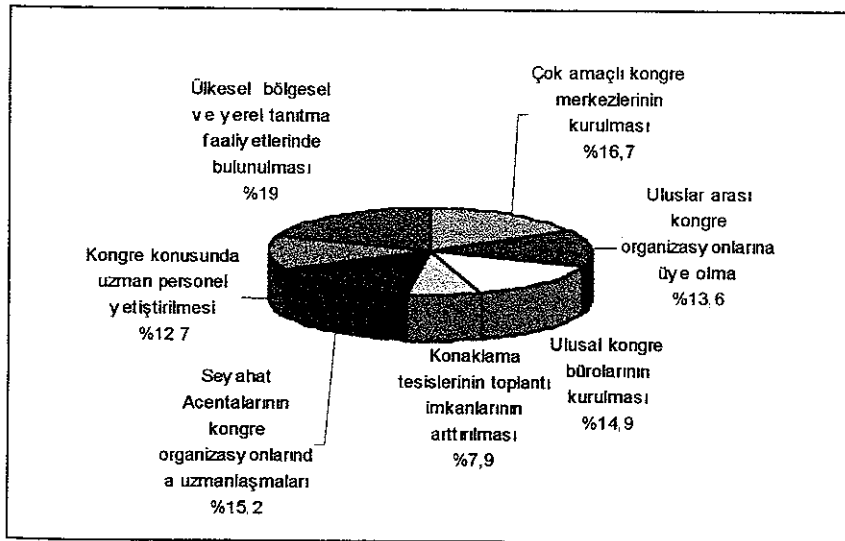
Grafik 3.41



Anket kapsamındaki değerlendirmede Antalya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyor musunuz sorusuna ancak % 25'lik bölüm evet cevabını vermiştir. % 70,8 lik kısım hayır, % 4,2 si ise kısmen yanıtını vermiştir. Ulaşımın konusunda hala problemlerin olduğu saptanmıştır.

Soru 19. Antalya bölgesinde kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenleri önem sırasına göre (1,2,3 ... yazarak) belirtiniz.

Grafik 3.42



Kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenler arasında yapılan önem sıralamasında ilk sırayı % 19 ile ülkesel, bölgesel ve yerel tanıtma faaliyetlerinde bulunulması almaktadır. Çok amaçlı kongre merkezlerin kurulması %16,7 ile ikinci sırayı, % 15 2'lik oranla seyahat acentaların kongre konusunda uzmanlaşmaları üçüncü sırayı almaktadır. Uluslararası kongre bürolarının kurulması da %14.9'luk bir oranla 4 sırada yer almaktadır. Konaklama tesislerinin toplantı imkanlarının arttırılması acentacılar gibi konaklama tesisleri içinde şu an pek gerekli görülmemektedir.

Soru 20. Size göre Antalya bölgesinin sahip olduğu avantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz.

Anket kapsamında yapılan değerlendirmede verilen cevaplarda şu noktalara değinilmektedir;

- Bölgenin doğal, tarihi ve kültürel değerler bakımından çok zengin oluşu
- Antalya'nın kongre turizmi bakımından bilinmeyen, yeni bir destinasyon oluşunun, çekiciliğini arttırdığı ve avantaj yarattığı belirtilmektedir
- Bölgede bulunan kongre merkezi, oteller ve tatil köylerinin sahip olduğu toplantı ve konaklama imkanlarının yeterli ve yeni olmaları
- Bölgenin gözde bir tatil destinasyonu olması
- Yatak kapasitesinin yüksek olması
- İkliminin kongre turizmi için elverişli olması
- Fiyatların ucuz oluşu

Soru 21. Size göre Antalya bölgesinin sahip olduğu dezavantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz

Anket kapsamında yapılan değerlendirmede verilen cevaplarda şu noktalara değinilmektedir;

- Tanıtımın yetersiz oluşu
- Altyapı eksiklikleri
- Türkiye imajının kötü olması
- Kongrelerin yapıldığı tesislerin teknik ekipmanları konusundaki eksiklikler

- Teşislerde çalışan personelin kongrecilik konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmaması
- Fiyat politikasındaki yanlışlar
- Direkt uçuşların azlığı, ulaşım yönünden dezavantaj olarak görülmektedir.
- Tesislerin profesyonel anlamda olaya yaklaşmamaları,
- Ulaşımın yetersizliği

Soru 22. Kongre Turizmi ile ilgili diğer görüşlerinizi, düşüncelerinizi ve beklentilerinizi belirtiniz.

Konaklama tesisleri de seyahat acentaları gibi Antalya bölgesinin kongre turizmi için oldukça büyük potansiyele sahip olduğu ve bu potansiyeli değerlendirmesi durumunda bölgenin turizm faaliyetlerinin oldukça artacağını belirtmektedirler. Öncelikle kongrecilik konusunda bilinçlenmenin şart olduğunu ve sektörün ancak profesyonel çabalarla bir noktaya geleceğini ortaya koymaktadırlar. Tanıtımın ve pazarlama faaliyetlerinin en büyük eksiklik olduğu bir kez daha ifade edilmektedir.

3.5. Sonuç ve Öneriler

Turizmin dünya genelindeki önemi her geçen gün giderek arttırmaktadır. Artan bu önem büyük bir rekabet ortamını da beraberinde getirmiştir. Ülkeler bu büyük pazardaki mevcut durumlarını koruyarak, Pazar paylarını arttırmak, rekabet avantajı sağlamak amacıyla turizmlerini çeşitlendirme yoluna gitmektedirler. Bu bağlamda Kongre turizmi önemli turizm türlerinden birisidir.

Dünya kenti olarak tanınmak, uluslararası iletişimin ve alışverişin artması gibi global hedeflerin yanında, nitelikli kentsel yenilemeyi, kentsel tesislerin daha etkin ve verimli kullanılmasını, turizm mevsiminin uzatılmasını, istihdam olanaklarının artışı ve turizm gelirlerinin artırılmasını sağlamak gibi yerel hedeflere ulaşmada kongre turizmi, turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında Türk turizmi için büyük önem taşımaktadır.

Türkiye'nin bugün dünya kongre pazarından aldığı pay büyük boyutlarda olmamasına rağmen, özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi yeterli alt ve üst yapıya sahip bölgeleri kongre turizminde isminden söz ettirmektedirler.

Türk turizminin başkenti olarak ifade edilen Antalya sahip olduğu potansiyeli kullanarak kongre turizmi konusunda uluslararası pazarda önemli bir çekim merkezi olma yolundadır.

Antalya bölgesinde yapılan anket çalışmalarında sektördeki mevcut durumun analizi sonucunda yapılan tespitler ve geliştirici ve/veya çözümleyici öneriler şöyledir:

- Yıl genelinde konaklama tesislerindeki kongre amaçlı konaklamaların oranı oldukça düşük düzeyde seyretmektedir. Seyahat acentalarında da durum pek farklı değildir. Ancak bölgede turizm sezonu dışındaki faaliyetlere bakıldığında kongre turizmi seyahat acentaları ve konaklama tesisleri için en önemli gelir kaynağıdır. Bölgede kongre turizminin yoğunlaştığı aylar genellikle ilkbahar ve sonbahar aylarıdır. Bu nedenle bölgede kongre turizmi faaliyetlerinin yoğunluk yaratması söz konusu değildir. Sezonun uzatılmasına büyük fayda sağlamaktadır.
- Antalya'nın kongre talebinin büyük ölçüde iç piyasadan kaynaklandığı, uluslararası talebin oldukça düşük olduğu belirlenmiştir.
- Bölgede düzenlenen kongrelerin konularına bakıldığında tıp ve ekonomi ticaret konulu toplantıların yoğunlukta olduğu görülmektedir.

