



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**KONGRE TURİZMİNDE KATILIMCI MEMNUNİYETLERİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

EDA DİNÇER

**İŞLETME ANABİLİM DALI
ÜRETİM YÖNETİMİ BİLİM DALI**

TEMMUZ 2019



**KONGRE TURİZMİNDE KATILIMCI MEMNUNİYETLERİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Eda DİNÇER

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ÜRETİM YÖNETİMİ BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2019

Eda DİNÇER tarafından hazırlanan “Kongre Turizminde Katılımcı Memnuniyetlerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Nurettin PARILTI

İşletme Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum



Üye : Doç. Dr. Mehmet BAŞ

İşletme Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum



Üye : Dr. Öğretim Üyesi Handan ÖZDEMİR

İşletme Anabilim Dalı, Çankaya Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum



Tez Savunma Tarihi: 31/07/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Prof. Dr. Figen ZAİF

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Eda DİNÇER

31/07/2019

KONGRE TURİZMİNDE KATILIMCI MEMNUNİYETLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Eda DİNÇER

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2019

ÖZET

Kongre turizmi, ülkemizde öneminin farkına varılan ve üzerinde daha fazla yoğunlaşılan bir turizm alanı olarak göze çarpmaktadır. Toplantı turizmi olarak da anılan kongre turizmi, bireylerin farklı şehir veya ülkelerden bir araya gelerek belli bir konuda bilimsel veya mesleki bilgi alışverişi amacıyla eğitim, konferans, sempozyum gibi faaliyetlere katılması sonucu ortaya çıkan turizm şeklidir. Kongre turizmi, daha çok kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarının düzenledikleri turizm şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmanın amacı, kamu ve özel sektörde çalışan ve kuruluşlarının düzenlediği eğitim kongrelerine katılan bireylerin tutumlarını ortaya koymak ve kamu ve özel sektör kongreleri arasındaki temel farklılıkları karşılaştırmaktır. Araştırma için yüz yüze anket yoluyla veri toplama yöntemine başvurulmuştur. Bu anket çalışması iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde hipotez testleri için geliştirilen 5’li Likert tipinde sorularla hazırlanmış bir ölçek kullanılmış, ikinci bölümde ise katılımcıların demografik profillerini ortaya koymak amacıyla kişisel bilgiler sorularına yer verilmiştir. Anket toplamda 20 sorudan oluşmaktadır. Anketler kongreye katılan 116’sı kamu kurumlarında ve 101’i özel sektör kuruluşlarında çalışan toplam 217 katılımcıya yapılmıştır. Kongreye katılan 217 katılımcıya uygulanan anket formları analiz yapabilmek için kodlanmış ve SPSS 21.0 paket programı kullanılarak tasnif ve analiz edilmiştir. Verilerin analizinde bağımsız örneklem için t testi analizi kullanılmış ve güvenilirlik katsayısını belirlemek için Cronbach’s Alpha analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Cronbach’s Alpha katsayısı 0,91 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan t testi sonucuna göre çalışılan sektörün düzenlediği kongrelere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Gruplar arası ortalamalara bakıldığında, kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere karşı genel memnuniyet düzeyinin, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere karşı genel memnuniyet düzeyinden daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Bilim Kodu : 112704
Anahtar Kelimeler : Hizmet pazarlaması, kongre turizmi, kamu sektörü kongre turizmi, özel sektör kongre turizmi
Sayfa Adedi : 121
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Nurettin Parıltı

A RESEARCH ON COMPARISON OF PARTICIPANT SATISFACTION IN CONGRESS TOURISM

(M.S. Thesis)

Eda DİNÇER

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

July 2019

ABSTRACT

Congress tourism stands out as a tourism area whose importance is recognized and concentrated more on our country. Meeting tourism or congress tourism is a type of tourism on which the individuals from different cities or countries coming together to participate in activities such as education, conferences, and symposiums in order to exchange scientific or professional information on a specific subject. Congress tourism is organized by public institutions and private sector organizations. The purpose of this study is to reveal the main differences between public and private congresses and to compare the attitudes of individuals who work and participates in educational congresses organized by public and private sectors. Face to face survey method was used to collect data. The questionnaire consists of two parts. In the first part in order to test the proposed hypothesis the 5-point Likert-type questions are used, and in the second part, personal information questions are included in order to reveal demographic profiles of the participants. The questionnaire consists of 20 questions in total. The surveys consisted of totally 217 participants, 116 employees from in public institutions and 101 employees from private organizations which participated in the congress. The applied questionnaire was coded and analyzed by SPSS 21.0 statistical program. In the analysis of the data, T-test analysis was used for independent samples and Cronbach's Alpha analysis was used to determine the reliability coefficient. As a result of the analysis, Cronbach's Alpha coefficient was calculated as 0.91, which demonstrates that the scale is highly reliable. In the results of T-test, it was concluded that there is a significant difference according to the congresses organized by the sector. In the group's average examination, it is observed that the general satisfaction level is higher at the congresses organized by the public institutions than the congresses organized by private sector organizations.

Science Code : 112704

Key Words : Service marketing, congress tourism, public sector congress tourism, private sector congress tourism

Page Number : 121

Supervisor : Prof. Dr. Nurettin Parıltı

TEŞEKKÜR

Çalışmam süresince desteğini ve yardımlarını esirgemeyen, her zaman bilgi ve tecrübeleriyle beni yönlendiren değerli tez danışmanım sayın *Prof.Dr. Nurettin PARILTI*'ya,

Çalışmamın istatistiksel değerlendirmesinde benden desteğini ve yardımlarını esirgemeyen değerli hocam *Dr.Öğr.Üyesi Handan ÖZDEMİR*'e,

Tezimin her aşamasında, tüm imkânlarıyla yanımda olan, desteklerini ve sevgilerini her daim hissettiğim çok değerli *RENAWA TURİZM* ve *TURKONTEK TURİZM* 'e ve özellikle bu çalışma boyunca bilgi ve deneyimlerini her zaman benimle paylaşan abim *Cahit Sıtkı BOZKURT*'a,

Çalışmamdaki anket uygulamasına anlayış göstererek izin veren kongre başkanlarına ve beni yalnız bırakmayarak tezimin uygulamaları sırasında yardımcı olan tüm çalışma arkadaşlarıma,

Hayatımın her döneminde yanımda olan, beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan ve benden desteğini ve sevgisini esirgemeyen kıymetli aileme, özellikle hayatları boyunca sayısız fedakarlıklarla beni bugünlere getirdikleri için babam *Hüseyin DİNÇER*, annem *Meriş DİNÇER*, ablam *Neşe DİNÇER* ve canım kardeşim *Anıl DİNÇER*' e,

En içten sevgi ve saygılarımla teşekkürlerimi ve sonsuz şükranlarımı sunarım.

Eda DİNÇER

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR.....	xiv
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ ÖZELLİKLERİ VE ÖNEMİ

1.1.Kongre Turizminin Tanımı	5
1.2.Kongre Turizminin Tarihsel Gelişimi	6
1.3.Kongre Turizminin Özellikleri.....	8
1.4.Kongre Turizminin Yararları	9
1.5.Kongre Merkezleri	11
1.7.Kongre Turizminde Örgütlenmeler	15
1.7.1. Kongre Büroları	15
1.7.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri.....	18
1.7.3.Uluslararası Kuruluşlar ve Birlikler	20
1.7.3.1.Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (ICCA)	21
1.7.3.2.Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO).....	27
1.7.3.3.Uluslararası Dernekler Birliği (UIA)	29

1.7.3.4.Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (AIPC)	30
1.8.Kongre Turizminin Etkileri.....	31
1.8.1.Ekonomik Etkiler.....	32
1.8.2.İstihdam Yaratıcı Etkisi	36
1.8.3.Turizmde Mevsimselliği Ortadan Kaldırması	37
1.8.4.Şehirleşme Sürecine Olumlu Katkıları	38
1.9.Türkiye’de Kongre Turizmi	39
1.10.Türkiye’nin Kongre Turizminde 2023 Hedefleri	44

2. BÖLÜM

KONGRE ORGANİZASYON SÜRECİ

2.1.Hazırlık Süreci.....	53
2.1.1.Kongre Planlama ve Projelendirme	54
2.1.2.Bütçenin Hazırlanması ve Finansal Düzenlemeler.....	55
2.1.3.Kongre Sekreteryaya Hizmetleri	59
2.1.4.Kongre Zamanı Seçimi.....	60
2.1.5.Kongre Süresinin Belirlenmesi.....	61
2.1.6.Kongre Şehri ve Mekan Seçimi.....	63
2.1.7.Reklam ve Tanıtım Faaliyetleri	66
2.1.8.Medya ve Yazılım Hizmetleri	67
2.1.9.Toplantı Yer ve Salonlarının Düzenlenmesi	69
2.1.10.Personel (Host, Hostes) Temini.....	74
2.1.11.Teknik Personel ve Ekipman Temini	75
2.2.Organizasyon Süreci	76
2.2.1.Kongre Yönetimi	77
2.2.2.Ulaşım ve Taşıma Hizmetleri	77

2.2.3.Konaklama.....	79
2.2.4.Kayıt Alanı Hizmetleri	81
2.2.5.Toplantı Salonu Hizmetleri	82
2.2.6.Yiyecek-İçecek Hizmetleri	84
2.2.7.Çeviri Hizmetleri	85
2.2.8.Sosyal Etkinlikler	86
2.3.Kongre Sürecinin Tamamlanması	87
2.3.1.Kongre Değerlendirme Toplantısı ve Sonuç Raporu	87
2.3.2.Faturaların Oluşturulması ve Kongre Hesabının Kapatılması.....	88
 3. BÖLÜM KAMU VE ÖZEL SEKTÖRDEKİ KONGRE TURİZMİNİN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA 	
3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi	91
3.2.Veritoplama Yöntemi	92
3.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklem	93
3.4.Araştırmanın Kısıtları.....	94
3.5.Araştırmanın Hipotezleri.....	94
3.6.Verilerin Analizi.....	95
3.7.Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmeler.....	95
3.7.1.Ankete Katılan Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Değerlendirilmesi	95
3.7.2.Ankete Katılan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Değerlendirilmesi	96
3.7.3.Ankete Katılan Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Değerlendirilmesi	97
3.7.4.Ankete Katılan Katılımcıların Çalıştığı Sürelere Göre Değerlendirilmesi.....	99
3.7.5. Araştırmadaki Hipotezlerin Analizi.....	100
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	107

