

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Kadriye DELİCE

KONGRE TURİZMİ ve TÜRKİYE'DEKİ TOPLANTILARDA KATILIMCI
ALGILARININ İNCELENMESİ; ANTALYA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2012

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Kadriye DELİCE

KONGRE TURİZMİ ve TÜRKİYE`DEKİ TOPLANTILARDA KATILIMCI
ALGILARININ İNCELENMESİ; ANTALYA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

Danışman

Prof. Dr. A. Akın AKSU

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı


Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2012

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Kadriye DELİCE'nin bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

: Doç. Dr. Serkan AKINCI 

Üye (Danışmanı)

: Yrd. Doç. Dr. Ebru İGİGEN 

Üye

: Prof. Dr. Akin AKUŞU 

Tez Başlığı: Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Poplantılarda
Katılımcı Algılarının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir
Uygulama

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

Tez Savunma Tarihi 20./06/2012

Mezuniyet Tarihi 27./06/2012

Prof. Dr. Mehmet ŞEN
Müdür

.....

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vii
ÖZET.....	ix
SUMMARY.....	x
ÖNSÖZ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR, KONGRE TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ, GELİŞİMİ ve ÖNEMİ

1.1 Kongre Turizminin Tanımı, Kongre Turizmi İle İlgili Kavramlar, Diğer Toplantı Türleri.	3
1.2 Kongre Turizminin Özellikleri	11
1.3 Kongre Turizminin Gelişimi	13
1.3.1 Dünyada Kongre Turizminin Gelişimi	15
1.3.2 Türkiye`de Kongre Turizminin Gelişimi.....	18
1.3.3 Kongre Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler.....	20
1.3.3.1 Talep İle İlgili Faktörler.....	21
1.3.3.2 Arz İle İlgili Faktörler.....	22
1.4 Kongre Turizminin Önemi	23
1.4.1 Ekonomik Açıdan Kongre Turizminin Önemi	24
1.4.2 Sosyo-Kültürel Açıdan Kongre Turizminin Önemi.....	29

İKİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİNDE ÖRGÜTLENMELER

2.1 Kongre Turizmiyle İlgili Uluslararası Kuruluşlar, Birlikler ve Dernekler.....	31
---	----

2.1.1 Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (International Congress and Convention Association – ICCA).....	32
2.1.2 Uluslararası Dernekler Birliği (Union of International Associations – UIA).....	36
2.1.3 Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (Destination Marketing Association International – DMAI).....	40
2.1.4 Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (Association Internationale des Palais de Congress - AIPC).....	42
2.1.5 Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (The International Association of Professional Congress Organizers - IAPCO).....	43
2.1.6 Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi (Joint Meetings Industry Council - JMIC).....	47
2.1.7 Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (Meeting Professionals International - MPI).....	50
2.1.8 Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği (International Association of Conference Interpreters - AIIC).....	51
2.1.9 Teşvik ve Seyahat Yöneticileri Derneği (The Society of Incentive & Travel Executives - SITE).....	53
2.2 Kongre Turizmiyle İlgili Ulusal ve Şehir Düzeyinde Örgütlenmeler.....	55
2.2.1 Kongre ve Ziyaretçi Büroları – CVB (Convention and Visitor Bureaus).....	55
2.2.1.1 İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu – ICVB.....	58
2.2.1.2 İzmir Kongre ve Ziyaretçi Tanıtım A.Ş.	62
2.2.1.3 Antalya Kongre Bürosu - ACB.....	63
2.2.2 Kongre Merkezleri, Oteller ve Üniversiteler.....	64
2.2.3 Profesyonel Kongre Organizatörleri – PCO (Professional Congress Organizers).....	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONGRE HİZMETLERİNİN ORGANİZASYONU, KONGRE KATILIMCI ALGILARI

3.1 Kongre Organizasyonunu Planlama Aşaması.....	70
3.1.1 Kongre Ülkesi ve Şehrinin Seçimi.....	72
3.1.2 Kongre Zamanı ve Mekanının Seçimi.....	73
3.1.3 Kongre Süresinin Belirlenmesi.....	74

3.1.4 Kongre Katılımcı Sayısının Arttırılması.....	75
3.1.5 Tanıtım Faaliyetlerinin Organize Edilmesi	75
3.1.6 Personel Temini	78
3.1.7 Doküman Temini	79
3.1.8 Bütçenin Hazırlanması ve Finansal Yönetim.....	80
3.2 Kongre Organizasyon Aşaması	83
3.2.1 Kongre Öncesi Hazırlıklar.....	83
3.2.1.1 Kongre İrtibat Bürosu ve Sekreteriyasının Kurulması	83
3.2.1.2 Programların Hazırlanması.....	84
3.2.1.3 Resmi İzinler ve Duyuruların Yapılması.....	85
3.2.1.4 Banka Hesaplarının Açılması ve Rezervasyon İşlemlerinin Yapılması.....	86
3.2.1.5 Personele Gerekli Eğitimlerin Verilmesi.....	88
3.2.1.6 Kongre Öncesi Toplantıların Organize Edilmesi	88
3.2.2 Kongre Sırasındaki Faaliyetler	89
3.2.2.1 Karşılama Hizmetlerinin Verilmesi.....	90
3.2.2.2 Müşteri Odalarının ve Donanımlarının Gözden Geçirilmesi	91
3.2.2.3 Hizmet Masalarının Kurulması	92
3.2.2.4 Giriş (Check-in) ve Çıkış (Check-out) İşlemlerinin Organizasyonu.....	93
3.2.2.5 Toplantı Yer ve Salonlarının Düzenlenmesi	94
3.2.2.6 Yiyecek-İçecek Hizmetlerinin Organizasyonu.....	98
3.2.2.7 Teknolojik İmkanların Sunulması	99
3.2.2.8 Sergi Alanlarının Organize Edilmesi.....	101
3.2.2.9 Turlar, Eğlenceler ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Yerine Getirilmesi	102
3.2.3 Kongre Sonrasındaki Faaliyetler	103
3.2.3.1 Ödemelerin Yapılması ve Kongre Hesaplarının Kapatılması	103

3.2.3.2 Değerlendirme Toplantısının Yapılması ve Kongre Sonuç Raporunun Hazırlanması.....	104
3.3 Kongre Katılımcı Algıları	106
3.3.1 Kongre Etkinliklerinde Katılımcıların Karar Alma Sürecinin İncelenmesi.....	107
3.3.2 Kongre Katılımcılarının Algı ve Tercih Ölçütleri.....	109

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ VE TÜRKİYE'DEKİ TOPLANTILARDA KATILIMCI ALGILARININ İNCELENMESİ; ANTALYA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi	111
4.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	112
4.3 Araştırmanın Yöntemi.....	112
4.4 Analiz ve Bulgular	114
SONUÇ	123
KAYNAKÇA.....	127
EK 1 - Anket Formu Örneği.....	133
Ö Z G E Ç M İ Ş	135

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Kongre Turizminin Unsurları.....	7
Tablo 1.2 En Fazla Kongre Düzenlenen İlk 10 Konu	14
Tablo 1.3 Uluslararası Kongrelerde Kullanılan Kongre Mekanları (2010).....	14
Tablo 1.4 Bölgeler Bazında Uluslararası Kongre Sayıları (2001-2010)	16
Tablo 1.5 Uluslararası Kongrelerin Düzenlendiği İlk 10 Ülke (2001-2010)	17
Tablo 1.6 Şehirlere Göre Toplantı Sayıları (2001-2010)	19
Tablo 1.7 Delegelerin Ortalama Günlük Harcama Miktarı (2001-2010).....	26
Tablo 1.8 Aylara Göre Düzenlenen Toplantı Sayılarının Oranı (2006-2010).....	28
Tablo 2.1 ICCA`nın Üye Şirket Kategorileri	33
Tablo 2.2 Uluslararası Toplantıların Kıtalar Bazında Dağılımı - ICCA (2009).....	35
Tablo 2.3 Uluslararası Toplantıların Kıtalar Bazında Dağılımı – UIA (2009)	39
Tablo 2.4 2010 Yılı En Fazla Uluslararası Toplantı Düzenlenen İlk 10 Ülke	39
Tablo 2.5 2010 Yılı En Fazla Toplantı Düzenlenen İlk 10 Şehir	40
Tablo 2.6 IAPCO Üyeleri Tarafından Düzenlenen Kongreler (2006-2010).....	44
Tablo 2.7 IAPCO Üyelerinin Düzenlediği Ortalama Toplantı, Katılımcı Sayısı ve Kullandığı Alanın Yıllara Göre Dağılımı (2006-2010).....	45
Tablo 2.8 IAPCO`ya Üye Olan Şirketler (Türkiye)	47
Tablo 3.1 Katılımcı Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler	108
Tablo 4.1 Kongreye Katılan Delegelerin Demografik Özellikleri	115

Tablo 4.2 Katılımcıların Beklenti Tatmin Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonucu	116
Tablo 4.3 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişki	118
Tablo 4.4 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Medeni Durumları Arasındaki İlişki	119
Tablo 4.5 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Yaşları Arasındaki İlişki.....	119
Tablo 4.6 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Meslekleri Arasındaki İlişki.....	120
Tablo 4.7 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Katılımcı Beklentilerinin Tatmin Düzeyi Arasındaki İlişki.....	121
Tablo 4.8 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörlerin Regresyon Analizi.....	122

KISALTMALAR LİSTESİ

AACVB	The Asian Association of Convention and Visitor Bureaus (Asya Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği)
AESOB	Antalya Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği
ACB	Antalya Kongre Bürosu
AIIC	International Association of Conference Interpreters (Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği)
AIPC	Association Internationale des Palais de Congress (Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği)
AR-GE	Araştırma Geliştirme
ATAV	Antalya Tanıtım Vakfı
ATSO	Antalya Ticaret ve Sanayi Odası
CMM	Certification in Meeting Management (Toplantı Yönetimi Sertifikası)
CMP	Certified Meeting Professional (Sertifikalı Toplantı Profesyonelleri)
COCAL	The Latin American Confederation of PCO and Related Companies (PCO ve İlgili Şirketlerin Latin Amerika Konfederasyonu)
CVB	Convention and Visitor Bureaus (Kongre ve Ziyaretçi Büroları)
DMAI	Destination Marketing Association International (Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği)
ECM	European Cities Marketing (Avrupa Kentleri Pazarlama)
EFAPCO	The European Federation of Associations of Professional Congress Organisers (Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği Avrupa Federasyonu)
EFCT	European Federation of Convention Towns (Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu)
EVVC	European Association of Event Centres (Avrupa Etkinlik Merkezleri Birliği)
JMIC	Joint Meetings Industry Council (Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi)

IACVB	International Association of Congress and Visitor Bureau (Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Derneği)
IAPCO	The International Association of Professional Congress Organizers (Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği)
IATA	International Air Transport (Uluslararası Hava Taşımacılık Birliği)
ICCA	International Congress and Convention Association (Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği)
ICVB	Istanbul Congress and Visitor Bureaus İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
ISO	Uluslararası Standardizasyon Organizasyonları
ITO	İstanbul Ticaret Odası
İZFAŞ	İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri
MPI	Meeting Professionals International (Uluslararası Toplantı Profesyonelleri)
PCMA	The Professional Convention Management Association (Profesyonel Toplantı Yönetim Birliği)
PCO	Professional Congress Organizers (Profesyonel Kongre Organizatörleri)
SITE	The Society of Incentive & Travel Executives (Teşvik ve Seyahat Yöneticileri Derneği)
s.	Sayfa
THY	Türk Hava Yolları
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TUGEV	Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı
TUROB	Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TYD	Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
UFI	The Global Association of the Exhibition Industry (Küresel Fuar Endüstrisi Birliği)
UIA	Union of International Associations (Uluslararası Dernekler Birliği)
VIP	Very Important Person (Çok Önemli Kişi)

ÖZET

Kelime anlamı olarak” toplanma, buluşma” anlamına gelen kongre kavramı genel olarak belirli bir konuda insanların bilgi alışverişinde bulunması amacıyla toplanması şeklinde tanımlanabilir. Bu amaçla insanların sürekli yaşadıkları yerden kongrenin düzenleneceği yere seyahat etmesi, konaklaması, yeme-içme ve diğer hizmetlerden yararlanması sonucu ortaya çıkan etkinlik ise kongre turizmi olarak tanımlanmıştır.

Kongreler yapılış amaçlarına, katılımcı sayılarına, içeriklerine ve katılanların milliyetlerine göre farklı isimler altında sınıflandırılmaktadır. Bunların başlıcaları; konvansiyon, konferans, panel, forum, sempozyum, seminer, kolokyum, meeting (miting), workshop (çalıştay) ve genel kurul olarak sıralanabilir.

Bilim ve teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte insanlar daha fazla toplanma ve bilgi alışverişinde bulunma ihtiyacı duymuşlar ve ulaşım imkanlarının gelişmesiyle toplantılara katılım daha hızlı ve ekonomik olmuştur. Bu nedenle kongre turizmi hızla gelişmiş ve bu alanda hizmet veren kuruluşlar bu pastadan daha fazla pay alabilmek amacıyla ulusal ve uluslararası düzeyde örgütlenmişlerdir.

Kongre organizasyonunun düzenlenmesi büyük bir titizlik gerektirmektedir. Kongre organizatörleri, düzenlenecek olan toplantının temel amaçlarını ve katılımcıların beklentilerini çok iyi bilmeli ve ona göre planlama yapmalıdır. İyi bir kongre organizatörü toplantı öncesinde, toplantı sırasında ve toplantı sonrasında katılımcıların tüm ihtiyaçlarına cevap verebilmelidir. Program sadece katılımcılara göre değil, onlarla birlikte gelecek olan refakatçiler de göz önünde bulundurularak düzenlenmelidir.

Bir kongre organizasyonunda hem kongreyi düzenleyen kuruluşun, hem kongrenin düzenleneceği kongre merkezi veya tesisinin hem de kongreye katılan delegelerin bir takım hedef ve beklentileri bulunmaktadır. Kongre düzenleyicileri ve kongre merkezleri kendi hedeflerine ulaşabilmek için öncelikle katılımcıların beklentilerini çok iyi tespit edip buna göre hizmet vermek zorundadırlar. Kongre katılımcıların beklentilerinin anlaşılması ve bu doğrultuda hizmet verilmesi, düzenleyen kuruluş ve düzenlenen işletme açısından hem ekonomik açıdan verimli olmakta hem de süreklilik sağlanması açısından olumlu sonuçlar vermektedir.

SUMMARY

Word as meaning "assembly, meeting" the concept of convention, which means people in general can be defined as the collection in order to exchange information on a particular topic. For this purpose, where people always live to travel to congress destination, accomodation and to benefit the other services resulting from the event is defined as the congress tourism.

Congresses are classified under the different name depending on purposes, the number of participant,content and participants` nationality. Most important of these include convention, conference, panel, forum, semposium, seminars, colloquia, meeting, workshop and the general assembly. These type of meetings provide many benefit to congress destination including economic, social and cultural perspective.

Rapid development of science and technology, people felt the need meeting and to exchange more information and participation in meetings with the development of transportation facilities has been more fast and economical. For this reason, congress tourism rapidly developed and organizations that provide service in this field organized national and international level to obtain a greater share of the pie.

Organization of the congress organization requires great care. The the congress organizers should have a good knowledge which organized the meeting the primary objectives and expectations of the participants and planning accordingly. A professional congress organizer should be able to response all the needs of the participants before the meeting, during the meeting and after the meeting. The congress program should not be organized by the participants, also taking into consideration attendant with them should be organized.

Congress organization company, congress center or facility and congress participants have some goals and expectations at a congress organization. In order to achieve the objectives of the congress organizersandconvention centers, first they have to determine very well expectation of participants and than provide services accordingly. Understand the expectations of congress participants and provide services in this direction, both in terms of organizing company and congress destination become economically efficent, but also give positive results in terms of ensuring continuity.

ÖNSÖZ

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda aldığım yüksek lisans eğitimi sonunda bitirme tezi olarak “Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Toplantılarda Katılımcı Algularının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir Uygulama” konusunu belirlememde ve hazırlamamda desteğini esirgemeyerek her türlü yardımı sağlayan tez danışmanım Sayın Prof. Dr. A. Akın AKSU'ya teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Çalışmanın analiz kısmında her türlü sorularıma yanıt vererek yardımcı olan hocam Sayın Yard. Doç. Dr. Tahir ALBAYRAK'a ayrıca teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca tüm eğitim hayatım ve tez çalışmam boyunca maddi manevi desteğini esirgemeyen babam Hasan DELİCE'ye, büyük bir inançla daima beni teşvik eden kardeşlerim Aysel, Hüseyin, Bahar, Gökhan ve Elmas DELİCE'ye ve kuzenim Aslıhan DELİCE'ye, araştırmam boyunca beni hiç yalnız bırakmayıp benimle şehir şehir dolaşan Cem KÖYLÜ'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Kadriye DELİCE

2012, Antalya

GİRİŞ

Bir taraftan bilimsel alandaki ilerlemelere paralel olarak artan uzmanlaşmalar, diğer taraftan gelişen ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik iş ve ilişkilerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütlenmeler, daha önce pek ender rastlanan toplantıların sayılarında İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra büyük gelişmelere sebep olmuştur. Söz konusu toplantılarda meydana gelen bu artışın ulaştığı boyut kongreciliğin bir meslek haline gelmesine ve kongre olayının da bir turizm hareketliliği olarak değerlendirilmesine yol açmıştır.

Her kongre bir turizm hareketidir. İnsanlar kongreler aracılığıyla hem iş yapıp hem de kongrenin düzenlendiği destinasyonda turist olabilirler. Destinasyon ve işletmeler açısından delegeler turist olarak görülmektedirler, çünkü kongreye katılan delegeler klasik turistlerin faydalandığı hizmetlere benzer hizmetleri kullanırlar. Delegelerin klasik turistlerden farkı, daha fazla harcama yapma ve lüks tüketim eğiliminde olmalarıdır. Buna karşın, seyahat ettikleri destinasyonda klasik turistten daha kısa süre konaklama yapmaktadırlar.

Delegelerin normal turiste göre daha fazla harcama yapmalarından dolayı işletmeler delegelerin memnuniyetine daha fazla önem vermektedirler. Bu çalışmada ki temel amacımız da kongre katılımcılarının organizasyondan beklentilerini ve işletmelerin vermiş olduğu hizmetlerin katılımcılarının bu beklentilerini ne düzeyde tatmin ettiğine yöneliktir.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kongre turizminin çeşitli kaynaklardan alınmış tanımlarına, kongre turizmi ile ilgili kavramlara, kongre turizminin özelliklerine, kongre turizminin gelişimi ve önemine yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümde kongre turizmiyle ilgili örgütlenmeler ele alınmıştır. Bu örgütler uluslararası örgütler, ulusal ve şehir düzeyindeki örgütlenmeler olarak gruplandırılarak ele alınmıştır. Her örgütün amacı, vizyon ve misyonu, faaliyet alanları ve genel yapısı incelenmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise, kongre hizmetlerinin organizasyon aşamalarına ve kongre katılımcı algılarına yer verilmiştir. Öncelikle kongre organizasyonu planlama aşaması açıklanmıştır. Daha sonra kongre organizasyon aşaması; kongre öncesi hazırlıklar, kongre

sırasındaki faaliyetler ve kongre sonrasındaki faaliyetler olarak gruplandırılmıştır. Son olarak ise kongre katılımcı algıları açıklanmıştır.

Araştırmanın son bölümü olan dördüncü bölümde, araştırmanın amacına yönelik anket sonuçlarının değerlendirilmesine çalışılmıştır. Kongre katılımcı algılarını belirlemeye yönelik çalışmada, Antalya`da kongre organizasyonuna katılan delegelerden faydalanılmıştır. Çalışmanın sonunda ise analizlerden elde edilen bulgular doğrultusunda sonuç ve önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR, KONGRE TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ, GELİŞİMİ ve ÖNEMİ

1.1 Kongre Turizminin Tanımı, Kongre Turizmi İle İlgili Kavramlar, Diğer Toplantı Türleri

İnsanlar eski çağlardan beri sosyal, spor, politik ya da dini amaçlarla toplantılara, kongrelere ve sergilere katılmak için bir araya gelmişlerdir. Kentlerin bölgesel merkezler haline gelmesiyle bu tür faaliyetlerin sıklığı ve büyüklüğü artmış, çok sayıda gruplar ve birlikler sergiler düzenlemişlerdir. Son yıllarda bütün dünyada ülkeler arasındaki ekonomik ve ticari faaliyetlerin gelişmesiyle birlikte en hızlı gelişen turizm şekillerinden birisi olan kongre turizmi, seyahat acentalarının ve diğer seyahat organizatörlerinin üzerinde durması gereken önemli faaliyet alanlarından birisi durumuna gelmiştir. Bu sektör özellikle sanayileşmiş batı ülkelerinde öylesine gelişmiştir ki, bazı seyahat acentaları ve tur organizatörleri kendi faaliyet alanlarını özellikle bu seyahat şekli üzerine yoğunlaştırmışlardır (İçöz, 2003, s.263). Toplantı ve kongre sektörü küresel turizm sektörünün en hızlı büyüyen turizm türlerinden biri durumuna gelmiştir. (Dragicevic vd, 2011, s.67).

İş seyahatleri; toplantı, kongre, incentive ve sergileri içerir ve dünya çapında birçok destinasyonda, turizm ürününün önemli bir bileşenini oluşturur. İş amaçlı yapılan toplantı ve kongreler genellikle katılımcıların normal çalışma yerlerinden uzakta düzenlenirler (Smith ve Garnham, 2006, s.3).

Etkinlik sektörünün bir alt kümesi olan iş amaçlı etkinlikler ve kongreler, genellikle bilgilendirme, bilgilendirmek ve ticari yararlar sağlamak amacıyla organize edilir. Artan katılımcı sayısı, kısa sürede elde edilen yüksek gelir, tanıtım gibi nedenlerle etkinlik turizmi kapsamındaki kongrelere endüstri ve destinasyonlar tarafından büyüyen bir ilgi bulunmaktadır. Özellikle yüksek düzeyde heterojen bir pazar bölümüne hitap eden kongrelerin yöneticileri, başarılı bir kongre organize etmek ve yüksek katılımcı sayısına ulaşmak için katılımcıların davranışları, karar alma süreçleri ve kongre seçim kriterlerine yönelik daha fazla bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar (Kozak ve Yüncü, 2011, s.20).

Kongre kelimesinin kökeni “toplanma, buluşma” anlamına gelen Latince “congressus”dan gelmektedir. Günümüzde aynı anlama gelen konferans, sempozyum, seminer, meeting gibi kelimeler de kullanılmaktadır. ABD’nde, parlamentonun bir bölümünün “kongre” olarak adlandırılması dolayısıyla uluslararası literatürde kongre kelimesi yerine “convention” ifadesi kullanılmaktadır (Aymankuy, 2010, s.4).

Kongre, konferans ve toplantı gibi bazı kavramlar çoğu kez eş anlamlı ya da gelişigüzel bir şekilde kullanılmaktadır. Sempozyum, kolokyum, zirve gibi başka kavramlar da benzer ancak daha özel anlamlarda kullanılırken, yalnızca zirve kavramının anlamına ilişkin görüş birliği oluşabilmiştir. Bu kavram karmaşasının bir nedeni de dünyanın farklı bölgelerinden aynı kavramlara farklı isimler verilmesidir. Örneğin Türkiye’de “kongre” kavramıyla ifade edilen toplantılar, Büyük Britanya’da “konferans”; Asya, Amerika ve Avustralya’da ise “convention” kavramıyla ifade edilmektedir (Atabaş, 2008, s.50).

Kongre kelimesinin literatürdeki farklı kaynaklarda birçok tanımı mevcuttur. Bunlardan bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz:

Kongre; yurt içi veya dışında aynı ya da farklı meslek gruplarına sahip kişilerin (delegelerin), fikir alışverişinde bulunmak ve tartışmak gibi amaçlarla çağrılı olarak bir araya gelmeleridir (Aymankuy, 2010, s.4).

İçöz (2003, s.264) kongre kavramını “Bir veya daha fazla günle sınırlandırılmış ve önceden kararlaştırılmış bir program çerçevesinde uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda ya da meslek dallarında, belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerin de katılımlarıyla meydana gelen bir toplantıdır” şeklinde tanımlamıştır.

Çakıcı (2009, s.5)’nin tanımı ise; “Kongre; ulusal veya uluslararası düzeyde en az 300 kişinin katıldığı, karşılıklı bilgi alışverişi ortamının yaratıldığı büyük çaplı toplantılardır” şeklindedir.

Aydın (1997, s.12)’in tanımında ise kongre; “Bir spesifik grubun, spesifik bir konuyu görüşmek için belli aralıklarla bir araya gelmeleridir” şeklinde ifade edilmiştir.

Atabaş(2008, s.54) “Kongre, özel ilgi gerektiren bilimsel konularda veya herhangi bir işle ilgili bilgi alışverişini amaçlayan, başlangıcından birkaç yıl önce planlanan ve katılımcıların genellikle toplanılan yerin dışından geldiği toplantılardır” şeklinde tanımlamıştır.

Kongre, daha önce konusu, tarihi ve içeriği bir program ile açıklanmış bir etkinliktir. Bu etkinlik, bilimsel, sektörel gibi alanlarda profesyonellerin katılımcılar ile bilgi alışverişinde bulunduğu bir faaliyetler bütünüdür. Bu faaliyetler, pazarlama teknik ve yaklaşımlarının gelişmesine paralel olarak örgüt ve işletmeleri de kapsamına almaktadır (Arber, 2008, s.5-6).

Kongre turizmi literatüründe kongre ve toplantı kavramları birbirine oldukça yakın anlamları olan ve çoğu zaman aynı anlamda kullanılan kavramlardır. Dünya’da ve Türkiye’de kullanılan anlamıyla toplantı, birden fazla insanın ortak amaçlarla bir araya gelmelerini ifade eden ve içinde pek çok çeşidi barındıran bir kavramdır. Kongre, konferans, forum, sempozyum, seminer, workshop, panel, zirve ve kolokyum gibi çeşitli amaçlarla ve farklı düzen ve tekniklerle gerçekleştirilen her bir etkinlik aynı zamanda bir toplantıdır. Bu bağlamda toplantı genel bir kavram olarak kabul edilmektedir (Atabaş, 2008, s.55-56).

Yukarıdaki kongre tanımlarında belirtilen amaçlarla ve belirtilen şekillerle organize edilen toplantılarla bir araya gelen insanlar, turizm sektöründe yeni bir türün de oluşmasına neden olmuşlardır. Çünkü insanların kongrelere katılabilmeleri için konaklama, ulaşım, yeme-içme gibi turizm hizmetlerinden yararlanmaları gerekmektedir. Bu da “kongre turizmi” kavramının doğuşuna neden olmuştur. Literatürde yer alan kongre turizminin tanımlarını ise şu şekilde sıralayabiliriz:

Toplantı turizmi; aynı veya farklı mesleklerdeki kişilerin kısa, sınırlandırılmış ve kesin bir program çerçevesinde kendi meslekleri, belirli bir bilimsel alan veya konuda bilgi alışverişini yapmak amacıyla sürekli yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışına yaptıkları seyahat ve konaklamalarda ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Çakıcı, 2009, s.3).

Bir diğer tanım ise şöyledir; “Kişilerin daimi konakladıkları yer veya çalıştıkları yer dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişini yapmak amacı ile bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama olayı ve ilişkilerin tümüdür” (Karasu, 1990, s.32).

Baytok ve arkadaşları (2010, s.10) toplantı turizmini “İnsanların sürekli konutlarının bulunduğu yerler dışında bilimsel, politik ve iş amaçlı toplantılara katılma amaçlı seyahatlerinin oluşturduğu bir turizm hareketidir” olarak açıklamışlardır.

Arber (2008, s.9) tanımında kongre turizmini “İnsanların ortak konular üzerinde görüşmelerde bulunmak amacıyla oturdukları yerlerin dışına organize biçimde seyahat ederek toplanmalarıdır” şeklinde ifade etmiştir.

Aydın (1997, s.15)'ın tanımı ise “Değişik ülkelerde veya aynı ülkede yaşayan insanların sürekli olarak yaşadıkları yerlerden ayrılıp, temel amaç olarak ortak bir konu çerçevesinde bilgi alışverişi yapmak için bir araya gelmeleri, ikinci amaç olarak da gezip görmek, dinlenmek, eğlenmek, yeni kültürler ve yeni insanlar tanımak için yapmış oldukları seyahat, konaklama, yeme-içme gibi faaliyetlerin sonucu ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” şeklindedir.

Aymankuy (1997, s.10) ise, “Kongre turizmi, belirli bir potansiyele sahip ülkelerde ve ülkelerin belirli bölgelerinde görülen yoğunlaşmaların önlenmesi, turizm sezonunun uzatılması, tesislerin doluluk oranlarının artırılarak daha verimli hale getirilmesi ve kongre delegeleri ile refakatçilerin harcamalarının normal turiste oranla fazla olması dolayısıyla ülkenin döviz girdilerinin artırılması gibi ekonomik faktörler nedeniyle en fazla teşvik edilmesi gereken turizm türüdür” açıklamasını yapmıştır.

Ulusan ve Batman (2010, s.247) da kongre turizmini “Uluslararası niteliğe sahip meslek kuruluşlarının, bilimsel, sanatsal, siyasal, eğitimsel, dinsel vb. konulardan birini tartışmak üzere belirli aralıklarla düzenledikleri kongre, seminer, konferans vb. faaliyetlere katılması sonucu ortaya çıkan turizm şeklidir” biçimde tanımlamıştır.

Atabaş (2008, s.53)'ın tanımı ise “Kongre turizmi insanların herhangi bir iş organizasyonu nedeniyle bir araya gelmelerinden doğan ve ulaşım, konaklama, gezi, eğlenme ve dinlenmeyi kapsayan turizm faaliyetidir” şeklindedir.

Tarih boyunca dinlenmek, öğrenmek, tartışmak, oylamak ve karara varmak üzere binlerce toplantı düzenlemiş olan insanoğlu bu toplantıları da sınıflandırmış ve her birine seminer, sempozyum, konferans, kongre vb. adlar vermiştir (Oktay, 1997:50).

Getz (2008, s.405) toplantı ve kongre turizmi için, “Uluslararası turizm sektörünün hızla büyüyen ve önem taşıyan bir türüdür” açıklamasını yapmıştır.

Kongre ve kongre turizminin tanımlarını incelediğimizde, tablo 1.1’de de görüldüğü gibi kongre turizminin, konu, nesne, amaç, zaman ve çerçeve olmak üzere beş unsurdan oluştuğu görülmektedir.

Tablo 1.1 Kongre Turizminin Unsurları

UNSUR	AÇIKLAMA
Konu	Belirli bir konuda toplantı
Nesne	Kişiler
Amaç	Bilgi alışverişi
Zaman	Kısa ve sınırlandırılmış
Çerçeve	Kesin bir program

Kaynak: A. Celil Çakıcı, Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans ve Seminer Organizasyonları, s.3

Kongre organizasyonlarında üç farklı taraf bulunmaktadır. Kongreden beklenen asıl sonuç, bu tarafların beklentilerinin en yüksek düzeyde gerçekleşmesidir. Taraflar bu amaca ulaşabilmek için çok iyi şekilde işbirliği yapmak durumundadırlar. Taraflardan ilki kongreye karar veren, onu gerçekleştirmeyi amaç edinenlerdir. Bunlar genellikle bir dernek, bir işletme, bir kamu kurumu ya da bilimsel bir kuruluşun üyeleri, yöneticileridir. İkinci taraf kongrenin yapıldığı ülkenin ya da kentin halkıdır. Üçüncü taraf ise kongre üyesi, kongre delegesi ya da kısaca kongreye katılan kongre gruplarıdır (Boz, 2010, s.5).

Kongre grupları, belirli bir konu çerçevesinde, belirli bir noktada toplanan insanların oluşturdukları gruplardır. Katılımcılar birçok farklı yöreden kongre yörenine ulaşırlar. Grup kongre merkezine ulaştıktan sonra oluşur. Belirli bir konu çerçevesinde toplanmaları nedeniyle kapalı grup özelliği gösterirken katılım kararlarının bireylerce alınmaları nedeniyle de broşür grubu özellikleri gösterirler. Toplantılar sırasında verilen hizmetler tümüyle teknik hizmetlerdir ve daha çok gözetim esasına dayanır ve hostesler tarafından yürütülürler. Ancak gerek kongre öncesi, gerek kongre sonrası ve gerekse kongre süresince düzenlenecek çevre gezileri nedeniyle seyahat acentalarına ve rehberlik hizmetlerine karşı talep yaratan organizasyonlardır (Boz, 2010, s.7).

Toplantılar, amaçları bakımından dört gruba ayrılabilir. Bunlar, bilgi alışverişi amacıyla yapılan ulusal ve uluslararası kongreler, okul sırasında ve sonrasında eğitim amacıyla yapılan seminer ve kurslar, çalışanlara satış ve pazarlama tekniklerini öğretmek amacıyla düzenlenen ürün tanıtım toplantıları ve çalışılan iş kolunda satış aktivitesini arttırmaya yönelik ödül ve özendirme toplantılarıdır (Gülbahar, 2006, s.49).

Toplantı türlerinden bazıları şu şekilde verilebilir:

Konvansiyon: İnsanların içinde yaşadıkları toplumdan bireysel veya küçük gruplar halinde ayrılarak ortak bir amaç için belirli bir yerde yüzlerce ya da binlerce insanla bir araya gelmeleridir (Aymanıkuy, 2010, s.3).

Bugünün konvansiyonları genel bir oturum ve ek küçük toplantılardan oluşmaktadır. Bu toplantılar sunumlu veya sunumsuz olabilmekte ve genellikle her yıl tekrar edilmektedir. Konvansiyonun amacı, pazar raporları vermek, yeni ürünleri tanıtmak ve işletme stratejisini belirlemektir (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.35).

Konferans: Mesleki veya teknik alanda uzman bir kişinin belirli bir konuda verdiği ve 50 ile 300 arasında katılımcının bulunduğu toplantılardır (Çakıcı, 2009:6). Konferans ile konvansiyon hemen hemen aynı anlama gelmekle birlikte konvansiyonlar genel görünümü ile düzenli toplantıların söz konusu olduğu ticari gruplar tarafından yapılmaktadır. Konferanslar ise ticarete kullanıldığı gibi teknik ve bilimsel alanlarda daha çok kullanılmaktadır. Temel farklılıkları eylemden daha çok anlama yönelik olmasıdır. Konferans programı genel olarak belirli sorunlar ve gelişmelere yöneliktir ve küçük ek toplantılar zorunlu değildir. Katılım açısından küçük veya büyük olarak ayrılabilir (Tavmergen ve Aksakal, s.2004:36).

Uluslararası Toplantı Sektörü Sözlüğü'nde konferansın iki anlamı mevcuttur (Atabaş, 2008, s.57):

1. Tartışma, veri edinme, problem çözme veya danışma amaçlarıyla tasarlanan katılımcı toplantı.
2. Herhangi bir kuruluş tarafından belirli bir konu üzerinde fikir alışverişinde bulunmak, bildiri yayımlamak, tartışma açmak ya da bilgi vermek amacıyla gerçekleştirilen etkinlik.

Panel: Bir panel yöneticisi tarafından yönetilen, sayısı altıya kadar çıkabilen, konuşmacıların belirli bir sıra ve zaman sınırlaması içinde konuştuğu ve dinleyicilerle soru-

yanıt kısmının sağlandığı, dinleyiciler önünde yapılan tartışmalı toplantılardır (İçöz, 2009, s.7).

Forum: Bir yönetici başkanlığında panelistlerin bir konu hakkında enine boyuna yaptıkları tartışmalardan oluşan toplantılara verilen isimdir. Katılımcılar, sorulan soruların panelistler tarafından tüm yönleriyle açıklanmasını beklerler. İki ya da daha fazla konuşmacı birbirleriyle zıt görüşlere sahip olabilirler. Konuşmacıların konuşmaları sonrasında oturum yöneticisi konuyu ya da konuşmayı özetler ve sonra tartışma başlatılır (Aymankuy, 2010, s.2).

Üye, yönetici veya forumun sahibi olarak katılım, kişilere hem iş dünyasında tanınmışlık sağlamak hem de kalifiye iş bağlantıları meydana getirebilmektedir. Ayrıca, forumların arşiv ve derleme bilgileri, okuyuculara konu hakkında genel bilgi sağladığı gibi, geçmiş eğilimler hakkında da bilgi vermektedir. Genellikle dernekler veya birlikler sınırlı katılımcı sayısının olduğu gruplar için özel ilgi forumları düzenlemektedirler (Gülbahar, 2006, s.51).

Sempozyum: Belirli bir konuda birden fazla panelin yapılmasıyla gerçekleşen belirli bir konunun tartışıldığı bilimsel toplantıların tamamının adıdır (Çakıcı, 2009, s.8). Yapı olarak foruma benzemekle birlikte, sempozyumlar daha resmidir ve dinleyicilerin katılımları foruma göre daha azdır (Aymankuy, 2010, s.3).

Seminer: Ortalama 20 ile 50 kişinin katıldığı ve genellikle mesleki bir konuda eğitim verme amacı taşıyan toplantılardır (İçöz, 2003, s.281). Bilgi ve deneyimin herkes tarafından paylaşılması fikrini kapsamaktadır. Tartışmalar yöneticilerin denetimi altında yapılır. Seminer nispeten küçük gruplara bir şeyler katmak amacı güder. Eğer toplantılar büyük boyutlu ise o zaman bu toplantılar forum veya sempozyum olarak adlandırılır (Aymankuy, 2010, s.3).

Zirve: Yüksek seviyedeki resmi görevlilerin katıldıkları toplantılardır (Aymankuy, 2010, s.3).

Kolokyum: Uzman akademisyenlerin belirli bir konuda konuşmalar yaptıkları ve ilgili soruları cevaplandırdıkları toplantılardır (Aymankuy, 2010, s.3). Bu tür toplantılarda, katılımcı sayısı genellikle 50 kişinin altındadır ve toplantının içeriği katılımcılar tarafından da belirlenebilir (Çakıcı, 2009, s.7).

Meeting (Miting): İngilizce'de toplantı, toplanma anlamına gelen bir kavramdır. Bazı grup ya da sendikaların bir olayı kınamak veya kutlamak gibi amaçlarla düzenledikleri

toplantılardır. Otelcilik literatüründe departman yöneticilerinin düzenli ya da düzensiz olarak personeli bilgilendirmek veya kontrol etmek gibi amaçlarla yapılan toplantılar da meeting olarak adlandırılmaktadır (Aymankuy, 2010, s.2).

Sergiler ve Fuarlar: Birçok ürün ya da hizmetin aynı çatı altında bir araya getirildiği, sergilendiği ve konuyla ilgili profesyonellerin ya da halkın davet edildiği gösteri amaçlı organizasyonlardır. Çok önemli bir pazar olarak nitelendirilen sergi ve fuarlarda hizmet ya da ürünü sağlayanlar ile potansiyel alıcılar yüz yüze ilişki kurma olanağı bularak ticari ilişkiler gerçekleştirmektedirler (İçöz, 2003, s.279).

Sergiler bir prestij, enformasyon ve öğretim gösterisi niteliğindedir ve genellikle periyodik değildir. Satıştan ziyade tanıtmanın yoğun olduğu faaliyetlerdir. Genellikle başka bir toplantıya bağlı olarak yapılmaktadırlar. Toplantıya ilişkin ürün ve hizmetlerin gösterime, katılımcılara sunulmasıdır. Fuarlar ise ticari amaçlarla yapılmaktadır. Fuarların bir pazaryeri görünümünde olması, ekipmanlara ve teknolojiye karşı ilgili olan toplantı üyelerinin devamlılığını sağlamaktadır. (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.40).

Konferanslar ve sergiler genellikle iki ayrı aktivite olmaktan çok beraber organize edilirler çünkü bu iki organizasyonun birbirleri ile yakın ilgisi vardır. Genellikle konferanslar sergileri içermektedir ve sergiler de sık sık konferansları doğurmaktadır (Rogerson, 2005, s.178).