- Kongrelerin ortalama sürelerinin üç gün olduğu saptanmıştır. Ancak kongre katılımcılarının gelir seviyelerinin yüksek olduğu ve kongrelerin bitiminden sonra delegelerin konaklamalarını uzattıkları düşünülürse kongre turizminin bölgeye döviz girdisi bakımından oldukça önemli katkısı olduğu söylenebilir.
- Bölgedeki kongrelere en fazla oteller ev sahipliği yapmaktadırlar. Bunun en büyük sebebi otellerin konaklama ve kongre imkanlarını aynı yerde sağlayabilmesidir. Ayrıca fiyatları da oldukça makul düzeydedir. Kongre merkezleri maliyetlide olsa ikinci tercih olarak göze çarpmaktadır. Kapasitenin büyük olması ve teknik ekipmanlarının daha iyi olması tercih edilmelerinin en büyük iki sebebidir. Toplantı salonları, teknik donanım, hizmet kalitesi ve tesislerin verdikleri fiyatlar seyahat acentalarının toplantıyı düzenlemeyi düşündükleri tesislerden en önemli beklentileridir.
- Toplantı taleplerinin genellikle dernekler yada acentalar tarafından yapıldığı, yabancı profesyonel kongre organizatörlerinin payının düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Yurtdışındaki talebi yönlendiren profesyonel kongre organizatörleriyle temasların yoğunlaştırılması, uluslararası talebin artırılması yönünden çok önemlidir.
- Yapılan değerlendirmelerden kongre turizmi ile ilgili her iki tarafında (konaklama işletmeleri ve seyahat acentaları) büyük ölçüde kongrecilikle ilgili uluslararası kuruluşlara üye olmadıkları saptanmıştır. Bu bölgenin kongre turizminde gelişimini büyük ölçüde olumsuz yönde etkilemektedir. Uluslararası kuruluşlara üye olmanın global tanıtımın yapılması, talep artışı sağlanması, uluslararası rekabet bazında uluslararası otoritelerin desteğinin alınması, belli bir kalite düzeyi yaratılması, uzman yetiştirilmesi gibi bir çok yararı vardır.
- Antalya bölgesinde yapılan araştırmada kongre turizminin seyahat acentaları ve konaklama tesisleri için önemli bir faaliyet alanı olduğu saptanmıştır. Seyahat acentalarının faaliyetlerinde kongre turizmi önemli bir yer tutmasına rağmen bu konuda uzman acentaların sayısı pek fazla değildir. Konaklama tesislerinde de durum pek farklı değildir. Anket kapsamında değerlendirilen konaklama tesislerinin kongre turizmi imkanları oldukça iyi durumda olmasına rağmen kongre turizmi konusunda uzman kadrolarının bulunmadığı belirlenmiştir. Kongre turizminin gelişiminin sağlıklı olması için profesyonel çabalara, dolayısıyla uzman kadroların oluşturulmasına ihtiyaç vardır.

Kongre konusunda uzman seyahat acentaların sayısının artması ve konaklama tesislerinde kongre turizmi ile ilgilenen ayrı departmanların oluşturulması bu turizm dalının gelişimini olumlu yönde etkileyecektir

- Bölgede mesleki örgütlenme konusunda büyük sorunların yaşandığı ve mevcut örgütlerin de işlevsel özelliğinin bulunmadığı saptanmıştır. Bu nedenle bölgedeki turizmciler arasındaki birleşme çabaları sonuçsuz kalmakta ve diyalog maalesef yeterli ölçüde kurulamamaktadır. Mevcut örgütlerin faaliyetlerini yönlendirecek ve tüm mesaisini yalnız bu iş için harcayacak profesyonel ekiplerin bulunmaması, sektör temsilcilerinin boş zamanlarında bu örgütlerde yöneticilik yapmaları ve finansal kaynaklarının olmayışı örgütlerin işlevselliğini etkileyen nedenlerin başında gelmektedir.
- Antalya'da kongre turizmi için mevcut tek örgüt olan kongre bürosunun işlevsel özelliği bulunmamaktadır. Kar amacı gütmeyen faaliyet göstermesi gereken kongre bürosunun bir özel şirketin bünyesinde faaliyet göstermesi tarafsızlığına gölge düşürmektedir. Bu nedenle en büyük gelir kaynaklarını oluşturması beklenen üyelik aidatları oldukça düşük düzeyde seyretmektedir. Ayrıca bu kuruluşun devlet tarafından da desteklenmeyişi büyük talihsizliktir. Bu nedenle Antalya kongre bürosunun kuruluş prosedürü yeniden gözden geçirilmeli, turizmciler tarafından sahip çıkılmalı ve devlet tarafından ciddi ölçüde desteklenmelidir.
- Altyapı konusunda bölgenin eksikleri olduğu göze çarpmaktadır. Acentacılar ve konaklama işletmecilerinin ortak fikri altyapı çalışmalarının üstyapı çalışmalarından geride olduğu ve özellikle turizm sezonunda artan nüfusa oranla yetersiz kaldığı yönündedir. Ayrıca altyapı çalışmalarının bölgenin her yerinde aynı paralellikte götürülemediği saptanmıştır. Altyapının eksiklerinin biran önce çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Bunun için merkezi hükümetin ve yerel yönetimlerin çabalarına özel sektörde destek vermelidir.
- Ulaşım konusunda değerlendirmelerden elde edilen sonuçlara göre havayolları bakımından bölgenin sorunlarının olduğu söylenemez. Özellikle yapılan yeni dış hatlar terminali ile uluslararası standartlar yakalanmıştır. Havayoluyla ulaşım konusundaki en büyük sorunun Antalya'ya direkt uçuşların olmaması olduğu saptanmıştır. Aktarmalı seferler yüzünden bölge bir çok kongreye ev sahipliği yapma şansını kaçırmaktadır. Avrupalı üst gelir guruplarının yöreye çekimi için öncelikle tarifeli seferlerin başlatılması gerekmektedir.

Özellikle bu noktada belli dönemlerde devletin sübvansiyonu ile Türk Hava yollarının Antalya'ya direkt uçuşlar koyması yararlı olacaktır. Denizyolları konusunda Antalya'nın pek alternatifi olduğu söylenemez. Denizyoluyla ulaşım konusunda somut adımların atılması gerekmektedir. Demiryolları konusu büyük eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Kentin en kısa süre içinde diğer şehirlerle hızlı tren bağlantısının kurulması bir ihtiyaçtır. Böylece karayolları ulaşımında rahatlama sağlanabilecektir.

- Tanıtım konusu bölgenin en önemli eksikliği olarak göze çarpmaktadır. Tanınan teşvikler sonucu, hızla artan yatak kapasitesine paralel geliştirilemeyen tanıtma ve pazarlama politikalarının yokluğu nedeniyle Avrupalı güçlü tur operatörlerine bağımlılık sonucu zaman içinde düşürülen fiyatlar nedeniyle ortaya çıkan ucuz turizm yöresi imajının özellikle kongre turizminin geliştirilmesi açısından büyük sorun olduğu saptanmıştır. Bu nedenle gerek kamu sektörü gerek özel sektörün katkılarıyla etkili ve sürekli tanıtma ve pazarlama çabaları içine girilmesi ve tanıtım çabalarının kolektif hale getirilmesi gerekmektedir.
- Bölgenin kongre turizmi konusunda uzman personel ihtiyacı olduğu saptanmıştır. Personelin verimlilikte öncelikli unsur olduğu düşünülürse, turizm eğitimi veren kurumlarla kurulacak diyaloglarla ihtiyaca yönelik öğrenci yetiştirilmesi yönünde adımlar atılması büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında çalışan personele de bölgede yüksek eğitim kurumlarının uzman ekipleri tarafından eğitim programları düzenlenmelidir.
- Kongrecilik konusunda bölgedeki acentalar ve konaklama tesisleri belli standartlara sahip değildir. Bu nedenle birbirlerinden beklentileri konusunda sürekli pürüzlerin çıkması bu pürüzlerinde müşteri memnuniyetine olumsuz olarak yansması kaçınılmaz bir sonuçtur. Bu nedenle bölgedeki kongre turizmi ile ilgili tarafların sektöre ivedilikle belli standartları getirmesi gerekmektedir.
- Büyük çabalar sonucunda sahip olunan kongre merkezinden etkin ve verimli şekilde yararlanılamamaktadır. Merkezin tanıtım ve pazarlama konusunda ciddi eksiklikleri vardır. Merkezin tanıtımı ve pazarlanması çabaları arttırılmalı ve merkez özellikle büyük uluslar arası kongrelere ev sahipliği yapmalıdır. Bu şekilde bölgenin tanıtımına büyük katkısı olacaktır.