KAYNAKLAR	111
EKLER.....	119
EK-1. Anket Formu Örneği	120
ÖZGEÇMİŞ	121



ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 1. 1.Katılımcı Sayısına Göre Toplantı Türleri	13
Çizelge 1. 2.Katılımcı Sayısına Göre Ulusal ve Uluslararası Toplantı Büyüklükleri (2015-2016)	14
Çizelge 1. 3.2016 Yılı En Fazla Kongre Düzenleyen 20 Şehir	22
Çizelge 1. 4.2016 Yılı En Fazla Kongre Düzenleyen 20 Ülke	23
Çizelge 1. 5.Yıllara Göre Türkiye Kongre Sayısı & Sıralaması (1999- 2016).....	24
Çizelge 1. 6.Yıllara Göre İstanbul Kongre Sayısı & Sıralaması (1999- 2016).....	25
Çizelge 1. 7.Türkiye’de IAPCO`ya Üye Olan Şirketler	28
Çizelge 1. 8.Kongre Katılımcılarının Günlük Ortalama Harcama Miktarı (2008-2017)	33
Çizelge 1. 9.İstanbul'daki Kongre Merkezleri ve Kapasiteleri	41
Çizelge 2. 1. Örnek Bütçe Tablosu	56
Çizelge 2. 2.Kongre Turizminin Aylara Göre Dağılımı	61
Çizelge 2. 3. 2011 Yılı Kategorilere Göre Toplantı Gün Sayısı	62
Çizelge 2. 4. 2011 Yılı İllere Göre Toplantı Gün Sayısı	63
Çizelge 2. 5.2011 Yılı En Çok Kongre Düzenlenen Kategoriler ve İller Kıyaslaması	64
Çizelge 2. 6.Dünyada Kongre Mekan Tercihleri (2006-2010).....	65
Çizelge 2. 7. Türkiye’deki Kongre Merkezi ve Oteller Kapasitesi (2012 Yılı).....	66
Çizelge 2. 8.Örnek Transfer Listesi	78
Çizelge 2. 9.Kongre Merkezi Olarak En Çok Kullanılan Oteller (2009)	80
Çizelge 2. 10.Komite Raporları	88
Çizelge 2. 11.Organizasyon Firması Raporları.....	88
Çizelge 3. 1.Kamu Kongrelerine Katılan Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Dağılımı	95
Çizelge 3. 2.Özel Sektör Kongrelerine Katılan Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Dağılımı	96

Çizelge 3. 3.Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Dağılımı	96
Çizelge 3. 4.Kamu Kongrelerine Katılan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı ...	96
Çizelge 3. 5.Özel Sektör Kongrelerine Katılan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	97
Çizelge 3. 6.Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	97
Çizelge 3. 7.Kamu Kongrelerine Katılan Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı	98
Çizelge 3. 8.Özel Sektör Kongrelerine Katılan Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı	98
Çizelge 3. 9.Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı	99
Çizelge 3. 10.Katılımcıların Çalıştığı Sürelere Göre Dağılımı.....	99
Çizelge 3. 11.H1 Hipotezi İçin T-testi Analizi	101
Çizelge 3. 12.Kongre Programı İle İlgili Genel Memnuniyet Düzeyi Grup İstatistikleri..	101
Çizelge 3. 13.H2 Hipotezi İçin T-testi Analizi	102
Çizelge 3. 14.Kongre Programının Konu ve Süresi İle İlgili Tatmin Düzeyi Grup İstatistikleri	102
Çizelge 3. 15.H3 Hipotezi İçin T-testi Analizi	103
Çizelge 3. 16.Kongre Programı Sonundaki Kazanımlara Karşı Genel Tutum Grup İstatistikleri	103
Çizelge 3. 17.H4 Hipotezi İçin T-testi Analizi	104
Çizelge 3. 18.Organizasyon ve Tesisten Memnun Kalma Durumu Grup İstatistikleri	105

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. 1.Uluslararası Kongre Sayısı (1963-2017)	26
Şekil 1. 2.Konularına Göre Uluslararası Kongre Sayısı	27
Şekil 1. 3.IAPCO 2016 Yıllık Anketi	29
Şekil 1. 4.Uluslararası Kongre Katılımcılarının Ortalama Harcama Miktarı (2009-2017) .	34
Şekil 1. 5.İstanbul'da Gerçekleşen Toplantılara Gelen Katılımcı Sayısı	42
Şekil 2. 1.U Düzeni Oturma Planı	71
Şekil 2. 2.Sınıf Düzeni Oturma Planı.....	71
Şekil 2. 3.Tiyatro Düzeni Oturma Planı.....	72
Şekil 2. 4.Kare Masa Düzeni Oturma Planı	72
Şekil 2. 5.Dikdörtgen Düzeni Oturma Planı	73
Şekil 2. 6. Yuvarlak Masa Düzeni Oturma Planı.....	74

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AIPC	(International Association of Congress Centers) Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği
AIIC	(International Association of Conference Interpreters) Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği
BAKA	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı
CVB	(Convention and Visitor Bureaus) Kongre ve Ziyaretçi Büroları
CRN	(Congress Rental Network) Kongre Kiralama Ağı
DMAI	(Destination Marketing Association International) Uluslararası Destinasyon Pazarlama Örgütleri Birliği
EFAPCO	(The European Federation of the Association of Professional Congress Organisers) Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği Avrupa Federasyonu
IACVB	(International Association of Convention and Visitor Bureaus) Kongre ve Ziyaretçi Büroları
IAPCO	(International Association of Professional Congress Organisers) Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği
ICCA	(International Congress and Covention Association) Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği
ICVB	(Istanbul Convention & Visitors Bureau) İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu

ISES	(International Special Events Society) Uluslararası Özel Etkinlikler Topluluğu
JMIC	(Joint Meetings Industry Council) Ortak Toplantı Endüstrisi Konseyi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KUTO	Kuşadası Ticaret Odası
MEB	Millî Eğitim Bakanlığı
MPI	(Meeting Professional International) Uluslararası Toplantı Profesyonelleri
NATO	(North Atlantic Treaty Organization) Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
OECD	(Organisation for Economic Co-operation and Development) Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
PCO	(Professional Congress Organizer) Profesyonel Kongre Organizatörleri
SITE	(Society of Incentive Travel Executives) Teşvik Seyahat Yöneticileri Topluluğu
TUGEV	Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı
TURSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UIA	(Union of International Associations) Uluslararası Dernekler Birliği
Vb.	Ve benzeri
Vs.	Vesaire

GİRİŞ

Kongre turizmi, bilimsel bilgi alışveriş ihtiyacının artması ve mesleki eğitim ihtiyacı sebebiyle son yıllarda bireylerin ve kurumların daha fazla önem verdiği bir turizm alanı haline gelmiştir. Kongreler hem kamu hem özel sektör kuruluşlar tarafından düzenlenmektedir. Kongre turizmi kapsamında ulusal ve uluslararası kongreler yapılmaktadır. Uluslararası kongrelerde farklı ülkelerden delegelerin katılmasından kaynaklı daha kapsamlı ve büyük bütçeli kongreler yapılmaktadır. Uluslararası kongreler genellikle büyük şehirlerde yapılmakta, Türkiye’de ise İstanbul, Antalya, Ankara ve İzmir’de yapılması tercih edilmektedir. Ulusal kongreler ise yakınlık ve ulaşım imkanlarının kolaylığı açısından daha kısa süreli eğitimleri kapsar. Ulusal kongrelerde genellikle büyük şehirlerde yapılır. Ancak son yıllarda farklı bölgelerden illerimize doğru kayma eğilimindedir.

Turizm çeşitlerinden olan kongre turizminin, son yıllarda farkına varılma ve artış gösterme nedenlerinden en önemlisi bilgi alışveriş ihtiyacının artmasıdır. Bunun yanı sıra, kongre katılımcılarının tatil için gelen turistlere karşı yaklaşık 3 kat fazla harcama eğiliminde olması (TÜRSAB,2013:8), turizmin bu alanına daha fazla önem verilmesine olanak sağlamıştır. Kongre katılımcılarının gelir düzeyi yüksek meslek gruplarından olması, lüks tüketim eğiliminde olmaları, toplantı ve kongrelere genelde eş ve çocuklarıyla birlikte gelmeleri ve daha önce görmedikleri bir ülkeye veya şehre geldikleri zaman bu yeni yeri gezme ve görme istekleri neticesinde harcama düzeyleri yüksek miktarlara çıkabilmektedir. Ve tabii ki genellikle kongre ücretlerini katılımcıların çalıştıkları kurumları tarafından karşılanması da harcama miktarlarında daha rahat olmalarını sağlamaktadır.

Kongre turizminin yarattığı etkiler diğer turizm çeşitlerine göre azımsanmayacak derecede önemlidir. Kongre turizmi, kongrenin yapıldığı yerde ekonomik ve sosyo-kültürel etki yaratmaktadır. Kongre ekonomisinin esas noktası oteller olarak algılanmakta olsa da katılımcıların harcamaları tüm ekonomide hissedilmektedir. Bunun ana nedeni, kongre katılımcılarının sadece konaklama hizmetlerinden faydalanmakla sınırlı olmamalarıdır. Kongre katılımcıları ulaşım için aldığı uçak veya otobüs biletleri, kongre şehrinde konaklanılacak otele yapılan transfer, yapılan kültürel ve turistik geziler, yerli yiyecek- içecek işletmeleri ve hediyelik eşya dükkanlarına kadar birçok yerde harcama yapmaktadır.

Böylece kongre katılımcısı tüm ekonomiye katkı sağlar. Bunun yanı sıra uluslararası kongrelerde katılımcılar sayesinde yaratılan döviz kazancı da yadsınamayacak derecededir.

Kongre turizminin yarattığı ekonomik etki yanında doğrudan ve dolaylı istihdam yaratıcı etkisi de göz ardı edilemez. Başta organizasyonu üstlenen seyahat acentalarında olmak üzere, ulaşım için havayolu ve otobüs şirketlerinde, otellerde ve kongre yapılan şehrin kültürel ve turistik gezi sağlayan işletmelerinde ve bütün bu işletmelere malzeme üreten iş kollarında istihdam açığı yaratarak iş olanakları sağlamaktadır.

Turizmde üç ay yaz turizmi dışında kongrelerin yılın her zamanında özellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında yapılması turizmde mevsimselliği ortadan kaldırmaktadır. Kongre yapılacak şehirlerde kongre merkezlerinin kurulması, tarihi ve turistik yerlerin bakımının yapılması, şehrin alt yapılarına katkıda bulunulması sayesinde şehirleşme sürecine olumlu katkıları bulunmaktadır. Kongre turizminin son olarak kongre yapılan şehir ve ülkelere sosyal ve kültürel etkileri bulunmaktadır. Turizmin insan kaynaklı sosyal ve kültürel bir olay olmasından dolayı, kongreye bir başka ülke veya şehirden gelen farklı kültürlerle sahip delegeler, geldiği ülke ve şehirdeki etkileşime geçtiği bireyleri sosyo-kültürel açıdan etkilemektedir.

Bu çalışmanın ana konusu; ulusal ve uluslararası kongre turizminin özellikleri ve önemini açıklamak, turizm çeşitlerinden olan kongre turizminin ne kadar önemli ve üzerinde daha fazla durulması gereken bir alan olduğunu göstermektir.

Çalışmanın amacı; kamu ve özel sektörde çalışan ve kurumlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların tutumlarını analiz etmek ve karşılaştırmaktır. Kamu ve özel sektör kongre turizminin işi alış süreci, hazırlık süreci, organizasyon süreci ve kongre sürecinin tamamlanması aşamalarında önemli farklılıklar olmasa da katılımcıların kongre sonucu memnuniyet düzeylerindeki temel farklılıklar gözlenmektedir. Literatürde bu alanda fazla bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Özellikle kamu ve özel sektör kuruluşları arasındaki kongre turizmi karşılaştırılmasıyla ilgili yapılan ilk tez çalışması özelliğini taşımasından dolayı böyle bir araştırma literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde; kongre turizminin tanımı, tarihsel gelişimi, özellikleri, yararları, toplantı türleri, kongre turizminde örgütlenmeler, kongre turizminin etkileri ve kongre merkezleri ele alınmaktadır. Ayrıca Türkiye’de kongre turizmi ve Türkiye’nin kongre turizminde 2023 hedeflerine yer verilmiştir.