Genel Kurul: Özellikle derneklerin belirli dönemlerde yaptıkları toplantılardır. Türkiye`de dernekler yasa gereği en az 2 yılda bir genel kurul yapmak zorundadırlar (Çakıcı, 2009, s.8).

Workshop (Çalıştay): Çalışma grubu olarak da adlandırılırlar. Küçük bir grubun bir konuyu tartıştığı ve özel bir problemi çözmeye yönelik toplantılardır. Bir eğitimcinin denetimi altında bir konunun öğrenilmesi amaçlanır (Özer, 2010, s.5).

İncentive: Bir şirket çalışanları veya şirkete hizmet edenler için bütün masrafları karşılanmak koşuluyla iş ve dinlence amaçlı olarak düzenlenen turistik amaçlı seyahatlerin tümüdür (Atabaş, 2008, s.58).

1.2 Kongre Turizminin Özellikleri

Kongre turizmi çok yönlü bir turizm türüdür ve klasik turizmden birkaç noktada ayrılmaktadır. Kongre turizminin özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- Kongre turizmi, turizm ekonomisine mevsim uzatabilme özelliğiyle katkı sağlar (Yıldız, 2010, s.20).Kongreler yılın belli dönemlerinde yoğunluk göstermekte ve özellikle sezon dışı dönemlerde yapıldıkları için otellerin doluluk oranlarını büyük ölçüde olumlu yönde etkileme potansiyeline sahiptir (Arslan, 2008, s.8).
- Kongrelerin organize edilmesi için özellikle ulaşım ve toplantıların başarıyla yapılabilmesine olanak sağlayan konaklama ve toplantı tesisleri tercih edilmektedir. Bu nedenle günümüzün konaklama projelerinde toplantı salonlarının var olmasına önemle dikkat edilmektedir (Khalilov, 2009, s.2).
- Kongre turizmi ve kongre otelciliği teknik donanım ve diğer unsurlar açısından güçlü bir altyapıya ihtiyaç duymaktadır (Gülbahar, 2006, s.66). Teknik donanımın güçlü ve sorunsuz olması vazgeçilmez bir özelliktir (Yıldız, 2010, s.20).
- Kongre turizminde özellikle kongrelere yönelik düzenlemeler ve diğer destek faaliyetleri konusunda uzman olan işletmeler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu da yan sektörler oluşturarak istihdama katkı sağlamaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.33). Büyük çaplı grupların katılımıyla organize edilen kongre turizminin 37 sektör üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi bulunmaktadır (Özer, 2010, s.11).
- Kongre turizmi amaçlı toplantı binaları ve kongre sarayları gibi sabit yatırımlar yüksek maliyetli olup, bu tür yatırımlar genellikle devlet veya yerel idarelerce gerçekleştirilmektedir (Gülbahar, 2006, s.66).
- Kongre turizmi; profesyonel beceri ve detay gerektiren programları içerir. Bunlar: anında (simültane) tercüme, özel gece programları, davetiye hazırlama ve dağıtımı, çeşitli ülkelerden gelen ziyaretçilere çeşitli transferler, değişik otellerde çalışmalar, medya ile toplantı katılımcılarının bir araya getirilmesi, grup çalışmalarının yönlendirilmesi, kongre binası ve merkezinin ayarlanması, bildirilerin değerlendirilmesi ve derlenmesi, karşılama programlarının düzenlenmesi, eşler için ayrı tur paketlerinin hazırlanması ve bildirilerin gruplanarak salona dağıtılmasıdır (Yıldız, 2010, s.21).
- Hem sezon dışı düzenlendiği hem de turizmin çok çeşitli hizmetlerini kapsadığı için turizmin en fazla gelir sağlayan türüdür (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.33).
- Kongre turistlerinin harcamaları da diğer turistlerin harcamalarından birkaç kat fazladır. Kongre, konferans gibi toplantılara katılan kişilerin harcamalarından yola çıkılarak

ortalamanın üstünde gelire sahip oldukları kabul edilir. Örneğin, yerli turistin 100 birim harcamasına karşın, uluslararası turistin 203,6 ve uluslararası bir kongre katılımcısının ise 363,6 birim para harcadığı belirtilmektedir (Khalilov, 2009, s.32).

- Bir ülke için önemli bir tanıtım aracıdır. Uluslararası kongre düzenlemek, genel turizm potansiyelini olumlu yönde etkiler (Yıldız, 2010, s.21).
- Turizm talebinin özellikleri arasında yer alan, “turistlerin mutlaka kişisel gelirlerini kullandıkları” ibaresi, kongre turizmi için geçersiz olmaktadır. Çünkü kongre turizminde özellikle şirket toplantılarında delege harcamalarının büyük bir kısmı ilgili kurumlar tarafından karşılanmaktadır (Akhmetov, 2007, s.7).
- Geniş çaplı toplantı turizminde başarı sağlamak için, sadece özel sektörün değil toplumun tamamının destek vermesi ve değişik kesimler arasında etkin bir işbirliğinin olması gerekmektedir (Yıldız, 2010, s.21).
- Toplantı organizatörleri ve toplantı talep edenler, genellikle gelişmiş şehirleri tercih etmektedirler. (Çakıcı, 2009, s.9). Kongre şehri olabilmek için; ulaşım, alt yapı, konaklama, kongre salonu ve imkanları, personel eğitim durumu, güvenlik, yan hizmetler, çevre ve kültürel zenginlikler konularında belirli bir kalitede ve kapasitede olmak gerekmektedir (Yıldız, 2010, s.21).
- Ticari amaçlı kongre ve toplantılar ülkedeki diğer sektörlerle olumlu katkılar sağlarken, ülke ekonomisi açısından da avantajları beraberinde getirmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.34).
- Kongre süreleri kongrenin türüne, katılanlara, amaca, vb. özelliklere göre değişebilmektedir. Kongre süreleri genellikle 4-5 gün ile sınırlandırılmaktadır. Bazı kongreler yapısına ve tartışılan konulara bağlı olarak 6-14 gün olarak belirlenebilmektedir (Khalilov, 2009, s.32).
- Kongre turizminin, ulusal turizme çeşitli konularda sayısal olarak katkıda bulunabilme ve yapısal değişiklikler yapabilme gücü vardır (Yıldız, 2010, s.21).
- Kongre ve toplantıların hoş etki bıraktıkları iş adamları yaptıkları alışverişlerdeki harcamalarla bu ülkenin ücretsiz turizm sefirine çevrilmiş olurlar. Bu tür insanlar sözü geçen insanlar olup, gittikleri yerle ilgili bilgi paylaşarak diğer insanlar üzerinde yöreyi ziyaret hevesi uyandırmaktadır (Khalilov, 2009, s.33).

1.3 Kongre Turizminin Gelişimi

Bir taraftan bilimsel alandaki ilerlemelere paralel olarak artan uzmanlaşmalar, diğer taraftan gelişen ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik iş ve ilişkilerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütlenmeler, daha önceleri pek ender rastlanan kongrelerin sayılarında gelişmelere neden olmuştur. Bu kongrelerin sayılarının artışı da kongreciliğin bir meslek haline gelmesine ve kongre olayının da bir turizm hareketliliği olarak değerlendirilmesine yol açmıştır (Karasu,1990, s.32).Ayrıca bu büyüme kongre ve toplantı alanında pek çok kuruluşun oluşumunu sağlamıştır. Bugün 80 ülkede 800'den fazla üyeye sahip Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (ICCA) 1963 yılında kurulmuş ve kurulduğu tarihlerde uluslararası kongre ve toplantılara yönelik olarak bir araya getirilmiş en geniş katılımlı birlik olma özelliğini kazanmıştır.(Atabaş, 2008, s.8).

Kongrelerin gelişiminin ortaya çıkmasında küreselleşmenin etkisinin olduğu tartışmasız bir gerçektir. Büyüyen firmalar, şirketler arasındaki birleşmeler, iş ilişkilerinin artması ve rekabetin uluslararası boyut kazanması gibi etkenler toplantı sektörüne ivme kazandırmıştır (Çizel, 1999, s.19).

Toplantı ve kongre vesilesi ile yeni yerleri görme arzusu, toplantı ve tatil sürelerinin denk getirilmesi sonucu, toplantıdan önce veya sonra tatil yapma isteği de kongre turizminin gelişmesini sağlayan etkenler arasındadır. Bu nedenle kongre turizmi, her geçen gün önemini daha güçlü hissettirmektedir. Toplumun birçok kesiminde çeşitli amaçlarla düzenlenen toplantılara her geçen yıl yenileri eklendikçe, pastadan pay almak isteyenlerin sayısı da artmaktadır (Khalilov, 2009, s.53-54).

Dünya kongre pazarındaki tüm gelişmeler Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (International Congress and Convention Associations-ICCA) ile Uluslararası Dernekler Birliği (Union of International Associations - UIA) tarafından takip edilmektedir. Bu kuruluşlar, her yıl organize edilen kongre ve toplantıların dökümü, kongre ve konferanslarla ilgili bilgiler ve haber bültenleri gibi hizmetler vermektedirler (Khalilov, 2009, s.54-55). İlerleyen bölümlerde bu kuruluşların amaçları, misyon ve vizyonları hakkında ayrıntılı bilgi verilmektedir.

Günümüzde ağırlıklı olarak iki tür kongre pazarından söz edilmektedir. Biri bilimsel amaçlı sektör bazındaki kongreler, diğeri ise uluslararası şirketlerin çeşitli ülkelerdeki temsilcilerinin bir araya geldiği şirket toplantılarıdır (Khalilov, 2009, s.53). Uluslararası

Kongre ve Toplantı Birliği (ICCA)'nin verilerine göre 2010 yılında en fazla tıp alanında uluslararası kongre düzenlenmiştir. 2010 yılında en fazla kongre düzenlenen ilk 10 konu tablo 1.2`de verilmiştir.

Tablo 1.2 En Fazla Kongre Düzenlenen İlk 10 Konu

Sıra	Konu	Toplantı Sayısı	%
1	Tıp	2,026	%18.1
2	Teknoloji	1,626	%14.5
3	Bilim	1,498	%13.4
4	Sanayi	769	%6.9
5	Eğitim	649	%5.8
6	Sosyal Bilimler	597	%5.3
7	Ekonomi	449	%4.0
8	Yönetim	414	%3.7
9	Ulaşım ve Haberleşme	390	%3.5
10	Ticaret	346	%3.1

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2010

Uluslararası kongrelerde en çok paya sahip olan tıp sektörü, 2009 yılında %17,8`lik pay alırken, 2010 yılında biraz daha artış göstererek payını %18,1`e çıkarmıştır. Tıp sektörünü geçen yıl olduğu gibi 2010 yılında da sırasıyla teknoloji, bilim, sanayi, eğitim ve sosyal bilimler takip etmiştir.

Kongre turizminin gelişmesinin en önemli nedenlerinden biri de kongre mekanlarının sayılarındaki artışlardır. Özellikle kongre merkezlerinin hızla çoğalması, kongre ve toplantı sayılarındaki artış ve gelişmeyi kolaylaştırmıştır (Spiller, 2002, s.11).

Tablo 1.3 Uluslararası Kongrelerde Kullanılan Kongre Mekanları (2010)

Kongre Mekanı Tipi	Toplantı Sayısı	%
Otellerin Toplantı Salonları	2,236	%43.1
Kongre ve Sergi Merkezleri	1,367	%26.3
Üniversiteler	1,098	%21.1
Diğer	491	%9.5
Toplam	5,192	%100.0

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2010

Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (ICCA)'nin son 10 yıla ait verileri incelendiğinde kongre ve sergi merkezlerini tercih etme oranı giderek azalırken otellerin bünyesindeki toplantı salonlarının kullanımının giderek arttığı görülmektedir. 2010 yılında da %43.1'lik oranla en çok otellerin toplantı salonları tercih edilmiştir. Kongre ve Sergi Saraylarının kullanım oranı 2009 yılına göre nispeten aynı kalırken, üniversitelerin tercih edilme oranında %1'lik bir artış olmuştur. 2010 yılında kale, tekne, müze vb. mekanların kullanımı ise %9.5 oranında olmuştur.

1.3.1 Dünyada Kongre Turizminin Gelişimi

Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) kayıtlarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 10 Mart-8 Haziran 1681 tarihinde Roma'da tıp alanında yapılmıştır. Bunu takiben 1681 ile 1851 yılları arasında ise her yıl en fazla 5 uluslararası toplantının yapılmış olduğu varsayılmaktadır (Aydın, 1997, s.19).

Uluslararası kongreler literatüründe ise 18 Temmuz 1914-9 Haziran 1915 tarihleri arasında yapılan Viyana kongresi modern anlamdaki ilk ve dünyanın en uzun kongresi olarak bilinmektedir (Çizel, 1999, s.17). Avrupalı aristokratların ve devlet adamlarının katıldığı bu kongrenin konusu "Napolyon Sonrası Yeni Avrupa"dır (Aydın, 1997, s.19).

1900'lü yıllara gelindiğinde dünyada uluslararası nitelikte toplantı sayısının 232 adet olduğu, 1950'li yıllarda ise 700'e ulaştığı gözlenmektedir (Aydın, 1997, s.20).

Kongre sektöründeki büyüme ve gelişme, 1960'lı yıllarda Batı Avrupa'da yavaş yavaş başlamıştır. Bu yıllarda Avrupa'da sanayinin gelişmesiyle birlikte bazı uluslararası örgütler kurulmuştur. 1963 yılında kurulan Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği-ICCA (International Congress and Convention Association), 1964 yılında kurulan Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu-EFCT (European Federation of Convention Towns), 1968 yılında kurulan Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği-IAPCO (The International Association of Professional Congress Organizers) bu örgütlerden bazılarıdır (Spiller, 2002, s.13).

1980'li yılların gelişim atmosferinde yapılan çalışmalardan sonra Avrupa konferans mekanlarında fazla kapasite yaratılmıştır. Bu yüzden yeni yatırımlar bu kolaylıkların olmadığı bölgelere kaymaya başlamıştır. Avrupa'daki konferans binalarının arzındaki evrilme, müşterilerin bina, hizmet ve fiyatlar üzerindeki taleplerini karşılamak üzere, var olan yapıların yenilenmesinde de kendini gösterebilmiştir. Ancak tele-konferans sistemi gibi teknolojik

gelişmeler orta vadede sektörün geleceğini tehdit etmektedir. Öte yandan, Avrupa'nın devam ettirdiği bu yenilenme hareketi, özellikle Doğu Asya, Pasifik bölgesinden gelen rekabet karşısında yapılması gerekli olan bir faaliyet olmuştur. UIA verilerine göre aslında Avrupa, her zaman konferansların merkezi olmuştur (Oktay, 1997, s.57).

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA)'nin verilerine göre, 2001-2010 yılı uluslararası kongrelerin bölgelere göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1.4 Bölgeler Bazında Uluslararası Kongre Sayıları (2001-2010)

Bölgeler	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Avrupa	2,926	3,407	3,555	4,073	4,242	4,456	4,695	4,727	4,513	4,921
Asya/Ortadoğu	801	929	885	1,250	1,314	1,462	1,563	1,579	1,491	1,737
K. Amerika	695	869	871	959	949	975	1,031	1,054	916	995
Latin Amerika	413	414	509	561	673	731	773	809	860	913
Afrika	145	165	175	195	236	223	270	301	314	283
Okyanusya	207	195	203	236	220	247	254	245	200	271
Toplam	5,187	5,979	6,198	7,274	7,634	8,094	8,586	8,715	8,294	9,120

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2000-2009; 2010

Tabloda da görüldüğü gibi 2001-2010 yılları arasında Avrupa, en fazla uluslararası kongrelere ev sahipliği yapan kıta durumundadır. Genel olarak bakıldığında 2009 yılı dışında, Avrupa'da kongre sayısı her yıl artış göstermeye devam ederek popülerliğini korumayı başarmıştır. Ancak her ne kadar Avrupa'da kongre sayısında artış yaşansa da Avrupa'nın kongre turizmindeki pazar payı son 10 yılda %57'lerden %54'lere kadar düşmüştür. Asya/Ortadoğu'nun ise pazardan aldığı pay son 10 yılda giderek artış göstermiştir.

Gerek egzotik atmosferi, gerekse gece hayatı ve farklı kültürüyle bugün dünya kongre pazarının odak noktası haline gelmeye başlayan Uzakdoğu Asya'nın en büyük dezavantajı uzaklığıdır. Uzakdoğu, her ne kadar Avrupa ve Amerika'ya teknolojik açıdan son derece gelişmiş bir havayolları ağı ile bağlı olsa da, mesafelerin uzaklığı maliyeti artırdığı ve delege gününü uzattığı için Avrupalı ve Amerikalı organizatörlerin karşısına daima bir sorun olarak çıkmaktadır. Öte yandan, teknolojinin gelişmesi, ulaşım hizmetlerinin hızlı ve daha güvenilir olması, turizm hareketlerinin hız kazanmasıyla birlikte, insanlar yeni yerler görme ve keşfetme ihtiyacı duymaktadır. Bu durum, Uzakdoğu'ya olan ilgiyi arttırmakta ve geçmiş dönemlere kıyasla kongre organizasyonlarının gerçekleşmesini daha mümkün kılmaktadır (Boz, 2010, s.26).

ABD, uluslararası kuruluş ve derneklerin desteğiyle organize edilen uluslararası kongrelere ev sahipliği bakımından önde gelen ülke konumunda olmuştur (Spiller, 2002, s.11). Kongre turizmi dünya genelinde özellikle ABD'de hızlı bir gelişim göstermiştir. Bunun temel nedeni ABD'de küçük yada büyük hemen her kent veya kasabada bir kongre merkezinin bulunmasıdır (Oktay, 1997, s.56).

İkinci Dünya Savaşı sonunda ABD'de, özellikle New York ve Chicago gibi büyük şehirlerde çok sayıda kongre merkezi bulunmaktaydı. 1970 ile 1980'li yılların başına kadar da 100'ün üzerinde kongre merkezi yapılmıştır. 1996 yılına kadar ise kongre merkezlerinin sayısı 500'den fazlaya ulaşmıştır. Sadece kongre merkezlerinin sayısı değil, aynı zamanda merkezlerin boyutlarında da artışlar yapılmıştır. 1999'dan 2004 yılına kadar, mevcut merkezlere eklenen sergi alanları ve yeni açılan merkezlerin boyutları, 1990 yılına kadar var olan toplam kongre merkezlerinin boyutlarından daha fazladır (Spiller, 2002, s.11-12).

Tablo 1.5 Uluslararası Kongrelerin Düzenlendiği İlk 10 Ülke (2001-2010)

Sıra	Ülke	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	ABD	468	571	587	620	648	645	651	637	595	623
2	Almanya	299	314	339	409	415	449	525	450	458	542
3	İspanya	221	304	302	387	352	316	365	385	360	451
4	İngiltere	231	310	323	315	389	390	368	381	345	399
5	Fransa	273	283	283	372	360	370	340	397	341	371
6	İtalya	278	293	317	329	324	323	350	350	350	341
7	Japonya	213	211	197	205	232	243	265	281	257	305
8	Çin	79	130	81	229	226	255	264	262	245	282
9	Brezilya	105	107	128	161	186	231	223	255	293	275
10	İsviçre	117	154	170	169	193	189	205	204	214	244
20	Türkiye	52	53	64	81	97	104	120	114	118	160

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2000-2009; 2010

Ülkelere göre uluslararası kongreler değerlendirildiğinde, en popüler 10 ülkede düzenlenen kongre sayısının genel olarak artış gösterdiği görülmektedir (Tablo1.5). ABD son 10 yılda birinci sırada yer alırken, Almanya da ikinciliği bırakmamıştır. 2009 yılında aralarındaki fark 137 iken 2010 yılında fark 81'e inmiştir. İspanya da 2007 yılından beri sıralamada üçüncülüğünü korumaktadır. İngiltere ve Fransa ise 2009 yılına göre birer sıra yükselerek İtalya'yı geride bırakmışlar 4. ve 5. sıraya yükselmişlerdir. İtalya da 2010 yılında 6. sıraya

yerleşmiştir. 2009 yılında 7. sırada yer alan Brezilya ise 2 basamak gerileyerek Japonya ve Çin'in gerisinde kalmış ve 9. sırada yer almıştır. İsviçre 2010 yılında 14. sıradan 10. sıraya yükselerek Avusturya'nın yerine ilk 10'a girmeyi başaran ülke olmuştur. Türkiye ise 2010 yılında düzenlediği 160 uluslararası kongre ile 25. sıradan 20. sıraya yükselmeyi başarabilmiştir.

1.3.2 Türkiye`de Kongre Turizminin Gelişimi

Kongre turizminin belli bir sezona bağlı olmama özelliği, sezon dışı gelir getiren bir turizm çeşidi niteliği kazandırmış, özellikle son 5 yıl içerisinde alternatif turizm alanında ciddi ölçüde gelişme kaydetmiştir. Bu gelişmenin önemli nedenlerinden biri Türkiye'nin coğrafi konumundan ve tarihi özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Avrupa ve Asya'nın birleştiği yerde olması, sahip olduğu kültürel ve tarihi değerlerden dolayı Türkiye toplantı, kongre ve teşvik seyahatleri için en uygun mekan konumundadır (Erdoğan, 2006, s.77).

Türkiye ilk uluslararası kongreler olarak 1969 yılında "Dünya Uluslararası Kızıllaç Kongresi" ve "Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi"ne ev sahipliği yapmıştır. Bu kongreler organizasyon ve teknik yönü ile başarılı olmuş ve dış ülkelere takdir kazanmıştır (Aydın, 1997, s.23).

UIA kayıtlarına göre ise 1970-1979 yılları arasında Türkiye`de toplam 132 uluslararası kongre yapılmıştır. Bu kongrelerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, kongre sayılarında düzenli bir artışın olmadığı görülmektedir. Henüz o yıllarda herhangi bir uluslararası kongre organizasyonuna üye olmamış olan Türkiye`nin kongre turizmi açısından pazarlama yapma şansının olmadığı anlaşılmaktadır (Aydın, 1997, s.24).

Türkiye için en önemli gelişmelerden biri de hiç şüphesiz ki 1996 yılında faaliyete geçen ve Türkiye`nin kongre turizmindeki en büyük sorunu olan kongre merkezi ihtiyacına hizmet eden Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı`dır. Türkiye`nin en büyük kongre ve sergi sarayı olan bu merkez 2500 kişilik fuayesi ile 25 adet toplantı salonu ve 12 dilde anında tercüme yapabilen simultane sistemleri ve ekipmanları ile çağdaş teknolojinin tüm ayrıcalıklarını sunmaktadır (Aydın, 1997, s.26).

Tablo 1.6 Şehirlere Göre Toplantı Sayıları (2001-2010)

Sıra	Şehir	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Viyana	64	75	101	114	140	164	177	145	160	154
2	Barselona	70	103	92	135	132	106	118	138	135	148
3	Paris	96	90	94	136	132	163	140	154	131	147
4	Berlin	63	76	98	120	103	121	146	112	129	138
5	Singapur	50	69	77	101	117	134	140	128	119	136
6	Madrid	50	54	62	70	70	67	88	73	87	114
7	İstanbul	35	35	47	52	59	76	79	82	80	109
8	Lizbon	45	65	72	81	84	78	104	89	98	106
9	Amsterdam	57	67	63	77	101	89	100	103	98	104
10	Sidney	57	58	48	45	56	57	69	70	61	102
79	Antalya	10	8	8	9	14	12	19	18	23	23
297	İzmir	-	2	2	5	6	2	6	2	6	6

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2000-2009; 2010

Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (ICCA)'nin verilerine göre Viyana 2010 yılının en çok kongre düzenlenen şehri olma özelliğini korumuştur (Tablo 1.6).

2010 yılının ilk 5 ülkesi bir önceki yıl ile aynı olmuştur. Tablo 1.6'da da görüldüğü gibi İstanbul 2009 yılında 17. sırada yer alırken, 2010 yılında 109 uluslararası kongre ile büyük gelişme göstererek 7. sırada yer almayı başaramıştır. 2010 yılında Antalya 74'den 79. Sıraya, İzmir ise 272'den 297. sıraya gerilemiştir.

Kongre turizmi pazarlama çalışmalarının bu konuda uzmanlaşmış kişiler tarafından yapılması gerekmektedir. Türkiye'nin ulusal bir kongre bürosuna ihtiyacı vardır. Bu büro öncelikle Türkiye'nin arz kapasitesini belirlemeli, ürün analizi yaparak bu analizden hareket ile hedef pazar saptamak amacıyla pazar bölümlenmesi yapılmalıdır (Erdoğan, 2006, s.80).

Türkiye'de kongre turizmi dünya kenti olarak tanınmak, uluslararası iletişimin alışverişin artması gibi küresel hedeflerin yanı sıra nitelikli kentsel yenilemeyi, kentsel tesislerin daha etkin ve verimli kullanılmasını, turizm mevsiminin uzatılmasını, istihdam olanaklarının ve turizm gelirlerinin artmasını sağlamak gibi yerel hedeflere de sahiptir. Bu nedenle kongreler, Türkiye turizmi için turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında çok önemlidir. Türkiye'nin bugün dünya pazarından aldığı pay çok büyük boyutlarda olmasa da özellikle İstanbul, İzmir,

Antalya ve Ankara gibi yeterli alt ve üst yapıya sahip bölgeler kongre turizminde önemli bir yere gelmektedirler (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.23).

1.3.3 Kongre Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler

Genel olarak turizmin gelişmesini sağlayan, seyahat formalitelerinin basitleştirilmesi veya kaldırılması, kişilerin boş zamanlarının artması, kişilerin ve ülkelerin gelirlerinin çoğalması, kitle iletişim ve ulaşım araçlarında meydana gelen iyileşmeler sonucunda konforlu ve süratli ulaşım imkanlarının sağlanması gibi etkenler, kongre amaçlı seyahatlerinde artarak gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Fakat bu faktörlerle birlikte bilim ve teknolojide meydana gelen gelişmeler ve artan uzmanlaşma ihtiyacı, kişilerin gerek yeni teknolojileri öğrenmek, gerekse bilimsel çalışmalarını açıklamak ya da tanıtmak ve gerekse bilgi alışverişinde bulunmak gibi amaçlarla bir araya gelmelerine neden olmaktadır. Ayrıca toplantılara katılan delegelerin, seyahat, konaklama, katılım ücretleri, hatta diğer harcamalarının bir kısmının mensubu bulunduğu kurum ya da kuruluşlarca ödenmesi kongre turizminin gelişimini kolaylaştıran nedenler arasında sayılmaktadır (Aymankuy, 2010, s.25).

1950'lerden sonra kongre turizmindeki büyüme talep ve arzla ilgili olarak bir dizi faktöre bağlı olmuştur. Bu faktörlerin bazıları, genel olarak turizmin büyümesine de neden olan faktörlerle yakından ilişkilidir. Örneğin, harcanabilir gelir artışı, daha fazla seyahat etme eğilimleri, boş zamanlardaki artış, ulaşım ve teknoloji alanındaki gelişmeler gibi turizmin büyümesine neden olan etkenler aynı zamanda kongre sektöründe de büyümeyi kolaylaştırmıştır (Spiller, 2002, s.5).

Kongre turizminin uluslararası ekonomiye katkısının çok olduğu bilinmekte ancak bu katkıyı ölçmek ve karşılaştırabilmek büyük sorun olmaktadır. Toplantı ve kongre etkinliklerinin ekonomik etkilerini ölçmenin iki yolu vardır. Bunlar (Pechlaner, 2007, s.33):

- Talep ile ilgili, kongre ve diğer sektörlerin sağladığı parasal olmayan, katılımcıların özel bilgileri hakkındaki verilerdir. Bu parasal olmayan değişkenleri; katılımcı sayısı, toplantı süresi, geceleme sayısı, toplantıya katılmak için seyahat edilen mesafe ve seyahat şekli olarak sıralayabiliriz.
- Arz ile ilgili, gelir gibi ölçülebilir değişkenler (ücret ve komisyonlar), katma değer ve istihdam gibi verilerdir. Kendi ana faaliyeti olarak kongre hizmeti sunan işletmelerin yanı sıra, ikincil hizmetleri kongrecilik olan otel ve acentalar gibi diğer işletmeleri de dahil

etmek önemlidir. Bu değişkenler, kongre sektörünün Gayri Safi Milli Hasılaya katkısını ölçmek için kullanılan temel referans noktalarıdır.

Kongre turizminin gelişimini etkileyen faktörler, talep ve arz ile ilgili faktörler olarak iki grupta incelenebilir.

1.3.3.1 Talep İle İlgili Faktörler

Turizm talebi, belirli bir piyasada, belirli bir fiyattan, turistik ürün ve hizmetleri rasyonel ve irrasyonel sebeplerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkân verecek kadar satın alma gücü ve boş zamana sahip olan insanların sayısıdır şeklinde tanımlamak mümkündür. Kongre turizminde talep ise, toplantı düzenleme isteği içinde bulunan birlik ya da dernekler ile bu toplantılara katılmak isteyen katılımcılardan oluşmaktadır (Dölalan, 2008, s.27-28).

Kongre turizminin gelişmesinde talep ile ilgili olan etkenleri şu şekilde sıralayabiliriz (Çakıcı, 2009, s.13; Aymanıkuy, 2010, s.25-26):

- Örgütlerin büyümesi ve toplantı gereksinimi duymalarıdır. Uluslararası ve ulusal resmi, yarı resmi kuruluşların ve çok uluslu şirketlerin sayılarındaki gelişmeler ve bunların toplantı yapma gereksinimi duymaları, toplantı pazarını talep yönü ile geliştiren bir faktör olmuştur. Günümüzün küreselleşen dünyasında, şirketlerin giderek dünyayı tek pazar olarak görme eğilimlerinin artması sonucu, gerek ulusal gerekse uluslararası şirketlerin toplantı yapma gereksinimleri ortaya çıkmıştır. Bu durum toplantı taleplerinin artmasına neden olmuştur.
- Bilimsel, teknolojik ve mesleki alandaki uzmanlıkların ve bilgilerin gelişmesi ve bu gelişmelere paralel olarak bilgi alışverişi ihtiyacı, toplantı taleplerinin artmasına neden olmuştur.
- Gelişen teknoloji ve değişen tüketici alışkanlıklarına paralel olarak üretilen yeni ürünleri ve üretime devam edilen mevcut ürünlerin pazarlanması ve tanıtımı amacıyla yapılan sergi ve fuar gibi etkinliklerle birlikte, işletmelerin farklı yerlerde, farklı türde toplantı düzenlemelerinde artışa neden olmuştur.
- Aynı veya farklı sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki ilişkiler, toplantı düzenlemesini arttıran bir özellik taşımaktadır. Aynı iş kolunda faaliyet gösteren işletmeler bazen sektörle ilgili sorunları tartışmak amaçlı, bazen de hiçbir neden olmadan olağan toplantılar düzenleyebilmektedirler.

- Aynı veya farklı meslekteki kişilerle tanışma isteği,
- Bilimsel işbirliği yapma bilimsel araştırma sonuçlarını öğrenme,
- Toplantı ve kongre vesilesi ile yeni yerler görme isteği,
- Toplantı ile tatil sürelerinin çakıştırılarak, toplantı öncesi ve sonrası tatil yapma isteği

1.3.3.2 Arz İle İlgili Faktörler

Turizm arzı, bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları kanalıyla turistlere sunduğu maddi ve manevi hizmetlerin bütünü şeklinde tanımlanmaktadır (Dölalan, 2008, s.33).

Bir turizm türü olan kongre turizmi açısından da, genel turizmi ve diğer turistik ürün çeşitleri bakımından önemli olan coğrafi konum, doğal ve tarihi güzellikler, iklim, ulaşım, konaklama imkânları, diğer seyahat işletmeleri, seyahat acentaları, yiyecek içecek ve eğlence imkânları ve hizmetleri gibi turistik alt ve üst yapı imkanlarının varlığı önemlidir. Fakat yalnızca bu imkânların varlığı, o ülke veya bölgede kongre turizminin varlığı yada gelişmesi için yeterli değildir. Bu bölgelerde, kongre merkezleri, konferans merkezleri ve kongre büroları, simültane tercümanlar vb. gibi özel alt ve üstyapı imkânlarının asgari ölçüde de olsa bulunması gereklidir (Dölalan, 2008, s.34).

Kongre turizminin gelişmesini sağlayan arz ile ilgili faktörler şu şekilde açıklanabilir (Çakıcı, 2009, s.14-15; Aymankuy, 2010, s.26):

- Kongre sarayları ve toplantı salonlarına yönelik yatırımların artması, kongre saraylarının gelişmesi, fuar ve sergi alanları gibi üniteleri de bünyelerine katarak sundukları hizmetleri farklılaştırmaları, toplantı turizminin gelişimine katkı sağlayan arz yönlü bir faktördür. Kongre saraylarının yanı sıra, konferans merkezlerinin hizmetlerini çeşitlendirerek ve farklılaştırarak gelişmeleri de, arz yönlü faktörlere eklenebilir.
- Ülkelerin kongre ve ziyaretçi büroları kurarak, gelişmiş büyük şehirlerin de kongre ve toplantı yapabilme olanaklarını arttırmaya çalışmaları, arz yönlü bir diğer faktördür. Bu büroların temel amaçlarından birisi, herhangi bir şehirdeki konaklama tesisleri, seyahat acentaları ve ulaşırma şirketleri gibi turizm üst yapı kurumları arasında toplantı pazarını geliştirici işbirliği olanaklarını arttırmaktır.
- Toplantı düzenlemeye uygun salonları bulunan kongre otellerinin, kongre otelleri içerisinde verdikleri hizmetleri geliştirmeleri, kongre turizminin gelişimini etkileyen başka bir faktördür.

- Toplantıların gelişmesi, bu alanda kariyer olanaklarını da beraberinde getirmiştir. Bir kongreyi, kongreyi talep edenlerin isteklerine uygun olacak şekilde baştan sona organize etme uygulama görevini üstlenen kişi ve kuruluşlar ortaya çıkmış ve kongre organizatörlüğü bir meslek olarak gelişmiştir.
- Havaalanlarına yakın yerlerde toplantı olanakları bulunan konaklama tesislerinin kurulması bir başka faktördür. Bunun altında yatan neden, katılımcıların kolay ulaşımının sağlanmasıdır.
- Toplantıların, turistik cazibe unsurlarının bulunduğu destinasyonlarda yapılması, sadece toplantı katılımcılarını değil, eş ve çocuklarının da ilgili destinasyona ve toplantı dışı olaylara katılmasını sağlamıştır. Böylece, arz yönüyle, toplantı turizminin gelişimine katkı sağlanmıştır.
- Turizm sektörü içinde yer alan seyahat acentaları, konaklama tesisleri ve ulaştırma şirketlerinin kongre pazarından pay alabilme amacıyla yaptıkları çalışmalar, kongre turizminin gelişimine olanak sağlamıştır.
- Havayolu taşımacılığında yaşanan teknolojik gelişmeler, maliyetlerin önemli ölçüde düşmesine neden olmuş, bu durum ulusal ve uluslararası düzeyde kongre ve toplantılara daha düşük maliyetlerle katılma olanaklarını beraberinde getirmiştir.
- Görsel ve işitsel teknoloji ile elektronik alanındaki teknolojik gelişmeler, kongre organizatörlerine, konuşmacılara ve katılımcılara kolaylıklar sağlamıştır. Tele-konferans teknolojisindeki gelişmeler, büyük katılımlı toplantıları azaltsa bile, farklı şehirlerde daha az katılımcının bulunduğu kongrelerin yapılması gereksinimini tümüyle ortadan kaldıramamaktadır.

1.4 Kongre Turizminin Önemi

Günümüz iş ve yaşam koşulları içerisinde, iş dünyası yetkilileri ve profesyoneller, kendi engellerini aşmak ve daha iyi koşullar sağlamak amacıyla bir araya gelmenin önemini çok önceden fark etmişlerdir. Bu bağlamda kongre ve fuar gibi etkinlikler, insanların sosyal kaynaşmasından, bilgi paylaşımına, yeni teknolojilerle tanışmasından, hedef pazarlarla karşılaşmasına kadar birçok olanağı barındırdığından profesyonellerin ilgi ile takip ettikleri etkinlikler olmuştur (Arber, 2008, s.10).

Kongre turizminin etkileri diğer turizm çeşitlerine göre daha fazladır. Bunun sebebi ise kongre turizmine katılan kişilerin gelir ve kültür seviyesinin normal turiste oranla daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır (Erdoğan, 2006, s.42).

Sürekli gelişim içinde olduğu ve olacağı varsayılan kongre turizmi olgusunun, turizm ekonomisi içinde mevsim uzatıcılığı karakteri yanında, ulusal turizme çeşitli konularda sayısal katkılar ve yapısal değişimler sağlamakta olduğu bilinen bir gerçektir. Kongre turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan başka bir özelliği de delege harcamalarının normal turist harcamalarına oranla daha fazla oluşudur. Delege harcamalarından, sadece kongre salonu ve konaklama tesisleri değil, çok değişik sayıdaki pazar bölümleri de yararlanmaktadır. Kaldı ki, kongrelerin yararları, yalnızca harcamalarla ölçülmemektedir. Kongrelerin ve kongre turizminin yarattığı yeni iş sahaları ve toplam istihdam kapasitesi de her ülke için ayrı bir önem taşımaktadır. Bunun dışında kongre turizmi, ev sahibi ülke ve kentin dünya kamuoyuna tanıtılması için bir propaganda aracı olabilmektedir (Karasu, 1990, s.32).

Toplantı ve kongre endüstrisinin sosyal, kültürel ve ekonomi üzerindeki etkilerinin anlaşılmasıyla, toplantı, kongre, sergi ve teşvik seyahatleri konaklama işletmelerinin temel hedefleri arasına girmiştir (Lee, 2006, s.71). Günümüzde teknolojik ve bilimsel gelişmelerin çok hızlı yaşandığı, kamuoyuna duyurulduğu ve bilgilerin sistematik olarak aktarıldığı ve tartışıldığı kongrelerin de sayısı hızla artmaktadır. Bu artış da kongrelere ve kongre turizmine giderek artan bir önemin verilmesine neden olmaktadır (Dölalan, 2008, s.12).

Kongre turizmi, kongre ve toplantıların düzenlendiği coğrafyalarda alt yapıların düzenlenmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır. Bunlarla birlikte sosyal refahın artması, sürdürülebilir kalkınma ve katma değer yaratma açısından önemli bir girişimdir (Özer, 2010, s.21).

Karadeniz ve arkadaşlarının (2007, s.199-201) yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre, konaklama işletmelerinin ve seyahat acentalarının, Türk turizm yatırımlarının kültür-inaç turizminden sonra kongre turizminde yoğunlaşması gerektiği görülmüştür. Aynı araştırmada Karadeniz ve arkadaşları (2007, s.203) akademisyenlerin de yatırımların kongre turizmine yapılması gerektiği görüşüne sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Kongre turizminin önemi, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan olmak üzere iki başlık altında incelenebilir.

1.4.1 Ekonomik Açıdan Kongre Turizminin Önemi

Turizm olayı özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, ihtiyaç duyulan yabancı döviz kazancını yaratan, istihdam olanaklarını artıran ve çağdaş bir yaşam tarzını bu ülkelere getiren bir olay olarak görülmektedir (İçöz, 2005, s.182).Kongre turizminin esas amacı, ekonomik

nedenlere dayanmaktadır. Kongre turizmi ülkedeki turizm olayını çeşitlendirerek bütün bir yıla yayma amacının dışında, ülke turizmine ve ekonomisine fayda sağlamaktadır (Erdoğan, 2006, s.43).

Küresel veya yerel ekonominin refah içinde olması veya gerilemesi dönemlerinde, kongre sektörü bu durumunun olumlu veya olumsuz etkilerini yaşar. Şirketler, ekonomik bir durgunluk sırasında, konferans ve toplantı için yaptıkları harcamaları azaltırlar. Örneğin, ABD'de 1979 yılında yaşanan ekonomik durgunluğun sonucu olarak konferanslara katılan Amerikalıların sayısı önemli ölçüde düşmüştür (Spiller, 2002, s.7).