Sonuç olarak Antalya'nın sahip olduğu turistik ürünün çeşitlendirilmesi herkesin ortak görüşüdür. Kongre turizminin Antalya bölgesinde geliştirilmesi, Antalya bölgesindeki turizm sezonunun uzaması ve turizm gelirlerinin artması yönünden çok önemlidir. Kongre turizminin geliştirilmesi için kısa zamanda altyapı ve üstyapı konusundaki eksiklerin giderilmesi ve kongrecilik konusunda profesyonel çabaların artması gerekmektedir. Böylece Antalya kısa süre içinde dünya kongre pazarında hak ettiği yere gelecektir.

KAYNAKLAR

KİTAPLAR

AKTAŞ Ahmet, Ağırlama ve Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1990.

BERK Niyazi, Finansal yönetim, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1995.

BOYACI Cemil, Turistik İşletmelerde Haberleşme Teknikleri, Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya, 1996.

COLTMAN M. Michael, Travel and Tourism An International Approach 1989, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989.

FAULKNER Linda, Meeting and Conventions, Van Nostrand Reinhold, Newyork, 1990.

Gamma G ve Accola M, Das wessen des Kongresstourismus, Sondereihe Fremden Verkehr, St Gallen, 1973.

GOLDBLATT J. Joe, Special Events: The Art and Science of Celebration, Van Reinhold Press, Newyork, 1990.

GÜVEMLİ Oktay, İşletmelerde Kısa ve Uzun Süreli Planlama, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1990.

HACIOĞLU Necdet, Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi basımevi, Bursa, 1993.

HOYLE Leonard, DEVID Dorf and THOMAS Hohes, Managing Conventions and Group Business, AHMA Press, Michigan 1989.

İÇÖZ Orhan, Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1998.

İstanbul Kongre ve Sergi Sarayı Tanıtım Kitapçığı, 1998.

JANNER Greville, Başarılı Toplantı, Rota Kitabevi, İstanbul 1998.

- KOZAK Nazmi, AKOĞLAN Meryem, Kozak Metin, Genel Turizm, Turhan Kitabevi, Ankara, 1997.
- MIECZKOWSKI Zbigniew, World Trend in Tourism and Recreation, Peter Lang Press, New York, 1990.
- OKTAY İ Çağlar, Güncel Turizm Yönelimi İçinde Kongre Turizmi ve İstanbul, Turizm Bakanlığı yayını, Ankara, 1997.
- ORAL Saime ve KURGUN Osman Avşar, Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 1997.
- ÖZEN Yılmaz, Kongre turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği, TÜRSAB yayını, Ankara, 1986.
- RICHARD H. Penner, Conference Center Planning and Design, Technology press, London, 1991.
- RIZAOĞLU Bahattin, Turizm ve Toplumsallaşma, Menderes Yükseköğretim ve Bilim Vakfı Yayınları, Aydın, 1993.
- S Medlik, Dictionary of Travel, tourism and Hospitality, Butterworth Heineman Ltd. Oxford, 1993.
- SİMERLY G.Robert, Planning and Marketing Conferences and Workshops, Jossey-Bass Publishers, San Fransisco, 1990.
- STEPHAN F. Witt, LUİZ MOUNTINHO, Tourism Marketing and Management Handbook, Hertfordshire University Press, London, 1989.
- THEOBALD F. William, Global Tourism the Next Decade, Van Nostrand Reinhold New York, 1994.
- TORRENCE R. Sara, How to Run Technical and Scientific Meetings, Van Nostrand Reinhold Press, New York, 1991.

TUNCER Doğan, Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fak. Yayını, Ankara, 1984

Antalya Turizm Envanteri, Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1998.

MAKALELER

ALKJENER E "Location and Economic Consequences of International Congresses" UIA International Meeting Statistics, Copenhagen, 1997.

COURNEY J. Joseph, "Meeting, Conventions, and Expositions:An Introduction to the Industry", Tourism Management Volume 16, 1998

ÇAMAŞ Talha, "Kongre Organizasyonu", Seyahat Yönetimi, Derleyen: Şükrü YARCAN, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul, 1993.

FENİCH G. George, "Gelişen Kongre Merkezleri: Olumlu ve Olumsuz Yönler, Yanıtlanmamış Sorular", Kongre ve Fuar Turizmi, E.S.O.B. Yayını, Antalya, 1994.

GÖKDENİZ Ayhan, "Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeri, Fiziksel Donanımları,Boş Zaman-Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye'nin Yapısal Analizi", Turizmde Seçme Makaleler No:24, TUGEV Yayını, İstanbul, 1996.

HILLER H. Harry, "Mega Olaylar Olarak Konvansiyonlar:Kongre Yerli Halk İlişkilerinde Yeni Model, Turizmde Seçme Makaleler:24, İstanbul , 1996.

HILLER H. Harry, "Conventions as Mega-events" Tourism Management Volume16, No.5, Elsevier science Ltd, London, 1995.

HULTON Tom, "ICCA- A Global Network of Service", ICCA Home Page on the Internet,1997.

KARASU Tanju, "Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler", Anotolia Dergisi, Haziran-Temmuz, Ankara, 1990.

- KOÇER Dilek, "Oteller, Kapanan Casinoları Toplantı Salonlarına Dönüştürdü", TÜRSAB Dergisi, sayı 182, 1999.
- KOŞAN Abdülkadir, "Kongre Turizmi", Turizmde Seçme Makaleler No:24, TUGEV yayını, İstanbul, 1996.
- O'BRIAN Kevin, "The European Business Travel Market" Travel&Tourism Analyst No.4, 1998.
- O'BRIAN Kevin, "The West European Incentive Travel Market", Travel&Tourism Analyst, No 1, 1997.
- OSCHMAN Suzan, "Antalya Kongre Şehri Olmaya Hazır", TÜRSAB Dergisi, Sayı144, İstanbul, 1996.
- ÖZBEY M. Çetin, "Antalya havalimanı", EXPO Turistik, Dünya Yayıncılık, Ekim 1998.
- ROCHE M, "Mega Events and Urban Policy", Annals of Tourism Research, Volume:21, Pergamon Press, 1994.
- TURPLAN, S.Kibar, "İncentive Turizm", Derleyen: Şükrü YARCAN, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, İstanbul, 1993.
- Union of International Associations, "Survey by the Congress Department", <http://www/UIA.org>, 1998.
- WITCHMAN Abbe, "Convention Bureau Are on the Ball", Corporate Meeting and Incentives, November 1986.
- YARCAN Şükrü, "Kongre Turizmi: İmkanlar, Sorunlar, Ekonomik Önemi", TÜRSAB Dergisi, Haziran Sayısı, 1991.
- YÜCEL Cengiz, "Otellerin Satış Türlerinde Profesyonellik Önem Kazanıyor", Hotel Dergisi, Ekin Yayınları, Eylül 1998.

“AB Kongre Turizmini Büyüteç Altına Aldı”, TÜRSAB Dergisi, Sayı 148, 1996.

“Fuar Turizmi Acentalara Yeni Pazarlar Açıyor”, TÜRSAB Dergisi, Sayı:178, 1998.

“Kongre Turizmi:İmkanlar ve Sorunlar”, TÜRSAB dergisi, Haziran sayısı, 1991.

“Meeting and Convention”, Annual Trends in the Hotel Industry, 1996.

<http://www/IACVB.org>,1998

“Kongre Merkezi Normları Nasıl Olmalı”, Kongre Dergisi, Ocak 1998

“Yerel gündem 21 Antalya Kent Konseyi Fiziksel Yapılanma ve Çevre Konulu” Ön Raporu,
Mart 1999.

ANKETE KATILAN SEYAHAT ACENTALARI

AIRTOUR TURİZM
VIP TURİZM
TANTUR
SETUR
PAMFİLYA TURİZM
GOLNDEN ORANGE TURİZM
REGULUS
EQUINOX TRAVEL
VASCO
MİLTA
GREAT JOLLY TOUR
MAGİSTER
PLAZA
VİP-44
WHITE-NİGHT TOUR
GALANTUS
FREE TIME
DURU TURİZM
KARAVAN TURİZM
FIRAT TURİZM

ANKETE KATILAN KONAKLAMA TESİSLERİ

HOTEL SUN ZEYNEP
TURAN PRINCE
ARUM HOTEL
CLUB HOTEL BELİS
CLUB SALİMA
MAGIC LIFE
BELKÖY
GLORİA GOLF RESORT

ANTBEL BELEK
SIRENE
VARUNA
HOTEL SOL BELVİL
TATBEACH GOLF HOTEL
ADORA GOLF RESORT
BELCONTİ RESORT HOTEL
CLUB ZİGANA
MAGIC LIFE DER CLUB WOLRD
CHAMPİON HOLIDAY VILLAGE
TÜRKİZ HOTEL
MERİT LİMRA HOTEL& RESORT
CORINTIA CLUB HOTEL TEKİROVA
CLUB ALDA
ÖZKAYMAK MARİNA HOTEL
WOW TOPKAPI PALACE
GOLDEN RİNG
SHERATON VOYAGER ANTALYA HOTEL
FALEZ HOTEL ANTALYA
DEDEMAN ANTALYA HOTEL
CENDER HOTEL
TALYA KONGRE MERKEZİ

Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi , Sorunlarının Belirlenmesine ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir uygulama çalışmaları
(Seyahat Acentalarına Yönelik Düzenlenmiştir.)