İkinci bölümde; kongre turizminin hazırlık sürecinde yapılan planlamaların ve faaliyetlerin, organizasyon sürecinde verilen hizmetlerin ve kongre sürecinin tamamlanmasındaki değerlendirme ve raporların üzerinde detaylı olarak durulmaktadır.

Üçüncü bölümde; kamu ve özel sektör kongre turizminin karşılaştırılması amacıyla yapılan uygulama çalışması yer almaktadır. Bu çalışmada, araştırma için yapılan anketler değerlendirilmiş, çalışma sonunda ise araştırmanın bulguları ve değerlendirmeler sunulmuştur.

Sonuç kısmında ise; araştırmadaki tüm boyutlar ele alınarak incelenmiş ve önerilerde bulunulmuştur.



1. BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ ÖZELLİKLERİ VE ÖNEMİ

1.1.Kongre Turizminin Tanımı

Kongre kavramının kökeni Latince “congressus”tur ve “toplanma, buluşma” anlamına gelmektedir. Ancak, A.B.D.’de parlamentonun bir bölümüne “kongre” ifadesi kullanılması sebebiyle, uluslararası kaynaklarda kongreler için büyük toplantı anlamı taşıyan “convention” ifadesi kullanılmaktadır (Karasu, 1985: 9).

İngilizce’de congress olarak ifade edilen kongre kavramı Türk Dil Kurumu (1998) sözlüğünde; “Çeşitli ülkelerden yöneticilerin, elçilerin, delegelerin katılmasıyla yapılan toplantı, bir kuruluşun temel sorunları konuşmak üzere belli sürelerle yaptığı genel toplantı, kurultay, ABD’de Temsilciler Meclisi ile Senatonun bir arada iken aldıkları ad” olarak tanımlanmaktadır (Acar ve Ünsal,2013: 193).

Kongre; ulusal veya uluslararasıda aynı veya farkı meslek gruplarına ait katılımcıların bilgi paylaşımında bulunmak, eğitim almak ve konuyu tartışmak gibi amaçlarla çağrılı olarak bir araya gelmeleridir (KUTO Dergisi: 5).

Turizm, sadece tatil, eğlence ya da iş amacıyla yapılan seyahatlerden ibaret değildir. Yapılan seyahatlerin bir başka nedeni de, bilimsel, teknolojik ve bilgi paylaşımı gibi amaçlarla kongre, konferans, sempozyum gibi çeşitli adlar altında yapılan toplantılara katılmaktır. Turizm çeşitleri arasında önemi artan bu tür faaliyetler, turizmde önemli bir yer kapsamaktadır ve “kongre turizmi” olarak adlandırılır (Çakıcı, 2004: 1).

Başka bir tanım ise, eğitim almak, bilgi edinmek ve fikirlerini tartışmak adına kişilerin ikamet ettikleri yerlerin dışına seyahat etmeleri, konaklama yapmaları ve buna ek olarak gezmek, geldiği şehri görmek, dinlenmek, öğrenmek gibi eğilimlerini tatmin etme olayıdır (Özen, 1986: 15,16).

Kurumların teknolojik, bilimsel, sanatsal, siyasal, dinsel gibi konular üzerine bilgi almak ve düşüncelerini tartışmak için zaman zaman düzenlenen seminer, kongre, toplantı vb. faaliyetlerin oluşturduğu turizm çeşididir (Uluslararası ve Batman, 2010: 247).

Kongre turizmi, genel turizmden bazı konularda farklılık gösterir. Örneğin, kongre turizmi genel olarak büyük ve gelişmiş şehirlerde veya bu şehirlerin yakın bölgelerinde yoğunlaşır. Sezon olarak, tatil turizmindeki gibi bir mevsimde yoğunlaşma görülmez. Yoğunlaşmalar olsa dahi her yıl farklılık gösterir. Ekonomik açıdan ise, katılımcıların harcamaları bir turistten çok daha fazla olmaktadır (Ayman, 2003: 7).

Kongre sektörü, turizm sektörünün en hızlı büyüyen turizm çeşitlerinden biri konumuna gelmiştir (Dragicevic, Stankov, Armenski ve Stetic, 2011: 67).

Kongre turizmi kısaca, insanların yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışında bilimsel bilgi paylaşımında bulunma ve mesleki bilgi edinme amacı ve isteğiyle seyahat ederek bir araya toplanıp konaklama ve çeşitli faaliyetler gerçekleştirme olayıdır (Şahinoğlu, 1998: 6).

Günümüzde kongre turizmi, turizm çeşitleri arasında büyük önem taşımakta ve gitgide daha da önemli hale gelmektedir. Nitekim kongre delegelerinin harcamaları, turizmde mevsimselliği ortadan kaldırma faktörü, şehirleşme sürecine olumlu katkıları ve otel ve şehirlerin yaz ayları dışında da canlanmaları gibi birçok sebeple göz ardı edilemeyecek konuma gelmiştir.

1.2.Kongre Turizminin Tarihsel Gelişimi

Kongre yönetiminin tarihine bakıldığında, insanların var olduğundan beri toplanma ve bir araya gelmelerin zaman zaman gerçekleştiği görülmektedir. Arkeologların yaptıkları kazılarda, insanların toplanıp avlanma stratejileri ve savaş planlarının yapıldığı ortak alanların varlığını gösteren kalıntılara rastlanmıştır. Bu ihtiyaç köy ve şehirlerin oluşumuna katkı sağlamıştır. Böylece bu alanlar geliştikçe, merkez haline gelerek ticaret yapmak ve sorunları tartışmak isteyen kişiler için toplanma yerleri olarak kullanılmaya başlanmıştır (Ayman, 2003:5).

Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) kayıtlarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 1681 yılında Roma'da tıp alanında yapılmıştır. Fakat uluslararası kongreler literatüründe 18

Temmuz 1914-9 Haziran 1915 tarihleri arasında yapılan Viyana kongresi modern anlamdaki ilk ve dünyanın en uzun kongresi olarak bilinmektedir (Özen, 1986: 12).

Kongreciliğin esas gelişimi, İkinci Dünya Savaşından sonra başlamıştır. Toplantılar, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra önemli derecede artış göstermiş, bilimsel açıdan geliştirilerek küresel bir yapılanmaya doğru gitmiştir. Uluslararası faaliyetlerin artması, örgütlenmeler ve eğitim ihtiyaçları, insanların daha sık bir araya gelmelerini sağlamıştır. Bu sebeplerle insanlar, bilgilendirilmek ve bilgi paylaşımında bulunmak ihtiyacı hissetmişlerdir. Ve böylece kişilerin benzer ihtiyaçlarını karşılamak için kongre, toplantı, eğitim ve seminer gibi olgular oluşmaya başlamıştır (Kara, 2007: 244).

Kongre turizmi tarihinde en ilgi çekici nokta, bu sektörün en hızlı ve en kapsamlı gelişim döneminin son 25 yılı kapsamasıdır. Bu hızlı gelişmenin, konaklama endüstrisi, havayolu endüstrisi, kongre merkezleri, kongre büroları ve toplantı teknolojileri gibi alanların gelişimine bağlı olduğu görülmektedir (Hoyle, Dorf ve Jones, 1995: 11).

Türkiye'nin, ilk gerçekleştirdiği uluslararası kongresi 1969 yılında "Dünya Uluslararası Kızıllaç Kongresi" ve "Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi"dir. Bu iki kongre her yönüyle başarılı bulunmuş ve takdir almıştır (Aydın, 1997: 23).

Türkiye'de kongre turizmi dünya çapında tanınmak, uluslararası alışverişin artması gibi hedeflerin yanı sıra bölgesel tesislerin atıl olmamasını, daha verimli kullanılmasını, turizmde mevsimselliği ortadan kaldırmasını, istihdam olanaklarının ve ekonomik olarak gelirlerin artmasını sağlamak gibi hedefleri de içerir. Bu sebeple kongreler, Türkiye turizmi için turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında çok önemlidir. Türkiye'de büyük şehirler özellikle İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara gibi yeterli kapasiteye sahip bölgeler kongre turizminde önemli bir konumdadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 23).

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA) tarafından yayımlanan ve 1963-2012 yılları arasında araştırılan "Uluslararası Toplantıların Modern Tarihi" raporuna göre, 1963 – 2012 yılları arasında yapılan uluslararası toplantı sayısı her yıl yaklaşık % 10 oranında artmıştır. Diğer bir ifadeyle, yapılan toplantıların sayısı her 10 yılda 2 kat artmıştır (KUTO Dergisi: 9).

1.3.Kongre Turizminin Özellikleri

Kongre turizminin önemli özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Kongre turizminde acentenin üstlendiği gerek hazırlık sürecinde gerekse organizasyon sürecinde destek personel alımları özellikle öğrencilere part-time çalışma alanı oluşması sayesinde istihdamı olumlu yönde etkilemektedir.
- Büyük kapsamlı katılımcılarla gerçekleştirilen kongre turizminin 37 sektör üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi bulunmaktadır (Özer, 2010: 11).
- Kongreler senenin her döneminde yapılması haricinde genellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında yoğunluk göstermekte dolayısıyla tatil turizmi mevsiminin sezon dışına denk geldiği için otellerin atıl kalan odaları açısından olumlu yönde etkilemektedir (Arslan, 2008: 8).
- Uluslararası kongre düzenlenmesi hem ülke açısından hem de yapıldığı şehir açısından tanıtım rolü üstlenmektedir.
- Kongre turizmi alanında önemli bir konuma sahip olabilmek için, ulaşım, altyapı, konaklama, işlevsel kongre salonları, güvenlik, personel, destek hizmetler gibi konularda belirli bir kalite ve standartta olmak gereklidir (Tavmergen ve Aksakal,2004: 34).
- Tatil turizminde geçerli olan “turistlerin mutlaka kişisel gelirlerini kullandıkları” ibaresi, kongre turizmi için geçerli değildir. Çünkü kongre turizminde genellikle kurumların düzenledikleri toplantılarda katılımcıların kongre harcamaları kurumları tarafından karşılanmaktadır (Akhmetov, 2007: 7).
- Kongre turizminin diğer turizm türlerinden ekonomik açıdan farkı, katılımcıların harcamalarının normal turist harcamalarına göre daha yüksek olmasıdır (Lee ve Josiam, 2004: 105). Uluslararası bir kongrede kayıt ücretinin kişi başı 500 Euro, diğer harcamaların da 900 Euro olduğunu düşünürsek, kongreye katılan her kişi geldiği ülkeye ortalama 1.600 Euro bırakmaktadır. Oysa tatil amaçlı seyahatlerde kişi

başı ortalama 650 Euro harcanmaktadır. Böyle basit bir kıyaslama yapıldığında kongre turizminin, tatil turizmine göre 3 kat daha kazançlı bir turizm çeşidi olduğu ortaya çıkmaktadır (Aker, 2013).