Kongre turizminin ekonomik etkileri arasında, döviz kazandırıcı etkisi, istihdam yaratıcı, turizmin yoğun sezon dışına taşınması ve gelir yaratıcı etkileri yer almaktadır (Erdoğan, 2006, s.43).

Döviz Kazandırıcı Etkisi: Gelişmekte olan ülkelerde turizm yoluyla dövizin ülke ekonomisine enjeksiyonu (turistik harcamalar ya da yabancı sermaye yatırımları olarak) ülke ekonomisi üzerine oldukça önemli etkiler göstermektedir. Bu etkiler özellikle gelir dağılımında dengesizliğin giderilmesi, istihdam olanaklarının artırılması, kişi gelirlerinin artması, ödemeler bilançosu açıklarının kapatılması gibi olumlu sonuçlar vermektedir (İçöz, 2003, s.167).

Kongre turizmindeki girdi ve çıktılar genel turizme göre daha büyük ölçekli olduğundan ekonomiye etkisi ve dolayısıyla katkısı da daha büyük ölçeklerde olmaktadır (Oktay, 1997, s.51). Kongre turizminin en önemli avantajı delegelerin yüksek orandaki harcamalarından kaynaklanmaktadır. Kongre turizminde ve iş seyahatlerinde yapılan harcamalar, diğer turizm çeşitlerinde turistlerin yaptığı harcamaların iki veya üç katıdır (Erdoğan, 2006, s.44).

Tablo 1.7 Delegelerin Ortalama Günlük Harcama Miktarı (2001-2010)

Yıllar	(\$)
2001	445
2002	459
2003	536
2004	559
2005	523
2006	582
2007	618
2008	650
2009	759
2010	736

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2000-2009; 2010

Tablo 1.7’de, delegelerin uluslararası kongrelerde yaptıkları ortalama günlük harcamaları verilmiştir. Buna göre, 2005 ve 2010 yılları dışında delegelerin yapmış oldukları günlük harcamalar her yıl artış göstermiştir.

Kongre delegelerinin gelir düzeyi yüksek olduğundan ve masrafları kuruluşlarınca karşılandığından, dolayısıyla bu harcamaların vergiden indirilebilecek gider özelliği taşımasından dolayı harcama eğilimleri yüksektir (Aymanıkuy, 1997, s.35).

Kongreler, ekonomik etkilerinin anlaşılması için, yapılan harcamalar dikkate alınarak incelenmelidir. Bunlar (Özer, 2010, s.23):

- a) Katılımcıların yaptıkları harcamalar ve katılımcı sayısı,
- b) Kongre organizatörlerince yapılan harcamalar ve miktarı,
 - Yönetim (kongre sekreteryası) harcamaları,
 - Dokümantasyon (promosyon materyalleri, konferansla ilgili açıklamalar, tebliğlerin kopyaları vb.)
 - Kira harcamaları (konfor ve teknik düzenlemeler)
 - İkramlar (şartlara göre öğle yemeği, ziyafetler, ulaşım, transfer ve konaklama masrafları, şehir turları)

Harcamaların dağılımı incelendiğinde;

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

Kongreye katılan delegelerin harcamaları içinde otel ve konaklama harcamalarının en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Konaklama harcamalarını restoran ve alışveriş harcamaları takip etmektedir (Özer, 2010, s.23).

İstihdam Yaratıcı Etkisi: Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Bir ülke ya da bölgede turizm talebi ne kadar artarsa, o ülkede ya da bölgede doğrudan ve dolaylı istihdam etkileri o kadar fazla olacaktır. İstihdam artışı, talep artışına paralellik gösterecektir. Örneğin, kongre turizminin gelişmesine paralel olarak, kongre merkezli tesis yatırımlarının artması iş gücü talebini de artıracaktır. Ayrıca kongre turizminin mevsim uzatıcı özelliği sayesinde turizm mevsimi dışında işgücüne talep azalmayacak, devamlılık gösterecektir (Erdoğan, 2006, s.48).

Kongre turizminin istihdam yaratıcılığı aslında üç aşamalıdır: Kongre organizasyonu sırasında kongre merkezinin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli personel, doğrudan istihdam sağlama yönüdür. Delegenin ülkeye veya şehre ulaşımını sağlayan seyahat şirketlerinde, delegenin konaklamasını sağlayan otellerde, yeme-içme ihtiyacını karşıladığı restoranlarda, eğlence merkezlerinde ve hediyelik eşya dükkanlarında çalışan kişiler ise kongrelerin dolaylı istihdam yönüdür. Üçüncü aşama ise; bu tür iş yerlerinin ihtiyaçlarını karşılayacakları malzemeleri üreten diğer iş kollarının faaliyetlerinde çalıştırdıkları kişiler, yine kongrelerin dolaylı istihdam yönünün sonucudur. Bu açıklamaların da ifade ettiği gibi kongrelerin ve dolayısıyla kongre turizminin istihdam olanağı yaratıcılığı muhakkaktır (Aydın, 1997, s.35).

Turizmin Yoğun Sezon Dışına Taşınması: Turistik ürün çeşitlerinde kongre turizminin mevsim uzatıcı etkisi diğer turizm çeşitlerine göre oldukça yüksektir. Çünkü kongre turizmi faaliyetleri genellikle sezon dışı olarak ifade edilen zaman diliminde gerçekleşmektedirler. Türkiye gibi turizm faaliyetlerini bütün bir yıla ve tüm bölgelere yayamamış ülkelerdeki

turizm işletmeleri için toplantı ve kongre turizmi önemli bir açığı kapatma işlevi görmektedir (Erdoğan, 2006, s.49).

Tablo 1.8 Aylara Göre Düzenlenen Toplantı Sayılarının Oranı (2006-2010)

Aylar	2006	2007	2008	2009	2010
Ocak	%1.7	%2.0	%2.0	%1.9	%2
Şubat	%2.4	%2.3	%2.8	%2.6	%3
Mart	%5.3	%5.5	%4.7	%5.7	%5
Nisan	%6.4	%6.1	%7.0	%6.2	%7
Mayıs	%11.4	%11.5	%11.3	%10.8	%12
Haziran	%13.1	%13.7	%14.1	%14.4	%14
Temmuz	%9.3	%9.2	%9.0	%8.4	%9
Ağustos	%8.0	%7.5	%7.3	%7.8	%8
Eylül	%17.1	%16.3	%16.6	%16.0	%16
Ekim	%13.6	%13.3	%13.3	%13.7	%13
Kasım	%8.8	%9.3	%8.8	%9.2	%9
Aralık	%2.9	%3.3	%3.1	%3.2	%3

Kaynak: ICCA İstatistik Raporu 2000-2009; 2010

Tablo 1.8`de görüldüğü gibi son 5 yılda en fazla kongre ortalama %16`lık oranla eylül ayında düzenlenmiştir. Genel olarak bakıldığında kongrelerin çoğunlukla eylül, ekim ile mayıs, haziran aylarında düzenlendiği görülmektedir. 2010 yılı dışında, temmuz ve ağustos aylarının oranı giderek azalma göstermektedir. Aynı şekilde eylül ayının da oranı giderek azalma gösterse de en yoğun kongre düzenlenen ay olma özelliğine sahiptir.

Kongre etkinlikleri, sadece bu sektörün gelişmesini değil turizm sektörünün de gelişmesini sağlar. Bir bölgede kongre ve toplantıların artması, o bölgeye olan ilgiyi artırır ve tatil turizminin de ilgisi o bölgeye çekilerek turizme katkı sağlanır. Kongre etkinlikleri ile bir taraftan turizmin altyapısı güçlendirilirken, diğer taraftan turizmin durgunlaştığı, hatta azaldığı dönemde faaliyet göstererek turizmin düşük sezonuna hareket getirir ve geliri dengeler (Pechlaner vd, 2007, s.32).

Gelir Yaratıcı Etkisi: Ekonominin diğer alanlarında olduğu gibi turizm endüstrisinde de satın alınan ürün ve hizmet bedeli olarak; turistlerin, kamu kuruluşlarının ve özel sektörün yaptıkları harcamalar gider kalemini oluşturmaktadır. Bu tip ürün ve hizmetlerin satıcısı olan

ulaştırma ve seyahat firmaları, konaklama ve restoran işletmeleri, eğlence yerleri, hediyelik eşya satıcıları gibi arz kuruluşları da gelir elde etmektedirler (Erdoğan, 2006, s.51).

1.4.2 Sosyo-Kültürel Açıdan Kongre Turizminin Önemi

Toplumlar için ekonomik sermaye yapısının yanında, sosyal sermayenin de büyük önemi vardır. İnançlar, normlar, çevreye bakış, benlik kavramı ve birikimleri sosyal sermaye varlığını oluşturmaktadır. Kongreler, toplumların inanç ve sosyal değerlerine, dolayısıyla da gelecekteki başarılarına önemli etkiler yapmaktadır (Arber, 2008, s.13-14).

Turizmde iki yönlü sosyal etkileşim söz konusudur. Turistler hem gittikleri ülke ve bölgeleri sosyal ve kültürel bakımdan etkilemekte, hem de buralardaki insanlardan, sosyal ve kültürel yapıdan etkilenmektedirler. Destinasyonda bulunan halkın turistlerle daha fazla iletişime girebilmek için daha fazla okumak ve araştırmak zorunda hissetmelerinden dolayı eğitim ve kültür seviyeleri artmaktadır. Bunun yanında, turistlere daha fazla bilgi verebilmek için kendi bölgeleri veya ülkeleriyle ilgili bilgi eksikliklerini gidermek yoluna gidebilmektedirler (Gülbahar, 2006, s.87).

Kongre delegeleri gittikleri bölgeye refah getirmektedir. Sadece kongre hizmeti sağlayanlara değil, o bölgenin yerel halkının gelişimine ve yerel ekonominin büyümesine katkı sağlayarak refah düzeyinin artmasını sağlarlar (Pechlaner, 2007, s.32).

Kongreler genellikle bölge ve ülke basınının ilgi alanına girmektedir. Kongreler ile ilgili bilgiler gerek kongrenin konusu, gerekse çarpıcı yönleri ve sonuçları, özet olarak basın yoluyla halka duyurulmaktadır. Bunlar, toplumun sosyo-kültürel alanda gelişmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, konularla ilgili olarak bazı bilim adamlarının düşüncelerini de röportajlar yoluyla yansıtmaktadırlar. Basın, halkın kongre düzenlenen konu hakkında doğru bilgilendirilmesi sonucunda bilinçli bir şekilde hareket etmelerini sağlamaktadır (Gülbahar, 2006, s.88).

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

yıkıcı etkiye sahip olsa da kültür yıkıcılığı konusunda kötü etkilere sahip değildir (Özer,2010, s.27).

Toplantılar kapalı mekanlarda gerçekleşir ve çalışanlar olarak da profesyonel kongre organizatörleri, yardımcıları ve çalışanları ile çevirmenler gibi elit bir personel ile karşılaşılır. Bu kişilerle de ilişkileri minimum boyuttadır ve çok nadirdir. Asıl kültürel bir etkileşimim yaşandığı kişiler ise, ev sahibi ülkeden katılımcı olarak katılan delegeler veya konuyla ilgili elit tabaka olan izleyicilerdir. Bu tür kültür etkileşimi de çok olumludur. Kongrelere katılan kişiler önemli meslek gruplarından ve de mesleklerinde önemli yerlere gelmiş meslek erbapları, politikacılar, bilim adamları vb. önemli kişilerdir. Ev sahibi delegeler, bu tür toplantılar sayesinde bu tür elit kişilerin bilgi, üslup, çalışma metotlarından faydalanmalarının yanında, dünyadaki politik, sosyolojik, teknolojik ve kültürel boyuttaki gelişmeleri yakından takip edebilir. Yine bu kişilerin simgelediği toplumların bilgi, deneyim ve yanlışlarını etüt ederek kendi oluşumlarını biçimlendirebilirler. Aynı zamanda kendi fikir ve kanaatlerini de sınamış olurlar (Aydın, 1997, s.52).

İKİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİNDE ÖRGÜTLENMELER

Kongre turizmi alanında hizmet veren çeşitli mesleki gruplar ve arz unsurları, kongre pazarındaki etkilerini arttırarak, pazardan daha fazla pay almak amacıyla örgütlenmişlerdir. Bu örgütlenmeler içerisine girmeyen ülkelerin, kongre bürolarının, merkezlerin ve organizatörlerin pazardan yeterli payı almaları ve pazar payını genişletmeleri pek mümkün olamamaktadır (Aymankuy, 2010, s.37).

Bu bölümde ulusal ve uluslararası düzeyde olmak üzere, kongre turizmindeki örgütlenmeler 2 başlık altında ele alınmıştır.

2.1 Kongre Turizmiyle İlgili Uluslararası Kuruluşlar, Birlikler ve Dernekler

Küreselleşmeyle birlikte bilim, teknoloji, ekonomi, sosyal ve kültürel alanlarda gelişmelere paralel olarak kongre sektörü hızla büyüme göstermiştir. Kongre sektöründeki bu büyüme ve gelişme, 1960'lı yıllarda Avrupa'da sanayinin gelişmesiyle birlikte bazı uluslararası örgütlerin kurulmasına zemin hazırlamıştır (Spiller, 2002, s.13).

Uluslararası kongre örgütleri, kongre ve destinasyonların gelişimini, kongre büroları ile kongre düzenleyen kurum ve organizatörler düzeyindeki çalışmalarıyla ortaya koymaktadır. Söz konusu bu çalışmalar, endüstri içerisindeki bilgi ve deneyimlerin paylaşılması, destinasyon ve kongrelerin pazarlanması, hizmet sağlayıcıları ile hizmet alıcılarının beklenti ve ilişkilerin geliştirilmesi ile sağlanmaktadır (Arber, 2008, s.15).

Uluslararası kongreleri yönlendiren ve pazarlayan pek çok kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar yayınladıkları katalog, dergi gibi yayın organlarında sadece kendilerine üye bulunan ülke, kent, tesis ve kuruluşların toplantı olanaklarını tanıtmakta ve kongre yapan kuruluş ve şirketlere üyeleri hakkında olumlu referanslar vermektedirler (Karasu, 1990, s.34).

Kongre turizmiyle ilgili uluslararası düzeyde hizmet veren örgütlerin genel olarak hizmetlerini şu şekilde sıralayabiliriz (Arber, 2008, s.15):

- Kamu sektörü ile kongre endüstrisi arasındaki ilişkileri koordine etmek,
- Hem alıcıları (talep yönü) hem de satıcıları (arz yönü) temsil etmek,

- Toplantı ve grup planlayıcıları ile koordineli çalışmak,
- Ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak, bilgilendirme hizmeti sunmak,
- Endüstri liderlerinin ya da öncülerin sektörel gereksinimlerini tedarik etmektir.

Kongre turizminde, uluslararası düzeyde faaliyet gösteren örgütlerden en önemlilerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (International Congress and Convention Association – ICCA)
- Uluslararası Dernekler Birliği (Union of International Associations - UIA)
- Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (Destination Marketing Association International -DMAI)
- Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (Association Internationale des Palais de Congress - AIPC)
- Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (The International Association of Professional Congress Organizers - IAPCO)
- Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi (Joint Meetings Industry Council - JMIC)
- Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (Meeting Professionals International - MPI)
- Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği (International Association of Conference Interpreters - AIIC)
- Teşvik ve Seyahat Yöneticileri Derneği (The Society of Incentive & Travel Executives - SITE)

2.1.1 Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (International Congress and Convention Association – ICCA)

ICCA, üyelerinin toplantı sektöründe gelişmelerini ve önemli rekabet avantajı elde etmelerini sağlamak amacıyla kurulan küresel bir topluluktur. 1963 yılında bir grup seyahat acentası tarafından kurulmuştur. Bu acentaların ilk ve en önemli amacı, hızla genişleyen uluslararası toplantı pazarında, seyahat sektörünün yer almasını sağlamak ve bu piyasadaki çalışmalarına dair güncel bilgi alışverişini sağlamaktır. Bu dönemde toplantı sektörü beklenilenden daha da hızla genişlemiş ve bu girişim kısa sürede doğru alınmış bir karar olduğunu kanıtlamıştır. Bunun bir sonucu olarak dünyanın dört bir yanından gelen adaylar ICCA üyeliği için başvuruda bulunmuşlardır. Bu adaylar sadece kongre düzenleyen seyahat acentaları değil, toplantı endüstrisinin çeşitli sektörlerdeki tüm temsilcilikleridir (<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>, 2012).

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 biridir (Çizel, 1999, s.34).

ICCA 1963 yılında 7 seyahat acentası tarafından kurulduktan sonra, aynı yıl Atina`dan da 16 şirket üye olmuş ve ilk resmi toplantısını düzenlemiştir. 1965 yılında özellikle Latin Amerika`da üyelik giderek artmıştır. O zamanın kurallarına göre sadece “ortak üye” olarak seyahat şirketleri olmasına rağmen, KLM havayolu şirketi ilk üye havayolu şirketi olmuştur. Bunun üzerine ICCA`nın ilk kez logosu düzenlenmiş ve dernek diğer turizm şirketlerine de açılmıştır (<http://iccaworld.com/abouticca/history.cfm>, 2012).

1972 yılında üye sayısı 41 ülkede 160 firmayı geçmiştir. 1978 yılında ise üyeler arasındaki eşitsizlikler kaldırılmış ve sadece seyahat acentalarının değil tüm üyelerin başkanlık yapabilmesi ve yönetim kuruluna katılabilmesi sağlanmıştır (<http://iccaworld.com/abouticca/history.cfm>, 2012).

ICCA`ya 8 farklı kategoriden şirketler üye olabilmektedir. Bu kategoriler tablo 2.1`de verilmiştir.

Tablo 2.1 ICCA`nın Üye Şirket Kategorileri

Kategori	Şirket Türü
A	Kongre Seyahat ve Destinasyon Yönetim Şirketleri
B	Havayolu Şirketleri
C	Profesyonel Kongre, Konvansiyon ve Fuar Organizatörleri
D	Kongre ve Ziyaretçi Büroları
E	Toplantı Enformasyon ve Teknik Uzmanları
F	Kongre Otelleri
G	Kongre ve Fuar Merkezleri
H	Onur Üyeleri

Kaynak: <http://www2.tbmm.gov.tr/d22/7/7-13236c.pdf>, 2012

Türkiye`den de 45 şirket ICCA`ya üyedir. Bu şirketlerin 28`i İstanbul`da, 8`i Antalya`da, 7`si Ankara`da ve 1`er tane de İzmir ve Bursa`da yer almaktadır. Buna göre; 7 adet kongre seyahat ve destinasyon yönetim şirketi (A kategorisi), 2 adet havayolu şirketi (B kategorisi),

18 adet profesyonel kongre, konvansiyon ve fuar organizatörleri (C kategorisi), 3 adet kongre ve ziyaretçi bürosu (D kategorisi), 3 adet toplantı enformasyon ve teknik uzmanları (E kategorisi), 6 adet kongre oteli (F kategorisi) ve 6 adet kongre ve fuar merkezi (G kategorisi) Türkiye`den ICCA`ya üye olan işletmelerdir (<http://www.iccaworld.com/membershipdirector.y.cfm>, 2012).

ICCA`nın uluslararası kongre pazarındaki gelişmeleri takip eden ve Hollanda`da bulunan bir bilgi merkezi mevcuttur. Bu merkez üye ülkelere ve diğer ilgililere ihtiyaç duydukları bilgileri hazırlayıp sunmaktadır (Dölalan, 2008, s.11-12). Hollanda dışında Malezya, ABD ve Uruguay ofisleri de bulunmaktadır (<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>, 2012).

Küresel ekonomi zor koşullarla karşı karşıya kaldığı dönemlerde uluslararası toplantı piyasası bu durumdan çok fazla etkilenmektedir ve bu nedenle uluslararası toplantı sektörü en dinamik ve en esnek sektör olarak kabul edilmektedir. ICCA, üyeleri için ekonomik krize karşı uzun süreli koruma oluşturmak için çözümler sunmaktadır (<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>, 2012).

ICCA`nın verdiği hizmetlerin bir bölümü şu şekilde özetlenebilir (Aymankey, 2010, s.39):

- Her yıl organize edilen uluslararası kongrelerin dökümü,
- Kongre ve konferanslar hakkında bilgiler
- Eğitim faaliyetleri
- Haber bültenleri

ICCA`nın araştırma departmanı 1972 yılından bu yana uluslararası kuruluşların toplantıları hakkında bilgileri bir araya getirmektedir. Dernek veri tabanının yapısı, uluslararası toplantı sektöründeki tedarikçilerin pazarlama bilgi ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için uygun şekilde tasarlanmıştır. Kuruluşların toplantılarının veri tabanında yer alabilmesi için aşağıdaki kriterlere uygun olması gerekmektedir (2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011, s.5):

- Katılımcı sayısı en az 50 olmalı
- Düzenli bir şekilde belirli aralıklarla düzenlenmeli
- En az 3 farklı ülkeden temsilciler katılmalı

Tablo 2.2 Uluslararası Toplantıların Kıtalar Bazında Dağılımı - ICCA (2009)

	Bölgeler	%
1	Avrupa	%58.8
2	Kuzey Amerika	%23.2
3	Asya ve Orta Doğu	%9.1
4	Latin Amerika	%5.1
5	Avustralya	%1.9
6	Afrika	%1.8

Kaynak: <http://www.uia.be/international-meetings-statistics-2009-press-release>, 2012

Tablo 2.2`de ICCA istatistiklerine göre 2009 yılında uluslararası toplantıların kıtalar bazında dağılımı verilmiştir. Buna göre; 2009 yılında Avrupa kıtası %58.8`lik bir payla en fazla uluslararası toplantı düzenlenen kıta olmuştur. Avrupa kıtasını sırasıyla %23.2`lik oranla Kuzey Amerika, %9.1`lik oranla Asya ve Orta Doğu, %5.1`lik oranla Latin Amerika, %1.9`luk oranla Avustralya ve %1.8`lik oranla Afrika kıtası takip etmiştir.

ICCA`nın veri tabanı sürekli güncellenerek yeni bilgiler eklenmektedir. ICCA bu yeni verileri üç farklı kaynaktan almaktadır. Bunlar şu şekilde özetlenebilir (2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011, s.5):

- Tüm dernekler ile, ICCA`nın veri tabanında var olan katıldıkları etkinlikler hakkında anket yapılır.
- ICCA üyelerinin geçmiş ve gelecek rezervasyon takvimlerinin ayrıntılarından bilgi elde edilir.
- Dünyanın tüm bölgelerinde ve bireysel pazar bölümlerinde özel araştırma projeleri yapılır.

ICCA elinde var olan bilgiler ile, etkinlik planlaması, ekonomik etkileri ve katılımcılar hakkındaki bilgileri analiz edebilmekte ve izleyebilmektedir. Her yıl haziran ayında kapsamlı bir uluslararası toplantı pazarı istatistikleri raporu yayınlanmakta ve üyelere ücretsiz olarak dağıtılmaktadır (2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011, s.5).

ICCA artık, uluslararası etkinliklerde uzman konaklama ve ulaşım şirketlerini kapsayan üyeleriyle, dünyanın önde gelen kuruluşlarından bir tanesidir. Bugün 86 ülkenin üyesi olduğu ICCA`nın ağı, 900`ün üzerindeki kongre endüstrisi tedarikçisiyle tüm dünyayı kapsamaktadır (<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>, 2012).

ICCA'nın üyelerine sağladığı faydalar şunlardır (<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>, 2012):

- Önemli bir bölümü uluslararası dernek toplantıları olan işletmeler için en iyi ve en uygun maliyetli toplantı yapmayı sağlar.
- Dünyanın tüm bölgelerinde ve toplantı endüstrisinin tüm sektörlerinde en iyi yönetici ve düşünce liderlerini bir araya getiren etkili ve küresel bir iş ağı platformuna katılmayı sağlar.
- Üyeler ICCA'nın yıllık kongrelerine katılarak, mükemmel, teşvik edici, ileri görüşlü, stratejik düzeyde eğitim imkanlarını tanıma fırsatı bulur. Eğer ICCA üyeleri isterlerse, işletmelerinin araştırma, satış ve pazarlama bölümlerinin daha verimli çalışması için geniş eğitim fırsatlarından yararlanabilirler.
- ICCA üyeliği, uluslararası kongre sektöründe uzun vadeli hedefleri bulunan işletmelerin profesyonelliği ve hedefleri hakkında pazara bilgi vermenin en açık yoludur.
- Her üyenin hedefleri ile ilgili toplantılarında yaratıcı çözüm önerileri sunmayı amaçlayan bir dernektir.

ICCA 1993 yılı olağanüstü kongresini İstanbul'da yapmıştır. Turizmi yılın 12 ayına yaymak için çalışmalar yürüten, ICCA'nın 2014'te yapılacak genel kurulu için Amerika'nın Huston ve Meksika'nın Monterey kentleriyle yarışan Antalya, 2014 yılındaki genel kurula ev sahipliği yapmaya hak kazanmıştır. 95 ülkeden kongre düzenleyicisi ile dünya kongre sektörüne yön veren en az 3 bin 500 profesyonelin Antalya'ya gelmesi beklenmektedir.

2.1.2 Uluslararası Dernekler Birliği (Union of International Associations – UIA)

Uluslararası Dernekler Birliği (UIA), merkezi Brüksel'de bulunan bir araştırma enstitüsü ve dokümantasyon merkezidir. 1907 yılında kurulan UIA'nın kurucuları, bilgi bilimi kavramının bulucuları olan Paul Otlet ve 1913 Nobel Barış Ödülü sahibi Henri La Fontaine'dir. Kar amacı gütmeyen, siyasi amaçlı olmayan, bağımsız bir sivil toplum örgütü niteliğindeki UIA, kurulduğu yıldan bu yana, uluslararası kuruluşlar, uluslararası dernekler ve bunların küresel sorunlarının sunulması, araştırılması ve izlenmesi konularında öncü olmuştur (<http://www.uia.be/about-uia>, 2012).

UIA, üyelik aidatları, yayın ve hizmetlerin satışı ve danışmanlık sözleşmelerinden kazandığı gelirlerle kendini finanse etmektedir. Diğer gelir kaynakları ise sponsorluklar ve

bağışlardır. UIA'nın yıllık bütçesi ortalama 650.000 Euro'dur (<http://www.uia.be/about-uia>, 2012).

UIA'nın ana çalışma dili İngilizce ve Fransızcadır. Yayınlarının çoğu İngilizcedir ve bir talep olduğu takdirde Fransızca sürümleri üretilmektedir (<http://www.uia.be/about-uia>, 2012).

UIA'nın amaçları şunlardır (<http://www.uia.be/aims-and-objectives>, 2012):

- İnsan haklarına, dayanışma ve iletişim özgürlüğü ilkelerinin evrensel düzenine katkı sağlamak,
- Çağdaş toplumun temel bileşenleri olarak kabul edilen, özellikle kar amacı gütmeyen ve gönüllü işleyen derneklerin sivil toplum ağlarının geliştirilmesini ve verimliliğini kolaylaştırmak,
- Hem kamu kuruluşlarının hem de uluslararası sivil toplum kuruluşlarının ilişkileri, toplantıları, sorunları ve stratejileri hakkında bilgi toplamak, araştırmak ve yaymak,
- Yeni uluslararası ilişkilerin ve işbirliklerinin ortaya çıkması için yaratıcı yollar geliştirmek ve bu girişimleri sağlamak için bu tür bilgileri sunmanın daha anlamlı ve eylem odaklı yollarıyla denemek,
- Uluslararası derneklerin özellikle temasta buldukları devlet organları ile yasal, idari ve diğer sorunları üzerine araştırma teşvikinde bulunmak.

Uluslararası Dernekler Birliği'ni, aktif üyeler ve ortak üyeler olmak üzere iki tür üye oluşturmaktadır. Aktif üyeler; milliyet, cinsiyet, ırk ve inanç ayrımı gözetmeksizin, politik, ideolojik ve meslek gruplarının ne olduğuna bakılmaksızın, en fazla beşte birinin aynı ülkeden olması koşuluyla, özellikle örgütün amaçlarıyla en fazla ilgilenen kişiler arasından seçilmektedir. Sadece aktif üyeler örgüt yönetiminde yer alabilmekte ve genel kurul oturumlarında söz hakkına sahip olabilmektedir (<http://www.uia.be/members>, 2012).

Milliyet, ırk, cinsiyet ve inanç ayrımı gözetmeksizin, politik, ideolojik profesyonelliklerine bakılmaksızın, örgütün amaç ve faaliyetleri ilgisini çeken ve çalışmalarını kendileriyle ilişkilendiren tüm organizasyon, kurum, kuruluş ve işletmeler ise ortak üye olarak kabul edilmektedir. Bu üyeler, Ortak Üyelik Kurulunun onayına tabidir ve bir yıllık üyelik aidatı ödedikten sonra ortak üye olarak kabul edilmektedirler (<http://www.uia.be/members>, 2012).

UIA ortak üyeleri oluşturan işletmeler, ulusal/bölgesel/yerel turizm ve kongre büroları, kongre merkezleri, oteller ve havayolu şirketlerini içermektedir (<http://www.uia.be/associate-members>, 2012).

Uluslararası toplantıların, UIA'nın yıllık istatistiklerine girebilmesi için aşağıdaki kriterlerin bir veya ikisini içermesi gerekmektedir (2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011, s.8):

- Uluslararası işletmeler tarafından düzenlenen veya sponsorluğu yapılan ve katılımcı sayısının en az 50 olduğu veya katılımcı sayısı bilinmeyen toplantılar
- Uluslararası işletmeler tarafından düzenlenmeyen veya sponsorluğu yapılmayan ama ulusal kuruluşlar veya uluslararası işletmelerin ulusal şubeleri tarafından düzenlenen ve katılımcıların en az %40'ı ev sahibi ülke dışından gelen ve en az 5 farklı milletin temsilcilerinin katıldığı ve en az 3 gün süren veya süresi bilinmeyen ve toplantılarla eş zamanlı olarak sergisi bulunan veya en az 300 katılımcısı olan toplantılar
- Uluslararası işletmeler tarafından düzenlenmeyen veya sponsorluğu yapılmayan ama ulusal kuruluşlar veya uluslararası işletmelerin ulusal şubeleri tarafından düzenlenen ve katılımcıların en az %40'ı ev sahibi ülke dışından gelen ve en az 5 farklı milletin temsilcilerinin katıldığı ve en az 2 gün süren veya süresi bilinmeyen ve toplantılarla eş zamanlı olarak sergisi bulunan veya en az 250 katılımcısı olan toplantılar

UIA'nın istatistiklerine giremeyen toplantılar ise şunlardır (2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011, s.8):

- Din, eğitim, politik, ticari ve spor gibi konularda düzenlenen tamamen ulusal toplantılar
- Katılımın kesinlikle sınırlı olduğu toplantılar
- Kurumsal ve teşvik toplantıları

İstatistikler, UIA kongre departmanı tarafından yıllarca sürdürülen kriterlere göre seçilen ve sistematik olarak toplanan bilgilere dayanmaktadır. Böylece yıldan yıla karşılaştırılmaların yapılması sağlanmış olmaktadır.

Tablo 2.3 Uluslararası Toplantıların Kıtalar Bazında Dağılımı – UIA (2009)

	Bölgeler	%
1	Avrupa	%54.1
2	Asya	%23.1
3	Amerika (Kuzey ve Güney)	%15.7
4	Afrika	%4.9
5	Avustralya/Pasifik	%2.4

Kaynak: <http://www.uia.be/international-meetings-statistics-2009-press-release>, 2012

Tablo 2.3`de UIA istatistiklerine göre uluslararası toplantıların kıtalar bazında dağılımı verilmiştir. Buna göre; 2009 yılında Avrupa kıtası %54.1`lik bir payla en fazla uluslararası toplantı düzenlenen kıta olmuştur. Avrupa kıtasını sırasıyla %23.1`lik oranıyla Asya, %15.7`lik oranıyla Kuzey ve Güney Amerika, %4.9`luk oranıyla Afrika ve %2.4`lük oranıyla Avustralya/Pasifik takip etmiştir.

UIA ve ICCA istatistiklerine dahil olan etkinlikler genellikle örtüşmekle birlikte, en önemli farklılık, UIA sabit bir yerde düzenlenen etkinlikleri de dahil etmekteyken, ICCA`ya dahil olan etkinliklerin tümü en az üç ülke arasında dönüşümlü olarak düzenlenmektedir (2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011, s.8).

Tablo 2.4 2010 Yılı En Fazla Uluslararası Toplantı Düzenlenen İlk 10 Ülke

UIA			ICCA	
Sıra	Ülke	Toplantı Sayısı	Ülke	Toplantı Sayısı
1	ABD	936	ABD	623
2	Japonya	741	Almanya	542
3	Singapur	725	İspanya	451
4	Fransa	686	İngiltere	399
5	Belçika	597	Fransa	371
6	İspanya	572	İtalya	341
7	Almanya	499	Japonya	305
8	Kore	464	Çin	282
9	İngiltere	375	Brezilya	275
10	Avusturya	362	İsviçre	244

Kaynak: <http://www.uia.be/sites/uia.be/files/documents/statistics/press/press11.pdf>, 2012; 2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011

Tablo 2.4'de, ICCA ve UIA analizlerine göre, 2010 yılında en fazla uluslararası toplantı düzenlenen ilk 10 ülke verilmiştir. Tabloda her iki analiz sonuçlarının farklı olduğu görülmektedir. Bu farklılığın en önemli sebebi, her iki birliğin “uluslararası toplantı” kavramını farklı nitelendirmesinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 2.5 2010 Yılı En Fazla Toplantı Düzenlenen İlk 10 Şehir

UIA			ICCA	
Sıra	Şehir	Toplantı Sayısı	Şehir	Toplantı Sayısı
1	Singapur	725	Viyana	154
2	Brüksel	486	Barselona	148
3	Paris	394	Paris	147
4	Viyana	257	Berlin	138
5	Seul	201	Singapur	136
6	Barselona	193	Madrid	114
7	Tokyo	190	İstanbul	109
8	Cenevre	189	Lizbon	106
9	Madrid	175	Amsterdam	104
10	Berlin	165	Sidney	102

Kaynak: <http://www.uia.be/sites/uia.be/files/documents/statistics/press/press11.pdf>, 2012; 2010 ICCA İstatistik Raporu, 2011

Tablo 2.5'de, UIA ve ICCA istatistiklerine göre 2010 yılında en fazla uluslararası toplantı düzenlenen ilk 10 şehir verilmiştir. Her iki birliğin kriterlerinin farklı olmasından dolayı, en fazla uluslararası toplantı düzenlenen şehir sıralamalarının farklı olduğu görülmektedir.

UIA'nın genel kurulu her 2 yılda bir Brüksel'de toplanır ve genel kurul aktif üyelere oluşur. Yönetim kurulu, genel kurul tarafından seçilen 15 ile 21 aktif üyeden oluşmaktadır (<http://www.uia.be/structure>, 2012).

2.1.3 Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (Destination Marketing Association International – DMAI)

DMAI, 1914 yılında Uluslararası Kongre Büroları Derneği adı altında, kongre, turizm ve toplantı hizmet ve isteklerinin profesyonelce uygulanması amacıyla kurulmuştur. 1975 yılında, tüketici seyahatlerinin artan önemini yansıtmak için dernek adını “Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Derneği” (IACVB) olarak değiştirmiştir. 2005 yılının ağustos ayında dernek adını ikinci kez değiştirmiş ve günümüzdeki adı olan “Uluslararası Destinasyon

Pazarlama Birliği” adını almıştır (<http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=140>, 2012).

Birliğin birincil amacı üyeleri arasında kongre sektörüyle ilgili bilgi alışverişini kolaylaştırmak, toplantı ve kongre hizmet ve taleplerinde en iyi profesyonel uygulamaları teşvik etmektir (Spiller, 2002, s.4).

İlk kongre bürosu 1896 yılında ABD`nin Detroit şehrinde kurulmuştur. Başlangıçta otel yöneticileri kendi hizmetlerinin reklamını ve toplantılara ev sahipliği yapmak amacıyla, içinde buldukları çevre imajını geliştirme faaliyetlerini desteklemişlerdir. Bunun sonucunda kongrelerin ekonomik faydaları yerel yönetimler tarafından fark edilmeye başlanmış ve ilk defa Detroit`te tam gün bu işlerin takibi için kişiler istihdam edilmiştir. Bu yaklaşım son derece popüler olmuş ve diğer şehirler tarafından da takip eden on yıl içinde uygulanmaya başlamıştır (Spiller, 2002, s.4).

DMAI misyonunu “Dünya genelindeki destinasyon pazarlama örgütlerinin önemini, etkinliğini ve profesyonelliğini savunmak ve desteklemek” olarak ifade etmektedir. Birlik üyelerine şu temel değerleri taahhüt etmektedir (<http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=20>, 2012):

- Yenilikçi,
- Şeffaf,
- Duyarlı ve
- Kapsayıcı olmak.

Destinasyon Pazarlama Örgütleri için dünyanın en büyük ve en güvenilir kaynağı olan DMAI (Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği), 20`den fazla ülkede 600 Destinasyon Pazarlama İşletmesinden 3300`ün üzerinde profesyonellerin etkinliklerini arttırmak için faaliyet gösteren bir birliktir. DMAI; uzmanlar, endüstri ortakları, öğrenci ve eğitimcilerden oluşan üyelerinin dünya genelindeki ileri eğitim kaynaklarından, online ağ olanaklarından ve pazarlama olanaklarından faydalanmalarını sağlamaktadır (<http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=20>, 2012).

DMAI`nin üyelerine sağladığı diğer faydaları ise şu şekildedir (<http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=82>, 2012):

- Destinasyon pazarlama profesyonelleri için kaliteli eğitim sunma,
- Sektörel araştırma ve bilgilendirme,
- Halkla ilişkiler ve markalaşma,
- Liderlik ve eşdeğer ağ fırsatları,
- Destinasyon pazarlama işletmeleri için tasarlanmış sektör tedarikçileri ve servis sağlayıcıları ile alışveriş imkanı.

2.1.4 Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (Association Internationale des Palais de Congress - AIPC)

AIPC (Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği) dünya genelindeki profesyonel kongre ve sergi merkezleri yöneticileri için kurulmuş bir sektör birliğidir. AIPC, araştırma, eğitim ve iletişim ağı programları aracılığıyla yüksek standartlara ulaşmak amacıyla gerekli araçları sağlarken aynı zamanda kongre merkezi yönetiminin mükemmelliği için gerekli tanıtım ve teşvikleri sunmaktadır (<http://www.aipc.org/welcome.php>, 2012).

AIPC 53'ten fazla ülkede temsilciliği bulunan uluslararası bir birliktir. Birlik özellikle kongre ve sergi merkezlerinin karşılaştığı sorunlar ve fırsatlar gibi konulara odaklanmıştır (<http://www.aipc.org/welcome.php>, 2012).

AIPC, dünya genelinde 750'den fazla profesyonel yöneticinin katılımıyla 54 ülkede 170 önde gelen kongre merkezinden oluşan küresel bir ağı temsil etmektedir. AIPC temsil ettiği bu ağ ile farklı deneyim ve uzmanlıklara sahip kongre merkezleri yönetimleri için mükemmelliğin teşvik edilmesi ve tanınmasında kararlıdır ve bunu başarmak için çeşitli eğitim, araştırma, ağ imkanları ve standart programlar sürdürmektedir (http://www.aipc.org/wel_intr.php, 2012).