Şayın Yetkili, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda Yüksek lisans Öğrenimimin gereği olarak hazırlamakta olduğum “Kongre Turizmi ve Antalya Bölgesinin Kongre turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi” Konulu tezimin uygulama kısmını oluşturan, Akdeniz bölgesi için yeni ve önemli bir turizm türü olarak düşündüğümüz kongre Turizmi için sağlıklı bilgiler içeren bir veri tabanı oluşturmak, ve bugünkü durumu, sorunları ve bölgenin bu turizm türünden gelecekteki beklentilerinin ortaya çıkarılması için yapılan çalışmanın ilk ve en önemli aşamasını oluşturan anket çalışmasını siz değerli sektör temsilcilerine sunuyorum. Göstereceğiniz titiz ilgiye şimdiden teşekkür ederim.

(Acenta Kimlik Bilgileri Gizli Tutulacaktır.)

ACENTA KİMLİK BİLGİLERİ

FİRMANIN TAM ADI :
TİCARİ ÜNVANI :
ACENTANIN ADI :
GURUBU :

1. Acenta faaliyetlerinizi toplam geliriniz içindeki önem derecesine göre (1,2,3, ... yazarak) sıralayınız ve bu önem sırasına bağlı olarak toplam gelir içindeki % paylarını yazınız.

	<u>Önem Sıralaması</u>	<u>%</u>
Incoming	(---)	%---
Outgoing	(---)	%---
Ingoing	(---)	%---
Ticketing	(---)	%---
Rent A Car	(---)	%---
Tur Satışları	(---)	%---
Transfer	(---)	%---
Diğer (belirtiniz)

1. Incoming, Outgoing ve Ingoing gelirleriniz içinde turizm çeşitleri itibariyle önem sıralaması (1,2,3,..... yazarak) yapınız ve bu önem sıralamasına bağlı olarak % paylarınızı yazınız.

	Incoming Önem Sırası %	Outgoing Önem Sırası %	Ingoing Önem Sırası %
Su sporları turizmi	(1-) %----	(---) %---	(---) %---
Doğa sporları turizmi	(1-) %----	(---) %---	(---) %---
Sağlık turizmi	(---) %----	(---) %---	(---) %---
Kongre Turizmi	(---) %----	(---) %---	(---) %---
Incentive Turizm	(---) %----	(---) %---	(---) %---
Finanç turizmi	(---) %----	(---) %---	(---) %---
Yat turizmi	(---) %----	(---) %---	(---) %---
Spor Turizmi	(---) %----	(---) %---	(---) %---
Diğer (Belirtiniz)	(---) %----	(---) %---	(---) %---

Kongre Organizasyonları yapıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

Kongre Organizasyonlarının yoğunluklarına göre % paylarınızı yazınız.

Uluslararası Kongre %----

Ulusal Kongre %----

Acentanızda kongre turizmi ile ilgili ayrı bir departman var mı?

Evet () Hayır ()

Acentanız kuruluş ve derneklere ait düzenli kongreler yapıyor mu?

Evet () Hayır ()

Kongre turizmi ile ilgili çalıştığınız profesyonel kongre organizatörleri var mı?

Evet () Hayır ()

Elektronik haberleşmeden ve bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinden yararlanıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

Acentanız Kongrecilikle ilgili ulusal yada uluslararası kuruluşlara üyedir? Cevabınız evet ise bu kuruluşların adını yazınız.

Kongre Turizmi ile ilgili düzenlenen fuarlara katılıyor musunuz.

Evet () Hayır ()

1. Bölgedeki konaklama tesislerinin teknik donanımlarını kongre turizmi için yeterli buluyormusunuz.

Evet () Hayır ()

2. Kongre organizasyonlarında kullandığınız işletme tiplerinin yoğunluklarına göre yüzdelerini yazınız.

Kongre merkezleri %.....

Oteller %.....

Tatil köyleri %.....

3. Kongre düzenlemeyi düşündüğünüz tesislerde sizin için önemli olan nedir Önem sıralaması (1,2,3,...yazarak) belirtiniz.

Tesislerin verdikleri fiyatlar ()

Hizmet Kalitesi ()

Toplantı Salonları ve Teknik donanım ()

Doğal ve Fiziksel Çevre ()

4. Daha çok hangi aylarda toplantı talebi ile karşılaşıyorsunuz, Önem sıralaması (1,2,3,...yazarak) belirtiniz.

Ocak () Temmuz ()

Şubat () Ağustos ()

Mart () Eylül ()

Nisan () Ekim ()

Mayıs () Kasım ()

Haziran () Aralık ()

5. Yapmış olduğunuz uluslararası kongreleri düzenleyen organizasyonların milliyetlerine göre dağılımını önem sırasına (1,2,3... yazarak) göre belirtiniz.

Önem sırası

Almanya ()

Fransa ()

İngiltere ()

İsrail ()

İspanya ()

İtalya ()

ABD ()

Rusya ()

Diğer (belirtiniz)

16. Düzenlemiş olduğunuz kongrelerin ortalama sürelerini belirtiniz.

1 gün ()

2 gün ()

3 gün ()

4 gün ()

5 gün ()

5 günden fazla ()

17. Yapmış olduğunuz kongrelerin konularına göre dağılımı önem sırasına (1,2,3...yazarak) göre belirtiniz.

Önem Sırası

Tıp bilimleri ()

Sosyal bilimler ()

Ekonomi, Ticaret ()

Çevre ()

Eğitim ()

Kültür, Sanat ()

Spor ()

Turizm ()

Politika ()

Diğer (belirtiniz) ()

18. Kongre konusunda uzmanlaşmış personel sıkıntısı çekiyormusunuz? Cevabınız evet ise hangi tür personel lütfen belirtiniz.

Evet () Hayır ()

19. Simültane tercüme hizmetlerini yeterli buluyormusunuz?

Evet () Hayır ()

20. Antalya bölgesinin kongre turizmi için gerekli alt ve üst yapıya sahip olduğunu söyleyebilirmisiniz?

Evet () Hayır ()

21. Kongre Turizminin Antalya Bölgesinde geliştirilmesi için yapılan tanıtma faaliyetlerini yeterli buluyormusunuz?

Evet () Hayır () Kısmen ()

22. Kongre turizminin gelişmesi açısından Antalya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyormusunuz?

Evet ()

Hayır ()

23. Antalya bölgesinde kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenleri önem sırasına göre belirtiniz.

Çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması ()

Uluslar arası kongre organizasyonlarına üye olma ()

Ulusal kongre bürolarının kurulması ()

Konaklama tesislerinin toplantı imkanlarının artırılması ()

Seyahat acentalarının kongre organizasyonlarında uzmanlaşmaları ()

Kongre konusunda uzman personel yetiştirilmesi ()

Ülkesel, bölgesel ve yerel tanıtma faaliyetlerinde bulunulması ()

Diğer.....

24. Size göre kongre turizmi için Antalya bölgesinin sahip olduğu avantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz.

25. Size göre kongre turizmi için Antalya bölgesinin sahip olduğu dezavantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz.