- Kongre turizminin diğer turizm türlerine göre sezonluk dalgalanma hassasiyeti daha azdır. Kongreler tüm yıla yayılan faaliyetler olmakla birlikte yılın bazı dönemlerinde yoğunluk yaratabilirler (Lee ve Josiam, 2004: 105). Kongreler genellikle ilkbahar ve sonbahar dönemlerinde tercih edilmekte bu sayede turizmde mevsimselliği ortadan kaldırmakla birlikte tüm yıla yayılmaktadır.
- Kongre turizmi şehirlere ve şehirde yaşayan yerlilere ekonomik etkiler dışında yaşam tarzını, geleneksel tutumları da ekleyerek sosyal ve kültürel etki de yaratmaktadır.
- Kongre turizminde, güçlü bir altyapı ve üstyapıya gereksinim vardır (Gülbahar, 2006: 66). Teknik donanımın güçlü ve sorunsuz olması kongre turizmi için önemli bir ihtiyaçtır (Yıldız, 2010: 20).
- Kongre turizmi; yapılacak kongrenin hazırlık ve organizasyon sürecinde gerekli olan davetiye hazırlanması ve dağıtımı, otelin seçimi, kongre merkezinin hazır hale getirilmesi, gala gecelerinin organizasyonu, transferlerin sorunsuz gerçekleştirilmesi, gezi programlarının hazırlanması gibi ayrıntılı ve profesyonel beceri gerektiren aşamaları içermektedir (Öner, 1997: 30-31).
- Kongre, seminer, sempozyum, toplantı gibi faaliyetler sonucunda şehri ve çevreyi gören katılımcılar gittikleri yerle ilgili memnuniyetlerini dile getirerek ülkenin ücretsiz tanıtımını çevrelerine yapmış olurlar ve başka insanların da merakını uyandırarak o ülkeyi ziyaret etmelerini sağlamaktadır (Khalilov, 2009: 33).

1.4.Kongre Turizminin Yararları

Kongre turizminin yararlarını şöyle sıralayabiliriz:

- Ülkeye döviz girdisi sağlar (Usta,1993: 96).

- Kongre turizmi içerdiği eğitim, sempozyum, seminer gibi eğitici programlar sayesinde katılımcıların kültür düzeyine ve bilgi birikimine katkı sağlar.
- Kongrenin yapıldığı ülkenin ve şehrin reklamının yapılması,
- Tatil turizminin azaldığı dönemlerinde faaliyet göstererek turizmin durgun sezonuna hareketlilik getirmesi (Pechlaner, Zeni ve Raich, 2007: 32),
- Kongrenin yapılacağı şehre, otele ve seyahat acentesine istihdam açığı yaratarak yeni iş gücü katılımını sağlamaktadır.
- Kongre organizasyonların yapılmasıyla artan sosyal ve kültürel olaylar nedeniyle şehirleşme sürecine olumlu katkılar sağlamaktadır.
- Kongre turizminde, bilimsel ve teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerle ilgili bilgi paylaşımı yapılmaktadır. İstatistiklere göre yapılan kongrelerin %43.1'i bilimsel toplantılardır (Dallı,1996: 95).
- Toplantılara uygun bulunan kongre otelleri, acenteler, seyahat acenteleri, ulaştırma kuruluşları yapılacak kongreler için tesislerini, kalitelerini daha iyi duruma getirmek için çalışırlar. Bu durum sadece kongreye gelen katılımcılar için değil, yerli halkın da yararınadır (Jubayeva, 2013: 16).
- Kongrenin yapılmasının yanı sıra diğer turizm endüstrisine de katkı sağlamaktadır.

Toplantılar, kongre turizminin asıl sebebini oluştursa bile kongre süreci sadece toplantıyı kapsamaz. Toplantı dışında kalan sürelerde alışveriş ve gezi gibi etkinlikler planlanmaktadır. Katılımcılar, kongre öncesi ve sonrasında da kalış sürelerini uzun tutmakta ve turistik faaliyetlerine devam edebilmektedir. Bu sebeplerle kongre turizminin diğer turizm türleri ile ilişkisi bulunmakta ve katkı sağlamaktadır (Çizel, 1999: 3).

Türkiye, artık sadece tatil turizmi olarak adlandırdığımız deniz, kum, güneş değil kültür ve kongre turizmi ile de fark yaratmaktadır. Büyükşehirlerimiz olan İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir, Bursa'da bulunan otellerin salonlarında ve kongre merkezlerinde fazlaca kongreyi gerçekleştirir hale gelmiştir. Tatil turizminde kişi başına harcama 600-700 dolar düzeyinde

iken bu rakamın kongre turizminde 2 bin -2 bin 500 dolar seviyesinde olması ülkeler için bu turizm alanının ne kadar cazip olduğunu ortaya koymaktadır. 2013 yılında Türkiye'ye kongre, seminer ve fuar için gelenlerin toplam sayısı 2.4 milyon olarak gerçekleşirken, kongre turizmi gelirlerinin ise 2.5 milyar doları aştığı görülmektedir (TÜRSAB, 2013: 1).

1.5.Kongre Merkezleri

Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği olan AIPC (Association Internationale des Palais de Congress) dünya genelindeki profesyonel kongre ve sergi merkezleri yöneticileri için kurulmuş bir sektör birliğidir. AIPC, eğitim, araştırma ve iletişim ağı programları aracılığıyla yüksek standartlara ulaşmak için gerekli araçları sağlarken kongre merkezi yönetimi için de gerekli tanıtım ve teşvikleri sunmaktadır (<http://www.aipc.org/>).

Kongre binalarının çoğu yalnız kongrelere ev sahipliği yapmak üzere değil, tiyatro, konser gibi kültürel faaliyetleri de barındırmak veya sergi salonu üniversite, eğitim kurumları bünyesinde olmak üzere yapıldığı söylenebilir. Kongre merkezlerinin yapılmasının birinci amacı, sadece kar marjı yerine kongreleri o bölgeye çekerek daha fazla yarar sağlama düşüncesidir. Bu da yöreyi ekonomik açıdan canlandırıp kongre merkezinin bakımı için harcanan miktarı dengeler. Kurumlar tarafından gerçekleştirilen ve kongrelere hizmet sağlayan oteller, hem başka merkezlerde toplantılara katılım sağlayan kişilere hem de kendi salonlarında gerçekleştirdikleri kongrelerin katılımcılarına konaklama hizmeti vermektedir (Oktay, 1997: 64).

Kongrelerin gerçekleştiği merkezlerde ışıklandırmanın en uygun şekilde yapılması, teknik donanımına sahip olması, havalandırılması ve ısıtılması en önemli hususlardandır. Kongre yapılacak bir salonda veya merkezde bulunması gerekenler şöyle sıralanabilir (Oktay. 1997: 66) :

- Toplantı salon ve odaları,
- Genel mekanlar (giriş salonu, resepsiyon, kayıt alanı, restoran vs.)
- Ofisler (tercüme, mütercimlik büroları vs.)
- Teknik servisler

- Çalışma odaları (doküman basım, çoğaltma, ses kayıt odaları vs.)

Kongre merkezleri olarak, üniversitelerin konferans salonları, otellerin toplantı salonları ve merkezi yerlerde yapılmış olan kongre salonları tercih edilse de etrafında konaklama imkanı olan bütün yerleri kongre merkezi olarak kullanılabilmesi düşüncesi dünyada yaygınlaşmaktadır. Tarihsel yerler, eski binalar, büyük sayıdaki insanları içinde barındırabilecek hemen hemen bütün alanlar bu kapsama girebilmektedir (Enes, 2013: 15).

Otellerin giderek büyümesi ve içinde çoğu alanı barındırması sonucu sahip olduğu toplantı salonları genel olarak bir bölgenin sahip olduğu kongre ve toplantı merkezlerinin büyük kısmını oluşturmaktadır (Weber ve Chon, 2002: 4-5).

Bunun neticesinde genellikle kongre katılımcılarının ve kongre başkanlarının toplantı salonlarının konaklayacakları otelden uzakta olmasını istememesi ve bu sebeple organizatörlerin kongre merkezi olarak daha çok otellerin kongre salonlarını tercih etmesine hatta çoğunlukla kongre salonlarının uygunluklarına göre otel seçmesine neden olmaktadır.

1.6.Kongre Turizminde Toplantı Türleri

İnsanların var olduğundan beri toplantılar, tartışmak, iletişim kurmak, bilgi paylaşımında bulunmak adına düzenlenmekte ve kongre, seminer, sempozyum gibi isimler altında yapılmaktadır. Teknik açıdan baktığımızda bu türlerin küçük de olsa birbirinden farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Fakat farklılıkları ne olursa olsun ortak amacının toplanma ihtiyacından doğduğu ve insanların yer değiştirmelerini sağladığı açıktır. Literatüre baktığımızda toplantı türlerinin pek çok kaynakta birbirlerinin yerine kullanıldığını, çoğu zaman da kongre kelimesinin tüm bu türleri kapsayacak şekilde kullanıldığını görmekteyiz (Mustafazade, 2015: 17).

Katılımcı sayısı göz önünde bulundurarak yapılan sınıflandırma Çizelge 1.1'deki gibidir:

Çizelge 1. 1.Katılımcı Sayısına Göre Toplantı Türleri

Katılımcı Sayısı 50 Kişiye Kadar	50–300 Katılımcı	300 Katılımcı Üzeri
-Seminer -Kolokyum -Workshop -Panel -Komisyon Toplantıları -Denetim -Yuvarlak Masa Toplantıları	-Genel Kurul -Konferans -Sempozyum -Zirve	-Kongre -Genel Kurul

Kaynak: Çakıcı, 2012: 4

Birden fazla katılımcının ortak bir amaç uğruna bir araya geldiği toplantı türleri şu şekilde açıklanabilir (M.E.B., 2011: 5-6) :

Seminer: Herhangi bir bilim alanındaki gelişmeleri, araştırmaları kişilere tanıtmak ve açıklamak amacıyla düzenlenen bilimsel toplantılardır. Ortalama 20 ila 50 arasında katılımcı bulunmaktadır.

Kolokyum: Belirli bir bilimsel konuyu tartışmak amacıyla bir araya geline toplantılardır. Araştırma yapan kişiler bir araya gelerek konunun araştırmacılar tarafından sunulması şeklinde toplantı ilerler. Genellikle 50 kişinin altında katılımcı sayısı ile gerçekleştirilir. Kolokyumun sözlükteki karşılığı, “bilimsel bir sorunun ya da siyasal, ekonomik, diplomatik sorunların ele alındığı, tartışıldığı bilimsel toplantı” şeklinde açıklanmaktadır.

Panel: Çoğunlukla katılımcı sayısı 6 olan, bir panel yöneticisinin bulunduğu, katılımcıların sıra ve zaman sınırlaması içinde konuştuğu, dinleyiciler önünde yapılan ve gerektiğinde dinleyicilerinde aktif olabildiği toplantılardır.

Forum: Sözlükteki karşılığı, “bir konuda düzenlenmiş olan, konuşmacıların yanı sıra dinleyici durumundaki kimselerin de söz alabildiği toplantı” şeklindedir.