AIPC'nin faaliyetleri şunlardır (http://www.aipc.org/wel_intr.php, 2012):

- Sektörel araştırmaların ve analizlerin yapılması
- Teknik yayınların hazırlanması
- Kapsamlı AIPC Akademi Programı da dahil olmak üzere eğitim, öğretim ve mesleki gelişim faaliyetlerinin düzenlenmesi
- Sektör için iletişim ve küresel pazarlamanın sürdürülmesi
- Bilgi alışverişi için forumların oluşturulması ve ağ üyeliklerinin kolaylaştırılması
- AIPC Kalite Standartları Programı dahilinde performans standartlarının korunması

- “Dünyanın En İyi Kongre Merkezi” ve “AIPC Yenilikçilik Ödülü” gibi ödül programları aracılığıyla yönetimin mükemmelliğinin tanıtılması

AIPC`de Türkiye`nin yalnızca üç üyesi bulunmaktadır. Bunlar (http://www.aipc.org/memb_google.php?sort=1, 2012):

- Congressium Uluslararası Kongre ve Sergi Merkezi (Ankara)
- Atatürk Kongre Kültür Merkezi (Bursa)
- Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Merkezi (İstanbul)

2.1.5 Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (The International Association of Professional Congress Organizers - IAPCO)

Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO), 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 (Çizel, 1999, s.31).

1968 yılında kurulan Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörlüğü Birliği (IAPCO) kar amacı gütmeyen, ulusal ve uluslararası kongre ve konferanslar ile özel etkinliklerin yöneticileri, toplantı planlayıcıları ve profesyonel organizatörler için kurulmuş bir mesleki dernektir (<http://www.iapco.org/>, 2012).

1968`de İngiltere, Hollanda, Belçika ve Danimarkalı dört kurucu tarafından Brüksel`de kurulan derneğin merkez ofisi 1982 yılında Brüksel`den Cenevre`ye, 1987 yılında ise Cenevre`den Zürih`e taşınmıştır. (http://www.iapco.org/history.cfm?page_id=99, 2012).

IAPCO profesyonel kongre organizatörleri ve toplantı planlayıcıları için küresel markalaşmayı temsil eder. IAPCO üyeliği evrensel üstünlüğün bir işareti olarak kabul edilmektedir. Birliğin bazı üyelik kriterleri vardır ve üyeler IAPCO`nun bu kalite standartlarına uygun olmalıdır (http://www.iapco.org/quality_committee.cfm?page_id=97, 2012).

IAPCO 35 ülkede bulunan 100`den fazla üyesine, müşterilerine yüksek standartta hizmet verebilmeleri için danışmanlık ve organizasyon hizmetleri veren bir dernektir. IAPCO üyeleri dünya genelinde her yıl ortalama 2,11 milyonu aşan katılımcı, 0,5 milyon metre kareden fazla sergi alanları ve 5600`den fazla düzenlediği toplantılar dolayısıyla 3,43 milyar Euro luk

ekonomik etkiye sahiptir. Bu rakamlar da gösteriyor ki, toplantı sektörü dünya ekonomisinin önemli bir bileşeni oluşturmaktadır (<http://www.iapco.org/>, 2012).

Tablo 2.6 IAPCO Üyeleri Tarafından Düzenlenen Kongreler (2006-2010)

	2006	2007	2008	2009	2010
Dernek Toplantıları	1465	1909	1818	2102	2153
Ulusal	961	1200	1086	1283	1248
Uluslararası	504	709	732	819	905
Resmi Toplantılar	307	458	273	399	498
Ulusal	135	170	100	176	212
Uluslararası	172	288	173	233	286
Kurumsal Toplantılar	1154	1622	3079	3140	3454
Ulusal	714	1134	2021	2572	2691
Uluslararası	440	488	1058	568	763
Katılımcı Sayısı	1422011	1798589	1968518	2117915	2245994
Metrekare	414385	492251	425078	550605	546136
Bütçe (Milyar Euro)	0.775	0.9	1.273	1.421	1.508
Ekonomik Etki (Milyar Euro)	2.3	2.9	3.18	3.43	3.638

Kaynak: http://www.iapco.org/survey_of_members_activities.cfm?page_id=117, 2012

Tablo 2.6`da IAPCO üyelerinin 2006-2010 yılları arasında düzenledikleri toplantı sayıları, katılımcı sayıları, metrekare bazında kullandıkları sergi alanları, bu toplantılar için ayrılan bütçe ve ekonomik etkileri verilmiştir. Buna göre; profesyonel kongre organizatörlerinin düzenledikleri kongrelerin her yıl artış gösterdiği görülmektedir. Aynı şekilde profesyonel kongre organizatörlerinin hizmet verdiği katılımcı sayılarında ve kullandıkları sergi alanlarında da yıllara göre artışın olduğu tabloda verilmektedir.

Tablo 2.6`da ayrıca IAPCO üyelerinin kongrelere ayırdıkları bütçeleri ve bu kongrelerden elde ettikleri gelirler verilmiştir. Kongre için ayrılan bütçeden delegelere ayrılan ücretin ortalaması 550 Euro, sergi alanlarının kirası için ayrılan ücretin ortalaması ise 500 Euro`dur. Elde edilen gelire göre ise, delegelerin harcamaları ortalama 1620 Euro`dur.

2011 yılında ise IAPCO üyeleri tarafından 6600 toplantı organize edilmiş, bu toplantılara ortalama 2,287 milyon katılımcı katılmış, 0.63 milyon metrekare sergi alanı kullanılmış ve

3.71 milyar Euro gelir elde edilmiştir (http://www.iapco.org/survey_of_members_activities.cfm?page_id=117, 2012).

Tablo 2.7 IAPCO Üyelerinin Düzenlediği Ortalama Toplantı, Katılımcı Sayısı ve Kullandığı Alanın Yıllara Göre Dağılımı (2006-2010)

	2006	2007	2008	2009	2010
Toplantı Başına Ortalama Katılımcı Sayısı	486	451	381	375	368
Toplantı Başına Ortalama Kullanılan Alan (m ²)	142	123	82	98	89
IAPCO Üye Başına Toplantı Sayısı	71	87	89	90	95

Kaynak: http://www.iapco.org/survey_of_members_activities.cfm?page_id=117, 2012

Tablo 2.7`de IAPCO`ya üye olan profesyonel kongre organizatörlerinin yıllara göre düzenledikleri toplantı sayıları, toplantı başına ortalama katılımcı sayısı ve toplantı başına ortalama kullanılan alanları verilmiştir. Buna göre yıllara göre toplantı başına ortalama katılımcı sayısı giderek azalırken, IAPCO`ya üye olan profesyonel kongre organizatörlerinin düzenlediği ortalama toplantı sayısı giderek artış göstermiştir. Genel olarak toplantı için kullanılan alanların da 2009 yılı dışında giderek azaldığı görülmektedir.

IAPCO, üye olan bir profesyonel kongre organizatörlerine şu hizmetler konusunda yardımcı olmaktadır (<http://www.iapco.org/pdf/HOWTOC~2.PDF>, 2012):

- Kongre teklifleri
- Yer araştırması ve fizibilite
- Tavsiye ve danışmanlık hizmetleri
- Hedeflerin belirlenmesi
- Kongre vergilendirme yükümlülükleri
- Ön taslak planları
- Gelir ve gider bütçesi taslakları
- Sponsorluk, sergiler, krediler ve geri ödemeler konuları
- Kayıt ücretleri
- Rezervasyon yapma
- Gelir-gider defterleri ve banka hesapları
- Mekan anlaşmaları
- Örgütsel yapı
- Organizasyon komiteleri ile toplantı
- Üretim şirketleri ile irtibat

- Sekretarya ve ofis hizmetleri
- Kayıt işleme sistemleri (elektronik ve manuel)
- Bilimsel ve teknik program desteği
- Sergi satış ve yönetimi
- Web tasarım ve yönetimi
- Poster oturumları
- Konuşmacı irtibatları
- Pazarlama ve halkla ilişkiler
- Mekan yönetimi
- Basın ofisi
- Personel
- Sosyal etkinlikler
- Havayolları ile irtibat
- Delege transferleri ve ulaşımları
- Kongre hesaplarının kapatılması
- Toplantı sonrası değerlendirme
- Kongrenin görüntülü baskı ve tasarımı
- Elektronik bilgi ve tasarımı
- Kongre aksesuarları ve hediyeleri
- Yiyecek-içecek hizmetleri
- Dekor ve sahneleme
- Görsel ve işitsel yayın ekipmanları
- Simültane tercüme
- Kongre kaydı
- Kongre belgelerinin tercümesi
- Video konferans
- Konaklama rezervasyonları
- Tur programları

2012 verilerine göre Türkiye`deki PCO`lardan 12 tanesi IAPCO`nun üyesidir. IAPCO`ya üye olan bu işletmeler İstanbul, Ankara ve İzmir`de faaliyet göstermektedir. Türkiye`den IAPCO`ya üye olan bu şirketler Tablo 2.8`de verilmiştir.

Tablo 2.8 IAPCO`ya Üye Olan Şirketler (Türkiye)

Üye Adı	Şehir
Dekon Group	İstanbul
Figür Kongre ve Organizasyon Hizmetleri	İstanbul
Flap Tour	Ankara
Interium Tourism	İstanbul
K2 Kongre ve Etkinlik Hizmetleri	İstanbul
Seranas Turizm Kongre Organizasyonları	Ankara, İstanbul, İzmir
Topkon Kongre Hizmetleri	İstanbul
United Expo	İzmir
Visitur Kongre ve Destinasyon Hizmetleri	İstanbul
Zed Turizm Seyahat Acentası	Ankara

Kaynak: http://www.iapco.org/members-popup.cfm?page_id=200, 2012.

2.1.6 Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi (Joint Meetings Industry Council - JMIC)

Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi (JMIC), 1978 yılında toplantı sektörünün çeşitli yönleriyle uğraşan uluslararası derneklerin bakış açıları ve bilgi alışverişlerinin sağlanması için bir forum oluşturmak amacıyla kurulmuştur (<http://www.themeetingsindustry.org/who-is-jmic/>, 2012).

Bugün JMIC sektörün en büyük derneklerini kapsamaktadır ve öncelikle sektörün daha kaliteli bir görünüme ulaşmada ihtiyacı olan enerjiyi yönlendirmesi, sektörün, küresel ekonominin, profesyonel ve akademik ilgi alanlarının gelişiminde oynadığı rolü nedeniyle beğeni kazanmaktadır (<http://www.themeetingsindustry.org/who-is-jmic/>, 2012).

JMIC`nin 4 temel amacı vardır. Bunlar (<http://www.themeetingsindustry.org/who-is-jmic/>, 2012):

- Sektör içerisinde alışverişi ve iletişimi koordine etmek ve güçlendirmek,
- Özellikle iş dünyası, hükümet ve medya izleyicileri arasında geniş bir sektör profili oluşturmak,
- Mesajlar ve anahtar kelimelerle sektörün görüşlerini ifade etmek ve harekete geçirmek,
- Sektörle ilgili sorunlarda kamu ve sivil toplum kuruluşlarının ilgisini çekmeye çalışmak.

JMIC üyeleri, toplantı sektöründe faaliyet gösteren ve ortak ilgi alanları olan uluslararası bir dizi kuruluştan oluşur. Bu kuruluşların ortak ilgi alanları öncelikle iş amaçlı bireylerin

toplanması ve kongre, sergi, fuar, teşvik seyahatleri gibi faaliyetleri içermeleridir (<http://www.themeetingsindustry.org/our-members/>, 2012).

JMIC'nin temel değer ve ilkeleri şunlardır (<http://www.themeetingsindustry.org/>, 2012):

- Toplantı Endüstrisi Konseyi, toplantı, konferans, sergi ve diğer etkinliklerin geliştirilmesi ve verimliliğinin artırılması için çalışan işletmeler, tedarikçiler ve organizatörlerden oluşan geniş bir yelpazeyi içerir. Bunların temel amacı mesleki, profesyonel, kültürel veya akademik bir dizi hedeflere ulaşmaktır.
- Toplantı Endüstrisi Konseyi, kendine özgü kuruluşları, standartları, öncelikleri ve iletişim araçları ile farklı bir ekonomik sektördür. JMIC, büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Ancak bu işletmeler düzenli forumlar aracılığıyla sürekli değişim ve gelişim içerisinde olup fonksiyonel entegrasyonu yüksek derecede sağlarlar.
- JMIC faaliyetlerini yürütme sürecinde diğer pek çok sektör ile etkileşime girmektedir. Genel olarak turizm ve otelcilik sektörü ile devam eden ilişkileri vardır ve bu ilişki, seyahat, konaklama, destinasyon hizmetleri, destinasyon tanıtım ve hizmet sunumu sürecinde oluşan artan talebi destekleme şeklindedir. Bunun dışında özellikle ürünlerinin önemli kullanıcılarını temsil eden ve hedeflere ulaşmak için toplantı düzenleyen mesleki, akademik ve profesyonel topluluklar ile birlikte çalışır.
- Toplantı Endüstrisi Konseyi, bilgi ve mesleki uygulamaların yaygınlaşmasının önemli bir parçası olması, farklı bölge ve kültürler arasında daha iyi ilişki ve anlayışın kurulması için yaptığı faaliyetleri ile küresel ekonominin gelecekteki büyümesinde giderek daha da önemli olan bir unsuru olmuştur. Özellikle JMIC, birincil amacı bilgi transferi, işbirliği ve bilgi dağıtımını sağlamak olan işletmelerin mesleki, profesyonel, akademik çevrelerin ve bilgi ekonomisinin önemli bir bileşenidir.
- Toplantı Endüstrisi Konseyinin birincil değeri, organizatörler ve katılımcıların faaliyetlerle ilişkili toplantılardan elde ettikleri sonuçlardır. Bu sonuçlar aynı zamanda sosyal ve ekonomik ilerlemeler açısından önemli gelişmeler şeklinde toplum ve yönetimlere aktarılır. Ekonomik açıdan faydaları, hem doğrudan hem de dolaylı harcamalar olan ve toplantı endüstrisi için önemli ikincil değerleri oluşturan etkinliklerle ilgilidir. Ayrıca JMIC, yerel toplulukların kendi ekonomik ve sosyal hedeflerine ulaşmaları için, onların genel gelişim hedefleri ile tutarlı etkinliklerini kullanarak bölgeyi çekici hale getirmek için bir araç görevi de yapmaktadır.

- JMIC gelecekte de varlığını sürdürebilmek için, küresel ekonomi ve mesleki gelişim ile ilgi yararlarının tanınması ve daha büyük bir seviyeye ulaşması gerektiğinin bilincindedir.

Özellikle:

- Yeni ürün geliştirme, değişim ve pazarlama için forumlar oluşturarak küresel ekonomik büyümenin teşvik edilmesi
- Araştırma, bilgi, standartlar ve prosedürler ile küresel gelişim ve değişimin teşvik edilerek, akademik, teknik ve mesleki gelişimin kolaylaştırılması
- Bilgi ve uzmanlıklardan faydalanma imkanlarının kolaylaştırılarak ve potansiyel yeni yatırımları cazip hale getirerek toplulukların desteklenmesi
- Tatil amaçlı olmayan seyahatler için ekonomik açıdan önemli bir gerekçe oluşturarak ulaşım, konaklama ve turizm altyapısının desteklenmesi ve geliştirilmesi
- Mesleki ve profesyonel ağların devam ettirilmesi ve teşvik edilmesiyle uluslararası işbirliği ve dayanışmanın desteklenmesi
- Küresel bazda eğitim ve mesleki gelişimi kolaylaştırarak, ekonomik geçişin desteklenmesi konularına önem vermektedir.
- Küresel bir kuruluş olarak Toplantı Endüstrisi Konseyi, çevresel kaygıların ve uzun dönem sürdürülebilirliğin önemini kabul etmiş ve kendi faaliyetleri ile ilgili bu sorunları gidermek için prosedür ve yönergeleri kapsamlı bir şekilde geliştirmiştir. Verimliliğin elde edilmesi için normalde gereken bireysel seyahatler yerine sergi ve toplantılar gibi grup aktiviteleri yoluyla iş ve mesleki açıdan elde edilen sonuçları değerlendirmekte, her ne kadar kendisi bir ağ üzerinden hizmet verse de, kişisel ve örgütsel ilişkileri geliştirmek ve sürdürebilmek için yüz yüze iletişimin önemini kabul etmekte ve desteklemektedir.

JMIC'i oluşturan aktif üye birlikler şunlardır (<http://www.themeetingsindustry.org/our-members/>, 2012):

- AACVB, The Asian Association of Convention and Visitor Bureaus (Asya Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği)
- AIPC, The International Association of Congress Centres (Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği)
- COCAL, The Latin American Confederation of PCO and Related Companies (PCO ve İlgili Şirketlerin Latin Amerika Konfederasyonu)
- DMAI, Destination Marketing Association International (Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği)

- ECM, European Cities Marketing (Avrupa Kentleri Pazarlama)
- EFAPCO, The European Federation of Associations of Professional Congress Organisers (Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği Avrupa Federasyonu)
- EVVC, European Association of Event Centres (Avrupa Etkinlik Merkezleri Birliği)
- IAPCO, The International Association of Professional Congress Organizers (Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği)
- ICCA, The International Congress and Convention Association (Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği)
- MPI, Meeting Professionals International (Uluslararası Toplantı Profesyonelleri)
- PCMA, The Professional Convention Management Association (Profesyonel Toplantı Yönetim Birliği)
- SITE, The Society of Incentive & Travel Executives (Teşvik ve Seyahat Yöneticileri Derneği)
- UFI, The Global Association of the Exhibition Industry (Küresel Fuar Endüstrisi Birliği)

2.1.7 Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (Meeting Professionals International - MPI)

1972 yılında kurulan Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (MPI), üyelerinin mesleki gelişim, iş imkanları ve canlı bir sektör için en iyiyi veren, toplantı ve etkinlik planlayıcılarının iş başarısında önemli rol oynayan bir kuruluştur. 2011 verileri itibariyle 86 ülkeden 71 bölgesi ve 23.000`den fazla üyesi bulunmaktadır ([http:// www.mpiweb.org/About](http://www.mpiweb.org/About), 2012).

MPI vizyonunu “zengin bir küresel toplantı sektörü toplumu inşa etmek” olarak açıklamıştır. Misyonu ise “bilgi ve fikirler, ilişkiler, pazar yerleri konularında insan ilişkileri inşa ederek üyelerinin başarılı olması” dır (<http://www.mpiweb.org/About/Leadership/GovernanceOverview>, 2012).

MPI birlik olarak sahip olduğu tecrübesi, bilgisi ve aktif pazarlama faaliyetleriyle üyelerine hem yeni iş imkanları sağlamakta hem de dünya toplantı endüstrisinin mevcut ve gelecekteki gelişimi hakkında bilgi vermektedir. MPI üyeliği son derece gelişmiş networkten faydalanma, yeni iş fırsatları, kurumsal tanınma, MPI ödüllerine başvurma, toplantı endüstrisinde çalışan bireylerin bireysel kariyer gelişimlerine fırsat sağlama anlamına gelmektedir (Aksu, 2010, s.72).

MPI, yönetim kurulu tarafından yönetilir. Kuruluşun stratejik planlarının gözden geçirilmesi ve onaylanmasından yönetim kurulu sorumludur. Uzun vadeli vizyon ve stratejilerin başarısı için finansal bütünlüğü yönetmektedir (<http://www.mpiweb.org/About/Leadership/GovernanceOverview>, 2012).

MPI eğitime büyük önem vermektedir. Bu anlamda bünyesinde eğitim faaliyetleri ve sertifika programları bulunmaktadır. MPI'nin temel ilkeleri arasında dürüstlük, profesyonellik ve farklı kültürlerle değer verme gelmektedir. Kuruluşundan bu yana eğitim faaliyetlerini düzenli olarak yerine getiren MPI'nin eğitim verme ve kariyer gelişimine yönelik 6 düzeyden oluşan bir programı şu şekilde örneklenebilir (Aksu, 2010, s.72):

1. Giriş
Yetenek Değerlendirme Toplantı Endüstrisine Giriş
2. Temel Düzey
Global Sertifika Programı I
3. Orta Düzey
CMP (Certified Meeting Professional) Sınavı Global Sertifika Programı II
4. İleri Düzey
Global Sertifika Programı III Global Sertifika Programı IV
5. Stratejik Düzey
CMM (Certification in Meeting Management)
6. Yönetici Düzeyi
Yönetici Liderlik Programları

2.1.8 Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği (International Association of Conference Interpreters - AIIC)

Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği (AIIC), evrensel olarak konferans çevirmenliği hizmeti veren tek dernektir. 1953 yılında kurulan birlik şu anda 103 ülkeden 262 şehirde 2957 profesyonel konferans çevirmenlerini bir araya getirmektedir. Ayrıca 176 adayın da şu anda çeşitli aşamalardan geçerek kabul işlemleri devam etmektedir (<http://aiic.net/database/>, 2012).

Dil ve diller uluslararası iletişimin kalbinde yer almaktadır. Başkalarının ne söylediğini en iyi şekilde anlamak ve söylemek istediklerini onun dilinde tam olarak söyleyebilmek herkesin temel hakkıdır. AIIC bu hakkın güvence altına alınması konusunda merkezi bir rol

oyunmaktadır. AIIC yüksek standartların belirlenmesi, ses eğitimi uygulamalarının tanıtımı ve mesleki konularını destekleyerek hem kullanıcıların hem de uygulayıcıların ilgisi doğrultusunda konferans yorumlama mesleğini teşvik etmektedir (<http://aiic.net/ViewPage.cfm/article8>, 2012).

AIIC'nin amacı, bir bütün olarak mesleği temsil etmek ve tüm konferans çevirmenleri adına hareket etmektir. Özellikle mesleğin artık hızla büyüdüğü bölgelerde, konuyla ilgili gelişmeleri yakından takip ederek, tercüman toplumuna genel olarak katkılarda bulunmayı amaçlamaktadır (<http://aiic.net/ViewPage.cfm/article8>, 2012).

AIIC'nin faaliyetleri şunlardır (<http://aiic.net/ViewPage.cfm/article8>, 2012):

- İstihdam şartları ve koşulları düzenleyen önemli uluslararası kuruluşlar ile toplu sözleşmeler imzalar.
- Kongre organizasyonu alanında uzmanların ve danışman tercümanların tanınmasına katkıda bulunan Özel Piyasa Sektörü aracılığıyla pazarda yaşanan gelişmeleri takip eder,
- UNESCO ile işbirliği içerisinde mesleği tanımlamak ve tanıtmak amacıyla üstlendiği uzun vadeli bir projeye, tüm konferans çevirmenlerini temsil etmeye çalışır.
- Uluslararası Standardizasyon Organizasyonları (ISO) gibi kuruluşlar ile yakın işbirliği içerisinde, tercümanlık kabinlerinin teknik özelliklerinin standartlarını belirler. AIIC aynı zamanda konferans merkezlerinin tasarımı için mimarlara veya ses trafiği ile uydu bağlantısı programlarının istenilen kanallarda sağlanmasına uzman rehberlik sağlar.
- Profesyonel anlamda mükemmelliği teşvik eder ve bu nedenle çalışma koşullarının iyi olmasını savunur. AIIC son zamanlarda, çalışma koşulları ile tercüman performansı arasında ilişkiyi belirlemek amacıyla, tıp alanında tanınmış bir uzman ile birlikte çalışma yapmıştır.
- Sürekli eğitim kurslarına sponsorlukları ve tercümanlık okullarında düzenledikleri araştırmalar yoluyla eğitim için en iyi uygulamaları teşvik eder.
- Kullanıcılar ile iletişim kurar. AIIC 1990'lı yılların başlarında kullanıcı beklentilerine yönelik ayrıntılı bir çalışma başlatmış ve kullanıcılar ile diyalogun önemini ortaya koymuştur.
- Tercümanlar ile iletişim kurar. Özellikle web sitelerini genişleterek buradan iletişimi kolaylaştırmış ve geniş bir tercüman ağı oluşturarak dünya çapında her yere ulaştırmıştır.
- Düzenlediği bölgesel seminerler ve kurduğu Genç Tercümanlar Grubu ile yeni başlayanlara yol gösterir.

- Uluslararası kuruluşların doğrudan eylemleri ve çeşitli projeler yoluyla, çok dilli olan dünyada çeşitli dillerin kullanımını teşvik eder.
- Yeni teknolojileri yakından takip eder ve mevcut zorluklar ve fırsatlar için uygun cevapları verir.

AIIC 23 farklı bölgede hizmet vermektedir ve her bölgenin yöneticileri o bölgenin yerel dilleri hakkında daha fazla bilgiye sahiptirler. Birlik toplamda 52 farklı dilde hizmet sunmaktadır (<http://aiic.net/database/>, 2012).

Türkiye`de AIIC`nin, Ankara`da 4 ve İstanbul`da 32 olmak üzere toplamda 36 tercümanı bulunmaktadır. Ayrıca AIIC`nin Türkçe çevirmenlik yapan Belçika`da 1, Fransa`da 2, Yunanistan`da 1, İtalya`da 1 ve Birleşik Arap Emirlikleri`nde de 1 tercümanı vardır (<http://aiic.net/database/languages/class.cfm?language=35>, 2012).

2.1.9 Teşvik ve Seyahat Yöneticileri Derneği (The Society of Incentive & Travel Executives - SITE)

Teşvik turizmi, şirketlerin ana amaçlarındaki ilerlemeyi sağlamak, çalışanların üretimini artırmak, onları daha verimli çalışmaya yönlendirmek için yapılan küresel bir iş yönetimi şeklidir. Teşvik seyahatleri, seyahat edenlerin işverenleri/şirketleri tarafından ödenen bir dinlenme ve eğlence seyahat türüdür (Erdoğan, 2006, s.63).

SITE, önceden belirlenmiş hedeflere ulaşmak için tasarlanmış, motivasyon ve ödül programları ve performans iyileştirme stratejilerinin önemli bir bileşeni olan teşvik seyahatlerinin tanınması ve kullanılması amacıyla profesyonellerden oluşan dünya çapında bir organizasyondur. SITE çeşitli stratejiler geliştirerek kültürel farklılıklar ve uygulamaları tanımakta ve üyeleri için en iyi ağ ve eğitim hizmetini vermektedir. (<http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#Site History>, 2012).

SITE`in misyonunu en basit şekliyle “teşvik seyahati ve motivasyon deneyiminin etkinliğini ve bilincini, buna bağlı olarak küresel teşvik seyahati kullanımının artırılması” olarak açıklanabilir. (<http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#Site History>, 2012).

Şirketlerin teşvik seyahati düzenleme nedenleri şunlardır (Erdoğan, 2006, s.63):

- Satışları arttırmak,
- Şirketin imajını korumak, geliştirmek,

- Yeni ürünleri tanıtmak ve sunmak,
- Satış eğitimi yapmak,
- Tüketiciler için promosyon yapmak,
- Rekabeti arttırmak,
- İş hacmi düşük sezonları değerlendirmek,
- Seyahate gönderilenlere mesleki bilgi edindirmek.

Seyahat ve Teşvik Yöneticileri Derneği'nin ilk toplantısı 4 Aralık 1973 tarihinde New York Americana Otel'de düzenlenmiştir. Bu toplantı, çalışanları teşvik için mükemmellik peşinde kendini adanmış, profesyonel ve kar amacı gütmeyen tek uluslararası derneğin kurulması için başlangıç olmuştur (http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#Site_History, 2012).

SITE tarafından 1974 yılında ilk resmi teşvik seyahati tanımı “en yüksek hedeflere ulaşmak için, çalışanlara hedefteki paylarına düşene ulaşması üzerine bir seyahat ödülü verilerek kullanılan bir modern yönetim aracı” olarak kabul edilmiştir (http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#Site_History, 2012).

SITE 1980 yılında en mükemmel motivasyon kampanyalarını ödüllendirmek için Teşvik Seyahati Ödülleri Yarışmasını düzenlemiştir. Birlik 10. yıldönümü olan 1983 yılında 444 üyeye ulaşmıştır. 1990 yılının sonunda ise 65 ülkeden 2035 üyeye sahip olmuştur (http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#Site_History, 2012).

Uluslararası her dört şirketten birinde teşvik turizmi ödül olarak yararlanılan bir yöntemdir. Şirketler ana bütçelerinden teşvik seyahatlerinin harcamalarını karşılarlar. Bu seyahatler personelin ilgi alanına ve hayat görüşüne göre farklı biçimde düzenlenebilmektedirler (Erdoğan, 2006, s.63).

SITE`ın bugün 87 ülkede 2100`ün üzerinde üyesi bulunmaktadır. Bu üyeler, kurumsal hedeflere ulaşmak için, insanlara özgür çalışma alanları oluşturma ve ödüllendirme gibi hizmetler verirler ve motivasyonu yüksek bireyler ve ekipler tarafından işyerinde en yüksek seviyede verimliliğe ulaşacaklarına inanırlar (http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#Site_History, 2012).

2.2 Kongre Turizmiyle İlgili Ulusal ve Şehir Düzeyinde Örgütlenmeler

Bazı ülkeler ulusal turizm kuruluşları (Turizm Bakanlığı vb. gibi.) bünyelerinde veya oteller, seyahat acentaları, kongre merkezleri, üniversiteler ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar gerek kendi bünyelerinde, gerekse bu kuruluşların bir araya gelmesiyle kongre birimleri oluşturmuşlardır. Bu birimlerin görevleri arasında, kongre imkânlarını tanıtmak, pazarlamasına yardımcı olmak, ilgili kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, pazar ve sektör araştırmaları yapmak, kongrelere maddi ve manevi destekler sağlamak sayılabilir (Dölalan, 2008, s.9).

Bu bölümde kongre turizmiyle ilgili ulusal ve şehir düzeyinde örgütlenmeler 3 başlık altında incelenmiştir. Bunlar:

- Kongre ve Ziyaretçi Büroları
- Kongre Merkezleri, Oteller ve Üniversiteler
- Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO)

2.2.1 Kongre ve Ziyaretçi Büroları – CVB (Convention and Visitor Bureaus)

Kongre turizminin her geçen gün önemini artırması ve dünya turizm gelirlerinin yaklaşık dörtte birinden fazlasını kongre turizminin oluşturması, kongre turizmi alanındaki rekabetin daha da artmasına sebep olmuştur. Artan rekabet, dünyanın değişik bölgelerindeki kongre destinasyonlarının tanıtım ve pazarlanmasını gündeme getirmiş ve bu amaçla birçok ülkede kongre ve ziyaretçi büroları kurulmuştur (Arslan, 2009, s.132).

Kongre ve Ziyaretçi Büroları, turistik destinasyonların tanıtım ve pazarlamasını yapmak amacıyla kurulan tarafsız ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Temel görevleri, bir kente veya bölgeye kongreleri, toplantı ve seminerleri getirmeye çalışmak ve kongre turizmi ile ilgili tüm hizmetleri bu onlara sunmaktır. Bu amaçla başta seyahat acentaları, tur operatörleri, organizatörler, kongre merkezleri, havayolu şirketleri ve konaklama tesisleri olmak üzere çeşitli kuruluşlarla işbirliği içinde faaliyette bulunmaktadır (Arslan, 2009, s.83).

Kongre ve Ziyaretçi Büroları ilk olarak devletin finanse ettiği ve dolayısıyla yönetimde devletin egemen olduğu örgütler şeklinde ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmalar, destinasyon yönetim pazarlama faaliyetlerinde kamu sektörünün rolünün önemli ölçüde devam ettiğini ortaya koymaktadır. Çünkü Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının ihtiyaç duyduğu finansman kaynaklarının tahsisinde devlet belirleyicidir ve bu amaçla kamu gelirlerinden ayrılan paylar

çok önemlidir. Bu yüzden hala ağırlıklı bir model olmakla birlikte farklı alternatiflerin de uygulandığı görülmektedir (Arslan, 2009, s.86).

Kar amacı gütmeyen kongre ve ziyaretçi bürolarının gelir kaynaklarının büyük payını üyelik aidatları ve devlet yardımları oluşturur. Ayrıca reklam gelirleri ve eğitim seminerleri de gelir kaynakları arasındadır (Çizel, 1999, s.29). Kongre ve ziyaretçi bürolarının üyeleri; konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, tur operatörleri, kongre merkezleri, üniversiteler, ticaret odaları, mağazalar, yiyecek-içecek işletmeleri ve ulaşım işletmelerinden oluşmaktadır (Boz, 2010, s.47).

Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının finansal kaynakları arasında ayrıca şu kalemler yer almaktadır (Arslan, 2009, s.87-88):

- Kamu gelirlerinden ayrılan paylar
- Oda veya otel vergileri, kullanıcı ücretleri, kumar ve loto oyunlarından ayrılan paylar gibi belirli turizm vergileri veya harçları
- Turizm işletmeleri tarafından ödenen üyelik ücretleri
- Destinasyon tanıtım faaliyetlerine reklam alma veya sponsorluk
- Satış ve rezervasyonlardan alınan komisyonlar
- Ziyaretçi merkezlerinde gerçekleşen ticari ve perakende satışlar
- Seyahat yazarlarını ve toplantı planlayıcılarını ağırlamak için yapılan aynı katkılar

Dünya`da 5000`den fazla kongre ve ziyaretçi bürosu mevcuttur ve her gün yenileri eklenmektedir. Çünkü uluslararası kongre organizatörleri doğrudan ticari kuruluşlarla değil, kongre ve ziyaretçi büroları aracılığı ile kongre organizasyonları gerçekleştirme eğilimindedirler (Ersun ve Arslan, 2009, s.92).

Kongre ve ziyaretçi bürolarının örgütsel yapısı destinasyonun özelliklerine, turistik ürüne ve finansal düzeylere bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Kamu kuruluşları tarafından oluşturulan kongre büroları, yerel otorite yapısının entegre bir parçasıdır ve belirli bir coğrafi alanda tüm turizm tedarikçilerini temsil etme yetkisine sahiptirler. Özel olarak yürütülen bürolar ise üye bazlıdır ve genellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Genelde kongre ve ziyaretçi büroları belirli bir şehri, daha büyük bir metropoliten alanı, birkaç şehri veya bölgesel bir destinasyonu temsil etmektedir (Ersun ve Arslan, 2009, s.92-93).

Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAI) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre kongre ve ziyaretçi brrlarının çoğu (%64) kar amacı gütmeyen bağımsız örgütlerdir. Yerel veya merkezi yönetime bağlı olarak çalışan brrların oranı %20 civarında, bir ticaret odasına bağlı olan veya odanın bir departmanı gibi çalışan brrların oranı ise %5 civarındadır. ye bazlı kongre ve ziyaretçi brrlarının tipik ye kompozisyonu içinde konaklama işletmeleri %22, kültürel ekiciliklerle ilgili enstitüler %18, etkinlik hizmetleri veya hizmet sağlayıcıları %18, restoranlar %17, perakendeci işletmeler %11 ve diğerleri %14 oranında yer tutmaktadır (Arslan, 2009, s.85-86).

Kongre ve Ziyaretçi Brrlarının yapmış oldukları faaliyetler şu şekilde sıralanabilir (zer, 2010, s.40-41):

- Bölgelerin ve ülkelerin kongre turizmi için sahip oldukları potansiyelin tanıtılması
- Kongre ve fuarcılık faaliyetlerinin tanıtımı ve temsili
- Uluslararası kongre ve konferansların pazar hareketlerinin takibi ve üyelere bildirilmesi
- Konu ile ilgili uluslararası birlik ve derneklere ye olunması ve bu platformda şehirlerin, bölgelerin ya da ülkelerin temsil edilmesi
- Kongre organizasyonlarında danışmanlık hizmetinin verilmesi
- Kongreye katılanların beklentilerinin karşılanması ve hazırlık çalışmaları ile ilgili eğitim seminerlerinin düzenlenmesi
- Bu faaliyetlere yönelik tüm bölgeyi detaylı bir şekilde kapsayan, kongre katalogları basılması
- Kongre turizmi ile ilgili çeşitli poster ve tanıtım malzemelerinin hazırlanması
- Kongrecilik konusunda fuarların düzenlenmesi ve profesyonel kongre operatörlerinin davet edilmesi
- Profesyonel ilişkilerin geliştirilmesi
- Btçelerinin durumuna göre bazıları kendi bünyelerinde olmak üzere AR-GE bölümü ile araştırmaların yapması.

Bu faaliyetleri ile Kongre ve Ziyaretçi Brrları, bir turistik destinasyonun pazarlanması için öngörü ve liderlik sağlayan bir aktör olarak kabul edilmektedir. Öncelikli hedefi, destinasyonun tüm yıl boyunca kongreler, toplantılar ve özel etkinlikler düzenlemesinin sağlanması ve kitle turizmi konularında üyelerin ve diğer tüm paydaşların cesaretlendirilmesidir. Bu çabalar sonucunda ilgili destinasyonun turizm gelirlerini ve yerel istihdamı artırmak, ekonomik gelişme ve istikrar sağlamak amaçlanmaktadır. Bu yönüyle

kongre ve ziyaretçi büroları; ticari kuruluşların, seyahat tedarikçilerinin, otel, restoran, müzeler, yerel ulaşım vb. işletmelerin tüm menfaatlerini bir şemsiye altında toplayan ve koordine eden tek bir kimlik taşımaktadır (Arslan, 2009, 94-95).

Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının kendi üyeleri ve toplantı planlayıcıları olmak üzere kongre ve toplantı açısından iki temel müşterisi vardır. Bürolar, kendi üyeleri olan ve kongreye ev sahipliği yapan kuruluş ile toplantı planlayıcıları arasında irtibat görevi üstlenmektedir. Bürolar bir taraftan anlaşmaya girebilecek ev sahibi kuruluşun imkanlarını, diğer taraftan toplantı planlayıcılarının ihtiyaçlarını araştırıp saptayarak iki tarafı bir araya getirmektedirler. Bürolar, ev sahibi organizasyonlar ve toplantı planlayıcılarının çıkarlarını korumayı hedefleyerek asıl amaçları olan favori destinasyon olma imajını sağlamaya çalışmaktadırlar. Ancak bu çift yönlü sorumluluk, kurumda etkili bir şekilde araştırma yapılmasını ve faaliyetlerin sürdürülmesinde yüksek düzeyde bağımsızlığı gerektirmektedir (Arber, 2008, s.19).

Bilindiği üzere pazarlama uzmanlık gerektiren bir konudur. Kongre turizmindeki pazarlama çalışmalarının da bu konuda uzmanlaşmış kişiler tarafından yapılması gerekir. Türkiye için öncelikle bu gibi uzmanların görev yaptığı bir “Ulusal Kongre Bürosu”na gereksinim vardır. Bu büro, kongre turizmi konusunda ter türlü araştırma, istatistiki veri toplama, değerlendirme, kongre olanaklarının tanıtılması ve pazarlanması işlemlerini yürüten, kongrelerin zaman ve kongre merkezlerine en uygun şekilde dağılımını yönlendiren koordinatör bir kuruluş niteliğinde olmalıdır. Bu “Ulusal Kongre Bürosu”nun öncelikle, Türkiye’nin arz kapasitesini eksiksiz olarak belirlemesi, ürün analizi ve bu analizden hareketle hedef pazarı saptamak amacıyla pazar bölümlenmesi yapması gerekmektedir (Karasu, 1990, s.33).

Türkiye’de; İstanbul, İzmir ve Antalya’da olmak üzere 3 şehirde Kongre ve Ziyaretçi Bürosu bulunmaktadır.

2.2.1.1 İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu – ICVB

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu 27 Mayıs 1997’de TUGEV (Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı) bünyesinde “Kongre ve Ziyaretçi Bürosu İktisadi İşletmesi” olarak kurulmuştur. Büronun hukuki kimliğinin oluşturulabilmesi için iktisadi işletme olarak kurulmasına karar verilmiştir. Kuruluş sözleşmesinde büronun kuruluş amacı “Türkiye ve özellikle İstanbul’un kongre, konferans, fuar ve sergileme olanaklarını yurt dışında ve içinde

tanıtıp pazarlamasına yardımcı olmak suretiyle kongre ve konferans turizmini özendirmek, kentin ve ülkenin tanımına katkıda bulunarak turizmin geliştirilmesini sağlamak” olarak ifade edilmektedir. Büro misyonunu ise “ulusal ve uluslararası kongre sektörüne destinasyonun bir bütün olarak ve kar amacı gütmeksizin tanıtılması ve pazarlanması, ilgili pazarda payının artırılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Baytok vd, 2010, s.15).