26. Kongre Turizmi ile ilgili diğer görüşlerinizi, düşüncelerinizi ve beklentilerinizi belirtiniz.

**Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi , Sorunlarının
belirlenmesine ve Beklentilerine Yönelik Bir Uygulama Çalışması
(Konaklama Tesislerine Yönelik düzenlenmiştir.)**

Sayın Yetkili, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda Yüksek lisans Öğrenimimin gereği olarak hazırlamakta olduğum "Kongre Turizmi ve Antalya Bölgesinin Kongre turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi" Konulu tezimin uygulama kısmını oluşturan, Akdeniz bölgesi için yeni ve önemli bir turizm türü olarak düşündüğümüz kongre Turizmi için sağlıklı bilgiler içeren bir veri tabanı oluşturmak, ve bugünkü durumu, sorunları ve bölgenin bu turizm türünden gelecekteki beklentilerinin ortaya çıkarılması için yapılan çalışmanın ilk ve en önemli aşamasını oluşturan anket çalışmasını siz değerli sektör temsilcilerine sunuyorum. Göstereceğiniz titiz ilgiye şimdiden teşekkür ederim.

Kimlik Bilgileri Gizli Tutulacaktır.)

KONAKLAMA TESİSLERİ KİMLİK BİLGİLERİ

TESİSİN ADI :

TESİSİN TÜRÜ VE SINIFI :

TİCARİ ÜNVANI :

1. Tesisin toplam konaklama kapasitesi ne kadardır.

2. İşletmenizde yalnız toplantı amacıyla ayrılmış özel mekanlar var mı?

Evet () Hayır ()

3. İşletmenizde toplantı salonları kongre turizmi talebini karşılıyor mu?

Evet () Hayır ()

4. İlave Salonlar yapmayı düşünüyor musunuz.

Evet () Hayır ()

5. Tesisinizde kongre ile ilgili ayrı bir departmanınız var mı?

Evet () Hayır ()

Cevabınız "hayır" ise bu hizmetler kimler tarafından yürütülmektedir. Lütfen belirtiniz.

Kongrecilikle ilgili ulusal yada uluslar arası kuruluşlara üye misiniz. Cevabınız evet ise lütfen belirtiniz.

Evet () Hayır ()

7. Kongre Turizmi ile ilgili düzenlenen fuarlara katılıyor musunuz.

Evet () Hayır ()

8. İşletmenizde toplantı talepleri kimler tarafından yapılmaktadır.

() Seyahat Acentası () Profesyonel kongre Organizatörü

() Toplantıyı düzenleyen kuruluş () Diğer, belirtiniz.....

9. Bölgedeki acentaların kongre turizmi ile ilgili çalışmalarını yeterli buluyor musunuz.

Evet () Hayır ()

10. İşletmenizin doluluk oranlarında toplantı amaçlı konaklamaların oranlarını belirtiniz.

Kongreler %....

İncentive (teşvik) seyahatleri %....

11. Kongre gelirlerinizin toplam gelirleriniz içindeki payını % olarak belirtiniz.

%....

12. Daha çok hangi aylarda kongre talebi ile karşılaşıyorsunuz. Önem sırasına göre belirtiniz.

Ocak () Temmuz ()

Şubat () Ağustos ()

Mart () Eylül ()

Nisan () Ekim ()

Mayıs () Kasım ()

Haziran () Aralık ()

13. Tesisinizde yapılan uluslararası kongreleri düzenleyen organizasyonların milliyetlerine göre dağılımını önem sırasına (1,2,3... yazarak) göre belirtiniz.

Önem sırası

Almanya ()

Fransa ()

İngiltere ()

İsrail ()

İspanya ()

İtalya ()

ABD ()

Rusya ()

Diğer (belirtiniz)

14. Tesisinizde yapıların kongrelerin ortalama sürelerini belirtiniz.

- 1 gün ()
2 gün ()
3 gün ()
4 gün ()
5 gün ()
5 günden fazla ()

15. Tesisinizde düzenlenen kongrelerin konularına göre dağılımını önem sırasına (1,2,3...yazarak) göre belirtiniz.

Önem Sırası

- Tıp bilimleri ()
Sosyal bilimler ()
Ekonomi, Ticaret ()
Çevre ()
Eğitim ()
Kültür, Sanat ()
Spor ()
Turizm ()
İletişim ()
Politika ()
Tarım ()
Diğer (belirtiniz) ()

16. Antalya bölgesinin kongre turizmi için gerekli alt ve üst yapıya sahip olduğunu söyleyebilir misiniz?

Evet () Hayır ()

17. Kongre Turizminin Antalya Bölgesinde geliştirilmesi için yapılan tanıtma faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?

Evet () Hayır () Kısmen ()

18. Antalya bölgesinin ulaşım ağını yeterli buluyor musunuz?

Evet () Hayır ()

19. Antalya bölgesinde kongre turizminin geliştirilebilmesi için yapılması gerekenleri önem sırasına göre belirtiniz.

Çok amaçlı kongre merkezlerinin kurulması ()

Uluslar arası kongre organizasyonlarına üye olma ()

Ulusal kongre bürolarının kurulması ()

Konaklama tesislerinin toplantı imkanlarının artırılması ()

Seyahat acentalarının kongre organizasyonlarında uzmanlaşmaları ()

Kongre konusunda uzman personel yetiştirilmesi ()

Ülkesel, bölgesel ve yerel tanıtma faaliyetlerinde bulunulması ()

Diğer:

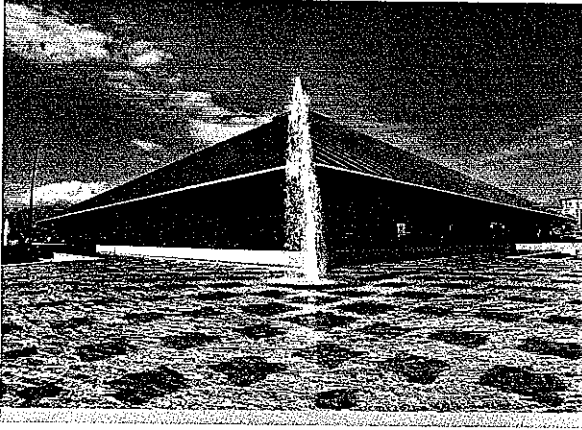
20. Size Göre Antalya Bölgesinin sahip olduğu avantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz.