Konferans: Bilimsel, mesleki ve teknik konularda alanında uzman kişiler tarafından araştırmalarını aktarmak ve bilgi vermek amacıyla gerçekleştirilen uzun toplantılardır. Katılımcı sayıları 50 ile 300 kişi arasında olabilmektedir.

Sempozyum: Panelin birden fazla gerçekleştirilmesiyle sempozyum oluşturulmuş olur. Herhangi bir konuda fikirlerini beyan etmek amacıyla katılımcıların bir araya gelmesiyle ve konuyla ilgili sunumlarını yaparak tartışmalarıyla ilgili toplantılar olmaktadır.

Kongre: Hem ulusal hem de uluslararası düzenlenen, bilimsel, mesleki, teknik gibi her konuda karşılıklı bilgi paylaşımının olduğu, 300 kişi ve fazlasının katılım yarattığı toplantılardır.

Workshop (Çalıştay): Uzman kişiler tarafından genellikle 3-4 günlüğüne toplanılan katılımcıların belirli konular üzerinde bilgilerini tartıştıkları, sorunlara çözüm üreterek ortak karar aldıkları toplantılardır (<http://egitimbilimlerinotlari.com>).

Çizelge 1. 2.Katılımcı Sayısına Göre Ulusal ve Uluslararası Toplantı Büyüklükleri (2015-2016)

	Ulusal Toplantılar		Uluslararası Toplantılar	
Katılımcı Sayısı	2015	2016	2015	2016
500'den az	70,6%	82,1%	61,8%	77%
500-1000	21,7%	11%	25,2%	12%
1000-2500	7%	5,1%	10,6%	7%
2500 üzeri	0,7%	1,8%	2,4%	4%
TOPLAM	100%	100%	100%	100%

Kaynak: Ünal, 2017: 8

Katılımcı sayısına göre 2015 ve 2016 yıllarında yapılan ulusal ve uluslararası toplantıların büyüklükleri Çizelge 1.2’de yüzde olarak gösterilmektedir. Çizelge 1.2’ye baktığımızda hem ulusal hem de uluslararası toplantılarda 500 kişiden az katılımcı sayısına sahip toplantıların diğerlerine oranla fazlaca yapıldığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak, büyük toplantıların

ve yüksek sayıdaki kişilerin organizasyonunu gerçekleştirmenin zorluğu, adaylık süreçlerinin zahmetli geçmesi gibi faktörler söylenebilmektedir.

1.7.Kongre Turizminde Örgütlenmeler

Kongre turizmi alanında faaliyet gösteren farklı ve çok sayıda kuruluş mevcuttur. Bu kuruluşların sayıları artmakla birlikte faaliyet alanlarını da genişletmektedirler. Mesleki kuruluşların amacı, kongre turizminde standartları oluşturmak, rekabet avantajı sağlamak, sektörün gelişimini sağlamak, etkinlikleri ve kaliteyi arttırmak gibi unsurlardır. Bugün dünya genelinde sayısız denilebilecek kadar çok oluşum vardır (Çizel, 1999: 28).

Kongre turizmindeki mesleki kuruluşların en önemli görevleri, ülkenin ve şehrin tanıtımını yaparak en iyi şekilde pazarlanmasını mümkün kılmak, olası sorunları gerçekleşmeden ortadan kaldırmak, faaliyet gösteren kuruluşlar arası koordinasyonu sağlamak ve kongrelere destek vermektir. Bu mesleki kuruluşlar kongre düzenlemek ve yapmak yerine bu kongreyi düzenleyenlere destek verir (Mustafazade, 2015: 49).

Örgütlenmeleri üç grupta inceleyebiliriz:

1. Kongre Büroları
2. Profesyonel Kongre Organizatörleri
3. Uluslararası Kuruluşlar, Birlikler ve Dernekler

1.7.1. Kongre Büroları

Kongre büroları, kongre turizmi için önemli bir yere sahiptir. Büroların faaliyete başlaması ve bugünkü haline kavuşması uzun süreli bir gelişimin sonucudur. Başlangıçta, oteller kendi hizmetlerinin reklamını kendileri yapmakta ve çevre imajını destekleyici faaliyetlere katılım gösterme halindeydiler. Bunun sonucunda yapılan toplantıların ekonomik getirisinin fazla olduğunun farkına varan yerel yönetimler ilk defa Detroit'te tam gün bu işlerin takibi için kişiler çalıştırmaya başlamışlardır. Bu yaklaşım, daha sonra çok popüler olmuş ve diğer şehirler tarafından da benimsenmiştir. Kongre büroları, Atlantik'te 1908, Denver'de 1909 ve Los Angeles'te 1910 yıllarında kurulmuştur. Turizm büroları ve profesyonel birliklerin gelişmesi ve bu alanda yapılacak toplantıların yönetilmesinde duyulan ihtiyaç sebebiyle kongre büroları ortaya çıkmıştır (Arber, 2008: 18).

Kongre büroları ulusal, yerel ve bölgesel olarak kurulmuş ve kongre turizmini tanıtmak ve faaliyetlerini arttırmak amacı taşıyan kuruluşlardır. Kongre turizminin bilinirliğinin artmasındaki en önemli araç kongre bürolarının kurulması ve faaliyete geçmesidir. Bunun sonucunda kongre turizminin tanıtımda önemli rol oynayan Convention Bureau (Kongre Büroları) büyük önem kazanmıştır. Dünya genelinde her ülkeyi, her şehri ve her bölgeyi tanıtan ve reklamını yapan kendi kongre bürolarının olduğunu görmekteyiz (Çizel, 1999: 29).

Henüz kongre turizmi ile ilgili çok fazla faaliyet gösterememiş, gösterse bile reklamını çok fazla yapamamış, uluslararası pazarda çok fazla bilinmeyen yerlerde ve durumlarda kongre bürolarının kurulması ihtiyacı doğmaktadır. Kongre turizmi ile ilgili stratejilerin belirlenmesi, güçlü ve zayıf yönlerin ortaya konulması, zayıf yönlerin iyileştirilerek güçlü yönlerin korunmaya devam edilmesi, tanıtımın yapılmasına yönelik neler yapılacağının düşünülmesi gibi unsurlar kongre bürolarının faaliyet alanları içerisinde (Ersun ve Aslan, 2009: 91-92).

Kongre ve ziyaretçi bürolarının faaliyet alanlarında sadece reklam ve tanıtım bulunmamaktadır. Pazarlamanın yanı sıra kongre turizminde tarafların ve kurumların arasında işbirliğinin sağlanması, hizmet kalitesinin geliştirilmesi, imaj geliştirme, finansman kaynaklarının belirlenmesi gibi kongreyle ilgili çoğu durumlarda faaliyet göstermektedir.

Uluslararası platformda bakıldığında artık günümüzde 880'i aşkın Kongre ve Ziyaretçi Büroları (CVB) hizmet vermektedir. CVB'ler kar amacı gütmeyen ve aynı zamanda tarafsız kuruluşlardır. Büroların yapılanmaları ve çalışma disiplinleri bulundukları ülke, bölge ya da şehirlerin turizm politikalarına, yasal mevzuatlarına ve sektörel dinamiklerine göre şekillendiğinden değişkenlik gösterebilmektedir. Ancak amaçları aynıdır. CVB'ler pazardaki kongre alıcılarını, organizatörlerini belirler ve kongre bölgesindeki tedarikçilere, ürün ve hizmet sağlayıcılarına iş alternatifi ve rekabet ortamı sağlar. Bu bağlamda CVB'lerin öncelikli görevleri şöyledir (<http://tr.icvb.org.tr>) :

1. Kongre bölgelerinin turizm alt yapısının gelişmesiyle ilgili tüm organizasyonları, kurum ve kuruluşları bir araya getirmek,
2. Uluslararası toplantı sektörüne kongre bölgesiyle ilgili bilgi akışı sağlayarak, çatı örgüt özelliği üstlenerek tanıtım ve pazarlama yapmak

3. Kongre bölgesinin uluslararası toplantı ve kongre pazarındaki iş potansiyelini artırmaktır.

Kongre büroları şu faaliyetleri de içermektedir (Gartrell, 1994: 20-22):

4. Ülkenin ve bölgenin kongre turizmi adına tanıtımının yapılması
5. Ulusal ve uluslararası kongre turizmi pazar durumu hakkında bilgilendirmesi
6. Kongre turizmi ile ilgili derneklere üye olması ve üyelerini bu alanda temsil etmesi
7. Danışmanlık hizmeti vermesi
8. Eğitimlerin düzenlenmesi
9. Tanıtım faaliyetleri adına bilgi ve broşürlerin basılması
10. Bu üyeler ve birlikler arasında koordinasyonu sağlaması.

Kongre bürolarının kendi üyeleri ve kongre düzenlemek isteyen kuruluşlar olarak iki muhatabı vardır. Kongre büroları bu iki taraf arasında koordinasyonu sağlamaktadır. Kendi üyelerinin imkanlarını ve kongre düzenleyicilerinin isteklerini öğrenip kongre büroları iki tarafı bir araya getirmektedir. Burada amaç, bir tarafın imkanını ve diğer tarafın isteklerini tam olarak öğrenerek ve iki tarafında çıkarlarını koruyarak bu çift taraflı sorumluluğu gerçekleştirmektir. Ancak bunu yapabilmenin en adaletli yolu, etkili bir araştırma yapılmasını ve faaliyetlerin sürdürülmesinde bağımsızlığın korunmasını gerektirir (Ha ve Love, 2005: 44).

Kongre bürolarının faaliyetleri gerçekleştirmek adına gerekli finansmanın sağlanması daima sorun olmuştur. “International Association of Convention and Visitor Bureaus (IACVB – Kongre ve Ziyaretçi Büroları)’nin Finansal Araştırma Raporu’na göre kongre bürolarının kaynaklarının %82’si kamu ve %18’i özel sektör tarafından sağlanmaktadır. Bunun sebebi, fonların birçoğunun kongre büroları aracılığı ile satılan otel doluluk oranları veya otel odaları üzerinden alınan vergilerden (%65) elde edilmesidir” (Arslan, 2008: 75).

Dünya’da sayıları giderek artan kongre merkezleri şu anda 5000’den fazla sayıdadır. Kongre merkezlerinin giderek artmasının en büyük nedenlerinden biri, uluslararası kongre organizatörlerinin doğrudan ticari kuruluşlarla kongre veya toplantı yapmak yerine kongre ve ziyaretçi bürolar aracılığıyla bu organizasyonları gerçekleştirme isteğinde olmalarıdır (Ersun ve Arslan, 2009: 92).

Mintel (2005)'e göre; “Uluslararası Destinasyon Pazarlama Örgütleri Birliği (DMAI) verilerine göre kongre ve ziyaretçi bürolarının çoğu (%64), bağımsız örgütlerdir. Yerel veya merkezi yönetime bağlı olarak çalışan büroların oranı %20 civarında, bir ticaret odasına bağlı olan veya odanın bir departmanı gibi çalışan büroların oranı ise %5 civarındadır. Üye bazlı kongre ve ziyaretçi bürolarının tipik üye kompozisyonu içinde konaklama işletmeleri %22, kültürel çekicilikler ve enstitüler %18, etkinlik hizmetleri veya hizmet sağlayıcıları %18, restoranlar %17, perakendeci işletmeler %11 ve diğerleri %14 oranında yer tutmaktadır” (Mintel, 2005).