Kar amacı gütmeyen bir organizasyon olarak örgütlenen İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, özel sektör ve kamu sektörü tarafından desteklenmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), İstanbul Ticaret Odası (İTO) ve turizm sektör birlikleri İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun başlıca destekleyicileri arasındadır. Bunların dışında özel sektör kuruluşları olarak kongre merkezleri, 4 ve 5 yıldızlı oteller, kongre organize eden seyahat acentaları, restoranlar ve benzeri servis sağlayıcı işletmeler üye olarak destek vermektedir (Arslan, 2009, s.127).

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu düzenlenen birçok uluslararası kongrede Türkiye'nin yalnız deniz, güneş ve kumla sınırlı kalmadığını, kış aylarında sunulan turistik hizmetlerin de en az yaz aylarındakiler kadar kaliteli ve başarılı olduğunu göstermiştir. Başbakanlık Tanıtma Fonu Başkanlığı'nın ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteğini alan ve Bakanlıkça görevlendirilen bir kuruluş olarak birçok kongre ve incentive fuarı organize etmiş, ayrıca kamu kesimi ve özel sektörle işbirliği halinde pek çok toplantıda yararlı çalışmalar yapmıştır (Ersun ve Arslan, 2009, s.106).

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, uluslararası kongre ve toplantı sektörünün etkin kuruluşlarından biri olan ICCA (Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği), MPI (Uluslararası Toplantı Profesyonelleri), ECM (Avrupa Kentlerini Pazarlama) ve DMAI (Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği)'nin üyesidir ve bu birliklerde İstanbul'u temsil etmektedir (http://www.icvb.org/icvb_aboutus.asp, 2012).

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, İstanbul'u tercih edilen bir kongre şehri haline dönüştürmek için tanıtım, pazarlama, sektör fuarları, tanıtım gezileri düzenlemiş ve “İstanbul Meeting Planner`s Guide”ın yanı sıra İstanbul bülteni, İstanbul broşürleri, web sayfası, standart video film ve sunumlar hazırlamak suretiyle önemli katkılar sağlamıştır. Bu çabalar sonucunda kongre turizminde ivme kazanan İstanbul, önemli toplantılara ev sahipliği yaparak diğer uluslararası toplantı destinasyonları ile rekabet edebilecek hale gelmiştir (Arslan, 2009, s.67).

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun genel müdürü Handan Boyce, 2006 yılı ICCA genel kurulunda yapılan seçimler sonucu ICCA Akdeniz Bölgesi Başkanlığına, 2007 yılında ise ICCA yönetim kurulu üyeliğine seçilmiştir (Arslan, 2009, s.127-128).

İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'nun faaliyetleri arasında şu hizmetler bulunmaktadır (Arslan, 2009, s.126):

- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uluslararası kongre fuarlarını organize etmek,
- Benzeri fuarlara ve destinasyonlar arası iş borsalarına İstanbul adına katılmak ve kongre imkanlarını araştırmak,
- Yurtdışında tanıtım faaliyetleri yürütmek ve potansiyel kongreler için satış ziyaretlerinde bulunmak,
- Alıcılara yönelik olarak İstanbul'a tanıtım gezileri organizasyonu yapmak, basılı ve görsel tanıtım malzemeleri üretmek ve uluslararası düzeyde dağıtımını gerçekleştirmek,
- Uluslararası kongre sektörü dernek ve birliklerinin organize ettiği genel kurullar ve workshoplara (çalıştaylara) katılmak sureti ile İstanbul adına ağ oluşturmak ve destinasyonun temsilini üstlenmek,
- Kongre adaylık sürecinde İstanbul adına ihale dosyası hazırlamak ve sunum yapmaktır.

ICVB'nin temel bütçesi 800 ile 900 bin dolar arasında değişmektedir. Büronun gelir kaynaklarını temel gelir kaynağının destekleyicileri olan T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUGEV, ITO, TOBB, TÜRSAB, TUROB, TYD, THY ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi gibi kuruluşların sağladığı katkılar(sponsorluk, projelerin desteklenmesi, Başbakanlık Tanıtma Fonunun projelere destekleri)oluşturmaktadır. Üyelik aidatları büronun diğer önemli gelir kaynağıdır. ICVB'nin temel bütçe verilerinin dünyadaki benzerleri ile karşılaştırıldığında yetersiz olduğu görülmektedir. Bütçenin yetersizliği, yeterli nitelikte personel istihdam etmede ve pazarlama amaçlı kaynak yaratmada sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır (Baytok vd, 2010, s.15).

Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Kongre ve Incentive turizmi konusunda, kongre kent ve bölgelerini tanıtmak ve pazarlamak için oluşturulan en önemli kuruluşlardan biri olan "Kongre ve Ziyaretçi Büroları"nın Türkiye'deki ilk örneği olan İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'nun örgütlenme ve finansman yapısının güçlendirilmesi ve sektörden yeterli desteği almasının sağlanması gereği vurgulanmaktadır. Kongre altyapısına sahip diğer bölgelerde de bu tür büroların kurulması için bakanlık, sektör

kuruluşları ve yerel yönetimlerin işbirliği yapacağı bir modelin belirlenmesi hedeflenmektedir (Gülbahar, 2009, s.170).

ICVB'nin bir destinasyon pazarlama kuruluşu olarak gerçekleştirdiği tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini iki başlıkta değerlendirmek mümkündür. Bunlar tanıtım, pazarlama ve satış amaçlı uluslararası fuar ve benzeri organizasyonlara katılım ve İstanbul ve Türkiye ile ilgili yazılı ve görsel tanıtım malzemelerinin hazırlanmasıdır (Baytok vd. 2010, s.16).

Bunların birincisi tanıtım, pazarlama ve satış amaçlı; uluslararası fuarlar, workshoplar (çalıştaylar), iş borsası, toplantılar, roadshowlar katılım ve satış ziyaretleridir. Bu kapsamda ICVB T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının vermiş olduğu görev doğrultusunda yurtdışı kongre ve toplantı fuarlarında Türkiye stantlarının organizasyonunu ilgili müşavirlik ve ataşelik ile koordinasyon halinde yürütmektedir. Bu kapsamda International Confex Londra, EMIF Brüksel, Seatrade Miami, IMEX Frankfurt, IT&ME Chicago, BTC Roma ve EIBTM Barselona katılım yapılan önemli fuarlardır. ICVB bu fuarlara ilave olarak Bakanlığın katılmadığı uluslararası fuarlarda İstanbul'u temsil etmekte ve İstanbul standı açmaktadır. İstanbul Ticaret Odası adına katılım gerçekleştirilen bu fuarlar arasında NATAS Singapur Fuarı, IT&CMA Bangkok, MIBEX Moskova, Bedouk Paris yer almaktadır. Büro ayrıca katılımcı olarak ITB Berlin, ATM Dubai, WTM Londra gibi önde gelen turizm sektörü fuarlarında da İstanbul adına stantlar açmaktadır. ICVB yukarıda belirtilen fuarlara ilave olarak İstanbul'un tanıtım ve pazarlamasını yapmak ve iş imkanı yaratmak amacı ile birçok uluslararası workshop (çalıştay), iş borsası, satış ziyaretleri ve roadshowlara katılarak benzeri aktivitelerin İstanbul'da yapılmasını sağlamaya çalışmaktadır. Büro sektörel uluslararası kuruluşların (ICCA, ECM, DMAI) genel kurulları, bölüm ve sektörel toplantılarına katılarak uluslararası iletişim ağını genişletmekte, ülkemizi ve İstanbul'u temsil etmektedir. İstanbul'un toplantı turizmi alt ve üst yapı olanaklarının en iyi şekilde tanıtımı amaçlı, toplantı pazarının önde gelen dernek, birlik ve şirket toplantıları alıcıları ve karar vericilerine yönelik tanıtma gezileri organize etmektedir (Baytok vd. 2010, s.16).

İkincisi ise Türkiye ve İstanbul ile ilgili yazılı ve görsel tanıtım malzemelerinin hazırlanmasıdır. Bu kapsamda İstanbul Visitor's Guide, İstanbul Meeting Planners Guide, büronun internet adresi (www.icvb.org) ve ICVB bülteni temel tanıtım malzemelerini oluşturmaktadır. Ayrıca üye olunan uluslararası kuruluşların internet sitelerinde İstanbul ve Türkiye'yi toplantı turizmi destinasyonu olarak tanıtıcı bilgiler ICVB tarafından sağlanmaktadır. Toplantı pazarının en önemli alıcısı olarak görülen "toplantı planlayıcıları"

dünyada sayıları, yerleri ve ulaşılma yöntemi belli olduğu için sektörde odaklanmış bir pazarlama ve tanıtım uygulanmaktadır. Bu nedenle ICVB uluslararası medya ve yazılı araç olarak sadece sektör dergilerinde ilanlar vermektedir. ICVB toplantı turizmine yönelik film ve sunumlar hazırlamakta ancak bunları katıldığı fuarlarda ve İstanbul sunumlarında kullanmaktadır. Türkiye ve İstanbul'a yönelik genel turizm amaçlı tanıtım materyalleri (Filmler, kataloglar, broşürler, afişler) T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanmakta ve büro bunları kullanmaktadır (Baytok vd. 2010, s.16).

2.2.1.2 İzmir Kongre ve Ziyaretçi Tanıtım A.Ş.

Kongre pazarlaması, genellikle destinasyon bazında oluşturulan kongre ve ziyaretçi büroları kanalı ile gerçekleştirilmekte ve kongre ve ziyaretçi büroları o şehrin pazarlama merkezi olarak kabul edilmektedir. Türkiye'nin belli başlı önemli turizm merkezlerinden olan İzmir, tarihi geçmişi, kültürel mirası, sahilleri, doğası, iklimi, alt ve üst yapı olanakları ile kongre turizminin gelişmesi için elverişli bir ortam sağlamaktadır.

İzmir'in uluslararası kongre pazarında yerini alabilmesi, talep edilen bir kongre şehri olabilmesi için kongreleri düzenleyecek profesyonel bir kongre bürosuna olan ihtiyaç göz önünde bulundurularak 2007 yılında İzmir Kongre ve Ziyaretçi Tanıtım A.Ş. kuruluşu gerçekleştirilmiştir (Arslan, 2009, s.131).

İzmir Kongre ve Ziyaretçi Tanıtım A.Ş.'nin kuruluş amacı, uluslararası kongre ve toplantıları İzmir'e çekebilmek, İzmir'in kongre turizmi potansiyelini ortaya çıkarmak ve bu amaçla uluslararası platformda tanıtımını yapmaktır. Bu amaca yönelik olarak İzmir Valiliği, İzmir Büyükşehir Belediyesi, İZFAŞ, İzmir Ticaret Odası, TURSAB, Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Çeşme Otelciler Birliği, seyahat acentaları, kongre organizatörleri, fuar, sergi ve eğlence alanı işletmecileri gibi kuruluşlar şirket ortakları arasında yer almıştır (Arslan, 2009, s.131).

İzmir Kongre ve Ziyaretçi Tanıtım A.Ş. yeni kurulmasına rağmen ICCA'ya üye olarak kabul edilmiş ve ICCA tarafından Barcelona'da yapılacak toplantıda İzmir'i tanıtmak üzere yoğun bir çaba içine girmiştir. Ancak tümüyle TURSAB tarafından karşılanan çok sınırlı bir bütçe ile ve geçici bir büroda bir başkan, bir sekreter kadrosuyla hizmet vermeye çalışmaktadır (Arslan, 2009, s.131).

2.2.1.3 Antalya Kongre Bürosu - ACB

Antalya, doğal turizm çekiciliklerinin yanı sıra, sunduğu turizm çeşitliliği, altyapıya yönelik kolaylıklar, ulaşım imkanları, konaklama standartlarının ve servislerinin yüksekliği, geniş yelpazeye yayılan eğlence imkanları, kongre öncesi ve sonrası faaliyet çeşitliliği açısından en uygun konumda olan illerimizden birisidir.

Antalya Kongre Bürosu 1996 yılında Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV) bünyesinde kurulmuş, kar amacı gütmeyen bağımsız bir kuruluştur (<http://www.antalyaconvention.org/default.asp?id=656&islem=menudetay>, 2012). ATAV`ın kurucuları arasında Antalya Valiliği, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO), Antalya Büyükşehir Belediyesi, Antalya Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği (AESOB), Antalya Gazeteciler Cemiyeti, Antalya Turizm ve Seyahat Acentaları Birliği, Akdeniz Üniversitesi, çeşitli oteller, tur operatörleri, seyahat acentaları ve bölgedeki ticari şirketler bulunmaktadır (Arslan, 2009, s.129).

Büronun amacı, Antalya'da mevcut kongre potansiyelini ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtmak ve kongre organizasyonu yapan kuruluşlarla iletişim kurarak onları bilgilendirmek ve kongre organizasyonunun bölgesel olarak gelişiminde gerekli profesyonel organizasyonu sağlamaktır (<http://www.antalyaguide.org/default.asp?islem=menudetay&id=421&catid=406&antalyaguide=Antalya+Kongre+B%FCrosu>, 2012).

Antalya Kongre Bürosunun görevleri şu şekilde özetlenebilir (Arslan, 2009, s.129-130):

- Antalya bölgesinin kongrecilik ve fuarcılık faaliyetlerinin yurt dışındaki temsili ve tanıtımı,
- Uluslararası kongre ve konferansların pazar hareketlerinin takibi ve üyelere bildirimini,
- Kongre organizasyonlarında danışmanlık hizmetleri,
- Katılımcıların beklentileri ve hazırlık çalışmaları ile ilgili eğitim seminerleri,
- Konu ile ilgili çeşitli uluslararası birlik ve derneklere üye olunması ve bu platformda Antalya`nın temsil edilmesi,
- Bu faaliyetlere yönelik tüm bölgeyi detaylı bir şekilde kapsayan kongre kataloğunun basılması,
- Kongre turizmiyle ilgili çeşitli posterler ve tanıtım malzemelerinin hazırlanması,
- Antalya`da mevcut kongre potansiyelinin ulusal ve uluslararası platformlarda tanıtılması,
- Kongre organizasyonu yapan kuruluşlarla iletişim kurarak onların bilgilendirilmesi,

- Kongre organizasyonun bölgesel olarak gelişiminde gerekli profesyonel organizasyonun sağlanması

Antalya bölgesindeki kongre turizmi potansiyelini, uluslararası pazarda daha etkili bir şekilde tanıtarak, turizmi 12 aya yaymayı hedefleyen Antalya Kongre Bürosu önce ATAV bünyesinde, daha sonra ise ATSO bünyesinde Antalya'ya daha fazla kongre ve toplantı çekmek için çalışmalarına hız kazandırmaya başlamıştır (<http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/T%C3%BCrofed%20Dergi-Turofed41.pdf>, 2012).

Avrupa Kongre Kentleri Federasyonu (EFCT) ve Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (ICCA) üyesi olan Antalya Kongre Bürosu, Antalya'daki oteller, seyahat acentaları, kongre organizatörleri, kongre merkezleri, fuar, sergi ve eğlence alanı işletmecileri, taşımacılık şirketleri, sektör tedarikçileri ve restoranlar tarafından desteklenmektedir (Arslan, 2009, s.129).

2.2.2 Kongre Merkezleri, Oteller ve Üniversiteler

1960'lı yıllara kadar toplantılar ve kongreler otellerle birlikte düşünülmekteydi. Toplantı organizatörlerinin toplantıları düzenleme konusunda alternatifleri yoktu. Çünkü otellerden başka hiçbir tesis ya da işletme organizatörler için istenen olanakları sunmuyordu, pazarın yapısındaki hızlı değişim ve öneminin giderek artması kongre merkezlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Çizel, 1999, s.51).

Kongre merkezleri kongrelerin yapılabileceği kongre tesisleri, toplantı salonları gibi kongrenin dolayısıyla kongre turizminin gelişebilmesi için gerekli olan alt ve üst yapıya sahip tesislerdir (Boz, 2010, s.36).

Bir kongre merkezinin tanımlanabilmesinde iki önemli kriter belirlenmiştir. Bunların biri, tesisin bir otelin parçası olmak yerine bağımsız olması, diğeri ise bu merkezde düzenlenen faaliyetlerin büyük bölümünün kongre ya da ticari fuarlar olmasıdır (Gülbahar, 2006, s.151-152).

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 olur (Çizel, 1999, s.51).

Kongre merkezleri geniş alanlara yayılır. Alanın %30 ile %50'si birçok toplantı salonuna ayrılır. Toplantı organizatörü, organizasyonun gerçekleştirileceği kongre merkezini seçerken bazı konular üzerinde dikkatle durmalıdır. Bu konular arasında; kongrenin düzenleneceği şehre ulaşım olanakları, kongre merkezinin yönetim kolaylığı, fiziki tasarımı ve bulunduğu yer ile yiyecek içeceklerin servisinin ve teknik ekipmanın kalitesi sayılabilir. Bu sebeple, kongre merkezi yapılırken genel şartlar yanında güvenlik, toplantı salonları, ofisler, soyunma odaları, diğer kullanım alanları, yiyecek içecek hizmetleri ve teknik ekipman gibi birçok konuya dikkat edilmelidir (Gülbahar, 2006, s.72).

Kongre binalarının en iyi teknolojiyle donatılması, en etkin biçimde ışıklandırılması, havalandırılması, ısıtılması ve bakımı şarttır. Bir kongre binasında bulunması gereken mekanlar şu şekilde sıralanabilir (Gülbahar, 2006, s.73):

- Çeşitli amaçlarla kullanılacak değişik boyutlarda toplantı salon ve odaları,
- Toplantı salonlarının dışındaki genel mekanlar,
- Genel sekreter ve yardımcılarının, kongre yöneticilerinin ofisleri, yönetim ve genel servis büroları, sekreterlik, tercüme, finans, muhasebe büroları,
- Ses kayıt odaları, doküman basım, çoğaltma, dağıtım ve saklama, basın odası gibi çalışma odaları,
- Teknik hizmetlerin sağlandığı odalar.

Kongre merkezlerinin sadece kongreler için kullanımı halinde, yıllık kapasite oranının %20-25'leri geçmeyeceği bilinmektedir. Bu bakımdan söz konusu merkezlerin çok yönlü kullanıma açılacak bir esneklikte olması, kapasitelerinin genişletilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Her ne kadar çok yönlü kullanımı kongreler için düzenlenmiş salonların teknik donanımları, akustik vb. özellikleri açısından bazı olumsuzluklara sebep olsa da, bu alandaki olumsuzlukları ortadan kaldıracak önlemlerin alınmasıyla söz konusu salonların kullanım kapasitelerinin artırılması, böylece kongre merkezlerinin çok yönlü kullanımının sağlanması genel bir eğilim olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim, ekonomik sebeplerden kongre merkezlerinin şehir halkının günlük yaşamının bir parçası haline dönüştürülmesi, böylece konserler, resepsiyonlar, bale ve tiyatro gösterileri, siyasi, ilmi ve teknik içerikli

aktivitelere açılmasıyla gelir kazandıran kuruluşlar haline getirilmesi uygun bir kullanım olarak kabul edilmektedir. Ülkemizin en önemli kongre merkezi olan Lütfi Kırdar Kongre Merkezinde 1996 yılından beri pek çok organizasyon başarı ile düzenlenmektedir (Gülbahar, 2006, s.151).

Kongre merkezlerinin yakın çevresi ile etkileşimi çok önemlidir. Buna göre yapılması gereken yakın çevre düzenlemeleri şöyledir (Oktay, 1997, s.65-66):

- Kongre merkezinin yerleşmeye uyumu, teknik bütünleşme ve estetik, dekorasyon, yerel mimariden esinlenme.
- Kolay erişilebilirlik, yol, otopark, direk toplu taşıma, taksi durakları vb. yaya yolları ve bilgi levhaları ile yönlendirme.
- Ağaçlandırma, yeşil, merkezin odağında yaya bölgesi, sakin, dinlendirici peyzaj düzenlemeleri.
- Bilgi panoları, aydınlatma, bayraklar, heykel vb. ve özürülüler için özel düzenlemeler gibi öğelerin de özel bir ilgi ile merkezin dış mekanında yer almasının sağlanması.

Türkiye'nin ilk ve en önemli kongre merkezi olan Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Merkezi, 5 Eylül 1996 yılında, Lütfi Kırdar Spor Salonu'nun kongre merkezine dönüştürülmesiyle açılmıştır. Türkiye'nin ikinci kongre merkezi ise, 1 Ekim 1996 yılında açılan Antalya'daki "Cam Piramit" Sabancı Kongre ve Sergi Merkezidir.

Kongre endüstrisinin bugünkü durumuna gelmesi ve hızlı gelişmesinde kuşkusuz konaklama sektörünün büyük önemi vardır. Kongre endüstrisindeki ilk örgütlenme girişim ve uygulamalarının, 1896 yılı Detroit'te, şehirdeki otelcilerin destekleri ile gerçekleştirilmiş olması, endüstrideki önemi ve gelişimindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır (Arber, 2008, s.20).

Kongre amaçlı otel işletmeleri; kongre, seminer, kurs çalışma grupları, komisyon toplantıları, sempozyum ve konferans gibi toplantı hizmetlerini sunan işletmelerdir. Bu işletmelerde oda sayısının 250 ile 2000 arasında olması arzu edilirken, dans salonu, yüzme havuzu, bekleme salonları ve çeşitli oyun odaları gibi aktivite hizmetlerinin de olması gerekmektedir (Boz, 2010, s.41).

Konaklama sektörü, 1970'li yılların başlarında, toplantı olgusunun potansiyel etkilerinin farkına varmıştır. Bu potansiyeli, geniş yelpazede karşılamak isteyen konaklama sektörü, yeni

alan inşaatları ve kendi yapısındaki değişiklikler ile olağan dışı bir gelişim göstermiştir. Konaklama endüstrisindeki gelişimin; şehir otellerinden, resort otellere, beş yıldızlı otellerden iki yıldızlı otellere kadar bütün otellerin toplantı amaçlı alanlar barındırması ve toplantı amaçlı devasa yüzer gemilerin olması, geldiği son noktayı açıkça özetlemektedir. Ayrıca, günümüz koşullarında, konaklama sektörünün, kongre endüstrisine olan ilgisi, toplantı yapı ve olanakları ile sınırlı kalmamıştır. Konaklama sektörü, hizmet yaklaşımlarını, teknik ekipman ve teknik destekten, özel uygulama ve organizasyonlara kadar birçok hizmeti de kapsayacak şekilde genişletmiştir (Arber, 2008, s.20-21).

Bazı üniversiteler, toplantı ve seminer salonları, yeme içme, konaklama olanakları yanında, bir takım yardımcı faaliyetlerle kongrelere destek verdiklerinden, bilimsel kongreler için tercih edilebilmektedirler. Üniversiteler kongre maliyetlerinin daha düşük olmasından dolayı, sponsorlar açısından da karlıdır (Gülbahar, 2006, s.74).

2.2.3 Profesyonel Kongre Organizatörleri – PCO (Professional Congress Organizers)

Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO) bir kongrenin organizasyonunda tüm işleri koordine eden, rehberlik yapan ve tüm insani, teknik parasal kaynakları harekete geçiren kişi ya da kuruluşlardır. PCO'lar kongre organizasyonu içerisinde yer alan tüm faaliyetleri kapsayan paket programlar hazırlarlar ve programı aynen uygularlar. Kongre düzenleyicileri için “organizasyon” bu paketi kapsamakta ve fiyatı da bu pakette yer alan hizmetlere göre belirlenmektedir (Aymanıkuy, 2010, s.40).

Kongre organizatörlüğü kongre turizminin gelişmeye başladığı 19.yüzyılın ikinci yarısından sonra ortaya çıkmış olan bir kavramdır. Rolü orkestra şefinin rolüne benzer. Organizatör hazırlıkla ilgili yapılacak tüm işleri ve kongrenin başarıyla devamı için gerekenleri bir bütün haline getirir (Dölalan, 2008, s.12).

PCO'lar hiçbir zaman tur düzenlemezler. PCO'lar tarafından kongre şehri, otel ve kongre merkezi belirlenir, kongre öncesi ve sonrası turlar vb. hizmetler için seyahat acentasıyla, yiyecek içecek hizmeti veren catering işletmesi veya işletmeleri ile ve organizasyonda görev alacak part-time elamanlar ile temaslar kurulur. PCO'ları diğer kongre düzenleyen kuruluşlardan ayıran en önemli özellik, kongre organizasyonu içerisinde yer alan tüm ihtiyaçların bu işletmelerce karşılanmasıdır (Aymanıkuy, 2010, s.42).

PCO'lar uzmanlaşmış bağımsız seyahat acentaları olabilir, bir tur organizatörünün organizasyonu içinde yer alan bir bölüm olabilir veya düzenli kongre düzenleyen şirket veya şirket grupları içinde bir departman olarak faaliyet gösterebilir (Çizel, 1999, s.32).

Günümüz koşul ve anlayışında bir kongre organize etmek, söz konusu kongre ile ilgili, ileri safhada planlama, pazarlama, hizmet sağlayıcılarının saha denemesi ve koordinasyonu gerektirmektedir. Profesyonel Kongre Organizatörleri bu hizmetleri, organizasyon sahibinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda karşılamakta ve bütün fonksiyonları bir düzen içerisinde yerine getirmektedir (Arber, 2008, s.22).

Başarılı bir kongre organizasyonunun gerçekleşmesinde PCO'ların üstlendikleri hizmetler üç bölüm halinde incelenebilir (Dölalan, 2008, s.12-13):

- Kongre Öncesi Faaliyetler: Kongre tarihinin ve yerinin belirlenmesi, taslak gelir ve gider bütçelerinin yapılması, havayolları, kongre merkezi ve otellerle ilgili rezervasyonların yapılması, simültane tercüman ve teknik servislerle iletişim kurulması, kongre sürecinde çalışacak geçici personel alımı ve eğitimi, delegelerin boş zaman faaliyetleri için sanat merkezi, müze vb. yerlerin bilet ayarlamalarının yapılması, basın ile ilişkilerin düzenlenmesi,
- Kongre Zamanı Faaliyetler: Delegelerin kayıt işlemleri, kongre salonunun hazırlanması, simültane çevirmen kabinlerinin ve teknik cihazların usulüne uygun olarak yerleştirilmesi, şayet kongre zaman zaman farklı oturum biçimlerine bölünecekse ona uygun salonların ve oturum biçimlerinin hazırlanması,
- Kongre Sonrası Faaliyetler: Kongre boyunca yapılan bütün masrafların makbuz ve fatura şeklinde dökümlerinin yapılması ve hesapların kapatılması, gelir gider bütçesine uygun olup olmadığının kontrol edilmesidir.

Profesyonel Kongre Organizatörleri işlemlerini özel olarak hazırlanmış bilgisayar programı kullanarak gerçekleştirirler. PCO'lar aynı zamanda IATA'ya (International Air Transport Association) üyedir. Bu nedenle kongreye katılan delege ve refakatçıların uçak bilet işlemlerini de kendileri yapabilirler. O nedenle bilgisayar programları, bu iş ile ilgili bilgileri de bünyesinde bulundurmaktadır (Aymankuy, 2010, s.42-43).

Bir PCO pazarlama, bütçeleme, reklam, bilimsel-sosyal program düzenleme, kayıt işlemleri, kongre süresince organizasyon ve sergi düzenleme vb. gibi konularda bilgili olmalıdır (Boz, 2010, s.34).

PCO'ların görevleri şunlardır(Boz, 2010, s.35):

- Kongre kentinin saptanması
- Otel kapasitelerinin belirlenmesi
- Toplantı yerlerinin saptanması
- Sergi alanları, teknik gereçlerin ve personelin sağlanması
- Kongrenin pazarlanması
- Delege sayısını artırma çabası
- Yerel organizatörün seçimi
- Kongre döneminin ve süresinin saptanması
- Kongre için slogan belirlenmesi
- Özendirme, reklam, kayıt, dökümantasyon, finans ve bütçeleme.

PCO'lar aşağıdaki konularda kendileri hizmet verebilecekleri gibi dışardan da bu hizmetleri sağlayabilirler (Erdoğan, 2006, s.67):

- Kongre imajının dizaynı,
- Sigorta hizmetleri,
- Dekor ve sahne hizmetleri,
- Simültane tercüme,
- Video ve konferans hizmetleri,
- Konaklama rezervasyonları ve
- Tur programları.

PCO'lar ve kongre faaliyeti düzenleyen acentalar katılımcıların kongre sırasında ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama konusunda da titizlik göstermelidirler. Delegelerin tatminsizliği, kongrenin düzenlendiği yer ve şehir üzerinde olumsuz imaj oluşturabilir (Erdoğan, 2006, s.71).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONGRE HİZMETLERİNİN ORGANİZASYONU, KONGRE KATILIMCI ALGILARI

3.1 Kongre Organizasyonunu Planlama Aşaması

Planlama; amaçların belirlenmesi ve belirlenen amaçlara nasıl, nerede, ne zaman ve ne şekilde ulaşılacağı ile ilgili faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Tavmergen ve Aksakal (2004, s.75) planlamayı “gelecek dönem hedeflerinin tespitinde amaca ulaşmak için alternatif hareket tarzları arasından seçim yapmak, ileride neyin, nasıl, ne zaman, kimin tarafından yapılacağına karar vermek, iyi zaman kullanım egzersizleriyle, amaçlanan sonuçlara ulaşmaya kadar sürdürülen ve devamlılık arz eden işlemler bütünüdür” şeklinde tanımlamaktadır. Planlama, bir işin gerçekleştirilmesi için gereken maliyetleri, araçları, zamanı, gerekli olan kontrolleri ve uygun görüldüğü durumlarda gerekli düzeltmeleri içermektedir.

Toplantı planlaması ve yönetimi, sadece konaklama tesisleri, toplantı salonları, yeme-içme ve ulaştırma hizmetlerinin organizasyonunu kapsamaz. Bunun dışında, bütçe büyüklüğüne uygun olacak şekilde toplantı yeri (bölgesi/ülkesi) ve tesisi seçiminin toplantıyı talep edenlerle birlikte belirlenmesi, dokümantasyon ve kırtasiye işlerinin yapılması, transfer hizmetlerinin yerine getirilmesi, katılımcıların karşılanması, konaklama tesisine yerleştirilmeleri, varsa sergi, gezi, alışveriş gibi işler ile birbirinden farklı birçok faaliyetin planlanması, toplantı organizatörünün deneyimini kattığı ve toplantıyı talep edenlerin isteklerine uygun olacak şekilde yönetimini kapsar (Çakıcı, 2009, s.57).

Planlama çalışmalarının, otelcilik ve toplantı sektörünün dinamik yapısı göz önüne alındığında verimli ve etkin olması için aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.75):

- Planlar, amaca en uygun maliyetle, en etkin şekilde ulaşmayı hedeflemelidir
- Planlama esnek olmalı, değişime, iç ve dış koşullara uyumlu olmalıdır
- Planlar ekonomik olmalıdır
- Planlar kimin ne yapacağını belirlemeli, yetki göçerimini kolaylaştırmalıdır
- Planlar kontroller için gerekli olan ölçüm yöntemlerini, miktarlarını ve standartları kapsamalıdır.

Günümüzde işletmeler, bünyelerinde toplantılarla ilgilenen personelini ya kendi oluşturmakta ya da profesyonel olarak toplantı planlaması ile ilgilenen kuruluşlara yönelmektedir. Bu da toplantı konusunda farklı yapıda aracı işletmelerin oluşmasına ve dağıtım kanalı aracı olarak görev yapmalarına neden olmaktadır. Toplantı planlamasında örgütlenmiş bu işletmeler; bağımsız kongre planlamacıları, destinasyon yönetim şirketleri, teşvik seyahatleri ofisi, ulusal turizm büroları, kongre büroları, seyahat acentaları ve tur operatörleridir (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.75-76).

Toplantı organizatörü, düzenlenecek olan toplantının temel hedeflerini çok iyi bilmelidir. Başka bir ifade ile “neden toplantı yapılmaktadır ve katılımcıların bekledikleri fayda nedir” sorularının yanıtlarını, toplantı organizatörleri çok iyi anlamalıdır. Çünkü toplantının neden yapıldığı, toplantı yeri seçiminden, tesis seçimine, yılın hangi döneminde düzenleneceğinden tarih belirlenmesine ve kaç günü kapsaması gerektiğine kadar birçok hususun anlaşılması gerekmektedir. Toplantı planlama sürecinin aşamaları şu şekilde özetlenebilir (Çakıcı, 2009, s.58-59; Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.78):

- **Hedefler:** Toplantı organizatörünün öğrenmesi gerekenlerden ilki, toplantının amacı veya amaçlarıdır. Toplantılar genel olarak iş, eğitim ya da sosyal amaçlı olarak yapılmaktadır. Toplantı yerinin ve tesisinin seçiminde kuşkusuz bu hedeflerin önemli bir yeri vardır.
- **Zamanlama ve Toplantının Süresi:** Zaman etmeni planlamada son derece önemli bir konudur. Toplantı planlamacısı için ise kısa sürede birbirini takip eden pek çok işin yapılması gerektiği için son derece önemli bir husustur. Planın kapsadığı süre genişledikçe kesinliği de azalmaktadır. Zaman uzadıkça beklenmeyen olayların ortaya çıkma olasılığı da artmaktadır. Toplantı hedefine bağlı olarak zamanlama konusunda karara varılır. Toplantı organizatörleri dini ve ulusal bayramları, yılbaşı gibi özel günleri dikkate alarak, toplantıları bu tarihler dışında organize etmeye çalışmalıdırlar. Kuşkusuz zamanlama konusundaki karar, toplantı talebinde bulunanlar ile birlikte verilmelidir. Toplantıların sürelerini etkileyen başka faktörler de bulunmaktadır. Bunları; toplantının büyüklüğü, toplantının bölgesel, ulusal veya uluslararası olması, toplantının konusu, toplantı bölgesinin ve şehrinin katılımcılara uzaklığı, toplantının kültürel ve sosyal amaçları, hafta içi ya da düşük sezon gibi özel indirim olanakları olarak sıralamak mümkündür.
- **Toplantının Şekli:** Toplantının şekli, faaliyetlerin ayrıntılı olarak iş ve zaman boyutu ile düşünülmesini gerektirir. Bu amaçla toplantı organizatörü, toplantının başlangıç ve bitiş tarihi, toplantılardaki oturum sayısı, konuşmacılar, faaliyetlerin akışı ve sırası, yerleşim şekli, sergi varsa bununla ilgili düzenlemeler, çevre turu yapılacaksa bunun ayrıntıları gibi

çok sayıdaki konuda ayrıntılı bilgiye sahip olmalıdır. Bu da ancak toplantı talebinde bulunan kişi veya kuruluş ile iyi bir iletişim halinde olma ile gerçekleşebilir.

3.1.1 Kongre Ülkesi ve Şehrinin Seçimi

Turizm olayının temelinde olduğu gibi kongre turizminde de turistik çekim unsurları ön plana çıkmaktadır. Kongre turizminin bir ülkede kendiliğinden ortaya çıkıp gelişebilmesi için, ülkenin coğrafi konumu, doğal güzellikleri, iklimi gibi doğal faktörler ile kültürel ve tarihi zenginlikler yanında özel bir takım ve alt ve üst yapı imkanlarının var olması gerekmektedir. Burada özellikle belirtilmesi gereken bir nokta, ulusal ve uluslararası turizm için elverişli olan her yer, kongre turizmi için elverişli olmayabilir. Fakat kongre turizmi için özel yatırımların yapılacağı yerlerin, mutlaka buraya gelecek olan yerli ve yabancı delegelerin konaklama, yeme-içme, eğlence gibi ihtiyaçlarını gidermelerine de elverişli arz imkanlarına sahip olması gereklidir (Aymanıkuy, 2010, s.45).

Kongre ülkesinin ve şehrinin seçiminde birçok faktör rol oynar. Katılımcılar ve organizatör için kongrenin yapılacağı ülkenin istikrarlı bir politik, sosyal ve ekonomik sisteme sahip olması ve katılımcıların can güvenliğini tehdit edecek bir kargaşa ortamının olmaması aranan başlıca faktördür (Çizel, 1999, s.63). Kongre ülkesi veya kongre şehri olmak, esasında o ülke veya şehrin uluslararası çağı yakalamış olması anlamına gelmektedir (Aymanıkuy, 2010, s.46).

Bir kentin uluslararası kongre şehri ünvanı kazanabilmesi için şu özellikleri taşıması gerekmektedir (Khalilov, 2009, s.74-75):

- Kongre merkezi (toplantı mekanı) bulunması
- Kongre merkezine kolay ulaşılabilirliğin olması
- Kongre merkezindeki salonların çok amaçlı kullanılabilmesi
- Kongre merkezi çevresinde konaklama tesislerinin varlığı
- Görsel-işitsel ve diğer teknik imkanların mevcudiyeti

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 önemlidir (Çizel, 1999, s.64).

3.1.2 Kongre Zamanı ve Mekanının Seçimi

Bir kongre organize edilirken gerek katılımcılar, gerekse kongreyi düzenleyen kişi ve kuruluşlar açısından en uygun zamanın seçilmesi gerekmektedir. Çünkü katılımcılar işlerinin çok yoğun olduğu dönemlerde bu tür toplantılara katılmak istemezler. Kongre düzenleyen kuruluşlar da kongre organizasyonunun bedelinin bir kısmının kendileri tarafından ödenmesi dolayısıyla, kongrenin en ekonomik fiyata organize edilmesini isterler. Kongre turizmine hizmet eden konaklama tesisleri ve diğer işletmeler de (özellikle sayfiye otelleri ve seyahat acentaları) turizm sezonu dışındaki dönemlerde bu türden gelen taleplere çok uygun fiyatlar uygulayarak, böylece sezonun uzatılmasını sağlamaya çalışmaktadırlar. Yine de katılımcılar kongrenin gidilecek yerin en uygun mevsiminde yapılmasını da istemektedirler. Aksi halde kongre organizasyonu içerisinde yer alan gezilerden beklenen faydayı sağlamak mümkün olmamaktadır. İşte bu saydığımız nedenlerden dolayı kongreler daha çok sezon dışı olarak ifade edilen ilkbahar ve sonbahar aylarında düzenlenmektedir (Aymankuy, 2010, s.48).

Kongre tarihinin tespit edilmesinde özel durumlar hariç dikkat edilmesi gereken hususlar şu şekilde özetlenebilir (Çizel, 1999, s.66):

- 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.

Bölge seçiminden sonra, bölge içindeki toplantı tesisi veya merkezinin seçimi yapılır. Toplantı merkezinin seçiminde organizatörler, daha çok tesisin genel görünüşü, personelin davranışları, ulaşım kolaylığı ve imajları gibi hususları değerlendirmektedirler (Khalilov, 2009, s.77).

Bir toplantı organizatörünün, bir toplantı tesisini değerlendirmesi tipik olarak şu şekilde gelişebilir (Çakıcı, 2009, s.64-65):

- Herhangi bir oteli değerlendirmeden önce, söz konusu otelin toplantı talebinde bulunan kurumun ve katılımcılarının ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamayacağından emin olmalıdır.
- Eğer, tesisin ihtiyaçları karşılayabileceği düşünülüyorsa, toplantı talebinde bulunan

kurumun geliştirdiği şartnamede (teklif alma mektubunda) bulunan ve oteli ilgilendiren hususları (toplantı salonları, misafir odaları, yiyecek-içecek vb.) ortaya koyan bir doküman hazırlamalı ve otele göndermelidir. Ancak, toplantı salonlarının ve oda durumunun müsait olduğundan emin olunmalıdır.

- Otele gitmeden önce, varsa değişiklikler bildirilmelidir.
- Otelin satış müdürü ile en önemli hususlar üzerinde (toplantı salonu, odalar, rekreatif alanlar vs.) görüşülmelidir.
- Otelin satış müdürüne, gezilmesi gerekmeyen yerler hakkında(sağlık kulübü gibi) bilgi verilmelidir.
- Toplantı organizatörü, yanında bir kontrol listesi bulundurarak, tesisi inceleyeceği sırada gerekli işaretlemeleri yapmalıdır.
- Toplantı organizatörü, kilit konu olan toplantı salonunun toplantı katılımcılarının ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamayacağını değerlendirmeli ve satış müdürünün otelin sunacağı hizmet ve kalitesine ilişkin beklentiler konusunu tam olarak anlayıp anlamadığını değerlendirmelidir.