21. Size göre Antalya ilinin sahip olduğu dezavantajlar nelerdir. Lütfen belirtiniz.

22. Kongre Turizmi ile ilgili diğer görüşlerinizi, düşüncelerinizi ve beklentilerinizi belirtiniz.

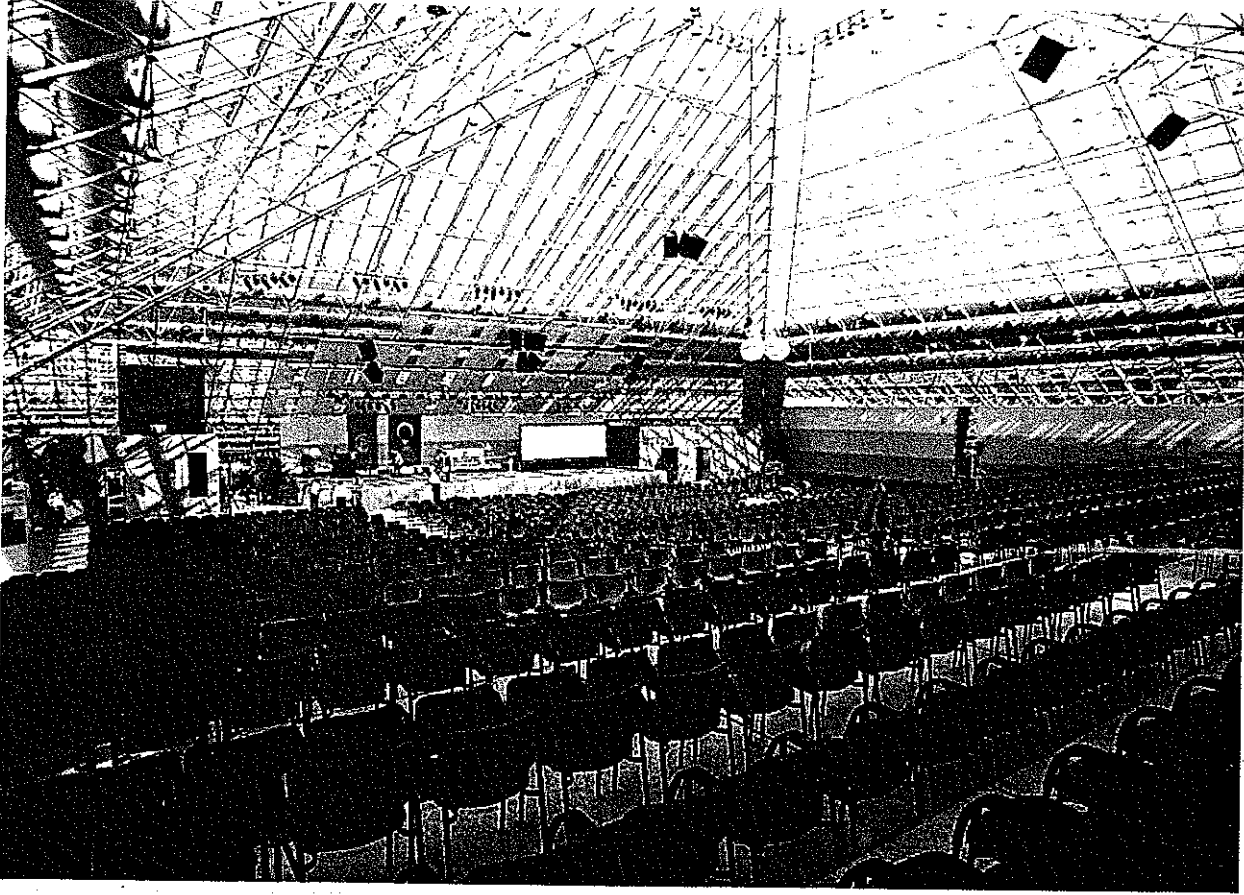
CAM PİRAMİT

CAM PİRAMİT SABANCI FUAR VE KONGRE MERKEZİ İNŞAATI



† emeli 30 Temmuz 1996 tarihinde Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel tarafından atılmış olan Cam Piramit Sabancı fuar ve kongre merkezi, 1 Ekim 1997 tarihinde altın portakal film festivali etkinlikleri sırasında yine Cumhurbaşkanı Sn Süleyman Demirel tarafından açılmıştır. Cam Piramit binamız, ilk olarak ülkemizde yapılan en önemli kongrelerinden biri olan ve 11 Ekim - 22 Ekim 1997 tarihleri arasında düzenlenen XI Dünya ormancılık kongresine ev sahipliği yapmıştır. Yaklaşık 4500 m²'lik bir alana oturan yapı bodrum ve zemin kat olmak üzere iki katlıdır. Zemin katın üzeri renkli ısıcamlı Piramit uzay çatı ile örtülmüştür. Piramitin yerden yüksekliği 22.76 m olup 5710 m² ısıcam ile kaplanmıştır. Yapının hemen dışında 2500 m² büyüklüğünde 4 adet dairesel şekilli süs havuzu vardır ve bina bu havuzlarla çevrilidir. Binaya bu havuzlar üzerindeki köprülerle dört ayrı yönden giriş vardır. Yapıda bulunan üç adet salondan en büyüğü zemin kattaki Toros salonu'dur. Diğerleri sırasıyla bodrum kattaki Meltem ve Düden Salonudur.

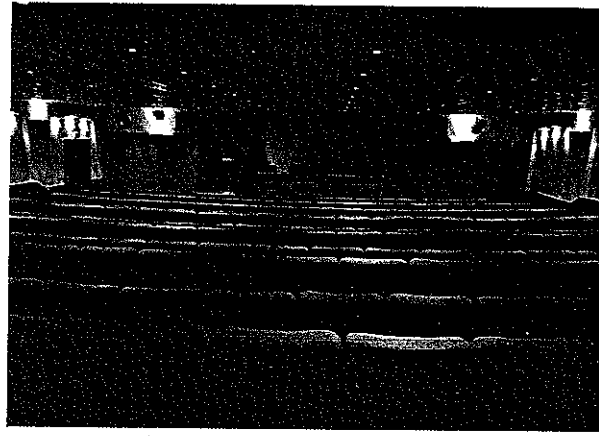
CAM PİRAMİT



Toros Salonu, Konferans Düzeni

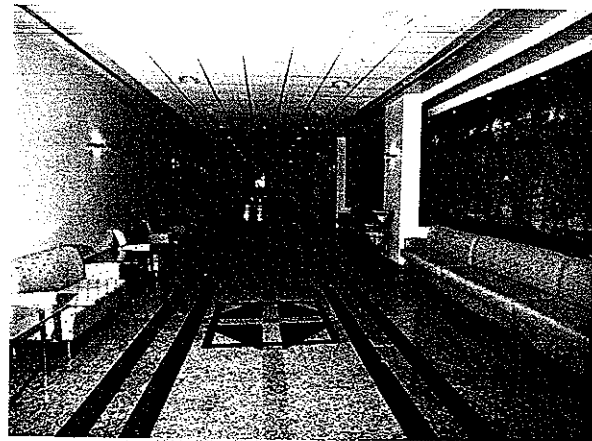


Meltem Salonu, Konferans Düzeni



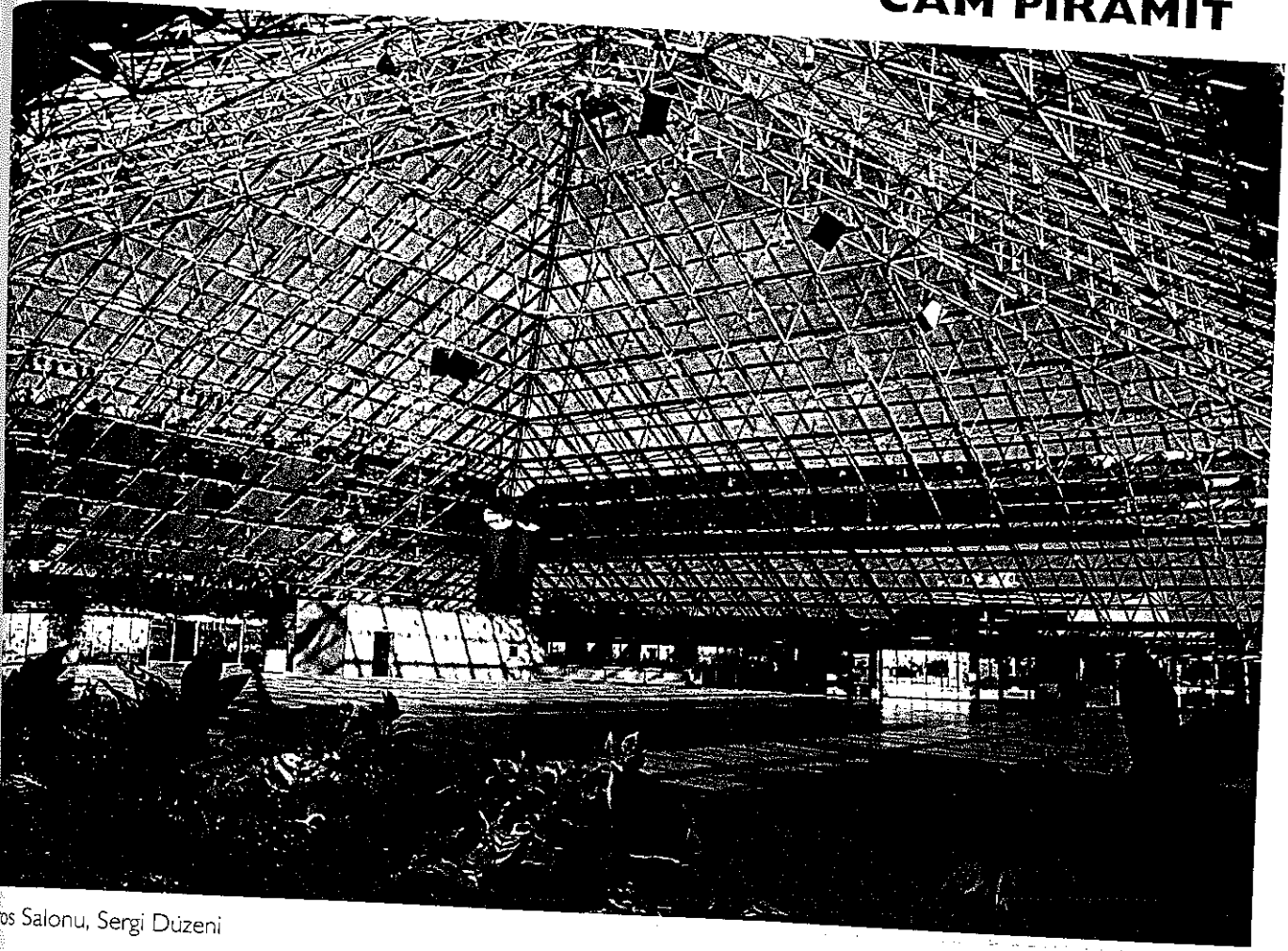
Duden Salonu

Toros salonu; yaklaşık 4000 m² büyüklükte hem konferans hem de sergi amaçlı düzenlenmiştir. Konferans amaçlı olarak 2400 kişilik oturma kapasitesi vardır. Sergi amaçlı olarak ise kapalı alan içinde yaklaşık 1500 stand kapasiteli fuar kurma imkanı vardır. Fuar ve konferans için gerekli tüm tesisatlar (müzik ses yayın projeksiyon multivizyon, ışıklandırma elektroakustik yangın güvenlik enformasyon, simultane çeviri sistemleri) bu salonda mevcuttur. Ayrıca 4 adet portable simultane kabini ve videowall bulunmaktadır.