Türkiye’de ilk kongre bürosu 1997 yılında İstanbul’da ICVB adı altında kurulmuştur. İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (Istanbul Convention & Visitors Bureau – ICVB) , 1997 yılında kar amacı gütmeyen tarafsız bir şehir tanıtım ve pazarlama örgütü olarak TUGEV (Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı) bünyesinde kurulmuştur. Kuruluş amacı “Türkiye ve özellikle İstanbul’un kongre, konferans, fuar ve sergileme olanaklarını yurt dışında ve içinde tanıtır pazarlamasına yardımcı olmak sureti ile kongre ve konferans sektörünü özendirmek, kentin ve ülkenin tanıtımına katkıda bulunarak turizmin geliştirilmesini sağlamak” tır (<http://tr.icvb.org.tr>).

1.7.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri

Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO) yapılan kongrede, kongrenin başlangıcından bitimine kadar tüm işler için hazırlık yapan, işleri koordine eden ve tüm maddi kaynakları harekete geçiren kişiler veya kurumlardır. PCO’lar kongre organizasyonun alımından bitimine kadar yer alan tüm organizasyonu düzenleyen ve uygulayan kuruluşlardır. Kongre organizatörleri süreçteki tüm bu hizmetlere göre fiyatı belirlemektedirler (Aymankuy, 2010: 40).

Bunlara ek olarak profesyonel kongre organizatörleri görevleri şu şekilde sıralanabilir (Swarbrooke ve Horner, 2007: 43) :

- Ön bütçe hazırlanmasında yardımcı olmak,
- Bütçeyi hazırlamak,
- Organizasyon sürecini ayarlamak,
- Organizasyon sürecindeki çalışmalara yardımcı olmak,

- Sponsora ihtiyaç varsa sponsor bulmak,
- Kongre merkezi yerini ayarlamak,
- Hizmet gerçekleştirecek kişiler ve kurumlarla bağlantı kurmak,
- Sekretarya faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- Kongre katılımcıları için kayıt sistemi kurmak,
- Bilimsel ve mesleki programların takibini sağlamak,
- Kongreye katılacak konuşmacılarla bağlantı gerçekleştirmek,
- Katılımcıların her bir sorunu için halkla ilişkiler sağlamak,
- Havayolları ile bağlantı kurarak anlaşma yapmak,
- Kongre katılımcılarının transferini sağlamak.

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

- Kongre Öncesi Faaliyetler: Kongrenin planlanması ve kongre faaliyetlerinin hazırlanması aşamasındaki faaliyetlerdir.
- Kongre Zamanı Faaliyetler: Kongrenin gerçekleşme zamanında yapılan toplantı ve eğitim faaliyetleridir.
- Kongre Sonrası Faaliyetler: Kongre bittikten sonra toparlanma ve işi sonlandırmak için yapılan faaliyetlerdir.

Günümüzde profesyonel kongre organizatörlerinin yanında seyahat acenteleri de kongre turizmine yönelmeye ve kongre organizasyonları gerçekleştirmeye başlamışlardır. Seyahat acenteleri de tıpkı profesyonel kongre organizatörleri gibi organizasyonun gerçekleştirilmesi için gerekli hazırlıklara ve süreçlere dahil olmaktadır. Kongre merkezlerinin seçilmesi, hazırlanması, halkla ilişkilerin sağlanması, katılımcıların transferlerin sağlanması, kongre dışında kalan zamanlarda şehir turları gibi konular üzerinde faaliyet göstermektedirler (Erdoğan, 2006: 67-68).

Son yıllarda kongre trafiğinde yön değiştirmelerin başladığını görmekteyiz. Bu yön değiştirme şekli yıllardır kongre yapılan yöre ve merkezlerin yerini yeni merkezlerin, yeni yöre ve mekanların alması şeklinde olmuştur. Böylece uluslararası ve ulusal kongrelerde değişik ve farklı yerlere ilgi artmıştır. Bu gelişmede teknolojinin büyümesi ve hayatımıza etki etmesi de önemli rol oynamaktadır. Bunun sonucunda profesyonel kongre organizatörleri yeni merkez ve yöre arayışı içine girdiler. Fransa, İngiltere gibi klasik kongre

merkezleri yerini, Mısır, Kanarya Adaları, Korsika, Gambiya, Gürcistan gibi güneşli, egzotik ve değişik kültürlerle sahip yeni yerlere bırakıyor. Türkiye’de tercih edilmeye başlanan ülkeler arasında yerini almaya başlamıştır (Gürdal, 1998: 4-5).

Kongreler dünyada genellikle, profesyonel kurumlar ve kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Devlet kurumları, özel kuruluşlar, seyahat acenteleri ve oteller ile işbirliği içerisinde olan profesyonel kongre organizatörleri hızlı bir gelişim ve büyüme içerisine girmişlerdir (TÜR SAB, 2013: 13).

1.7.3.Uluslararası Kuruluşlar ve Birlikler

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: 13).

Uluslararası kongreleri yönlendiren ve pazarlayan pek çok kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar yayınladıkları yazılarda sadece kendilerine üye kuruluşları tanıtmakta ve sadece kendi üyeleri hakkında olumlu tavırlar sergilemektedirler (Karasu, 1990: 34).

Uluslararası düzeyde faaliyet gösteren örgütler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (International Congress and Covention Association – ICCA)
- Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (International Association of Professional Congress Organisers – IAPCO)
- Uluslararası Dernekler Birliği (Union of International Associations – UIA)
- Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (International Association of Congress Centers – AIPC)
- Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (Destination Marketing Association International – DMAI)
- Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği (International Association of Conference Interpreters – AIIC)
- Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (Meeting Professional International – MPI)

- Incentive (Teşvik) Seyahat Yöneticileri Topluluğu (Society of Incentive Travel Executives – SITE)
- Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği Avrupa Federasyonu (The European Federation of the Association of Professional Congress Organisers – EFAPCO)
- Kongre Kiralama Ağı (Congress Rental Network – CRN)
- Ortak Toplantı Endüstrisi Konseyi (Joint Meetings Industry Council – JMIC)
- Uluslararası Özel Etkinlikler Topluluğu (International Special Events Society – ISES)

Aşağıda bu kuruluşların en önemlileri ve büyükleri ayrıntılı olarak incelenecektir.

1.7.3.1.Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (ICCA)

Dünya çapında kongre turizmindeki tüm değişiklikler ve gelişimler Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (International Congress and Covention Association - ICCA) ile Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) tarafından takip edilmektedir. Bu iki kuruluş, gerçekleştirilen kongrelerin her türlü dökümlerini ve bilgilerini sağlarlar ve bunlarla ilgili haber bültenleri düzenlerler (Arslan, 2008: 17).

Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (ICCA), seyahat acenteleri tarafından 1963 senesinde kurulmuştur. Ana hedefleri, kongre ve toplantı turizmine yönelik bilgi paylaşımında bulunularak geleceğe yönelik olumlu hareketlerde bulunmaktır. Üyelik yalnızca kongre turizmi ile ilgilenen seyahat acentelerine yönelik değil, toplantı sektörüne bağlı ulaşım, nakliye, maliye, konaklama, yeme-içme gibi her bir kuruluşa açıktır. 100 ülkeden 1000'i aşkın üyesi ile uluslararası toplantı sektöründe en geniş kapsamlı organizasyondur. ICCA Hollanda merkez ofisi olmak üzere ABD, Malezya, Güney Afrika ve Uruguay'da ofisi olan bir kuruluştur. Türkiye'de de çeşitli üye kurum ve kuruluşları vardır (<https://www.iccaworld.org>).

Aşağıda verilen Çizelge 1.3'de ICCA 2016 verilerinden en fazla kongre düzenleyen 20 şehir listelenmiştir. Verilere baktığımızda, Paris, kongre ve toplantının en fazla yapıldığı şehir olarak görülmektedir.

Çizelge 1. 3.2016 Yılı En Fazla Kongre Düzenleyen 20 Şehir

Sıra	Şehir	Kongre Sayısı
1	Paris	196
2	Viyana	186
3	Barselona	181
4	Berlin	176
5	Londra	153
6	Singapur	151
7	Amsterdam	144
8	Madrid	144
9	Lizbon	138
10	Seul	137
11	Prag	126
12	Bangkok	121
13	Dublin	118
14	Kopenhag	115
15	Pekin	113
16	Budapeşte	108
17	Buenos Aires	103
18	Stockholm	101
19	Hong Kong	99
20	Roma	96

Kaynak: <http://www.tuyed.org.tr>

ICCA verilerine göre Paris, 2014 yılında listede birinci sırada olduğu gibi, 2016'da da 196 toplantı yaparak birinci sıraya yerleşmiştir. Paris 2015 yılının 195 kongreye ev sahipliği yaparak birinci olan Berlin'i geçerek 2016 yılının birincisi konumuna gelmiştir. En fazla kongre çeken listedeki ilk 5 sıralamanın yerleri değişse de şehirler değişmedi. 2016 yılının listesinde en fazla kongre çeken şehirlerde Paris bulunmaktadır. İkinci sırayla Viyana,

üçüncü sırayla Barselona, dördüncü sırayla Berlin ve beşinci sırayla Londra takip etmektedir (<http://www.tuyed.org.tr>).

Çizelge 1. 4.2016 Yılı En Fazla Kongre Düzenleyen 20 Ülke

Sıra	Ülke	Kongre Sayısı
1	ABD	934
2	Almanya	689
3	İngiltere	582
4	Fransa	545
5	İspanya	533
6	İtalya	468
7	Çin	410
8	Japonya	410
9	Hollanda	368
10	Kanada	287
11	Portekiz	287
12	Avusturya	268
13	Güney Kore	267
14	İsveç	260
15	Brezilya	244
16	Avustralya	211
17	Polonya	195
18	Belçika	194
19	Arjantin	188
20	İsviçre	184

Kaynak: <http://www.tuyed.org.tr>

Yukarıda verilen Çizelge 1.4'te ICCA 2016 verilerinden en fazla kongre çeken 20 ülke listelenmiştir. ICCA verilerini incelediğimizde, dünyada en fazla kongre yapan ülkeler

listesinde ilk 10'un aynı kaldığını sadece sıralamanın değiştiğini görmekteyiz. Listenin başında ABD'nin 934 kongre yaparak sıralamada birinci ülke olarak karşımıza çıktığını görmekteyiz. ABD'yi 689 toplantı ile Almanya ikinci sırada, 582 toplantı ile İngiltere üçüncü sırada, 545 toplantı ile Fransa dördüncü sırada ve 533 kongre ile İspanya beşinci sırada izlemektedir (<http://www.tuyed.org.tr>).