3.1.3 Kongre Süresinin Belirlenmesi

Organize edilen kongreler kaç gün sürerlerse sürsünler tek hedefleri, katılanlara maksimum faydayı sağlamaktır. Kongrenin süresini etkileyen faktörlerden en önemlileri şunlardır (Aymankuy, 2010, s.49):

- Kongrenin büyüklüğü
- Kongrenin ulusal veya uluslararası olması
- Kongrenin konusu
- Kongre şehrinin katılımcılara uzaklığı
- Kongrenin kültürel ve toplumsal fonksiyonu
- Hafta içi özel indirimler

Öte yandan kongrenin süresi ile büyüklüğü arasında doğru orantı söz konusudur. Diğer bir ifade ile büyük kongreler küçüklerine oranla daha uzun sürelidirler. Diğer taraftan ulusal kongreler uluslararası kongrelere oranla daha kısa sürelidir. Bunun nedeni, ulusal kongrelere katılan delegelerin daha az zahmetle daha sık toplanabilme imkanına sahip olmasıdır (Khalilov, 2009, s.77).

Kongre süresinin katılımcılar, organizatör ve kongre kentinin ilgilileri için ayrı ayrı önemi vardır. Kongre delegeleri eğer zaman uygunsa kongre kenti ya da ülkesini daha iyi tanımak amacıyla konaklamalarını genellikle 2 ya da 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 (Çizel, 1999, s.67).

3.1.4 Kongre Katılımcı Sayısının Arttırılması

Kongre katılımcı sayısının artırılması için kongreyle ilgili yapılmış olan planlama çalışmaları içinde yer alan kongre yerinin ve zamanının tespiti çok önemlidir. 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. (Çizel, 1999, s.67-68).

Öte yandan potansiyel delegelerin kongrelere katılım için özendirilmesinde kongreyi düzenleyen yada diğer birlik yönetimlerine büyük görevler düşmektedir. Şöyle ki, yönetimler üyelerine ve bu konuda çalışan diğer kişilere kongreye katılmalarının mesleki açıdan onlara fayda sağlayacağı konusunu işleyerek katılımı arttırmaya çalışırlar (Aymankuy, 2010, s.51).

Katılım sayısını arttırmak için yapılan çalışmalardan biri de kongreye katılan delegelere, kongre sonunda gösterişli olarak hazırlanmış katılımcı belgelerinin vermesidir. Özellikle ülkemizde tıp alanındaki kongrelerde bu tip katılımcı belgelerine çok sık rastlanmaktadır (Aymankuy, 2010, s.51). Ayrıca kongre hakkında potansiyel katılımcılarla sürekli olarak ilgilenmek ve her türlü sorularına gerektiği zaman cevap verebilecek bir birimin kurulması katılım sayısını arttırmaktır (Çizel, 1999, s.68).

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 aynısını kongre sloganı sağlamaktadır. Slogan heyecan duygularıyla karışık bir ortam hazırlar, kongrenin içeriğinin ilk ağızdan algılanmasını olanaklı kılar (Çizel, 1999, s.68).

3.1.5 Tanıtım Faaliyetlerinin Organize Edilmesi

Kongreyi başarılı kılan en önemli unsurlardan biriside tanıtım faaliyetleridir. Kongre turizminde tanıtım faaliyetlerini iki açıdan incelemekte yarar vardır. Bunlardan ilki makro

tanıtımdır. İkincisi ise kongreyi düzenleyen dernek, kuruluş ve profesyonel kongre organizatörlerinin yapmış oldukları tanıtım faaliyetleridir (Çizel, 1999, s.69).

Makro tanıtma, ülke bazında kişi, topluluk ve kuruluşlar tarafından, uygun teknik ve iletişim araçları kullanılarak hedef kitleleri bir konu veya olay hususunda bilgilendirmek amacıyla yapılan faaliyetlerin bütünüdür. Bir başka deyişle makro tanıtma, ülkenin geneli hakkında yapılan tanıtma çalışmalarıdır. Bu çalışmalar çoğunlukla Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İşleri Bakanlığı, ulusal havayolu şirketleri vb. gibi resmi kuruluşlar ile turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kurdukları ulusal birlikler (TUROB, TÜRSAB vs.) tarafından gerçekleştirilir. Burada amaç, ülke hakkında olumlu imajlar vermek ve uluslararası piyasada gelecekte iyi bir yer edinmek olarak ifade edilebilir. Kongre turizminde de kongrenin bir ülkeye çekilebilmesinde, turizm pazarında olumlu tanınmışlık ve daha önceki zamanlarda başarılı kongre organizasyonları önemli ölçüde rol oynar (Aymanıkuy, 1997, s.64-65).

Yoğun bir rekabetin yaşandığı kongre turizmi pazarında kongre düzenleyen birliklerin, profesyonel kongre organizatörlerinin ve katılımcıların bir kongre ülkesi veya şehrini, diğerine tercih etmelerinin nedenlerinden en önemlisi ülkenin ya da şehrin oluşmuş olumlu imajıdır. O nedenle ülkeler turizm pazarında kıyasıya bir rekabet içindedirler. Bu rekabetten de tanıtımı en iyi şekilde yapan ülkeler zaferle çıkmaktadırlar (Aymanıkuy, 1997, s.65).

Tanıtım faaliyetlerinin ikincisi ise, organizatörün kongreye katılımı arttırmak için yaptığı tanıtım faaliyetleridir. Gerek kongreyi düzenleyen birliğin, gerekse kongre organizatörünün en önemli amacı kongreye katılımı arttırmaktır. Öyle ki, kongreye katılımın düşük olması, gelecek kongreye katılacak delege ve sergi düzenleyicilerinin de azalmasına neden olur. Bu nedenle kongre organizatörü ve birlik, gerekli ve yeterli ölçülerde kongreyi tanıtmalıdır. Bunun için öncelikle potansiyel katılımcının kimler olduğunun, diğer bir ifadeyle pazarın analiz edilmesi gerekmektedir. Potansiyel katılımcıların iş grupları, cinsiyetleri, yaş grupları vs. belirlenirken dikkat edilmesi gereken bir nokta, bu kişilerin katılma olasılığının bulunup bulunmadığıdır (Özer, 2010, s.52).

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

önemli olmaktadır (Özer, 2010, s.53).

Tanıtma faaliyetlerinde kullanılacak araçlar şunlardır (Çizel, 1999, s.70):

- Dış basın ilanları,
- İç basın ilanları,
- Gazete ve dergi ilanları,
- Röportaj ve sponsorluk programları,
- Yurt içi ve yurt dışı tanıtım gezileri,
- Kongre ve fuarlara katılım,
- Basın bültenleri,
- Basın toplantıları,
- Düzenlenmekte olan kongrelerde gelecek kongrelerin tanıtımı,
- Üniversiteler aracılığıyla tanıtım,
- Ulusal ve uluslararası çeşitli resmi/özel kurum ve kuruluşlar aracılığıyla tanıtım,
- Tanıtıcı posterlerin basımı,
- Duyuruyu potansiyel katılımcıya göndererek tanıtım yapma.

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

Gelişen internet tabanlı teknolojilerin etkisiyle, web sayfaları kongre endüstrisinde yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Kongre web sayfası uygulamalarının planlama ve operasyon boyutunda ortaya koydukları değerler, kongre organizasyon işletmelerinin web sayfası yapım ve içerik yönetim hizmetlerini sunmalarını gerekli kılmıştır (Özer, 2010, s.53). Kongre organizasyon işletmeleri, web sayfası vasıtasıyla (etkileşimli interaktif kongre web sayfaları ile); kayıt, konaklama ve transfer ile ilgili rezervasyonları, bildiri ve sunum gönderimleri, ücret ödemeleri gibi birçok işlemin online olarak gerçekleştirilmesi olanağını sunmaktadırlar (Arber 2008, 42).

3.1.6 Personel Temini

Bir ülke veya şehrin kongre merkezi olarak seçilmesindeki etkenlerden biri de deneyimli personelin olup olmamasıdır. Çünkü kongreye katılan kişiler gelir düzeyleri yüksek ve belirli bir eğitime sahip kişilerdir. Kongreye katılmak için ücretler ödemişlerdir. Bu yüzden kendilerine sunulacak olan hizmetlerin sorunsuz ve en iyi şekilde verilmesini istemektedirler. Bu hizmetler de eksiksiz şekilde deneyimli personel tarafından gerçekleştirilebilir (Özer, 2010, s.53-54).

Kongre organizasyonu süresince delegelere sürekli oturdukları ülke ve bölgelerden yola çıkıp, tekrar oraya dönünceye kadar hizmet sunacak personel şu şekilde sıralanabilir (Aymankuy, 2010, 53-54):

- Havayolları yer ve uçuş personeli (Yer hostesleri, pilotlar ve uçuş hostesleri)
- Havaalanı-otel-havaalanı arası transfer yapacak transfer elemanları ve şoförler
- Otel-kongre merkezi-otel arası transfer yapacak personel
- Otel ön büro elemanları
- Otel yiyecek-içecek servis elemanları
- Kat hizmetleri elemanları
- Yardımcı hizmet departmanları personeli (Teknik servis, çamaşırhane, park-bahçe vb. departman personeli)
- Kongre kayıt personeli
- Kongre sırasında simültane veya ardı sıra çeviri yapan tercümanlar
- Kongre merkezindeki ses, ışık sinevizyon telekonferans vs. hizmetleri sağlayan teknik personel
- Kongre merkezinde hizmet veren hostesler
- Kongre sekreteryası
- Profesyonel kongre organizatörü temsilcisi
- Yerel seyahat acentesi personeli
- Bölgesel turlara katılacak rehberler

Profesyonel kongre organizatörü kişi ya da kuruluşun sürekli çalıştırdığı personel sayısı pek fazla değildir. Organizatörler işlerini kurmuş oldukları bir merkez ve bu merkeze bağlı çalışan, sürekli olarak iş yaptıkları bir bölgede ya da bölgelerde kuracakları şubelerle götürürler. Kongre organizatörü her bir kongre için ayrı ayrı ekip oluşturur. Bu ekiplerin

koordinasyonu ve uyumlu çalışması için organizatör kuruluşun bünyesinden bir ya da birkaç kişi her ekibin başında bulunur. Ekipler geçici elemanlarla desteklenir. Organizatör tarafından ekiplerin daha önceden belirlenmiş olan yetki ve sorumlulukları doğrultusunda geçici elemanlara gerçekleştirilecek organizasyonla ilgili gerekli olan bilgiler kongre başlamadan önce yazılı olarak ulaştırılır. Böylece oluşabilecek sorunların önlenmesi ve kongre faaliyetlerinin sorunsuz olarak yürütülmesi sağlanır (Özer, 2010, s.55).

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 görülür (Çizel, 1999, s.71):

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

Eğer işletme personel seçimi konusunda belirlenmiş 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 (Çizel, 1999, s.71).

3.1.7 Doküman Temini

Bilimsel toplantıların başarısı, büyük ölçüde kongrenin içeriğinin zengin olmasına bağlıdır. Ayrıca, kongreden sonra delegelerin ellerinde yalnızca dokümanların kalacak olması, bu ihtiyaçların mutlaka karşılanmasını gerekli kılar. Bir kongre bütçesinin %30-50'sinin doküman için harcadığı ifade edilmektedir. Bu rakam dokümanların önemini ortaya koymak için yeterlidir (Özer, 2010, s.55).

Dokümanlar iki ayrı yöntemle belirlenir. Bunlar, zaman ve fonksiyon yöntemleridir (Aymankuy, 2010, s.55).

Zaman yöntemine göre dokümanlar, kongre öncesi dokümanlar, kongre sırasındaki dokümanlar ve kongre sonrası dokümanlar olarak üç grupta ele alınabilir. Kongre öncesi dokümanlar; kayıt yaptırmış ve düşünme aşamasındaki delegeler için gerekli dokümanlar, davetli konuşmacılar ve kesinleşmiş konuşmacılar için gerekli dokümanlar, basın için dokümanlar, resmi kurumlar için gerekli dokümanlardır. Bu dokümanlar, çağrı yazılan, davetiyeler, resmi kurumlardan izin yazıları, basın bildirimleri ve ilanlar ile tahmini kongre

programlarından oluşur. Kongre sırasındaki dokümanlar ise; kesin programlar, katılanların isim listeleri, yaka kartları ve rozetler, davetiyeler, günlük bültenler, dosyalar, blok notlar, kalemler vs.dir. Kongre sonrasındaki dokümanlar da; raporlar, özetler, haber bültenleri, kongre kitabı vs.dir (Aymanıkuy, 2010, s.55).

Fonksiyonlarına göre kongre dokümanları, organizasyonla, yönetimle, yayınlara, özendirmeyle ilgili dokümanlar ve kongre kitabı olarak sınıflandırılabilir (Aymanıkuy, 2010, s.55).

3.1.8 Bütçenin Hazırlanması ve Finansal Yönetim

Bütçe, gelecek dönemlerde erişilmesi gereken amaçları rakamlarla ifade eden planlardır. Bir başka tanıma göre ise bütçe, geçmiş verilerin incelenmesi ve değerlendirilmesi suretiyle işletmenin gelecek bir dönem içindeki (genellikle bir yıllık bir süre) gelir ve gider tahminlerini birleştiren ve denkleştiren bir yöntem ve gerçekleşen sonuçlarla tahminlerin karşılaştırılmasını sağlayan bir kontrol aracıdır (Aymanıkuy, 2010, s.59).

Bütçe yönetimi ise, firma hedeflerinin belirlenmesi ve yapılan faaliyetlerin bütçe hedefleri ile kıyaslanıp, performans değerlemesi yapabilmek ve yönetim mekanizmalarının kararlarına destek sağlamak amacıyla hizmet etmektir (Tavmergen ve Aksakal, 2004, 110-111):

Bütçe ve bütçeleme günümüzün modern işletmecilik anlayışı içerisinde oldukça üzerinde durulan ve vazgeçilmez bir araçtır. Bu nedenle kongre organizatörleri, birer ticari işletme olmaları dolayısıyla öncelikle ticari bir kar hedefi güderler. Dolayısıyla organizatörler, toplantı organizasyonu öncesinde hedeflediği gelir ve gider rakamlarını göz önüne alarak mutlaka bir bütçe hazırlarlar. Hatta bu bütçeler maliyet kontrolü bilgilerini de içerdiğinde daha kapsamlı ve daha gerçekçi bütçeler hazırlanır. Böylece daha organize toplantılar düzenlenebilir (Aymanıkuy, 2010, s.59).

Kongre organizasyonunda harcamaların kontrolünü kolaylaştırmak amacıyla bütçede tüm harcama kalemlerinin görülmesi gerekir. Bu kalemler çoğunlukla şunlardır (Aymanıkuy, 2010, s.60):

- Kongre yeri ve teknik araç gereç giderleri,
- Baskı ve yayın,
- Yönetim giderleri,
- Personel giderleri,

- Davetler,
- Sosyal faaliyetler,
- Hanımlar programı,
- Çeşitli giderler,
- Kar

Yapılacak bütçeleme ile (Tavmergen ve Aksakal, 2004, 111):

- Zaman, kaynak ve yükümlülükler kontrol altına alınabilecek,
- Gelir, gider, yatırım ve varlık beklentileri detayları ile takip edilebilecek,
- Faaliyetler planlanarak, koordineli olarak yönetilebilecek,
- Darboğazlar öngörülebilecek,
- Enflasyonun bütçe kalemleri üzerindeki etkileri, diğer para cinsleri bazında gelişimleri görülebilecek,
- Analiz edilerek, çeşitli senaryolar yaratılabilecek,
- Karar alma süreci kısılacak,
- Riskler minimuma indirilebilecektir.

Bütçeleme yararlarının yanı sıra sakıncaları da olmaktadır. Gereken önem verilmeden, bilimsel yöntemler kullanılmadan ve sağlıklı verilere dayanılmadan hazırlanması işletmeler için sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Ya da ulaşılması güç hedefler belirlenmesi veya hedeflerin çok basit olması da sorun anlamına gelmektedir. Bütçe yönetimi süresince toplantı bütçelerinin planlanması, toplantı amaçlarının belirlenmesinden sonra yapılmalıdır. Çünkü toplantı ile neyin amaçlandığı bilinmeden maliyetlerin hesaplanması oldukça güçtür (Tavmergen ve Aksakal, 2004, 111-112).

Bütçeleme işinden sorumlu toplantı yöneticisi sorumlulukları bazıları şöyle sıralanabilir (Khalilov, 2009, s.82):

- Düzenli muhasebe kayıtları tutulmasının gerekliliğini anlamalı,
- Muhasebe ve finans ilkelerini bilmeli,
- Bilginin ve elde edilen sonuçların yararlılığını anlamalı,
- Değişik analiz yöntemlerini ve sınırlarını bilmeli,
- Finansal planlamada muhasebenin önemini anlamalıdır.

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 (Çizel, 1999, s.72).

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 (Çizel, 1999, s.73-74):

- 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. 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 edilmelidir.

3.2 Kongre Organizasyon Aşaması

Toplantı pazarına otelin hizmet etmeye başlaması, anlaşmanın imzalanmasıyla birlikte başlar, toplantının fiilen yapılması sırasında devam eder ve hatta toplantı bitiminde bile bazı işlerin yapılmasına halen ihtiyaç duyulur. Dolayısıyla gerek toplantı organizatörü gerekse otel yöneticileri açısından, toplantı öncesi, sırası ve sonrasında yapılacak işler hakkında bilgi verme ihtiyacı vardır (Çakıcı, 2009, s.153).

3.2.1 Kongre Öncesi Hazırlıklar

Kongre başlamadan önce kongreyi düzenleyen kuruluşun istekleri ve 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 öncesi yapılması gereken işler genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

- Kongre irtibat bürosu ve sekretaryasının kurulması
- Programların hazırlanması
- Resmi izinler ve duyuruların yapılması
- Banka hesaplarını açılması ve rezervasyon işlemlerinin yapılması
- Personele gerekli eğitimlerin verilmesi
- Kongre öncesi toplantıların organize edilmesi

3.2.1.1 Kongre İrtibat Bürosu ve Sekretaryasının Kurulması

Kongre organizasyonunda belirtilen tüm hizmetlerin tek merkezde planlanıp yürütülmesi, denetimi ve başarıyla sonuçlandırılması profesyonel bir ekibin çalışmasını 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 ve yardımcı personelle takviye edilir.

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 sekretaryasını 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 sekretaryası aynı zamanda organizasyon komitesi ile profesyonel kongre organizatörü arasında her türlü haberleşmenin sağlandığı haberleşme merkezi konumundadır (Çizel, 1999, 75).

Kongre bürosunda 2-3 bilgisayar, faks, fotokopi makineleri bulundurulmalı ve bir bilgi işlem merkezi kurulmalıdır. Ayrıca oluşturulacak büroya haberleşmenin sağlanması için çok hatlı telefon bağlatılmalıdır (Özer, 2010, s.57).

Haberleşmenin düzenli olarak sağlanması organizasyonun bütünlüğü için her aşamada çok önemlidir. Haberleşmenin amaçları arasında işletmede etkinlik ve verimliliğin artırılması, çalışanın organizasyon içerisinde yerinin belirlenmesi, eksik bilgilendirme dolayısıyla ortaya çıkan sorunların ortadan kaldırılması, organizasyon içindeki değişikliklere olumlu zemin hazırlanmasına yardımcı olur (Çizel, 1999, s.75).

3.2.1.2 Programların Hazırlanması

Kongre organizasyonun başarılı şekilde gerçekleştirilmesi için kongre öncesinde ayrıntılı şekilde bir programın hazırlanması gereklidir. Kongrenin asıl amacı olan kongrede nelerin yapılacağına dair çalışmaların yapılması gereklidir. Kongre düzenleyen kuruluş ya da birliklerle görüşülerek sosyal ve kültürel programlarla birlikte bilimsel program birleştirilerek başarılı bir kongre programı hazırlanır (Özer, 2010, s.58).

İyi bir program oluşturmak kongrenin başarısı için çok önemlidir. Bu nedenle program çalışmasında aşağıda belirtilen hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir (Çizel, 1999, s.76-77):

- 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.
- 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.
- 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.

3.2.1.3 Resmi İzinler ve Duyuruların Yapılması

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 ya da 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 (Çizel, 1999, s.77).

Kongre turizminde potansiyel katılımcılara iki duyuru gönderilir. Duyuruların içerikleri kongreden kongreye değişiklik gösterse de genel hatları ile içeriği şu öğelerden oluşur (Çizel, 1999, s.77):

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

Ancak bazı kongrelerde kongre organizasyon komitesi ikinci duyuru dağıtımını istemediği için birinci duyuruyu çok detaylı olarak hazırlamaktadır. Bu çok sık karşılaşılan bir durum olmasa da bazen görüldüğü olur. İkinci duyuruda ise şu konular bulunur (Çizel, 1999, s.78):

- Katılım ücretleri için son tarih
- Otel rezervasyonları için son tarih
- Tur katılımları için son bildirim tarihi
- Onur üyelerinin 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.

3.2.1.4 Banka Hesaplarının Açılması ve Rezervasyon İşlemlerinin Yapılması

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 (Çizel, 1999, s.76).

Kongre katılımcıları için seçilecek konaklama tesis veya tesisleri için yapılacak rezervasyon grup rezervasyonu niteliği taşır. 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 (Çizel, 1999, s.79-80):

- 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 takım faktörler önem kazanır. Yine de konaklama tesisi ile organizatör arasındaki pazarlıklar sonucunda rezervasyonun yapılış şekli belirginleşir.
- 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) konuşulur. Parasının tamamını ödemiş olan katılımcılara odalarının ayrıldığına dair teyit yazısı gönderilir.
- Rezervasyonları kesinleşmeyen müşteriler de bilgilendirilir 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 profesyonelin mesaisini gerektirebilir. Otellere önceden belirlenmiş VIP (çok önemli kişi) 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.

3.2.1.5 Personele Gerekli Eğitimlerin Verilmesi

Kongre organizasyonu ayrıntılı ve titiz çalışmayı gerektirir. Hazırlık aşamasından kongrenin sona ermesine kadar kongre konusunda uzman bir ekibin çalışmasını 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 organizatörlerinin sıradan acentalardan farklı olmasının sebebi kongre üzerine uzman ekibinin olmasıdır (Çizel, 1999, s.81).

Kongre organize eden firmanın büyüklüğüne ve pazar payına göre çatısı altında sürekli bir ekip bulundurmak zorundadır. Bu ekip kongre organizatörleri bünyesinde sürekli bir eğitim alma şansına sahiptir. Ancak kongre başlamadan önce organizatörün sahip olduğu ekibi geçici bir kadro ile takviye etmesi gerekebilir. Kongre konusunda tecrübeli olabilen veya tecrübe sahibi olmayan kişilerden oluşan bu geçici personel, her iki durumda da 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 detaylı bilgiler verilir. Konuklarla karşı karşıya gelecek personele, protokol, toplantı prosedürü, davranış biçimi ve güvenlik konularında uygulamalı eğitim verilmelidir (Çizel, 1999, s.81).

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.

3.2.1.6 Kongre Öncesi Toplantıların Organize Edilmesi

Toplantının büyüklüğü ve yapısına göre ve zamana bağlı olarak toplantı planlayıcısı ve kongre hizmetleri müdürü arasında toplantı öncesinde bir dizi buluşma ve görüşmeler yapılabilir. Kongre ya da konferans öncesi toplantı yapmanın en önemli sebeplerinden biri oda fiyatlarının ve yiyecek-içecek fiyatlarının belirlenmesidir. Çünkü oda ücretlerinin kongre tarihinden en az 1 yıl önce, kar marjı düşük olan yiyecek ve içecek hizmetleri fiyatları da en az 6 ay önce belirlenecektir. Bu hususlar göz önünde bulundurularak toplantılar gerçekleştirilir (Aymanıuy, 1997, s.76-77).

Toplantı planlayıcısı ve toplantı hizmetleri müdürü arasında yapılan bu toplantılarda oda

ve yiyecek-içecek fiyatları dışında üzerinde görüşmeler yapılan diğer konular şunlardır (Çakıcı, 2009, s.155):

- Check-in işlemleri
- Toplantı salonu yerleşim düzeni
- VIP misafirlerin ağırlanışı
- Salonun hazırlanma ve toplanma zamanları
- Görsel-işitsel teçhizat ihtiyaçları
- Masa dekorasyonları
- Otelden sağlanacak personele ilişkin hususlar
- Dernek yada birlik kuralları
- Yangın kuralları
- Son dakika değişiklikleri
- Boş zaman faaliyetlerinden tercih edilenler
- Gurubun yemek alışkanlıkları

Bir kongre birçok farklı olayı bünyesinde toplar. Kongre sırasında ya da sonrasındaki yalnızca bir tek olay için kongre yönetimi tarafından düzinelerce kararın verilmesi gerekebilir. Örneğin; sadece bir resmi yemek organizasyonu için en az otuz bir kararın verilmesi gerekir. Bir kongrenin içerdiği yaklaşık 200 ayrı olayın her biri için 30'ar ayrıntı söz konusu olsa, kongre yönetimi tarafından toplam 6000 sorun olasılığına cevap bulması istenir. Bu durum önceden çok dikkatli planlamayı, iyi koordine ve disipline edilmiş grup çalışmasını zorunlu kılar. Tüm olayları içeren programın, kongreden en az dört, tercihen altı ay öncesinde tamamlanmış, kongre oteline teslim edilmiş olması gerekir (Aymankuy, 1997, s.77).

Kongrenin gerçekleştirilmesinden önceki son hazırlık toplantısına otelin tüm bölümlerinin müdürleri de katılmalıdır. Bu toplantıya toplantı organizatörünün hazırlıklı gelebilmesini sağlamak için, söz konusu ön toplantının bir hafta öncesine kadar olan tüm görüşmelerde uyum sağlanan hususlarla ilgili olarak, toplantı müdürü toplantı organizatörüne bilgi aktarmalıdır. Böylece sürprizlerden kaçınılmış ve toplantı süresi etkin kullanılmış olur (Çakıcı, 2009, s.155-156).

3.2.2 Kongre Sırasındaki Faaliyetler

Kongrelere katılacak olan delegelere yalnızca toplantı hizmeti verilmez. Toplantı süresi boyunca da katılımcıların birçok ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Toplantı

organizatörlerinin kongre boyunca düzenledikleri faaliyetler şu şekilde özetlenebilir:

- Karşılama hizmetlerinin verilmesi
- Müşteri odalarının ve donanımlarının gözden geçirilmesi
- Hizmet masalarının kurulması
- Check-in ve check-out işlemlerinin organizasyonu
- Toplantı yer ve salonlarının düzenlenmesi
- Yiyecek-içecek hizmetlerinin organizasyonu
- Teknolojik imkanların sunulması
- Sergi ortamlarının organize edilmesi
- Turlar, eğlenceler ve rekreasyon faaliyetlerinin yerine getirilmesi

3.2.2.1 Karşılama Hizmetlerinin Verilmesi

Kongrenin başarısında etkili olan özelliklerden biriside katılımcıların kongreye iyi bir başlangıç yapmalarıdır. Kongreye iyi bir başlangıç yapılan yerde öncelikli olarak havaalanıdır. Bununla birlikte, kongre organizatörleri katılımcıların havaalanında karşılanması, havaalanı otel arası düzenli transferlerin sağlanması, sosyal faaliyetlerin koordineli olarak sağlanması gibi faktörler kongrenin başarısında etkili olmaktadır (Özer, 2010, s.62).

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 (Çizel, 1999, s.82).

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.

Bir kongre için transfer işlemleri 3 bölümden oluşur. Bunlar; geliş transferleri, şehir içi ulaşım ve dönüş transferleridir. 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 transfer elemanı sayısı, araç sayısı ve tipleri, gelen yolcuların özellikleri, gidiş ve dönüş saatleri gibi bilgiler bulunur (Çizel, 1999, s.82).

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 transfer elemanları bilgilendirilmelidir. Uçakların hareket saatlerinde meydana gelen değişiklikler delegelere bildirilmelidir. En önemli hususlardan bir tanesi ise şehirden hava alanına yapılacak olan transfer saatlerinin katılımcılara uçağın kalkış saatinden en az yarım saat önce havaalanında olacak şekilde verilmesidir. 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.

3.2.2.2 Müşteri Odalarının ve Donanımlarının Gözden Geçirilmesi

Kongre delegeleri ve refakatçilerine kongre organizasyonunda yalnızca toplantı hizmetleri sunulmaz. Bu kişilerin, birkaç gün süren organizasyonlarda konaklama ve diğer ihtiyaçlarının da karşılanması gereklidir. Kongre delege ve eşleri belirli bir gelir ve kültür düzeyine sahip kişilerdir. Bu nedenle bu kişiler kendilerine en iyi konaklama imkanını veren otel odalarını tercih ederler. Bu odaların teknolojik imkanlar ile donatılmış ve hijyenik olması en önemli etkenlerdir (Aymankuy, 2010, s.68).

Tesisteki tüm toplantılara katılan delege odalarının delege ihtiyaçlarına göre düşünülerek düzenlenmesi gerekmektedir. Kongre veya toplantı otelleri olarak dizayn edilen otellerin delege odaları diğerlerine kıyasla daha farklı planlanmaktadır. Çünkü toplantı katılımcıları odaları resmi olmayan toplantılar için sosyal merkezler olarak da kullanılabilir. Planlamacılar, delege odalarının temizliği, ulaşım kolaylığı, konumu ve lüks olup olmaması gibi etkenlerin yanı sıra odanın durumunu da gözlemlemektedirler (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.93).

Konaklama ile ilgili olarak yapılacak işler, rezervasyonların kesinleştirilmesi, odaların tahsisi, VIP'lerin karşılanma ve ağırlandırma şekli, toplantı organizatörü ile no-show ve overbooking (fazla rezervasyon) hususlarının görüşülmesi, giriş ve çıkış yönteminin nasıl

olacağıının belirlenmesi ve bazı misafirlerin talepleri halinde sigara içilmeyen odaların tahsisi üzerinde uyum sağlanması olarak sıralanabilir. Bunlar, anlaşmalarda açıkça belirtilmeli ve toplantı başlangıcından bitimine kadar uygulanmalıdır (Çakıcı, 2009, s.165).

Kongrelerde tüm hizmetlerin, hizmet verilen mekanların, hizmet verenlerin ve özellikle otel odalarının ve suitlerin mutlaka mükemmel olması gerekir. Özellikle işletmede normal odalar yanında suit odaların da bulunması istenir. Çünkü kongreye katılan özel delege ya da misafirlerin konaklamaları onlara verilen değeri göstermek amacıyla bu odalarda gerçekleştirilir. İsterlerse ve boş suit odalar da mevcutsa diğer delegeler de odalar arasındaki fiyat farkını ödeyerek bu odalarda konaklayabilirler (Aymankuy, 2010, s.68).

Bir kongre organizasyonunda işletme tarafından özel ilgi gösterilecek VIP'ler genellikle şu kişilerden oluşur (Özer, 2010, s.66):

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

3.2.2.3 Hizmet Masalarının Kurulması

Organizatör tarafından kongrenin yapılacağı merkezde hizmet masalarının kurulması gerekmektedir. 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 salonlarına yakın yerlere, sergi alanlarına, otellere ve havaalanlarına kurulabilir. Kurulacak olan desklerde yoğunluğa göre bir ya da 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 (Çizel, 1999, s.83-84):

- **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 malzemelerinin olduğu masaya gönderilir.
- **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 malzemelerin dağıtılacağı masaya, bir kopyası ise para işlemlerinin yapıldığı bölüme gönderilir. Son parça ise koçanda kalır. Ödemesini yapan delegeler kongre malzemelerinin olduğu masaya gönderilir.
- **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 doldurmaları istenir. Kayıt formundaki bilgiler bilgisayara aktarılır. Parasını ödeyen delegeler kesilen makbuzla birlikte kongre malzemelerini almaları için ilgili masaya gönderilir. Kongreye gelen ödeme yapmamış katılımcıların ödemelerini yapabilecekleri her türlü olanak sağlanmalıdır. Ödemelerin kredi kartı ile yapılabilmesi için bankalarla gerekli anlaşmalar yapılmalıdır.
- **Kongre malzemelerinin dağıtımının yapılacağı masa:** Bu bölüm kendisine gelen delegelerin makbuzlarını kontrol ederek gerekli malzemeleri delegelere sunar.

Otellere kurulacak desklerin önemi büyüktür. Delegelerin konaklama işlemlerinin takibi ve karşılama ve geri dönüş işlemlerinin takibi bu desklerden kolayca yapılabilmektedir. Kayıt masasındaki kişiler 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.

3.2.2.4 Giriş (Check-in) ve Çıkış (Check-out) İşlemlerinin Organizasyonu

Toplantı organizasyonu düzenlenen işletmede rezervasyon departmanında rezervasyon elemanları tarafından isimlendirilmiş oda listeleri ön kayıt olarak hazırlanır. Bu isimlendirme çalışmasında VIP ve diğer özelliği bulunan kişilere ve odalarına özellikle dikkat edilmelidir. Eğer toplantı grubu birlikte tesise gelmişlerse bu misafirler için bloke edilmiş odaların

anahtarları grup başkanına imza karşılığında teslim edilir. Kongre grubundaki kişiler münferit olarak geldiklerinde ise otel giriş formları doldurulur ve anahtarları tekrar verilir. Her kongre katılımcısının kayıt formunu doldurması ve imzalaması gereklidir (Aymankuy 2010, s.72).

Kongre delegeleri kongre bitmeden otelden ayrılmak düşüncesine sahip olabilirler. Bu durumda ücretlendirmenin nasıl yapılacağı hem ön büro hem de delegeler tarafından bilinmelidir. Böylece daha sonra yaşanabilecek sorunlarında önlenmesi sağlanır. Çıkış sırasında konuk odasını boşaltır, geçerli bir şekilde hesabını kapatır, anahtar/kart iadesini yapar ve ayrılır. Rezervasyonlarla ilgili olarak sorulan soruların tümünün ayrılma işlemleri için de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. (Tavmergen ve Aksakal 2004, s.95).

Check-out işlemlerinin de hızlı bir şekilde yapılabilmesi için gerek desk personeli, gerekse katılımcıların check-out sisteminin nasıl işlediğini tam olarak bilmeleri gerekir. Bu bilgiler katılımcılara ya toplantı paketi içinde sunulur ya da bu kişiler tesise giriş yaptıkları esnada bilgilendirilir. Check-out işlemlerinin çabuklaştırılmasında, kongre süresince ve sonrasında hesaplamaların ve faturalamanın doğru yapılması ile katılımcıların ödeme şeklinin bilinmesi gibi hususlar da önemli rol oynar (Aymankuy, 2010, s.73).

Giriş ve çıkış açısından, konaklama yapacak katılımcıların olası sayısı dikkate alınarak bir düzenleme yapılmalıdır. Bu sayı dikkate alınarak, ön büro personelinin sayısı arttırılabilir, ayrı bir kayıt masası (check-in deski) kurulabilir veya önceden giriş işlemleri yapılabilir. Çıkış için katılımcılardan giriş esnasında veya toplantı süresince bilgi alınarak çıkış işlemlerinin etkinliği arttırılabilir. Ayrıca ekspres çıkış hizmeti vermek de bir çözüm olabilir (Çakıcı, 2009, s.166).

3.2.2.5 Toplantı Yer ve Salonlarının Düzenlenmesi

Toplantının gerçekleştirileceği yer, katılımcı sayısına göre ve belirlenen bilimsel program göz önüne alınarak otelin sahip olduğu imkanlarla kongreyi düzenleyen kuruluş ya da birliklerin istekleri de dikkate alınarak düzenlenir. Kongre merkezleri yöneticileri ya da otel yöneticileri kongre organizatörlerinden herhangi bir toplantı talebiyle karşılaştıkları zaman kongre mekanlarının bütün özelliklerini ve özellikle kongrenin yapılacağı toplantı salonlarını düzenleyen organizatörlere tanıtmalıdır. Otellerin kongre broşürlerinde ve birçok kongre merkezinde toplantı hizmet salonları üç grupta incelenmektedir. Bunlar (Özer, 2010, s.68):

- Sergi salonları
- Balo salonları

- Toplantı salonlarıdır.

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

Düzenlemeler varsa kongre merkezi ya da 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 kendi personelinin hazırlık yapması gerekebilir. Salonların teknik donanımı otelden ya da dışardan bir firmadan sağlanabilir (Çizel 1999, 85).

Bazı salonlara asansörle ulaşıp ulaşılamadığı, bir oturma salonuna yürüyen merdivenin ulaşp ulaşamadığı gibi salon giriş çıkışları, konum ve yerleşmeyle ilgili önemli faktörlerdendir. Çünkü giriş salonları kongre sırasında merkez konumundadır. Info deskler, mesaj masaları hep bu noktalarda bulunur ve program değişiklikleri buradan duyurulur. Bütün bölümler merkezle kolaylıkla bağlantı kurabilmelidir. Bilgisayar sistemleri, mesaj aktarıcılar ve kullanıcılar için modern sistemler de yine giriş salonunda bulunmalıdır (Özer, 2010, s.68).

İşletmenin salon kapasitelerini gösteren düzgün bir tablonun olması gerekmektedir. Buna rağmen salona rahatça yerleşen katılımcı sayısı salonun fiziki durumuna bağlı olarak değişebilmektedir. Kapasiteye karar verirken konuşmacının konuşma alanı, yiyecek bölümleri, servis alanları ve yiyeceklerin buldukları alanlar dikkate alınmalıdır. Yetersiz sayıda veya yetersiz kapasiteli salonları olan tesisler sorun yaratmaktadır (Tavmergen ve Aksakal 2004, s.92).

Bir kongrede toplantı salonundaki masa ve sandalyelerin nasıl düzenlendiği, toplantının başarı ve başarısızlığında önemli bir rol oynar. Şüphesiz katılımcıların birbirlerini ve konuşmacıları rahatça görüp, duyabildikleri, acil ya da tuvalet vb. ihtiyaçları için salondan rahatça ayrılıp, tekrar salona ulaşabildikleri toplantı düzenlerinin uygulandığı toplantılar, bu imkanların söz konusu olmadığı toplantılara oranla daha başarılı bir şekilde gerçekleşirler (Aymankuy, 2010, s.75).

Toplantı düzenlenen mekan ister kongre ya da konferans merkezi isterse otel olsun, toplantılar için salon düzenlemelerinde en çok kullanılan üç yöntem söz konusudur. Bunlar (Özer, 2010, s.71-72):

- Tiyatro şeklindeki oturma düzeni
- Sınıf şeklindeki oturma düzeni
- Konferans şeklindeki oturma düzenidir.

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

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

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

Toplantı programına daha çok etkinlik kazandırabilmek amacıyla çeşitli toplantı düzenleri söz konusudur. Bunlar (Çizel 1999, 85):

- **Hiyerarşik Toplantı Düzeni:** Bu düzen mikrofonda 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 olanak kazanır. Hazır bulunanların hepsi tartışmaya bütünüyle katılabilirler.
- **Karmaşık (Amorf) Toplantı Düzeni:** Bu tipte katılanlar sergi stantlarını gezmek, bir

resepsiyon yada parti sırasında diğ er üyelerle karşılaş ıp konuşmak gibi hareket serbestliğ i içinde olurlar. Bu toplantı tipi genellikle kokteyl düzeninde ayakta yapılır.

- **Değ işken (Network) Toplantı Düzeni:** Toplantı sırasında ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara cevap verebilmek için toplantı düzeninin hemen değ iştirilmesi, organizasyonda önceki tiplerden iki yada hepsinden bir arada yada aynı anda yer verilmesi halidir. Bu tip büyük çapta esnekliğe sahip olan toplantı düzenidir.