Alt Fuaye

CAM PİRAMİT



Toros Salonu, Sergi Düzeni

Meltem salonu; 386 m² alana ve 440 koltuk kapasitesine sahiptir. Ana salon ile bağlantılı olarak yapılan etkinlikler multivizyon sistemi ile düden salonu'ndan da yararlanılabilecektir. Salonda 4 adet portable simultane kabini bulunmaktadır.

Düden salonu; Yaklaşık 281 m² büyüklüğünde ve 332 koltuk kapasitesindedir. Her türlü konferans ve açılış programının düzenlenebileceği bu salonda dört duvarı çeviri yapmaya müsait simultane odaları mevcuttur. Ayrıca diğer salonlarla bağlantılı olarak yapılan etkinlikler multivizyon sistemiyle meltem salonundan da yararlanılabilecektir. Düden ve Meltem Salonları'nda da gerekli tesisatlar (müzik ses yayın Projeksiyon multivizyon ses projeksiyon ışıklandırma elektroakustik yangın alarmı güvenlik enformasyon) mevcuttur. Bunun yanında tüm sesli ve görüntü müzik anons, acil anons yangın ihbar sistemleriyle donatılmış mekanların tümü sıcak-soğuk klimatize edilmiştir. Bina içi ve çevresi 24 saat boyunca kameralarla izlenmektedir. Ayrıca merkezimizde iki adet 90 m²'lik toplantı salonu vardır ve bu salonlar ihtiyaca göre toplantı odası, resim galerisi veya basın odası şeklinde düzenlenebilmektedir.

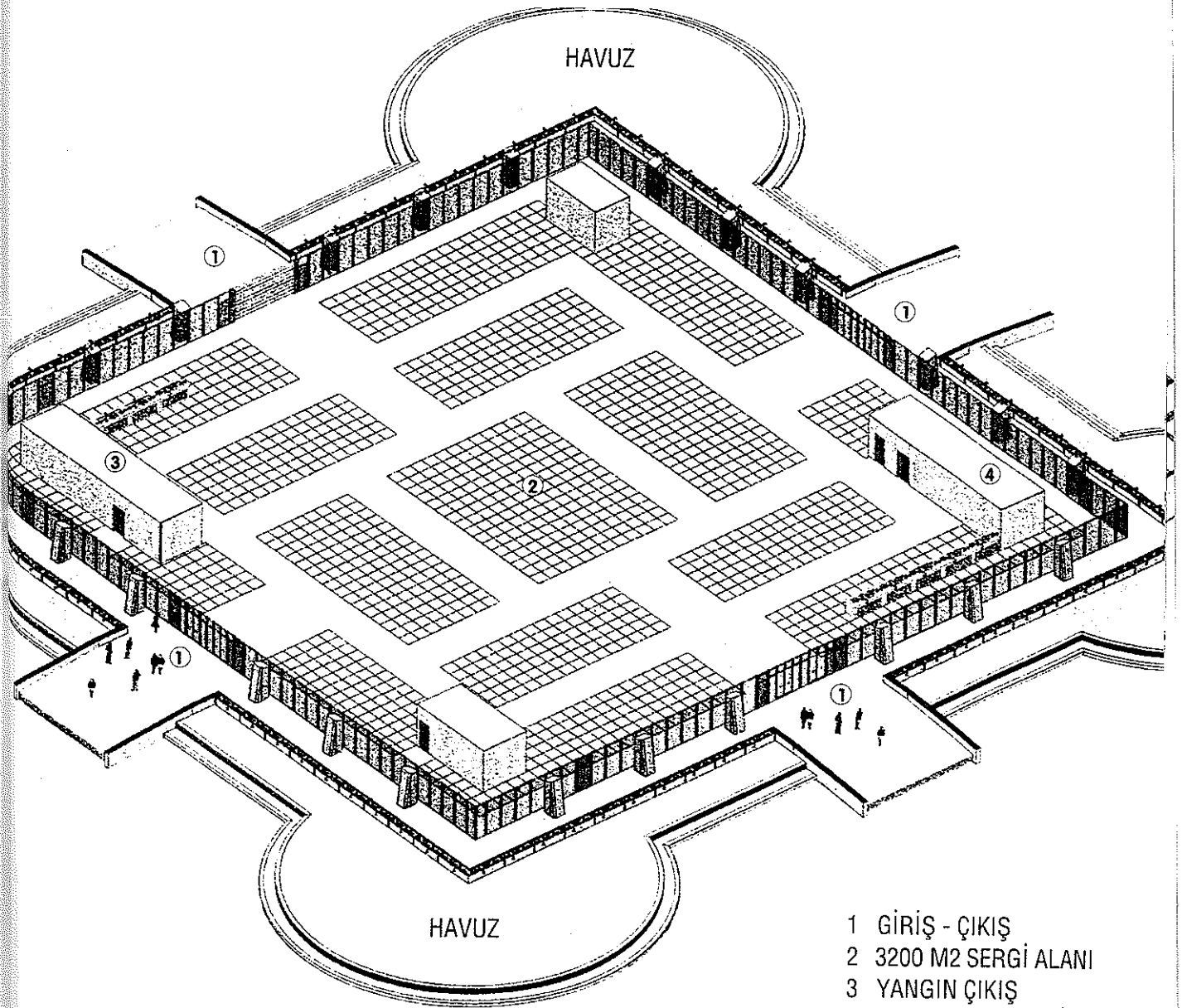
Salonlar 50'şer kişi kapasitesindedir. Toros salonu'nun dört köşesinde bulunan merdivenler ve bedensel engelli asansörü sayesinde her zaman kullanıma açık diğer mahaller; Fuaye büfe bay bayan ve bedensel engelliler tuvaletleri vestiyer, yönetim ofisleri, doktor odası, servis mutfağı ve 2 adet teknik merkezdir. Cam piramit binamızın ayrıca 13 000 m² açık otopark alanı toplam 1500 m²'lik 3 adet malzeme deposu ve 150 m² büyüklüğünde işletme binası bulunmaktadır.