Çizelge 1. 5.Yıllara Göre Türkiye Kongre Sayısı & Sıralaması (1999- 2016)

	Kongre Sayısı	Dünya Sıralaması	Avrupa Sıralaması
1999	41	33	19
2000	35	34	20
2001	52	31	17
2002	51	34	19
2003	61	31	18
2004	80	31	18
2005	93	27	16
2006	98	28	17
2007	105	25	16
2008	98	28	18
2009	118	25	16
2010	160	20	12
2011	159	23	13
2012	179	21	12
2013	221	18	10
2014	190	19	11
2015	211	18	11
2016	103	37	20

Kaynak: <http://tr.icvb.org.tr>

ICCA uluslararası kongre ve konvansiyonlar derneğinin 2016 yılı kongre istatistik raporunda bulunan yıllara göre Türkiye kongre sayısı ve dünya sıralama tablosu aşağıdadır. Bu rapora göre Türkiye 1999-2016 yılları arasında en yüksek 221 kongre gerçekleştirerek dünya 18.si olmuştur. 2016 yılında ise kongre yapma sayısı olarak 103 kongre ile dünya 37.si konumundadır.

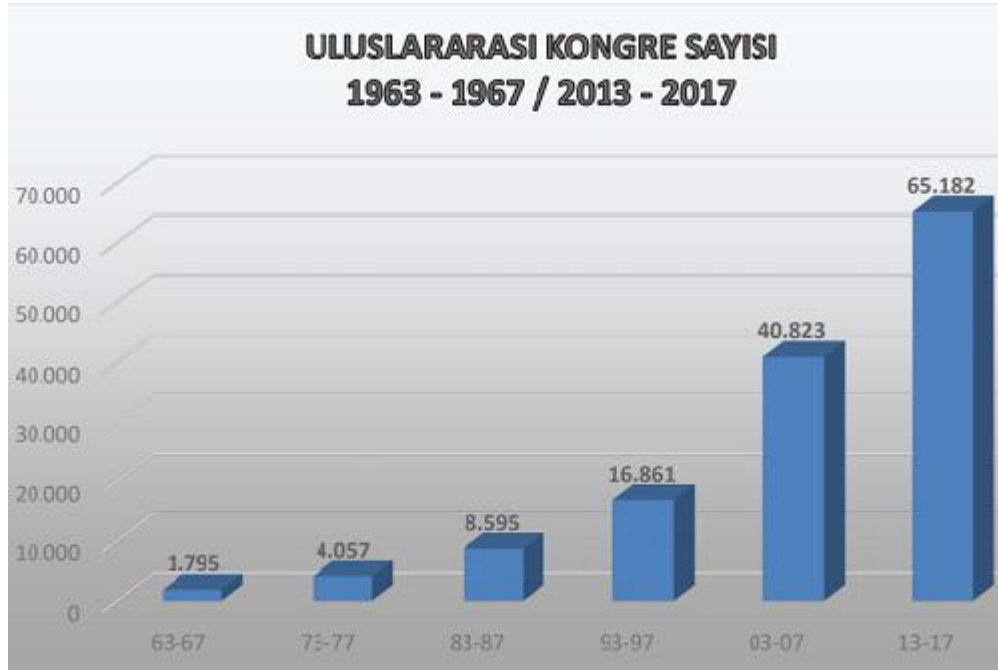
Çizelge 1. 6.Yıllara Göre İstanbul Kongre Sayısı & Sıralaması (1999- 2016)

	Kongre Sayısı	Dünya Sıralaması	Avrupa Sıralaması
1999	23	38	22
2000	27	36	21
2001	34	26	17
2002	33	34	22
2003	45	20	16
2004	52	25	18
2005	57	24	19
2006	73	15	12
2007	70	17	12
2008	72	17	12
2009	80	17	13
2010	109	7	6
2011	113	9	8
2012	128	9	8
2013	146	8	7
2014	130	9	8
2015	148	8	7
2016	62	39	23

Kaynak: <http://tr.icvb.org.tr>

ICCA verilerinin 2016 yılı kongre istatistik raporu yıllara göre İstanbul kongre sayısı ve dünya sıralama tablosu aşağıdadır. Bu rapora göre İstanbul 1999-2016 yılları arasında en fazla 2015 yılında 148 kongreye ev sahipliği yapmıştır. İstanbul, 2016 yılında ise 62 kongre ile dünya 39.su konumundadır.

Şekil 1.1 'de 1963 yılından itibaren 5 yıllık, yıllara göre uluslararası kongre sayısı gösterilmektedir. ICCA verilerine göre her yıl ortalama yüzde 10 oranında büyüme gösteren kongre turizminde, son 5 yıllık dönem olan 2013-2017 arasında düzenlenen uluslararası kongre sayısı 65.182'ye ulaştığı görülmektedir.



Kaynak: <https://www.turizmgunlugu.com>

Şekil 1. 1.Uluslararası Kongre Sayısı (1963-2017)

Uluslararası kongre turizminde konularına göre en çok etkinlik düzenlenen alana baktığımızda, en yüksek payı tıp alanının oluşturduğunu görmekteyiz. Tıp alanında 2017 yılında düzenlenen uluslararası kongre veya toplantı sayısı 2 bin 680 olurken, ikinci sırada 2 bin 340 kongre sayısı ile teknoloji alanı vardır. Teknoloji alanındaki kongreleri bilim alanındaki etkinlikler takip etmektedir. Şekil 1.2'de 2017 yılında konularına göre gerçekleşen kongre sayısı grafik halinde gösterilmektedir.



Kaynak: <https://www.turizmgunlugu.com>

Şekil 1. 2.Konularına Göre Uluslararası Kongre Sayısı

1.7.3.2.Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO)

Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (International Association of Professional Congress Organisers - IAPCO) 1968 yılında kurulmuştur ve günümüzde bünyesinde 41 ülkeden 116'dan fazla profesyonel toplantı, etkinlik ve kongre organizatörü kurumunu barındırmaktadır. 2016 yılı itibarıyla üye sayısı 3 milyondan fazla kişiye ulaşan IAPCO üyeleri 5 milyar eurodan fazla iş hacmine sahiptir. Yılda 8 bini aşan toplantıyı organize eden IAPCO üyeleri, toplantı endüstrisinin hizmet standartlarını ve kaliteyi yükseltmeyi amaçlamaktadır (<http://www.turizmdebusabah.com>).

IAPCO, üyeleri ve kongre turizmi sektöründe diğer hizmet verenler arasında iletişimin sağlanması aracılığıyla hizmet kalitesinin yükseltilmesi amacını taşımaktadır. IAPCO yıllık esasa dayalı şekilde faaliyetleri izlenen dünya genelinde üyelere sahiptir. IAPCO, İsviçre'de kayıtlı olan ve profesyonel kongre organizatörleri ve uluslararası toplantı yöneticileri için bir meslek birliğidir.

IAPCO'nun amaçları şunlardır (<https://www.tbmm.gov.tr>) :

- Kongre turizmi mesleğinin ilerlemesine ve gelişmesine yardımcı olmak,

- Kongrelerin, konferansların ve diğer tüm toplantıların düzenlenmesi ve gerçekleşmesindeki mesleki standardı iyileştirmek,
- Kongrelerin teorik ve pratik yönleri hususlarında çalışmalar gerçekleştirmek ve bu çalışmaları teşvik etmek,
- Profesyonel toplantı organizatörlerinin karşılaştığı problemlere çözüm üretmek ve bu çözümlere ilişkin araştırma yapmak,
- Organizatörler arasındaki iletişimi sağlamak,
- Eğitim kursları programları geliştirmek,
- Profesyonel Kongre Organizatörleri için forum düzenlemek,
- Bilgi ve deneyim alışverişi konusunda üyelerine olanaklar sağlamaktır.

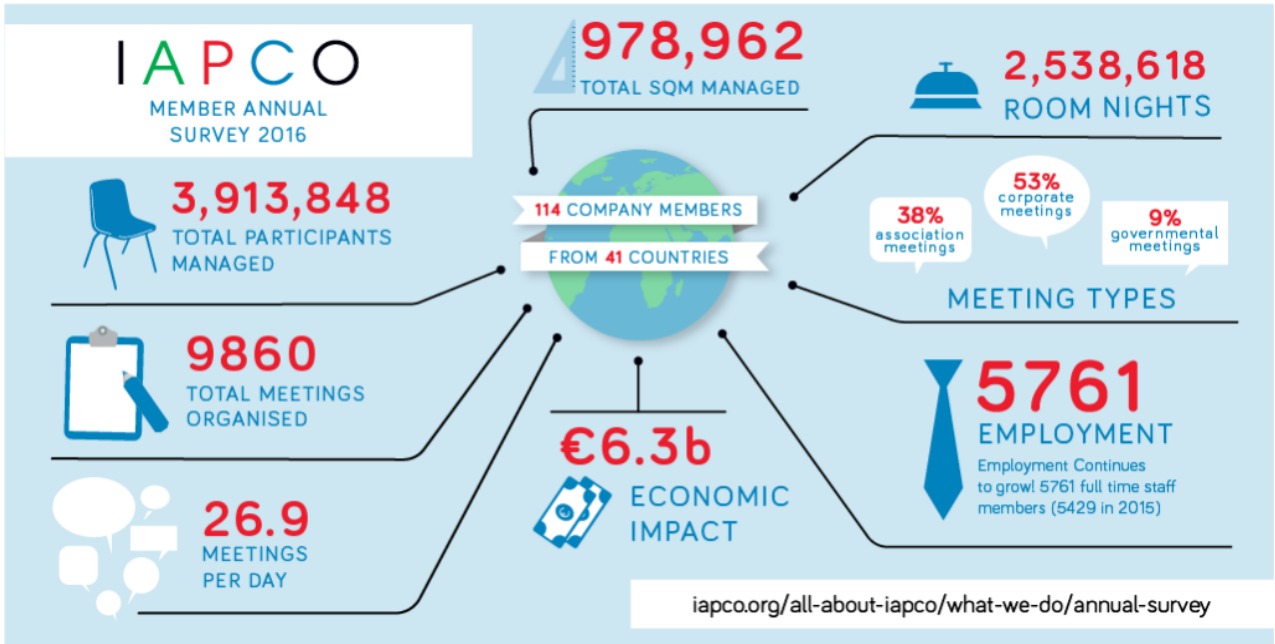
Türkiye’deki şirketlerden 10 tanesi IAPCO’nın üyesidir. Üye olan bu şirketlerin 6 tanesinin İstanbul merkezli olduğunu görmekteyiz. Üye olan bu şirketler Çizelge 1.7’de gösterilmiştir.

Çizelge 1. 7.Türkiye’de IAPCO`ya Üye Olan Şirketler

Üye Şirket	Şehir
Dekon Grubu	İstanbul
Figür Kongre ve Organizasyon Hizmetleri	İstanbul
Flap Tur	Ankara
İnterium	İstanbul
K2 Kongre ve Etkinlik Hizmetleri	İstanbul
Serenas Turizm Kongre Organizasyonları	Ankara, İstanbul, İzmir
Topkon Kongre Hizmetleri	İstanbul
ZED Turizm Seyahat Acentesi	Ankara

Kaynak: <http://www.iapco.org>

IAPCO her yıl üyelerine anket yapmaktadır. Bu ankette yapılan toplantıların sayısı, finansal miktarıyla, çalışan sayılarıyla ilgili bilgiler bulunmaktadır. 2016 yılında yapılan üye yıllık anketi Şekil 1.3’de gösterildiği gibidir.