Toplantı yeri denetiminde diğ er bir unsur da toplantının kalitesini arttırabilecek olan fiziksel özellikleridir. Bunlar (Tavmergen ve Aksakal, 2004, s.93):

- Ses ve projeksiyon bölmesi
- Sahne
- Dış yayın ekipmanları
- Konuşmacıya odaklı spot
- Toplantı salonuna hizmet eden taşıma asansörleri
- Anfi şeklinde koltuklara sahip olan konferans salonu
- Kayıt ekipmanları
- Tiyatro ses sistemidir.

Buna bağ lı olarak bir toplantı tasarımı yapılırken dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır (Özer, 2010, s.70-71):

- Toplantı salonunda iskemleler dikkatli seçilmeli ve banket iskemleleri toplantılarda kullanılmamalıdır. Seçilen iskemleler uzun süre oturmaya uygun olmalıdır.
- Bütün oturma noktaları görsel, işitsel sunuların hepsini görür durumda olmalıdır. Toplanabilen mobilyaların seçilmesi toplantı salonlarının ziyafet ve kokteyl amacı ile de kullanılabilmesini sağlayacaktır.
- Bütün elektronik tercüme sistemleri, mikrofon ve oy verme sistemleri masalara hatta koltuklara bağ lı olmalıdır.
- Bütün salonlarda yeterli tavan yüksekliğ i ve iyi bir havalandırma sistemi bulunmalıdır. Işıklandırma ve havalandırma sistemi her salonun kendi içinde kontrol edilebilmeli ve bunların hepsi merkezi bir kontrol sistemine bağ lı olmalıdır.
- Portatif ve değ işebilen yükseklik sistemine sahip bir sahne bulunmalı ve bu sahneye mutlaka bir tekerlekli iskemle çıkış sistemi konulmalıdır. Ayrıca, sahnenin taşıyacağ ı yük çok kesin bir şekilde saptanmalıdır.

- Her toplantı salonunda projeksiyon, film ve video gösterimi için merkezi bir kontrol odası bulunmalı ve diğer odalar ile görsel ve işitsel bağlantı kuracak sistemler bulunmalıdır.
- Görsel ve işitsel sistemlerin gerektirdiği ekran ve monitörlerin bulunması gereklidir. Eğer merkez uluslararası toplantıların düzenlenmesi amacıyla kurulacaksa bütün toplantı salonlarında simültane tercüme sistemleri ve kabinleri bulunmalıdır.
- Binada iyi bir enerji dağıtım sistemi planlanmalıdır. Binada iyi bir ses düzeni bulunmalı, mümkün olduğu kadar çok noktada mikrofon çıkışı olmalıdır. Toplantıların ses ve görüntü kayıt sistemi ve telekonferans sistemi bulunmalıdır. Ayrıca kablosuz mikrofon sistemi de bulunmalıdır.
- Bütün odalar görsel sunuşlar için tamamıyla karartılabilir olmalıdır. Odalar arasında ve bölmelerde çok iyi ses izolasyonu yapılmış olmalıdır. Bütün salonlarda kat planını gösteren panolar bulunmalıdır. Ayrıca, taşınabilir mobilyaların depolanacağı güvenli ve uygun konumda yerler olmalıdır.
- Kongre salonlarının kullanım oranlarının arttırılması, yatırımın karlılık oranının yükseltilmesi ve kongrenin verimliliği açısından salonların çeşitli oturum düzenlerine göre ayarlanabilecek esneklikte olmaları gerekir. Böylece kongrelerin rutin geçmesi önlenmeye çalışılacaktır.

3.2.2.6 Yiyecek-İçecek Hizmetlerinin Organizasyonu

Yiyecek ve içecek hizmetleri kongre programının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu hizmetlerden bazıları hoşgeldiniz kokteyli, oda servisleri, toplantılar arasındaki çay/kahve aralarında sunulan yiyecek ve içecekler, kahvaltı, öğle ve akşam yemekleri, açılış ya da kapanış yemekleri, program haricinde katılımcıların ilave ücretler ödeyerek satın alacakları yiyecek ve içecek departmanlarındaki (pastane, barlar, özellikli restoranlar vs.) yiyecek içecek olarak sayılabilir (Aymankuy, 2010, s.79).

Kongre organizatörleri katılımcıların yeme-içme alışkanlıkları ve kongrenin yapılacağı yörenin özel yemeklerinden oluşan bir menü üzerinde önceden anlaşırlar. Uluslararası kongre organizasyonların uluslararası mutfaklara ait yiyecek-içecek ürünleri yanında yöresel yiyecek-içeceklerinde yer alması menüyü daha çekici hale getirir. Ülkenin ya da bölgenin kültürel yönden tanınmasına da katkıda bulunulmuş olunur (Özer, 2010, s.73).

Kongre katılımcılarının gelir düzeyleri ve eğitim düzeylerinin normal bir turistlere göre daha yüksek seviyede olması, katılımcıların kongre esnasındaki yiyecek-içecek beklentilerinin de fazla olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, gerek kongreyi gerçekleştiren otellerin

yiyecek-içecek müdürlerinin gerekse kongre organizatörü temsilcisinin kongre katılımcılarının isteklerini göz önünde bulundurarak yiyecek-içecek hizmetlerini ve ürünlerini kontrol edip, bizzat koordine etmeleri kongrenin başarılı olmasını sağlayacaktır (Aymanıkuy, 2010, s.81).

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

- Menüler ve içerikleri
- İçecekler ile ilgili ayrıntılar
- Kişi başına fiyat
- Masa ve oturma planı
- İlave yemek ve içki istekleri
- Delegeler hakkındaki özel bilgiler
- Konuşma yapılacaksa sırası ve zamanı
- Müzik, podyum, mikrofon ve bunun gibi istekler

3.2.2.7 Teknolojik İmkanların Sunulması

Günümüzde kongre merkezleri veya kongre otelleri arasındaki rekabet ortamında birbirlerine üstünlük sağlamalarına yardımcı olacak unsurlar içerisinde belki de en önemlisi toplantı alanlarında kullandıkları teknolojik imkanlardır. Kongrelerin başarısı, kongre süresince konuşmacı ile katılımcılar arasındaki iletişimi en iyi biçimde sağlayan özelliklerden birisi, kullandıkları teknik cihazların yeterli olmasıdır (Özen, 2010, s.74).

Toplantı alanlarında kullanılan teknolojik imkanlar şunlardır (Aymanıkuy, 2010, s.82-83-84; Çizel, 1999, s.88):

Kongre Bilgi Sistemi: Üzerinde delegelerin oturma biçimine göre düzenlenmiş tuşların bulunduğu bir sistemdir. Sistem de delege, konuşmacı masaları ve simültane çevirmen kabinlerine bağlıdır. Böylece delegeler konuşmacıya soru yöneltmek ve konuşmak için söz istediklerinde sıralarındaki tuşlar aracılığıyla simültane çevirmenlere, onlarda teknisyenlere ulaşabilmektedir. Teknisyenlerde konuşmacının uygun olduğu zaman soruların sorulması için mikrofonu açar ve konuşmacıyla delegenin iletişimini sağlar. Ayrıca delege ve konuşmacıların kulaklıklarının ses ayarlaması da bu sistem kullanılarak yapılmaktadır.

Otomatik Ses Kayıt Cihazı: Kongrenin başından sonuna kadar konuşmacı ve delegelerin seslerini kaydeden cihazında kongre esnasında bulundurulması gerekir. Bu imkan daha sonra özellikle soru ve cevapların deşifre edilmesinde faydalı olacaktır.

Elektronik Kontrol Sistemi: Salondaki ses, görüntü ve ışık cihazlarının kontrolünü yapan cihazlardır.

Simültane Çeviri Cihazları: Kongreler için yapılacak tercüme kongrenin başarısı için çok önemlidir. Kongre organizatörü organizasyon komitesinden katılımcıların milliyetlerini ve simültane tercümenin kaç dilde verileceği konusundaki görüşlerini alır. Çünkü simültane tercüme hizmetleri bütçede oldukça büyük yer tutar. Tercümenin yapılacağı diller belirlendikten sonra tercümanlar bulunur. Tercümenin yapılacağı konu ile ilgili metinlerin sunumlardan önce tercümanlara iletilmesi yapılacak olan çevirilerin başarısını artırır.

Simültane çeviri sisteminin amacı konuşmacının sözlerinin anında delegelere iletilmesidir. Çevirmen, kullandığı kulaklık vasıtasıyla konuşmacının sözlerini hangi dile çeviriyorsa, sistemi o kanala getirerek mikrofonu konuşmak suretiyle delegelere ulaştırılır. Delegelerin konuşmacı ya da çevirmene ulaşması da aynı yolla olmaktadır.

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

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

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

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

- Sorgulamalar

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

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

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

3.2.2.8 Sergi Alanlarının Organize Edilmesi

Toplantı turizminin en önemli türlerinden biri de birçok ürün veya hizmetin bir araya getirildiği, sergilendiği ve konuyla ilgili profesyonellerin veya halkın davet edildiği gösteri amaçlı organizasyonlar olan sergiler ve fuarlardır. Fuarlar ve sergiler, üreticiler arasında ve müşterilerle fikir alışverişi ve iletişimi olanaklı kılmaktadır. Toplantı planlamacısı oteldeki veya konferans merkezindeki bir toplantıya bağlı olarak sergi düzenlenmesine karar verirse, hem toplantı planlamacısının hem de otel hizmetleri personelinin sergi ve fuar düzenlemedeki sorumluluklarının bilincinde olması gerekmektedir (Özer, 2010, s.76-77).

Bazı kongrelerde özellikle mesleki amaçlı olanlar için sergileme kongrenin önemli bir parçasıdır. Sergiler organizatör için önemli gelir kaynaklarıdır. Sergileyici için ise bir pazarlama işi, firmasının ürünlerini ve hizmetlerini muhtemel tüketicilere tanıtmaya fırsatıdır. Kongreye katılanlar ve ziyaretçiler için sergi, yeni ve geliştirilmiş ürün ve hizmetleri, teknolojik yenilikleri öğrenmek, takip etmek için en uygun fırsattır. Sergi alanları

düzenlenirken toplantı salonları ile uyum içinde olmasına dikkat edilmelidir. Sergi alanının giriş ve çıkışları eğer mümkünse toplantılar için kullanılan girişlerden farklı olmalıdır. Sergi alanlarının girişleri geniş olmalıdır. Ayrıca sergi alanlarına ihtiyaç duyulan tesisatlar çekilmelidir. Sergi alanları ve toplantı salonları yiyecek-içecek ünitelerinden ortak yararlanabilecek şekilde dizayn edilmelidir (Çizel, 1999, s.88).

3.2.2.9 Turlar, Eğlenceler ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Yerine Getirilmesi

Kongrelere katılan delegelerin bir ülkeye geliş sebepleri şüphesiz toplantılara iştirak etmektir. Fakat yabancı bir ülkeye veya şehre gelen delegeler kongre dışındaki zamanlarında geldikleri yörenin ve ülkenin doğal, tarihi ve kültürel değerlerini de görmek isterler. Ayrıca UIA tarafından yapılan bir araştırma sonucuna göre uluslararası toplantıların büyük çoğunluğuna delegeler ile birlikte eşleri de katılmaktadır. Dolayısıyla kongrelere katılan delege eşleri için turlar, özel eğlence programları hazırlanmaktadır. Gerek katılımcılar gerekse eşleri için hazırlanan özel turları ve programları kapsayan kongrelere katılım daha yüksek oranlarda olmaktadır (Özer, 2010, s.77).

İşletmede eğlenceler ve rekreasyon faaliyetleri düzenlenirken kongre hizmetleri müdürünün dikkat etmesi gereken iki önemli nokta vardır. Bunlardan biri, tesisteki imkanların, ikincisi ise, kongreye katılan delege ve refakatçıların yaşam tarzları, davranışları ve hoşlanıp hoşlanmadıkları unsurların bilinmesidir. Ancak bu şartlar bilindiğinde başarılı organizasyonlar gerçekleştirilebilir. Kongre programı içerisinde giriş ve çıkış günlerinde verilen kokteyller de bir eğlence ya da rekreasyon faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Yine grubun büyüklüğüne ve organizasyonlara yükleyeceği maliyete göre bazı akşamlar dans, müzik ve tiyatro grubu resitalleri, illüzyon gösterisi gibi faaliyetler katılımcıları aynı zamanda toplantıların yorucu atmosferinden kurtarır (Aymanıkuy 2010, 87).

Kongre katılımcılarının pek çoğu için birlik veya şirket toplantıları aynı zamanda onların yıllık tatilleri olabilir. O nedenle gerek kongre organizatörleri ve gerekse otel kongre yöneticileri, delegeleri organizasyona çekmek ve memnun edebilmek için özel aktiviteler planlarlar. Delege eşleri için düzenlenebilecek bazı aktiviteler şunlardır (Aymanıkuy 2010, 87-88):

- Mutfak çalışmaları; bu aktivite bayanlar arasında oldukça popülerdir. Kişilerin hünerlerini aşçılara sergileme imkanı sağlar.
- Şarap tatma (test) programı

- İllüzyon ve parapsikoloji programları
- Moda gösterileri
- At yarışları
- Kahve partileri
- Dekorasyon kursları
- Güzel ve etkileyici konuşma programları
- Kilo verme, aerobik programları ve sigarayı bırakma seminerleri
- Alış-veriş gezileri

Düzenlenen rekreasyon ve eğlence aktivitelerinde bulunması gereken temel özellik, aktivitenin o ülkenin özelliklerini yansıtan unsurları taşımasıdır. Böylece gelen delegeler ve aileleri bir yandan eğlenecek, öte yandan akıllarında kalacak tanıtımaya yönelik politikalar ve uygulamalarla ülkeyi tanıma fırsatı bulacaklardır.

3.2.3 Kongre Sonrasındaki Faaliyetler

Toplantı sona erdikten sonra, kongre organizatörü ve işletme kongre hizmetleri müdürünün görevleri sona ermez. Kongre sonrasında yapılacak çalışmalar organizatör ve organizasyon komitesi için oldukça önemlidir. Kongre sonrasında yapılacak olan bu çalışmalar iki başlık altında incelenebilir. Bunlar:

- Ödemelerin yapılması ve kongre hesaplarının kapatılması ve
- Değerlendirme toplantısının yapılması ve kongre sonuç raporunun hazırlanmasıdır

3.2.3.1 Ödemelerin Yapılması ve Kongre Hesaplarının Kapatılması

Toplantı organizatörü ile aylar öncesinden ödemeye esas olan belge üzerinde anlaşma sağlanmalıdır. Ödemeler konusunda oluşan ortak eğilim, girişten önce belli bir ön ödeme, girişte bir miktar ve toplantı bitiminde de tartışma konusu olan hususlar çözümlendikten sonra bakiyenin ödenmesi şeklindedir. Ancak bu, her zaman ve her otelde uygulanmayabilir. Bir toplantı organizatörü ile daha önce çalışılmış ve mali güveni sağlamış ise, ön ödeme istenmeyebilir ve organizatöre kredi kolaylığı da getirilebilir (Çakıcı, 2009, s.175).

Kongre otelleri, kongre organizatörü ile yaptıkları anlaşmalar gereği kongre delegelerinin kongre organizatörleri tarafından işletmeye ödenecek harcamaları için kongre grubuna tek bir folyo açılır. Organizasyon süresince ortaya çıkan bu harcamalar günler itibariyle folyolara kaydedilirler. Öte yandan yine kongre öncesinde yapılan görüşmeler ve yazışmalara istinaden

kongre süresince faaliyet gösterecek sergi düzenleyicileri, kongre organizatörü temsilcileri vb. kişi ya da gruplar için de ayrı folyoların açılması gerekir. Çünkü bu kişilerin hesapları ya kendileri tarafından ödenmekte, ya da çoğunlukla kongre organizatörü temsilcilerinin hesaplarında olduğu gibi otel yönetimi tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca kongre süresince düzenlenen ve bedellerinin sponsorlar tarafından karşılanacağı konusunda önceden anlaşma sağlanan kokteyl, öğle ve akşam yemekleri, turlar vb. aktivitelerin tutarları için de ayrı folyolar açılmalıdır (Aymanıkuy, 2010, s.90).

Bunun dışında kongreye katılan delegelerin işletmede yaptıkları kredili ekstra harcamalar için de ayrı folyolar düzenlenir. Delegenin tesisten check-out işlemleri yaptığı sırada bu harcamaların bedeli tahsil edilir ve fatura düzenlenerek delegelere sunulur. Delegelerin ekstra harcamaları ile ilgili en önemli sorunlar, VIP delegelerin hesaplarında ortaya çıkmaktadır. Eğer işletme ile kongre organizatörü arasında imzalanan anlaşmada VIP müşterilerin ekstra harcamalarının ana hesaba ilave edilmesi yönünde görüşler söz konusu ise bu durumda VIP'ler için ayrıca folyolar açılmaz, ancak ekstra harcamaları gösteren adisyon veya çeklerin mutlaka harcamayı yapan kişiye imzalatılması gerekir. VIP müşterilerin ekstra harcamaları ile ilgili dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise, VIP'lerin yaptıkları uzun telefon görüşmeleri, bar harcamaları, işletmenin alış-veriş merkezinden yaptıkları satın almaların vb. harcamaların bedellerinin kongre organizatörünce ödenip ödenmeyeceğinin bilinmesi oldukça önemlidir. Kongre organizatörü tarafından ödenecek VIP kongre delegelerinin harcamaları kongre ana hesabına ilave edilir (Aymanıkuy, 2010, s.90).

Kongre sona erdikten sonra kongre delegelerinin kişisel ekstra harcamalarının ödeme şekli ile ilgili sorunlar da ortaya çıkabilir. Örneğin, delege hesabını şahsi çek ile veya kredi kartı ile ödemek isteyebilir. Bu nedenle kongre paketi içerisinde ekstra harcamaların ödeme şekillerinin belirtilmesi, kongrenin bu döneminde ortaya çıkabilecek sorunları önler. Organizasyonun bu aşaması, üzerinde mutabık kalınan ve ödeme şekli daha önce belirlenmiş kongre ana hesabının ödenmesi ile sona erer. Ayrıca bankalarda bulunan hesaplar gerekli işlemler yapıldıktan ve kontrol edildikten sonra kapatılır.

3.2.3.2 Değerlendirme Toplantısının Yapılması ve Kongre Sonuç Raporunun Hazırlanması

Kongre sonrasında kongreye 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 bütçesi arasındaki sapmalar analiz edilmelidir.

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

Kongre sonrası değerlendirme toplantısının bir diğer amacı da, gelecekte bu kongre grubu ile rezervasyon yapılıp yapılmayacağına karar vermektir. Bu kararı vermek için birkaç faktörün incelenmesi gerekmektedir. Bu faktörler şunlardır (Aymankuy, 2010, s.92):

- Gerçekleşen ve tahmin edilen gelirin karşılaştırılması
- Bloke edilen ve kullanılan odaların karşılaştırılması
- No-show faktörünün büyüklüğü
- Kongre grubuna hizmet verecek yeterli personel olup olmadığı
- Erken ayrılmaların sayısı
- Fazla kalanların sayısı
- Kongre organizasyonu sırasında tesise gerekli ihtiyaçları tedarik eden kişi ya da kuruluşlarla yaşanan sorunlar
- Sponsorlar ile sergi düzenleyenler arasında yaşanan çatışmalar

Gelecek toplantıların daha iyi planlanabilmesi açısından, gerçekleştirilen toplantıda ortaya çıkan sorunlar ve katılımcıların tutumlarıyla ilgili bilgilerden toplantı organizatörü de haberdar edilmelidir. Bunun nedeni, toplantı organizatörünün gelecek toplantıları daha iyi planlamasını sağlamaktır. Toplantı organizatörüne verilmesi gereken bilgiler şu şekilde sıralanabilir (Çakıcı, 2009, s.178):

- Satılan oda sayısı
- Kullanılan odaların oda türüne göre dağılımı
- Kalışını uzatanların, kısaltanların, hiç gelmeyenlerin, geç giriş-çıkış yapanların sayısı veya

oranı

- Otel tesislerinin yoğun olarak kullanıldığı saatler
- Banketlere katılım sayısı veya oranı

Toplantıların başarısının değerlendirilmesi sadece otel üst yönetiminin yapacağı bir iş değildir. Bu nedenle, katılımcılar, toplantı organizatörleri ve hizmet alımı yapılan firmaların değerlendirmeleri de alınmalıdır.

3.3 Kongre Katılımcı Algıları

Bir kongre organizasyonunda hem kongreyi düzenleyen kuruluşun, hem kongrenin düzenleneceği kongre merkezi veya tesisinin hem de kongreye katılan delegelerin bir takım hedef ve beklentileri bulunmaktadır. Kongre düzenleyicileri ve kongre merkezleri kendi hedeflerine ulaşabilmek için öncelikle katılımcıların beklentilerini çok iyi tespit edip buna göre hizmet vermek zorundadırlar.

Kongre katılımcılarının hem kongreyi düzenleyen işletmelere hem de kongreye ev sahipliği yapan ülkelere çeşitli yararları bulunmaktadır. Bu yararlardan ilki; katılımcıların, konaklama, yiyecek-içecek, yerel ulaşım ve çeşitli harcamalar aracılığıyla ev sahibi bölge/ülke için ekonomik faydalar sağlamasından ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak ise, kongre katılımcıları genellikle diğer turist tiplerine göre destinasyonda daha uzun süre konaklamakta ve daha fazla harcama yapmaktadırlar (Yüncü ve Kozak, 2010, s.109).

Delege ya da katılımcıların aynı anda birden fazla toplantıya katılabilme olanağı, toplantı organizatörlerini “katılımcıları çekme” çabasına itmektedir. Pek çok yazar toplantı destinasyonunun seçiminde potansiyel katılımcıların katılma kararlarının temel etken olduğunu ve sonuç olarak kongrenin ekonomik başarısını da belirlediğini vurgulamaktadır. Toplantı planlayıcılarının görevi bir anlamda kuruluş ve katılımcıların amaçlarının destinasyon tarafından sağlanan niteliklerle karşılanmasıdır (Atabaş, 2008, s.68-69).

Kongre düzenleyicileri ile kongre acentalarının ilgi alanları ve amaçları bazı durumlarda birbirinden farklı olabilmektedir. Bununla birlikte, bu iki paydaş; katılımcı sayısını artırmak gibi ortak bir hedefi de paylaşmaktadır. Bunun ötesinde, katılımcı sayısını artırmak yalnızca kongre düzenleyicilerinin değil, aynı zamanda kongrelere ev sahipliği yapan destinasyonların da temel hedefidir. Ancak, bu ortak hedefin başarılması için, kongre katılımcılarının davranışlarının anlaşılması gerekmektedir. Bunun en iyi yolu ise; bireylerin kongre seçim ve kongreye katılım kararını nasıl ve niçin aldıklarının anlaşılması ile ortaya çıkmaktadır (Yüncü

ve Kozak, 2010, s.110).

3.3.1 Kongre Etkinliklerinde Katılımcıların Karar Alma Sürecinin İncelenmesi

Tüketici, satın alma kararını verirken uygun seçim ölçütlerini göz önünde tutarak karar vermektedir. Seçim ölçütleri tüketicinin alternatifleri değerlendirmek için kullandığı kritik özelliklerdir. Tüketici karar alma süreçleri, diğer alanlarda olduğu gibi turizm alanında da önemle üzerinde durulan bir konu ve çalışma alanıdır. Diğer tüketici karar alma süreçlerinde olduğu gibi, potansiyel turistler, öncelikle seyahat ihtiyacının farkına varırlar. Bu aşamayı bilgi arama, alternatifleri değerlendirme, ürün seçimi, sonuç ve satın alma sonrası değerlendirme aşamaları takip etmektedir. Bir kongreye katılım karar süreci, genel destinasyon seçim sürecine benzemektedir (Yüncü ve Kozak, 2010, s.110).

Destinasyon seçim sürecinin üç temel boyutu vardır. Bunlar (Yüncü ve Kozak, 2010, s.110):

- İhtiyaç tatmini
- Sosyal anlaşma
- Seyahat edilebilirliktir.

İhtiyaç tatmini boyutu; yenilik, rahatlama, öğrenme ve merak gibi seyahat motivasyon setini içermektedir. Sosyal anlaşma boyutu; potansiyel turistlerin, sosyal grupların fikirlerine göre hareket etme eğilimini yansıtmaktadır. Seyahat edilebilirlik boyutu ise; para, zaman, yeterlik ve sağlık gibi değişkenler açısından bireylerin bir mekana seyahat etme eğilimini (isteğini) tanımlamaktadır.

Bir delegenin özel bir destinasyonda gerçekleşecek kongre katılım kararında “seyahat edilebilirlik” boyutuna benzer şekilde “ulaşılabilirlik” faktörü de, kongre katılımında temel belirleyicilerden biri olarak tanımlanmaktadır. Yapılan birçok çalışmada, alternatif şehirlerde gerçekleşen kongrelere katılımı belirleyen unsurlar incelendiğinde, delegelerin bir destinasyondaki kongreye katılıp katılmama kararı alırken belirleyici faktörün destinasyonun ulaşılabilirliği ve çekiciliği olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda, destinasyonun ulaşılabilirliğinin, destinasyonun çekiciliğinden çok daha önemli olduğunu ifade etmişlerdir (Yüncü ve Kozak, 2010, s.110-111).

Tablo 3.1 Katılımcı Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler

Kuruluş/Toplantı Faktörleri	Kişisel/İş Faktörleri	Mekan Faktörleri	Ara Faktörler
Kuruluşla ilişki	Sağlık	Destinasyonun imajı	Diğer toplantılar
Emsal Kurma	Mali durum	Ulaşım maliyeti	Tatil
Profesyonel bağlantı	Zaman elverişliliği	Ulaşılabilirlik	
Kişisel etkileşim	Aile	Konaklama maliyeti	
Küresel toplum	Mali destek	İklim	
	Profesyonel ilerleme	Aktiviteler	
	Öğrenme isteği	Geçmiş etkinlikler	

Kaynak: Ahmet Atabaş, Kongre Turizmi Bağlamında Şehir Markalaşması: Trabzon İncelemesi, 2008, s.69

Tablo 3.1`de katılımcıların kongreye katılımlarıyla ilgili karar sürecindeki değişkenler verilmiştir. Tabloda, katılım karar süreç değişkenleri; kuruluş/toplantı faktörleri, kişisel/iş faktörleri, mekan faktörleri ve ara faktörler olarak dört faktör altında sınıflandırılmıştır. Kişisel/mesleki faktörler arasında öncelikle bireylerin sağlık durumları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra mali durum, özellikle toplam konferans maliyetinin (ulaşım, konaklama ve kayıt ücreti) büyük bir bölümü bireyin kendisi tarafından karşılanıyorsa kongre katılım kararını etkilemektedir. Sağlık ve mali duruma ek olarak bireyler için zamanın elverişliliği de katılım kararında önemli olmaktadır. Bu nedenle kongrenin zamanlaması, yüksek katılım düzeyi için kritik bir konu olmaktadır. Bunlara ek olarak, aile, mali destek, profesyonel ilerleme, öğrenme isteği katılım düzeyini etkileyen önemli kişisel/iş faktörleri kriterleridir.

Bireylerin profesyonel amaçları bir kuruma dahil olması ile ilişkili faktörler “kuruluş/toplantı faktörleri” olarak adlandırılmıştır. Kuruluş/toplantı faktörleri altında; kuruluşla ilişki, emsal kurma, profesyonel bağlantı, kişisel etkileşim ve küresel toplum bulunmaktadır.

Kişisel/iş faktörleri ve kuruluş/toplantı faktörlerinin dışında mekan faktörü kapsamında ise; destinasyon imajı, ulaşım maliyeti, ulaşılabilirlik, konaklama maliyeti, iklim, etkinlik öncesi-sonrası aktiviteler ve geçmiş organizasyonlar bulunmaktadır. Destinasyon imajı, destinasyon katılım karar sürecinde önemli bir değişkendir ve bazı destinasyonlar, çekiciliklerine bağlı olarak yüksek düzeyde katılımı sağlayabilmektedirler. Ayrıca, güvenlik, konuşulan dil, yerel halkın yardım severliği, manzara/görölmeye değer yerler, gece hayatının ulaşılabilirliği, yiyecek ve içecek faaliyetleri gibi turistler tarafından dikkat edilen bazı destinasyon özellikleri de bu tabloya eklenebilir.

“Ara faktörler” faktörü ise; diğer toplantılar ve tatil kriterlerinden oluşmaktadır. O bölgede düzenlenen başka bir toplantının olması ve toplantının düzenlendiği destinasyonun tatil için uygun olup olmadığı, katılımcıların karar verme sürecinde etkili olan diğer unsurlardır.

Katılımcı karar verme sürecini etkileyen faktörler arasında; uzman görüşlerini benimseme, yeni bilgi edinme, yeni iş ilişkileri geliştirme, tanıdık biriyle buluşma, mevcut itibarı güçlendirme, kuruluşu tanıtmaya, güzel bir destinasyonda bulunma, resmi olmayan eğlence aktivitelerine katılma, çalışma ortamından uzaklaşma ve akraba-arkadaş ziyareti gerçekleştirme gibi çeşitli faktörler de sıralanabilmektedir (Atabaş, 2008, s.70).

3.3.2 Kongre Katılımcılarının Algı ve Tercih Ölçütleri

Birçok araştırmacı yapmış olduğu araştırmalarda kongre katılımcılarının algı ve tercih ölçütleri ile ilgili birçok bulgu tespit etmişlerdir. Bunlardan en önemlileri, ilke kez 1993 yılında Price tarafından yapılmış ve bu çalışmada kongre katılımını güdüleyen faktörler; liderlik, bağlantı, eğitim ve profesyonel bilgi faktörleri olarak tespit edilmiştir. 2000 yılında Ngamson ve Beck tarafından yapılan araştırmada, uluslararası konferanslara katılımda, katılımcıların motivasyonlarını araştırmışlar ve çalışma sonucuna göre, denizaşırı destinasyonlara seyahat fırsatı, açık alan rekreasyonu, iş amaçlı veya politik aktiviteler, mekan değişimi, bağlantı ve eğitim fırsatı uluslararası konferanslara katılımda en önemli güdüler olarak belirlenmiştir. Rittichainuwat, Beck ve Lalopa tarafından 2001 yılında yapılan bir araştırmada ise kongre motivasyon faktörleri, ilginç yerleri ziyaret etme, kişisel gelişim ve iş/kurum aktiviteleri olarak belirlenmiştir. Chen ve Breiter`in 2006 yılında yapmış olduğu başka bir çalışmada da, kongreye katılımı motive eden faktörler; aktiviteler ve fırsatlar, bağlantı, konferansın uygunluğu, eğitsel faydalar ve ürünler olarak tanımlamıştır (Yüncü ve Kozak, 2010, s.111-112).

Motivasyonel faktörler tek başına üyelerin kongre katılım kararlarında etkili olmadıkları için araştırmacılar kongre katılımını engelleyen faktörler üzerinde odaklanmıştır. Bu kapsamda kongre katılımını engelleyen unsurlar olarak şunlar belirlenmiştir (Yüncü ve Kozak, 2010, s.112):

- Maliyet,
- Kaynaksızlık,
- Zamansızlık,
- Uzaklık,

- Algılanan güvenlik riski,
- Deniz aşırı destinasyonlara aşına olmama,
- Konferans destinasyonuna yönelik olumsuz imaj,
- Ailevi yükümlülükler/sorumluluklar,
- Sağlık problemleri,
- Destinasyonu daha önce ziyaret

Kongre katılımcıları bütün bu tercih ölçütlerini göz önünde bulundurup değerlendirdikten sonra o kongreye katılıp katılmama verir. Katılımcı olumlu karar vermesinin ardından o kongre için bir takım beklentiler içerisine girer. Katılımcı zamanını ve parasını harcayacağı kongreden kendisi için verimin maksimum düzeyde sağlanmasını bekler.

Kongre katılımcı memnuniyetinin değerlendirilmesinde, katılımcıların refahı, kongrelere ev sahipliği yapan kongre merkezleri veya otellerin kazancı ve kongre merkezi veya bölgesinin istikrarı esastır. Kongre katılımcıları kendi görüşleriyle diğerlerini etkileyebilecek durumda olabileceklerinden, katılımcıların refahı diğer etkenler üzerinde de etkilidir. Katılımcıların ev sahibi olan kongre bölgesi hakkında yaptıkları olumlu yorumlar, o bölgede turizmin teşvik edilmesine yardımcı olur. Toplantı programları, katılımcıların mesleki alanlarındaki değişikliklere ayak uydurması, kendi alanında saygın uzman konuşmacıları dinlemesi ve yeni beceriler öğrenmesi için fırsatlar sunarak beklentilerini tatmin eder. Bu nedenle ev sahibi kongre destinasyonu için temel ürün kongre programıdır. Katılımcı sayısının maksimum seviyede olması hem kongre organizatörlerinin hem de ev sahibi bölgenin ortak hedefidir. Bu nedenle organizatörlerin ve kongre hizmeti veren tesislerin düzenlenen kongrelerin başarısı için birlikte çalışmaları gerekmektedir. Katılımcıların genel deneyimi ve memnuniyeti için kongre programları kadar ev sahibi bölgenin turistik çekicilikleri de etkilidir (Dragicevic vd, 2011, s.69).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ VE TÜRKİYE'DEKİ TOPLANTILARDA KATILIMCI ALGILARININ İNCELENMESİ; ANTALYA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kongre turizmiyle ilgili literatür incelendiğinde, bu konuyla ilgili bir çok çalışmaya rastlanmıştır. Ancak genellikle kongre turizminin arz yönüyle ilgili konuların ele alındığı, kongre katılımcılarına yönelik çok az sayıda çalışmanın yapıldığı görülmüştür. Bu nedenle bu araştırmanın literatürdeki bu eksikliği doldurması yönüyle önemli bir yere sahip olması beklenmektedir.

Araştırmanın başlıca amacı “kongre turizminde verilen hizmetler ile katılımcı algılarının tatmini arasındaki ilişkiyi tespit etmek” olarak belirlenmiştir. Katılımcı algılarının tatmin düzeyinin belirlenmesi, kongre düzenleyicilerinin, kongre merkezlerinin ve kongre otellerinin daha doğru ve verimli hizmet vermesini ve tatmin düzeyi yüksek bilimsel toplantılar organize edilmesini sağlayacaktır.

Kongre turizmi, ülke ekonomisine ve turizmine sağladığı katkılardan dolayı en önemli turizm türlerinden biridir. Nitekim kongre organizasyonuna katılan bir delegenin harcamaları, normal turistlerin harcamalarına göre en az 2-3 kat fazladır (Aymankuy, 1997, s.35). Bu nedenle kongre katılımcılarının beklentilerinin çok iyi belirlenmesi ve karşılanması, dolayısıyla organizasyondan memnun ayrılması sağlanmalıdır. Bu çalışmada, her geçen yıl dünya turizm pazarında önemli bir yer edinen kongre turizminin, katılımcı algıları açısından değerlendirilmesi yapılmıştır.

Katılımcı algılarının tatmin düzeyini etkileyen hususları belirlemeye yönelik olan bu çalışmada şu soruların cevapları bulunmaya çalışılmıştır:

- Kongre katılımcılarının algılarını belirleyen unsurlar nelerdir? Bu unsurlar hangi boyutlar altında toplanmaktadır?
- Kongre katılımcılarının algılarını belirleyen unsurlar demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?

- Kongre katılımcılarının algılarını belirleyen unsurlar, katılımcıların kongreden duydukları genel tatmin düzeylerini etkilemekte midir?

4.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını, toplantı ve kongrelerde katılımcıların algı düzeyini etkileyen unsurların belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu kapsamda, araştırma Antalya yöresinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı The Marmara Otel'de 25-28 Nisan 2012 tarihleri arasında düzenlenen bilimsel bir kongrede yapılmıştır. Araştırmanın kongre organizasyonu sonrasında yapılması gerektiğinden, anket formu kongreye katılan delegelere organizasyonun son 2 günü uygulanmıştır.

Araştırmada zaman ve maddi kaynak yönünden sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırma verileri kongre katılımcılarının ankete verdiği cevaplarla sınırlıdır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır ve araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinden çıkan sonuçlar bu örnekleme sınırlıdır.

4.3 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evrenini Antalya yöresinde bulunan otel, kongre merkezi, üniversite ve diğer işletmelerde toplantı ve kongre organizasyonuna katılan delegeler oluşturmaktadır. Evreni oluşturan tüm katılımcılara ulaşmak hem zaman hem de maliyet nedeniyle mümkün olmadığından, bu evren içinden bir örneklem seçilmiştir. Anket kolayda örnekleme yöntemiyle kongre katılımcılarına kongre kayıt ve enformasyon deskinde yüz yüze uygulanmıştır. Bu yöntemle toplam 308 katılımcıya ulaşılmıştır.

Yapılan araştırmada kullanılan ölçeğin kongre katılımcılarının algılarını ölçmek için yeterli olduğu ve araştırmaya katılan delegelerin anket sorularını yansız olarak yanıtladıkları varsayılmıştır.

Araştırma keşfedici ve tanımlayıcı olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada ikincil kaynaklardan yararlanılarak literatür taraması yapılmıştır. Literatür taramasında üniversite kütüphane ve veri tabanları, ilgili yayınlar ve internetten yararlanılmıştır. Bu aşamada daha önce kullanılan anket örnekleri incelenmiş ve çalışmada kullanılmak üzere Şebnem Yıldız'ın anketi geliştirilerek çalışmaya uyarlanmıştır.

İkinci aşamada ise alan araştırması yapılmış ve veri toplama aracı olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anketin bölümleri, anketin ne amaçla düzenlendiğini belirten giriş bölümü,

anketi yanıtlayanların demografik özelliklerini belirten birinci bölüm, katılımcı algılarının çeşitlerini belirten yirmi üç maddelik ikinci bölüm olacak şekilde düzenlenmiştir. Cevap seçenekleri için 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arası Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Anket daha önce “Akademik kongrelerde katılımcıların tatmin düzeyini etkileyen faktörler” (2010) konusunda yüksek lisans tezi hazırlamış olan Şebnem Yıldız’ın anketi örnek alınarak hazırlanmıştır. Bu ankete ilave olarak, katılımcı algılarının tatmin düzeyini ölçmek amacıyla “Genel olarak bu toplantı beklentilerinizi karşıladı mı” maddesi eklenmiş ve 5’li derecelendirmeyle ölçülmüştür. Son olarak da dokuzuncu soru, eleştiri ve öneride bulunmak isteyen katılımcılar için açık uçlu olarak tasarlanmıştır. İkinci bölümü oluşturan yirmi üç madde şu şekildedir:

- Toplantının duyurusu iyi yapıldı
- Toplantıya hazırlık döneminde ihtiyaçlarım doğrultusunda rahatlıkla iletişim kurabildim
- Toplantı internet sitesi tüm ihtiyaçlarıma cevap verdi
- Bildiri takip süreci memnuniyet vericiydi
- Kayıt kabul işlemlerimi rahatlıkla tamamlayabildim
- Toplantı kayıt ücretine dahil olan hizmetler yeterliydi
- Bildirilerin niteliği tatminkardı
- Toplantıdaki sosyal etkileşim memnuniyet vericiydi
- Transfer hizmetlerinden memnun kaldım (havaalanı-otel-kongre oteli)
- Toplantı salonlarının büyüklüğü tatminkardı
- Toplantı salonlarının atmosferi iyiydi
- Toplantı salonlarının havalandırması yeterliydi
- Toplantı salonlarının aydınlatması yeterliydi
- Toplantı salonlarının işitsel (ses düzeni) teknik donanımı tatminkardı
- Toplantı salonlarının görsel (projeksiyon, bilgisayar vb.) teknik donanımı tatminkardı
- Kahve aralarında verilen süreler yeterliydi
- Oturumlardaki soru cevap süresi yeterliydi
- Bildiriler için ayrılan süreler yeterliydi
- Konakladığım otelin hizmetlerinden memnun kaldım
- Toplantı programının akışı iyi düzenlenmişti
- Toplantı görevlilerinin yaklaşımından memnun kaldım
- Toplantı salonlarındaki temizlik hizmetleri tatminkardı
- Kahve aralarındaki ikramların kalitesi tatminkardı

Çalışmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan “SPSS (Statistical Program for Social Science) 16,0 for Windows” paket programı kullanılmıştır.