Sanat Galerisi

ZEMİN KAT PLANI

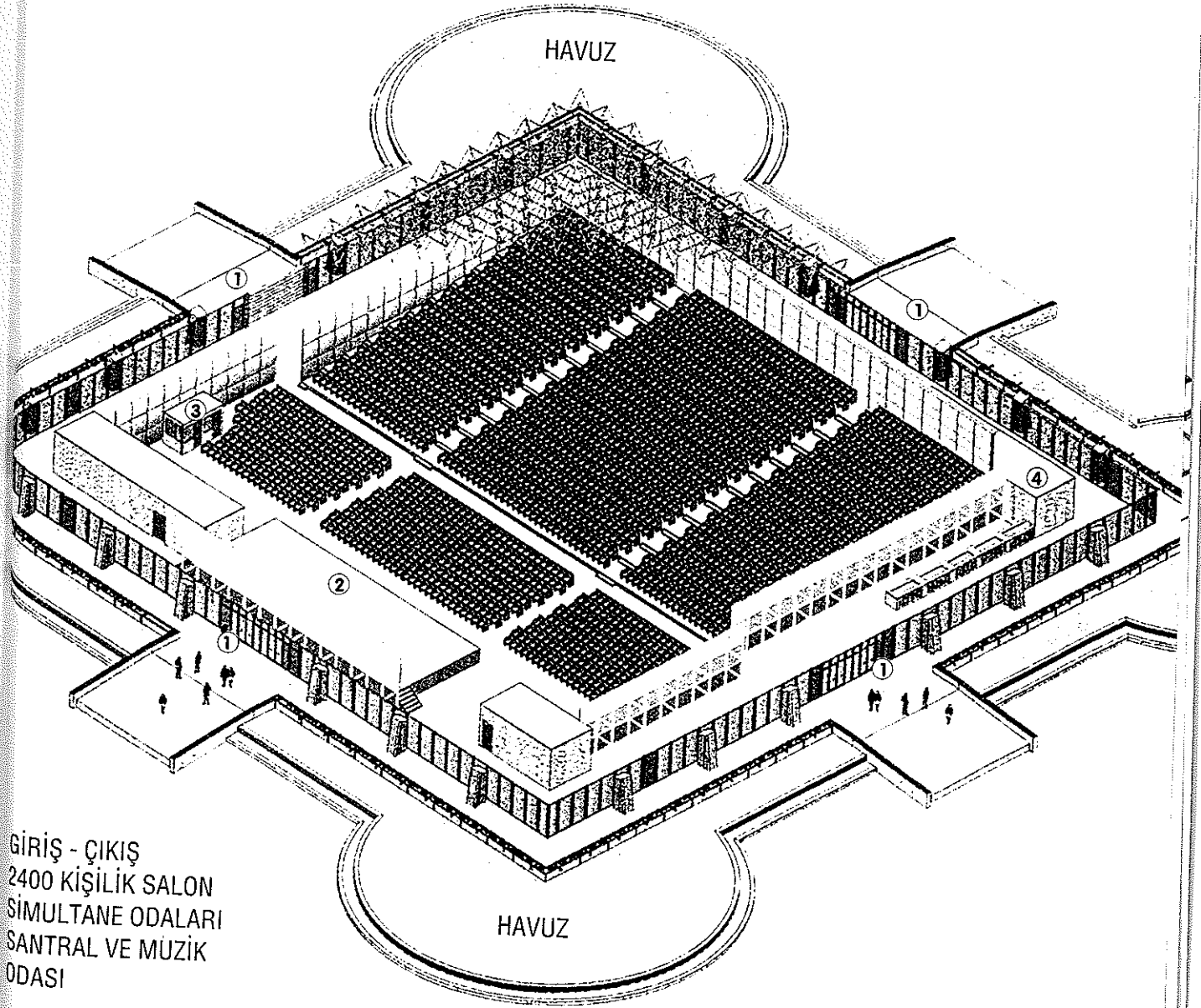
S E R G İ



- 1 GİRİŞ - ÇIKIŞ
- 2 3200 M2 SERGİ ALANI
- 3 YANGIN ÇIKIŞ
- 4 SANTRAL VE MUZİK ODASI

ZEMİN KAT PLANI

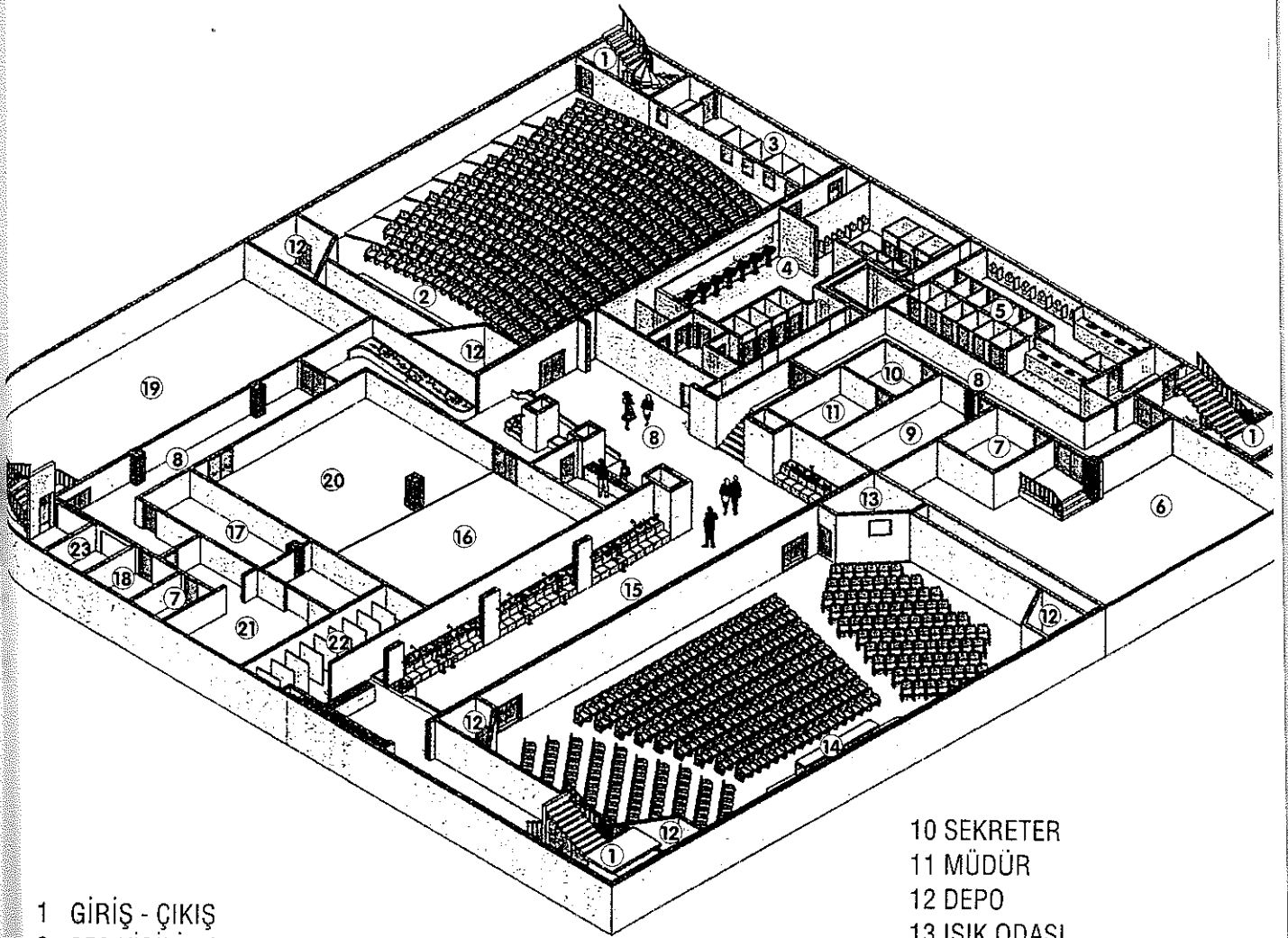
K O N F E R A N S



GİRİŞ - ÇIKIŞ
2400 KİŞİLİK SALON
SİMÜLTANE ODALARI
SANTRAL VE MÜZİK
ODASI

BODRUM KAT PLANI

K O N F E R A N S



- 1 GİRİŞ - ÇIKIŞ
- 2 350 KİŞİLİK SALON
- 3 PROJEKSİYON VE SİMÜLTANE ODALARI
- 4 TUVALETLER
- 5 TUVALETLER
- 6 TEKNİK KISIM
- 7 ELEKTRİK ODASI
- 8 KORİDOR
- 9 DOKTOR

- 10 SEKRETER
- 11 MÜDÜR
- 12 DEPO
- 13 IŞIK ODASI
- 14 440 KİŞİLİK SALON
- 15 FUAYE
- 16 SANAT GALERİSİ
- 17 GÜVENLİK
- 18 OFİS
- 19 TEKNİK KISIM
- 20 BASIN MERKEZİ
- 21 MUTFAK
- 22 VESTİYER
- 23 ASANSÖR

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI : Beykan ÇİZEL
Doğum Tarihi ve Yeri : 08 11 1972
Medeni Durumu : Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Burdur A. Lisesi
Lisans Diploması : Bilkent Üniversitesi, Turizm ve Otel İşl. YO.
Yükseklisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşl Ve Otelcilik YO
Tez Konusu : Kongre Turizmi, Kongre organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma
Yabancı Diller : İngilizce ve Almanca

İş Deneyimi

Stajlar : 1993 Yaz Sheraton Voyager Antalya Hotel
1995 Kalkınma Bankası Genel Müdürlüğü
Çalıştığı Kurum : Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.
Adres : Gürsu mah. 351 sok. özemek sitesi Dblok d:18.
Antalya
Tel. no : 242- 2282082