4.4 Analiz ve Bulgular

Antalya`da kongre organizasyonuna katılan 308 delegeden toplanan anketlere verilen cevaplar SPSS 16 for Windows istatistiksel paket programının yardımıyla değerlendirilmiştir. Öncelikle kongreye katılan delegelerin demografik özellikleri sınıflandırılmıştır. Daha sonra anket sorularının faktör yapısını belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmış ve faktörlerin güvenilirlikleri test edilmiştir. Sonrasında iki gruplu olan cinsiyet ve medeni durumun ortalama farklarının bulunması amacıyla Bağımsız Örneklem t Testi uygulanmıştır. İki den fazla gruptan oluşan meslek ve yaş değişkenleri için ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Son olarak ise katılımcıların algularını belirleyen faktörlerin katılımcıların kongreden duydukları genel tatmin düzeylerine etkilerini incelemek amacıyla Regresyon Analizi uygulanmıştır.

Tablo 4.1 Kongreye Katılan Delegelerin Demografik Özellikleri

Demografik Değişkenler	Kategori	Sayı (N)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Erkek	159	51,6
	Kadın	149	48,4
Medeni Durum	Evli	172	55,8
	Bekar	136	44,2
Yaş	20 ve altı	46	14,9
	21-30	71	23,1
	31-40	75	24,3
	41-50	69	22,4
	50 ve üzeri	47	15,3
Meslek	Akademisyen	58	18,3
	Doktor	102	33,1
	Hemşire	48	15,6
	İlaç Mümessili	53	17,2
	Öğrenci	47	15,3

Tablo 4.1`de araştırmaya katılan 308 delegenin demografik özellikleri verilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların %51,6`sı (159) erkek, %48,4`ü (149) kadındır. Bu katılımcıların %55,8`i (172) evli, %44,2`si (136) ise bekarlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların %14,9`u (46) 20 ve altı yaş grubunda yer alırken %23,1`i (71) 21-30 yaş, %24,3`ü (75) 31-40 yaş, %22,4`ü (69) 41-50 yaş, %15,3`ü (47) 50 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların meslek dağılımlarına bakıldığında; %18,3`ü (58) akademisyen, %33,1`i (102) doktor, %15,6`sı hemşire, %17,2`si (53) ilaç mümessili, %15,3`ü (47) öğrenci olarak tespit edilmiştir.

Bu tabloya göre araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun orta yaş grubu katılımcılardan (31-40, 21-30, 41-50) oluştuğu söylenebilir. Aynı şekilde katılımcıların çoğunluğu doktor ve akademisyenlerden oluşmaktadır. Tablo incelendiğinde erkek katılımcıların sayısının bayan katılımcılara göre daha fazla olduğu, ancak aradaki farkın çok fazla olmadığı görülmektedir. Yine evli katılımcıların sayısı bekar katılımcıların sayısına göre daha fazladır.

Tablo 4.2 Katılımcıların Beklenti Tatmin Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonucu

Faktör	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açık. Varyans	Ort.	Cronbach Alpha
Faktör 1: Toplantı Öncesi Hazırlıklar		2,972	17,485	3.97	,805
Toplantıya hazırlık döneminde rahatlıkla iletişim kurabildim	,828				
Toplantının duyurusu iyi yapıldı	,778				
Toplantı internet sitesi tüm ihtiyaçlarıma cevap verdi	,727				
Kayıt kabul işlemlerimi rahatlıkla tamamlayabildim	,685				
Bildiri takip süreci memnuniyet vericiydi	,618				
Faktör 2: Salonların Fiziki Durumu		2,431	14,301	3.84	,771
Toplantı salonlarının işitsel teknik donanımı tatminkardı	,829				
Toplantı salonlarının görsel teknik donanımı tatminkardı	,781				
Toplantı salonlarının havalandırması yeterliydi	,683				
Toplantı salonlarının aydınlatması yeterliydi	,670				
Faktör 3: Toplantı Sırasında Verilen Hizmetler		2,166	12.741	4.27	,784
Kahve aralarındaki ikramların kalitesi tatminkardı	,910				
Toplantı salonlarındaki temizlik hizmetleri tatminkardı	,833				
Toplantı görevlilerinin yaklaşımından memnun kaldım	,651				
Faktör 4: Sürelerin Yeterliliği		1,584	9,318	3.96	,521
Kahve aralarında verilen süreler yeterliydi	,795				
Oturumlardaki soru cevap süresi yeterliydi	,630				
Toplantı salonunun atmosferi iyiydi	,614				
Faktör 5: Bilimsel ve Sosyal Etkileşim		1,409	8,290	4.35	,525
Toplantılardaki sosyal etkileşim memnuniyet vericiydi	,812				
Bildirilerin niteliği tatminkardı	,710				

Kongre katılımcılarının algılarını belirleyen unsurları incelemek ve birinci araştırma sorusunun cevabını bulabilmek amacıyla 23 maddeden oluşan ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda düşük faktör yüklerine (<,50) (Yıldız, 2010, s.43) sahip olan 6. (toplantı kayıt ücretlerine dahil olan hizmetler yeterliydi), 19. (konakladığım otelin hizmetlerinden memnun kaldım), 20. (toplantı programının akışı iyi düzenlenmişti) maddeler ve en yüksek yük değeri ile bu değerden sonra en yüksek yük değeri arasındaki farkın ,10'dan az olduğu 18. madde (bildiriler için ayrılan süre yeterliydi) analizden çıkarılarak bir sonraki

faktör analizine dahil edilmemiştir. Kalan 19 maddeye faktör analizi uygulanması sonucunda yükleme değeri ,50'nin ve özdeğeri 1'in üzerinde toplam varyansın 62,135'ini açıklayan anlamlı 5 faktör elde edilmiştir. Keiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği ,738 ve Barlett test sonucu 1,724 ($p < ,01$), verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.2 her bir faktördeki maddelerin faktör yükleri, her bir faktörün özdeğerini, açıkladığı varyansı, faktörlerin ortalamalarını ve faktörlerin güvenilirlik değerlerini göstermektedir. En yüksek varyansı açıklayan (17,485) Faktör 1 beş maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler incelendiğinde genel olarak kongre öncesi yapılan hazırlıklarla ilgili maddeler olduğundan, bu faktör “kongre öncesi yapılan hazırlıklar” olarak adlandırılmıştır. Dört maddeden oluşan Faktör 2 toplam varyansın %14,301'ini açıklamaktadır ve bu maddeler toplantı salonlarının fiziksel özellikleri ile ilgili olduğundan “salonların fiziki durumu” olarak adlandırılmıştır. Faktör 3 ise toplantı sırasında salonlarda verilen hizmetlerle ilgili olduğundan “toplantı sırasında verilen hizmetler” olarak adlandırılmış ve varyansın %12,741'ini açıklayan üç maddeden oluşmuştur. Faktör 4 varyansın %9,318'ini açıklayıp süre yeterliliği ile ilgili maddelerden oluştuğundan “sürelerin yeterliliği” olarak adlandırılmış ve üç maddeden oluşmuştur. Son olarak da iki maddeden oluşan Faktör 5 varyansın %8,290'ını açıklamış ve “bilimsel ve sosyal etkileşim” olarak adlandırılmıştır.

Her faktörün güvenilirlik katsayıları hesaplanmış ve Tablo 4.2'de verilmiştir. Buna göre Faktör 1'in güvenilirlik katsayısı ,805, Faktör 2'nin ,771, Faktör 3'ün ,784, Faktör 4'ün ,521 ve Faktör 5'in ,525 olarak hesaplanmıştır. Böylece 1, 2 ve 3. faktörlerin yüksek derecede, 4 ve 5. Faktörlerin ise orta derecede güvenilir olduğuna karar verilmiştir.

Birinci faktörün ortalaması 3,97, ikinci faktörün ortalaması 3,84, üçüncü faktörün ortalaması 4,27, dördüncü faktörün ortalaması 3,96 ve dördüncü faktörün ortalaması 4,35 bulunmuş ve tablo 4.2'de verilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların beklentilerini en çok etkileyen dördüncü faktör olan sürelerin yeterliliği olmuştur. Katılımcıların beklentilerini en az tatmin eden faktör ise salonların fiziki durumu olmuştur.

Bu sonuçlara göre birinci araştırma sorumuzun cevabı; kongre katılımcı algılarını belirleyen unsurlar 5 faktör altında toplanmaktadır. Bu faktörler;

- Toplantı öncesi hazırlıklar,
- Salonların fiziki durumu,
- Toplantı sırasında verilen hizmetler,

- Sürelerin yeterliliği ve
- Bilimsel ve sosyal etkileşim olarak adlandırılmıştır.

İkinci araştırma sorusunun yanıtını bulabilmek amacıyla kongre organizasyonuna katılan delegelerin algılarını belirleyen faktörler ve beklentilerinin genel tatmin düzeyi ile katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik analizler yapılmıştır.

Tablo 4.3 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişki

Faktörler	<u>Erkek</u>		<u>Kadın</u>		p
	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	
Toplantı öncesi hazırlıklar	3,96	,385	3,98	,402	,671
Salonların Fiziki Durumu	3,78	,499	3,90	,467	,036*
Toplantı sırasında verilen hizmetler	4,29	,436	4,24	,499	,335
Sürelerin yeterliliği	3,96	,392	3,96	,486	,865
Bilimsel ve Sosyal etkileşim	4,33	,468	4,36	,457	,666
Genel beklenti	3,96	,635	4,07	,736	,155

*p<0,05

Katılımcı algılarını belirleyen faktörler ve beklentilerinin genel tatmin düzeyi ile cinsiyetleri arasındaki ortalama farklarını incelemek amacıyla Bağımsız Örneklem t Testi uygulanmıştır. Buna göre Tablo 4.3`de de verildiği gibi toplantı öncesi hazırlıklar, toplantı sırasında verilen hizmetler, sürelerin yeterliliği, bilimsel ve sosyal etkileşim, beklentilerin genel tatmin düzeyi ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken, salonların fiziki durumundan algıları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır (p=,036). Tablodaki verilere bakıldığında kadınların erkeklere oranla salonların fiziki durumundan algı ortalamalarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4.4 Katılımcı Algularını Belirleyen Faktörler ile Medeni Durumları Arasındaki İlişki

Faktörler	Evli		Bekar		p
	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	
Toplantı öncesi hazırlıklar	3,94	,350	4.01	,439	,134
Salonların Fiziki Durumu	3,84	,486	3,84	,489	,922
Toplantı sırasında verilen hizmetler	4,26	,421	4,29	,521	,586
Sürelerin yeterliliği	3,95	,413	3,97	,471	,756
Bilimsel ve Sosyal etkileşim	4,40	,454	4,27	,462	,011*
Genel beklenti	3,98	,679	4,05	,696	,334

*p<0,05

Katılımcı algularını belirleyen faktörler ve beklentilerinin genel tatmin düzeyi ile medeni durumları arasındaki ortalama farklarını incelemek amacıyla Bağımsız Örneklem t Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4.4`de verilmiştir. Buna göre; toplantı öncesi hazırlıklar, salonların fiziki durumu, toplantı sırasında verilen hizmetler, sürelerin yeterliliği, beklentilerin genel tatmin düzeyi ile medeni durumları arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken, bilimsel ve sosyal etkileşim ile medeni durumları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır (p=,011). Tablodaki verilere bakıldığında evlilerin bekarlara oranla bilimsel ve sosyal etkileşimden algı ortalamalarının daha yüksek olduğu sonucuna varılabilir.

Tablo 4.5 Katılımcı Algularını Belirleyen Faktörler ile Yaşları Arasındaki İlişki

Faktörler	Yaş Grupları (Ortalama)					p
	<20	21-30	31-40	41-50	50<	
Toplantı öncesi hazırlıklar	4,01	3,92	3,96	3,96	4,04	0,50
Salonların Fiziki Durumu	3,96	3,77	3,81	3,81	3,90	0,24
Toplantı sırasında verilen hizmetler	4,27	4,19	4,29	4,27	4,36	0,44
Sürelerin yeterliliği	4,01	4,89	3,96	3,96	4,01	0,57
Bilimsel ve Sosyal etkileşim	4,30	4,22	4,45	4,39	4,36	0,04*
Genel beklenti	4,08	3,91	4,01	4,00	4,12	0,51

*p<0,05

Kongreye katılan delegelerin algularını belirleyen faktörler ve beklentilerinin genel tatmini ile yaşları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

uygulanmıştır. Tablo 4.5`de verilen analiz sonuçlarına göre; toplantı öncesi hazırlıklar, salonların fiziki durumu, toplantı sırasında verilen hizmetler, sürelerin yeterliliği ve beklentilerin genel tatmin düzeyi ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılık bulunamazken, bilimsel ve sosyal etkileşim ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($p=,04$). Bu farklılığın hangi yaş grubundan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla tukey testi yapılmış ve farklılığın 21-30 ile 31-40 yaş gruplarından kaynaklandığı belirlenmiştir. Buna göre tablo 4.5`deki verilere bakıldığında, 31-40 yaş grubuna dahil olan katılımcıların sosyal bilimsel etkileşimden algılarının 21-30 yaş grubuna dahil olan katılımcılardan daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4.6 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Meslekleri Arasındaki İlişki

Faktörler	Meslekler (Ortalama)					p
	Akademisyen	Doktor	Hemşire	İ. Mümessili	Öğrenci	
Toplantı öncesi hazırlıklar	4,00	4,00	3,86	3,94	4,00	0,26
Salonların Fiziki Durumu	3,86	3,86	3,74	3,82	3,89	0,59
Toplantıda verilen hizmetler	4,27	4,34	4,26	4,20	4,21	0,35
Sürelerin yeterliliği	3,98	3,98	3,95	3,93	3,93	0,92
Bilimsel ve Sosyal etkileşim	4,35	4,42	4,40	4,19	4,30	0,05
Genel beklenti	4,00	4,05	3,97	3,92	4,08	0,74

$p<0,05$

Kongreye katılan delegelerin algılarını belirleyen faktörler ve beklentilerinin genel tatmini ile yaşları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Tablo 4.6`da verilen analiz sonuçlarına göre katılımcı algılarını belirleyen faktörler ve beklentilerinin genel tatmin düzeyi ile meslekleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır ($p<,05$).

İkinci araştırma sorumuzun cevabını bulmak amacıyla, katılımcıların demografik özelliklerine göre yapılan analiz sonuçları tablo 4.3, 4.4, 4.5 ve 4.6`da verilmiş ve değerlendirilmiştir. Buna göre, kongre katılımcılarının algılarını belirleyen sadece bir faktör ile cinsiyet, medeni durum ve yaş arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmış, katılımcıların meslekleri ile algılarını belirleyen hiçbir faktör arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Farklılığın sadece bir faktörde olması diğer faktörlerde görülmemesi nedeniyle araştırma sorumuz, kongre katılımcılarının algılarını belirleyen faktörler demografik özelliklerine göre farklılık göstermemektedir şeklinde yanıtlanabilir.

Bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkeni ifade etme düzeyini ve bağımsız değişkenlerin katılımcılar tarafından hangi önem sırasına göre algılandıklarını belirlemek ve son araştırma sorusu olan “kongre katılımcılarının algılarını belirleyen hususlar, katılımcıların kongreden duydukları genel tatmin düzeylerini etkilemekte midir?” sorusuna yanıt bulabilmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmamızda bağımlı değişken katılımcıların toplantı beklentileri tatmin düzeyleri, bağımsız değişkenler ise katılımcı algılarını belirleyen faktörlerdir. Bu faktörler; toplantı öncesi hazırlıklar, salonların fiziki durumu, toplantıda verilen hizmetler, sürelerin yeterliliği ve bilimsel ve sosyal etkileşimdir.

Regresyon analizine geçilmeden önce bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında korelasyon katsayıları incelenmiş ve tablo 4.7’de değerler verilmiştir.

Tablo 4.7 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörler ile Katılımcı Beklentilerinin Tatmin Düzeyi Arasındaki İlişki

	Genel Beklenti	Toplantı Öncesi Hazırlıklar	Salonların Fiziki Durumu	Toplantıda Verilen Hizmet	Sürelerin Yeterliliği	Bilimsel ve Sosyal Etkileşim
Genel Beklenti	1	,590**	,511**	,415**	,567**	,331**
Toplantı Öncesi Hazırlıklar	,590**	1	,335**	,310**	,382**	,226**
Salonların Fiziki Durumu	,511**	,335**	1	,158**	,319**	,210**
Toplantıda Verilen Hizmet	,415**	,310**	,158**	1	,250**	,251**
Sürelerin Yeterliliği	,567**	,382**	,319**	,250**	1	,155**
Bilimsel ve Sosyal Etkileşim	,331**	,226**	,210**	,251**	,155**	1

**p<0,01

Tablo 4.7’deki verilere bakıldığında, genel beklenti düzeyi ile toplantı öncesi hazırlıklar, salonların fiziki durumu ve sürelerin yeterliliği arasında anlamlı, pozitif yönlü orta seviyede ilişki bulunurken, genel beklenti düzeyi ile toplantıda verilen hizmetler ve bilimsel ve sosyal etkileşim faktörleri arasında anlamlı, pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmuştur. Bağımsız

değişkenler arasında ise zayıf ilişkiye rastlanmıştır. Bu durum değişkenler arasında regresyon analizi yapılmasına olanak sağlamaktadır.

Tablo 4.8 Katılımcı Algılarını Belirleyen Faktörlerin Regresyon Analizi

Değişkenler	Beta	t	p
Toplantı Öncesi Hazırlıklar	,306	7,282	,000**
Salonların Fiziki Durumu	,260	6,474	,000**
Toplantıda Verilen Hizmet	,173	4,379	,000**
Sürelerin Yeterliliği	,306	7,465	,000**
Bilimsel ve Sosyal Etkileşim	,116	3,007	,003*
F= 89,431	R ² = ,597		

**p<,001 *p<,05

Bağımlı Değişken: Genel beklenti tatmin düzeyi

Yapılan regresyon analizi sonucunda, bağımsız değişkenlerin hepsinin bağımlı değişkene etki ettiği tespit edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranı %60 (R²=,597) olarak bulunmuştur. Katılımcı beklentilerinin genel tatmin düzeyini en iyi açıklayan değişkenler sırasıyla toplantı öncesi hazırlıklar ve sürelerin yeterliliği (β=,306), salonların fiziki durumu (β=,260), toplantıda verilen hizmetler (β=,173) ve bilimsel ve sosyal etkileşim (β=,116) olarak belirlenmiştir. Bu sonuca göre;

“Genel olarak beklentilerin tatmin düzeyi= 0,306 x toplantı öncesi hazırlıklar + 0,260 x salonların fiziki durumu + 0,173 x toplantıda verilen hizmetler + 0,306 x sürelerin yeterliliği + 0,116 x bilimsel ve sosyal etkileşim” dir.

Buna göre son araştırma sorumuz; kongre katılımcılarının algılarını belirleyen faktörler, katılımcıların kongreden duydukları genel tatmin düzeyini etkilemektedir şeklinde yanıtlanabilir.

SONUÇ

Kongre kavramı genel olarak; belirli bir konuda insanların bilgi alış verişinde bulunması ve yeni gelişmelerden haberdar olması nedeniyle, önceden belirlenmiş yerde ve zamanda toplanması şeklinde tanımlanabilir. Genel olarak kongre olarak adlandırılan bu kavram, içerik ve özelliklerine göre konvansiyon, konferans, seminer, sempozyum, panel, workshop, forum vb. isimlerle adlandırılmaktadır.

Kongre turizmi, düzenlendiği bölgenin dünya genelinde tanınmasını, gelişimini ve yenilemesini, bölgedeki tesislerin daha etkili ve verimli kullanılmasını, istihdam olanaklarının ve turizm gelirlerinin artmasını sağlamaktadır. Kongre turizmine katılan delegelerin ekonomik seviyelerinin diğer turist türlerinden daha yüksek olmasından dolayı ekonomik etkileri de diğer turizm çeşitlerinden daha fazladır. Ayrıca katılımcıların kültür seviyelerinin yüksek olmasından dolayı, gittikleri bölgenin sosyal ve kültürel açıdan da gelişmesine katkı sağlamaktadırlar.

Bilimsel ve teknolojik alanlardaki gelişmeler ve ulaşım imkanlarının daha hızlı ve ekonomik olması gibi faktörler kongre turizminin hızla gelişmesine olanak sağlamaktadır. Kongre turizmindeki bu hızlı gelişme, bu alanda hizmet veren kuruluşların ulusal ve uluslararası düzeyde örgütlenmelerine neden olmuştur. Bu örgütlenmelerin temel amacı, üyelerin kongre pazarından yeterli payı almaları ve pazar paylarını genişletmeleridir. ICCA, UIA, DMAI, IAPCO vb. uluslararası kuruluşların genel olarak faaliyetleri; sektör içerisindeki bilgi ve deneyimlerin paylaşılması, destinasyon ve kongrelerin pazarlanması, hizmet sağlayıcıları ile hizmet alıcılarının beklenti ve ilişkilerin geliştirilmesi şeklinde sıralanabilir. Kongre ve ziyaretçi büroları, kongre merkezleri, oteller, üniversiteler ve profesyonel kongre organizatörleri ulusal düzeydeki örgütlenmeleri oluşturmaktadır. Bu örgütlenmelerin görevleri arasında, kongre imkânlarını tanıtmak, pazarlamasına yardımcı olmak, ilgili kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, pazar ve sektör araştırmaları yapmak kongrelere maddi ve manevi destekler sağlamak sayılabilir.

Kongre organizasyonu oldukça yoğun ve zahmetli programlardan oluştuğundan, bu hizmeti veren kuruluşların büyük bir titizlikle çalışması gerektirmektedir. Kongre organizatörleri, düzenlenecek olan toplantının temel amaçlarını ve katılımcıların beklentilerini çok iyi bilmeli ve ona göre en uygun planlamayı yapmalıdır. İyi bir kongre organizatörü

toplantı öncesinde, toplantı sırasında ve toplantı sonrasında katılımcıların tüm ihtiyaçlarına cevap verebilmelidir. Delegelerin kongre turizmine katılımının sürekliliğinin sağlanması, organizatörlerin sağladığı imkanlar ile bu delegelerin katıldıkları kongrelerden beklentilerinin ne düzeyde karşılandığı ile yakından bağlantılıdır. Kongre katılımcılarının algılarını belirleyen faktörlerinin neler olduğunu ve etkilerini belirlemeye yönelik olan yapılan bu çalışmanın sonuçları şu şekilde sıralanabilir:

Katılımcıların demografik özellikleri incelenmiş, erkek katılımcıların bayan katılımcılardan az bir farkla fazla olduğu görülmüştür. Farkın küçük olduğu dikkate alınarak, genel olarak kongrelere katılan bayan ve erkek sayılarının birbirine yakın olduğu söylenebilir. Katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığında ise, evli katılımcıların bekarlara göre daha fazla olduğu görülmüştür. Katılımcıların meslek dağılımları ise, sırasıyla doktor, akademisyen, ilaç mümessili, hemşire ve öğrenci olarak sıralanmıştır. Bunun en önemli sebebi, araştırmanın yapıldığı kongrenin tıp kongresi olmasından kaynaklanmıştır. En fazla katılımcı 31-40 yaş grubundayken, en az katılımcının 20 ve altı yaş grubundan olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcı algılarını belirleyen unsurlar; toplantı öncesi hazırlıklar, salonların fiziki durumu, toplantı sırasında verilen hizmetler, sürelerin yeterliliği ve bilimsel ve sosyal etkileşim olmak üzere beş faktör altında toplanmıştır. Araştırmaya katılanların algılarını en fazla etkileyen faktör sürelerin yeterliliği olmuştur. En az etkileyen faktörün ise salonların fiziki durumu olduğu görülmüştür.

Toplantı katılımcıların algılarını belirleyen faktörlerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır. Katılımcıların cinsiyetleri ile algılarını belirleyen faktörler ve genel tatmin düzeyleri karşılaştırıldığında, sadece salonların fiziki durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre kadınların salonların fiziki durumdan algılarının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Katılımcıların medeni durumu ile algılarını belirleyen faktörler ve genel tatmin düzeyi karşılaştırılmış ve bilimsel ve sosyal etkileşim ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre evli olan katılımcıların bilimsel ve sosyal etkileşimden algılarının bekarlara oranla daha yüksek olduğu tespit edilirken diğer faktörler ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Katılımcıların yaş grupları ile algılarını belirleyen faktörler ve genel tatmin düzeyleri karşılaştırılmış, bilimsel ve sosyal etkileşim ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir

farklılığa rastlanmıştır. Bu farklılığın hangi yaş grubundan kaynaklandığını belirlemek amacıyla analizler yapılmış ve bunun sonucunda 31-40 yaş grubuna dahil olan katılımcıların bilimsel ve sosyal etkileşim faktöründen algılarının 21-30 yaş grubunda olan katılımcılardan daha yüksek olduğu görülmüştür.

Son olarak katılımcıların meslekleri ile algılarını belirleyen faktörler ve genel tatmin düzeyleri karşılaştırılmıştır. Buna göre katılımcıların meslekleri ile algılarını belirleyen faktörler ve genel tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Katılımcı algılarını belirleyen faktörlerin kongreden duyulan genel tatmine etkisi ölçülmüş ve katılımcıların kongreden duydukları genel tatmini etkileyen faktörler önem sırasına göre sıralanmıştır. Buna göre faktörler; toplantı öncesi hazırlıklar, sürelerin yeterliliği, salonların fiziki durumu, toplantıda verilen hizmetler ve bilimsel ve sosyal etkileşim olarak sıralanmıştır. Sonuç olarak katılımcıların kongreden duydukları genel tatmini en fazla etkileyen faktör toplantı öncesi hazırlıklardır.

Araştırma sonuçlarına bağlı olarak bir takım temel öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler şu şekilde sıralanabilir:

Kongrelerde katılımcı tatminin etkileyen faktörler sadece kongrenin yapıldığı zamanı kapsamamaktadır. Kongre öncesi verilen hizmetlerin memnuniyet verici olması, katılımcıların o kongreden algılarının daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Kongre öncesi işlemlerde katılımcı herhangi bir sorunla karşılaşmadığı takdirde, o kongreden memnun ayrılma olasılığının çok daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu nedenle kongre öncesi hazırlık döneminde, kongrenin duyurusu iyi yapılmalı, kongre kayıt işlemleri ve diğer bilgiler için iletişim sorunsuz olmalı ve internet sitesi tüm ihtiyaçlara cevap verici nitelikte olmalıdır.

Kongre katılımcıları için sosyal ortam önemli olduğundan dolayı sosyal faaliyetlere ayrı bir önem verilmelidir. Katılımcıların kaynaşmasını sağlayacak faaliyetlere öncelik verilmelidir. Olanakların verdiği ölçüde açılış kokteyli, gezi programları, kapanış yemeği gibi katılımcıların tanışmasını ve toplantılar harici bilgi alışverişi yapabilecekleri ortamlar yaratılmalıdır.

Kongre katılımcıları genellikle bir refakatçi ile birlikte geldiğinden, bu durum göz önünde bulundurularak sosyal faaliyetler organize edilmelidir.

Katılımcıların bir kongre organizasyonunda en fazla vakit geçirecekleri alan toplantı salonlarıdır. Bu nedenle bu alanların genel temizliğinin, havalandırılmasının, ışık ve ses düzenlemelerinin çok iyi olması, katılımcıların o kongreden memnun ayrılmaları için önemlidir.

Katılımcıların kongreye katılmalarının temel nedeninin bilgi alış veriş olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle bildirilerin niteliği, programın akışı, süresi iyi düzenlenmelidir.

KAYNAKÇA

Akhmetov A.,Almatı`nın Kongre Turizm Arz Potansiyeli ve Şehrin Kongre Destinasyon Seçim Faktörleri Açısından Değerlendirilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2007.

Aksu A. A., “Dünya Toplantı Pazarında MPI ve Faaliyetleri”, TÜROFED Dergisi, No. 41, (2010), 72.

Arber E.,Türkiye’de Kongre Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Alan Araştırması, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, Ankara, 2008.

Arslan K., Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları, İTO Yayınları, İstanbul, 2009.

Atabaş A.,Kongre Turizmi Bağlamında Şehir Markalaşması: Trabzon İncelemesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara, 2008.

Aydın Ş.,Kongre Turizmi ve Türkiye’deki Kongre Turizmi Potansiyeli, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale, 1997.

Aymankuy Y., Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010.

Aymankuy Y.,Türkiye’de Geliştirilebilir Turizm Şekli Olarak Kongre Turizmi ve İzmir İl Merkezi Örnek Uygulaması, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, Balıkesir, 1997.

Baytok A., Soybalı H. H. ve Emir O., “Destinasyonların Toplantı Turizmi Amaçlı Pazarlanmasında Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Vol. 23, (2010), 10-22.

Boz F.,Kongre ve Toplantı Düzenleyicilerinin Otel Seçimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Alan Çalışması: İstanbul Örneği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2010.

Çakıcı A. C., Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2009.

Çizel B., Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 1999.

Dragicevic V., Stankov U., Armenski T. ve Stetic S., “Evaluation Of Congress Performance And Congress Attendees' Satisfaction - A Case Study Of Novi Sad (Serbia)”, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 17, No. 1, (2011), 67-78.

Dölalan G., Ankara’da Kongre Turizmi: A Grubu Seyahat Acentaları’nın Bakış Açıklarına Yönelik Bir Araştırma, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Sakarya, 2008.

Erdoğan C., İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2006.

Ersun N. ve Arslan K., “Kongre Turizminin Geliştirilmesinde Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü ve Önemi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 8, No. 15, (2009), 89-114.

Getz D., “Event Tourism: Definition, Evolution and Research”, *Tourism Management*, Vol. 29, (2008), 403-428.

Gülbahar M. O., Bilgi Toplumu ve Küreselleşmenin Şekillendirdiği Kongre Turizminin Türkiye’deki Durumu (İstanbul Örneği), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, İstanbul, 2006.

Gülbahar M. O., “1990’lardan Günümüze Türkiye’de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol. 14, No. 1, (2009), 151-177.

İçöz O., Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Turhan Kitabevi, Ankara, 2003.

İçöz O., Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005.

Karadeniz E., Kandır S. K. ve Önal Y. B., “Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Vol. 18, No. 2, (2007), 195-205.

Karasu T., “Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Vol. 1, No. 4, (1990), 32-34.

Khalilov T., Turistik Ürün Çeşitlendirilme Stratejisi Kapsamında Kongre ve Toplantı Turizminin Azerbaycan’da Gelişme Potansiyeli, Bakü Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2009.

Kozak N. ve Yüncü D. K., “Akademisyenlerin Kongre Tercih Unsurları”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 11, No. 2, (2011), 19-32.

Lee M. J., “Analytical Reflections on the Economic Impact Assessment of Conventions and Special Events”, *Journal of Convention and Event Tourism*, Vol. 8, No. 3, (2006), 71-85.

Oktay İ. Ç., Güncel Turizm Yönelimi İçinde Kongre Turizmi ve İstanbul, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1997.

Özer Ş., Kongre Turizmi Ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri Ve Nevşehir İli Örneği, Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2010.

Pechlaner H., Zeni A. ve Raich F., “Congress Tourism and Leisure Tendencies with Special Focus on Economic Aspects”, *Tourism Review*, Vol. 62, No. 3, (2007), 32-38.

Rogerson C. M., “Conference and Exhibition Tourism in the Developing World: The South African Experience”, *Urban Forum*, Vol. 16, No. 2-3, (2005), 176-195.

Smith K. A. ve Garnham R., “Distribution Channels for Convention Tourism: Association Conventionsin Wellington, New Zealand”, *Journal of Convention and Event Tourism*, Vol. 8, No. 1, (2006), 1-30.

Spiller J., Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives, The Haworth Press, Binghamton, NY, 2002.

Tavmergen İ. P. ve Aksakal E. G., Kongre ve Toplantı Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2004.

Ulusan Y. ve Batman O., “Alternatif Turizm Çeşitlerinin Kongre Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Vol. 23, (2010), 244-260.

Yıldız Ş., Akademik Kongrelerde Katılımcıların Tatmin Düzeylerini Etkileyen Faktörler, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Mersin, 2010.

Yüncü D. K. ve Kozak N., “Türk Akademisyenlerin Kongre Tercihleri Üzerine Bir Araştırma”, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Vol. 21, No. 1, (2010), 109-120.

İnternet Kaynakları

<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>, erişim tarihi: 12.01.2012.

<http://iccaworld.com/abouticca/history.cfm>, erişim tarihi: 12.01.2012.

<http://www.iccaworld.com/membershipdirectory.cfm>, erişim tarihi: 13.01.2012.

<http://www2.tbmm.gov.tr/d22/7/7-13236c.pdf>, erişim tarihi: 13.01.2012.

<http://www.uia.be/about-uia>, erişim tarihi: 15.01.2012.

<http://www.uia.be/aims-and-objectives>, erişim tarihi: 15.01.2012.

<http://www.uia.be/structure>, erişim tarihi: 15.01.2012.

<http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=20>, erişim tarihi: 16.01.2012.

<http://www.destinationmarketing.org/page.asp?pid=140>, erişim tarihi: 16.01.2012.

<http://www.aipc.org/welcome.php>, erişim tarihi: 17.01.2012.

<http://www.iapco.org/>, erişim tarihi: 17.01.2012.

http://www.iapco.org/history.cfm?page_id=99, erişim tarihi: 18.01.2012.

http://www.iapco.org/quality_committee.cfm?page_id=97, erişim tarihi: 18.01.2012.

http://www.iapco.org/members-popup.cfm?page_id=200, erişim tarihi: 19.01.2012.

<http://www.themeetingsindustry.org/who-is-jmic/>, erişim tarihi: 29.01.2012.

<http://www.themeetingsindustry.org/our-members/>, erişim tarihi: 30.01.2012.

<http://www.mpiweb.org/About>, erişim tarihi, 31.01.2012.

<http://www.mpiweb.org/About/Leadership/GovernanceOverview>, erişim tarihi: 31.01.2012.

<http://aiic.net/database/>, erişim tarihi: 31.01.2012.

<http://aiic.net/database/languages/class.cfm?language=35>, erişim tarihi: 31.01.2012.

<http://aiic.net/ViewPage.cfm/article8>, erişim tarihi: 31.01.2012.

<http://www.siteglobal.com/AboutSite/Legacy/tabid/75/Default.aspx#SiteHistory>, erişim tarihi: 01.02.2012.

http://www.icvb.org/icvb_aboutus.asp, erişim tarihi: 02.01.2012.

<http://www.antalyaconvention.org/default.asp?id=656&islem=menudetay>, erişim tarihi: 03.02.2012.

<http://www.antalyaguide.org/default.asp?islem=menudetay&id=421&catid=406&antalyaguide=Antalya+Kongre+B%FCrosu>, erişim tarihi: 03.02.2012.

<http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/T%C3%BCrofed%20Dergi-Turofed41.pdf>, erişim tarihi: 04.02.2012.

<http://www.uia.be/members>, erişim tarihi: 08.02.2012.

<http://www.uia.be/associate-members>, erişim tarihi: 08.02.2012.

http://www.aipc.org/wel_intr.php, erişim tarihi: 09.02.2012.

http://www.aipc.org/memb_google.php?sort=1, erişim tarihi: 09.02.2012.

<http://www.uia.be/sites/uia.be/files/documents/statistics/press/press11.pdf>, erişim tarihi: 27.02.2012.

http://www.iapco.org/survey_of_members_activities.cfm?page_id=117, erişim tarihi: 28.02.2012.

<http://www.iapco.org/pdf/HOWTOC~2.PDF>, erişim tarihi: 28.02.2012.

<http://www.uia.be/sites/uia.be/files/documents/statistics/press/press11.pdf>, erişim tarihi: 29.02.2012.

<http://www.turizmuncel.com/haber/iste-antalyanin-2011-kongre-turizmi-karnesi-h8845.html>,
erişim tarihi: 11.05.2012.

EK 1 - Anket Formu Örneği

Sayın Katılımcı,

Elinizdeki anket, siz kongre katılımcılarının ilgili kongreden beklentilerinizin ne derecede karşıladığını belirlemeye yöneliktir. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacak olup, hiçbir şekilde üçüncü şahıs ve kurumlara iletilmeyecektir. İşbirliğiniz ve katkılarınız için teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Kadriye DELİCE
Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve
Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans
Öğrencisi

- 1. Cinsiyetiniz:** Bay Bayan **2. Yaşınız:** 20 ve altı 21-30 31-40 41-50 50 ve üzeri
3. Medeni durumuz: Evli Bekar **4. Mesleğiniz:**

5. Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi lütfen (X) işaretleyiniz.

1:Kesinlikle katılmıyorum 2:Katılmıyorum 3:Kararsızım 4:Katılıyorum 5:Kesinlikle katılıyorum

		1	2	3	4	5
1	Toplantının duyurusu iyi yapıldı					
2	Toplantıya hazırlık döneminde ihtiyaçlarım doğrultusunda rahatlıkla iletişim kurabildim					
3	Toplantı internet sitesi tüm ihtiyaçlarıma cevap verdi					
4	Bildiri takip süreci memnuniyet vericiydi					
5	Kayıt kabul işlemlerimi rahatlıkla tamamlayabildim					
6	Toplantı kayıt ücretine dahil olan hizmetler yeterliydi					
7	Bildirilerin niteliği tatminkardı					
8	Toplantıdaki sosyal etkileşim memnuniyet vericiydi					
9	Transfer hizmetlerinden memnun kaldım (havaalanı-otel-kongre oteli)					
10	Toplantı salonlarının büyüklüğü tatminkardı					
11	Toplantı salonlarının atmosferi iyiydi					
12	Toplantı salonlarının havalandırması yeterliydi					
13	Toplantı salonlarının aydınlatması yeterliydi					
14	Toplantı salonlarının işitsel (ses düzeni) teknik donanımı tatminkardı					
15	Toplantı salonlarının görsel (projeksiyon, bilgisayar vb.) teknik donanımı tatminkardı					
16	Kahve aralarında verilen süreler yeterliydi					
17	Oturumlardaki soru cevap süresi yeterliydi					
18	Bildiriler için ayrılan süreler yeterliydi					
19	Konakladığım otelin hizmetlerinden memnun kaldım					
20	Toplantı programının akışı iyi düzenlenmişti					
21	Toplantı görevlilerinin yaklaşımından memnun kaldım					
22	Toplantı salonlarındaki temizlik hizmetleri tatminkardı					
23	Kahve aralarındaki ikramların kalitesi tatminkardı					

6. Genel olarak bu toplantı beklentilerinizi karşıladı mı ?

- Beklentilerimin çok altında Beklentilerimin altında Kararsızım Beklentilerimin üstünde
 Beklentilerimin çok üstünde

7. Eklemek istediğiniz düşünce ve eleştirileriniz varsa lütfen belirtiniz:

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

Anketi Doldurduğunuz İçin Teşekkür Ederim ☺

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI : Kadriye DELİCE
Doğum Tarihi ve Yeri : 05/06/1986 – BURSA
Medeni Durumu : Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Bursa Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi - 2005
Lisans Diploması : Ege Üniversitesi Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu - 2009
Tez Konusu : Kongre Turizmi ve Türkiye`deki Toplantılarda Katılımcı Algılarının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir Uygulama
Yabancı Diller : İngilizce, Almanca

İş Denevimi

Stajlar : Simay Turizm, İzmir (2007-2008)
: Tuana Turizm, Bursa (2004)
: Bursa Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Uygulama Oteli (2003)
Çalıştığı Kurumlar : Pacific Park, Los Angeles/CA, F&B (2011)
: Çeşme Öğretmenevi, İzmir, Resepsiyon (2009)
: Tuana Turizm, Müşteri Temsilcisi (2005)
Mail : kadriyedelice@hotmail.com