Kaynak: <http://www.iapco.org>

Şekil 1. 3.IAPCO 2016 Yıllık Anketi

Şekil 3'e göre 41 ülkeden 114 şirket üyesinde;

- Yönetilen toplam katılımcı sayısı 3.913.848'tir.
- Organize edilen toplam toplantı sayısı 9.860, gün başına düşen toplantı sayısı ise 26,9'dur.
- Gerçekleşen toplantı türlerinde ise; %53'lük oranla şirket toplantıları ile %38 ile dernek toplantıları büyük payı oluşturmaktadır.
- 6.3 milyar avro ekonomik etkisi bulunmaktadır.
- Tam zamanlı çalışan sayısı 2015 yılında 5.429 iken 2016 yılında 5.761 sayısına ulaşarak istihdam büyümeye devam etmektedir.

1.7.3.3.Uluslararası Dernekler Birliği (UIA)

Uluslararası Dernekler Birliği (Union of International Associations - UIA), merkezi Brüksel'de bulunan bir araştırma enstitüsü 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 (<https://uia.org>).

UIA'nın amaçları şunlardır (<https://uia.org>) :

- Kar amacı gütmeyen ve gönüllü işleyen derneklerin sivil toplum ağlarının gelişimini ve verimliliği kolaylaştırmak,
- Hem kamu kuruluşlarının hem de 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,
- Uluslararası derneklerin özellikle temasta bulundukları devlet organları ile yasal, idari ve diğer sorunları üzerine araştırma teşvikinde bulunmak,
- İnsan haklarına, dayanışma ve iletişim özgürlüğü ilkelerinin evrensel düzenine katkı sağlamaktır.

1.7.3.4.Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (AIPC)

Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (International Association of Congress Centers – AIPC), dünya çapında profesyonel kongre ve sergi merkezi yöneticileri için endüstri birliğidir. AIPC, toplantı endüstrisini temsil eden çeşitli kuruluşlar arasında benzersiz bir konuma sahiptir. Dünyadaki 60'tan fazla ülkeden temsilciliği olan gerçek bir uluslararası organizasyondur. Özellikle kongre ve sergi merkezlerinin karşılaştığı konulara, fırsatlara ve zorluklara odaklanmaktadır. Uluslararası toplantılar endüstrisinin çok kültürlü boyutunu ve bunun geliştirilmesinde oynadığı rolünü teşvik etmektedir. Ayrıca, üyelerin genel endüstri sorunlarıyla iyi bağlantı kurmasını sağlamak için ilgili endüstri kuruluşları ile yakın çalışma ilişkileri sürdürmektedir (<http://www.aipc.org>).

AIPC, 900'den fazla yönetim düzeyinde profesyonelin aktif katılımı ile 60 ülkede 185'ten fazla lider merkezden oluşan küresel bir ağı temsil etmektedir. Uluslararası üyeliğin farklı deneyim ve uzmanlığına dayalı olarak kongre merkezi yönetimindeki mükemmelliği teşvik etmeye, desteklemeye ve tanımaya kararlıdır ve bunu başarmak için geniş bir yelpazede eğitim, araştırma, ağ ve standart programları sürdürmektedir. AIPC üyeleri, öncelikli amacı

toplantılara, kongrelere ve sergilere ev sahipliği yapmak ve hizmet vermek olan amaca yönelik tesislerdir (<http://www.aipc.org>).

AIPC programı faaliyetleri (<http://www.aipc.org>) :

- Endüstri araştırması ve analizi yapmak,
- Teknik yayınlar hazırlamak ve yayınlamak,
- Kapsamlı AIPC Akademi programı ve sektör merkezi zirveleri de dahil olmak üzere, eğitim merkezindeki uzmanlık alanlarındaki eğitim ve mesleki gelişim faaliyetlerini yürütmek,
- Üyeler için küresel bir pazarlama ve iletişim varlığını sürdürmek,
- Üye ağı ve bilgi alışverişi forumlarını kolaylaştırmak,
- AIPC kalite ve performans standartlarını korumak,
- AIPC programları aracılığıyla yönetimi iyileştirmek,
- Üyenin rekabetçiliğini desteklemek için AIPC üye değerlerini merkez müşteri gruplarına iletmek,
- Sektörün değerini kitlelere tanıtmak için savunuculuk girişimlerinin desteklenmesi ve yürütülmesidir.

AIPC`de Türkiye`nin beş üye kongre merkezi bulunmaktadır (<http://www.aipc.org>) :

- Congresium Uluslararası Kongre ve Sergi Merkezi - Ankara
- Atatürk Kongre Kültür Merkezi - Bursa
- Lütüfî Kırdar Kongre ve Sergi Merkezi – İstanbul
- Haliç Kongre Merkezi - İstanbul
- İstanbul Kongre Merkezi - İstanbul

1.8.Kongre Turizminin Etkileri

Kongre turizminin yarattığı etkilerin, ekonomik ve sosyo-kültürel etkiler olarak iki ana başlık altında toplanması mümkündür.

Kongre turizminin yarattığı etkiler diğer turizm alanlarının yarattığı etkilerden farklıdır. Bunun nedeni, kongre turizmi katılımcılarının diğer turistlere karşın kültür ve gelir

durumunun daha yüksek olmasıdır. Bir kongre turizmi katılımcısının ülkeye sağladığı getirinin normal bir tatil turizmindeki turistten yaklaşık üç kat fazla olması, kongre turizminin farkına varılmasına ve giderek daha fazla bu alana önem verilmesine olanak sağlamıştır (Aydın Ş, 1997: 19).

Kongre turizmindeki sosyo-kültürel açıdan etkiler ise; katılımcıların gittiği bölgelerdeki yerel halktan sosyal ve kültürel açıdan etkilenmesi ve kendisinin de o bölgeyi sosyal ve kültürel açıdan etkilemesiyle oluşmaktadır.

1.8.1.Ekonomik Etkiler

Kongre turizminde en önemli ve esas amaç ekonomik boyutlardan kaynaklanmaktadır. Kongre turizminin ülkeye ve şehre sağladığı katkılar yanında, ülke ekonomisine de büyük katkılar sağlamaktadır (Arslan, 2008: 12).

Kongre turizmi diğer turizm türlerine göre daha fazla gelir yaratan turizm türüdür. Bu faaliyetten yerel havayolu şirketleri, oteller, restoranlar, kongre merkezleri, perakende satış yerleri, tiyatrolar ve müzeler gibi tüm kuruluşlar bir gelir elde etmeyi amaçlamaktadır. Kongreler geleneksel olarak, şehir merkezindeki otellerin esas kaynağı olarak algılanmaktadır. Ancak, kongre delegelerinin harcamaları faaliyet yerinin tüm ekonomisinde hissedilmektedir. Yani, kongre delegeleri sadece konaklama hizmetleri için değil, bunun yanı sıra yerli yiyecek-içecek işletmelerine, kültürel ve sportif faaliyetlere, turistik gezilere, perakende satış yerlerine, hediyelik mağazalara ve yerli ulaşım şirketlerine harcayarak, onların kazanç elde etmelerine katkı sağlamaktadır. Bazı araştırmalara göre, bir kongre delegesinin yaptığı harcamaların sadece %31-%38'i konaklama işletmelerinin cebinde kalmaktadır (Abbey ve Link, 1994: 273-274).

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 ve diğerleri, 2007: 32).

Kongreye katılan delegelerin gelir düzeyi genellikle yüksektir. Çoğunlukla 30-60 yaş arası ve çoğunlukla erkeklerden oluşan delegelerin katılım ücretleri ile ulaşım, konaklama harcamaları, kendileri tarafından değil, bağlı bulundukları kurum ve kuruluşlarca üstlenilir.

Ayrıca harcamalar kurumların vergilerinden düştüğünden dolayı daha kolay para harcama eğilimindedirler. Ve katılımcılar genellikle kongre için geldikleri şehri görmek ve gezmek için konaklamalarını uzatma hatta kongreye eş ve çocuklarıyla birlikte katılmayı tercih etme eğilimindedirler (Çizel, 1999: 26). Bu sebeple kongre turizminde kişilerin yaptığı harcamalar diğer turizm çeşitlerinin yaptığı harcamalardan daha fazla olmaktadır.

Yıllara göre kongre katılımcılarının günlük harcamaları Çizelge 1.8'deki gibidir:

Çizelge 1. 8.Kongre Katılımcılarının Günlük Ortalama Harcama Miktarı (2008-2017)

ULUSLARARASI KONGRE KATILIMCILARININ GÜNLÜK ORTALAMA HARCAMASI									
2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
561 \$	527 \$	553 \$	584 \$	580 \$	579 \$	632 \$	632 \$	615 \$	636 \$

Kaynak: Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği (<https://www.turizmgunlugu.com>)

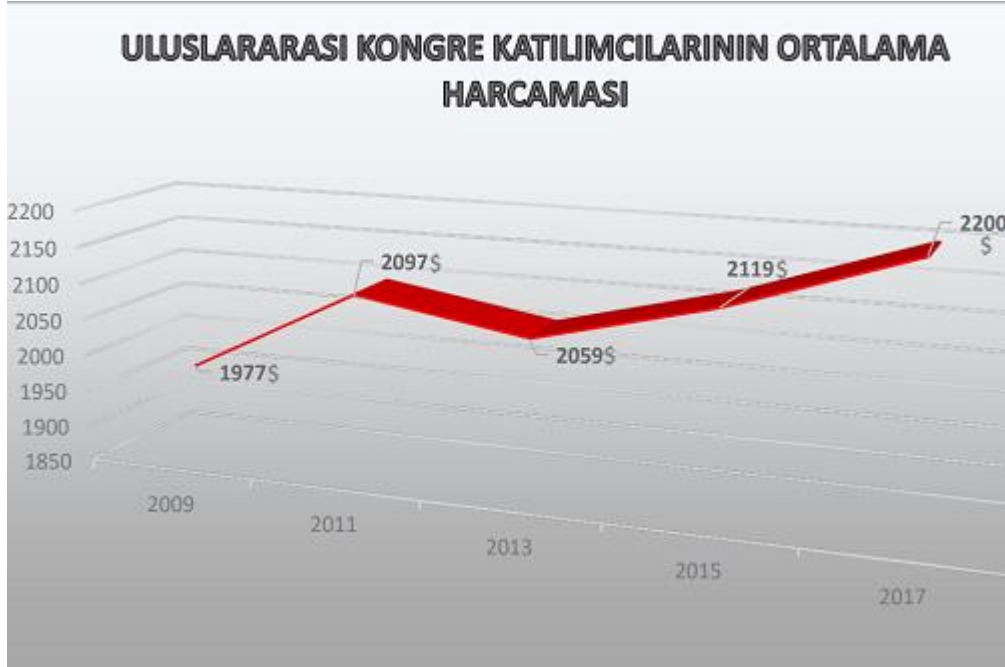
Uluslararası kongrelere katılan delegelerin gerçekleştirdikleri ortalama harcama miktarı, 1993-1997 arası dönemde günlük 440 dolar seviyesinde iken, 2008 yılına gelindiğinde 561 dolar seviyesine yükselmekte ve son 10 yıllık dönemde de istikrarlı biçimde yükselmeye devam etmektedir. 2017 yılı itibariyle kongre katılımcılarının günlük ortalama harcaması 636 dolar seviyesine yükselmiş durumdadır (<https://www.turizmgunlugu.com>).

Kongre turizmin ekonomik etkileri arasında harcamalar, döviz kazancı ve gelir yaratıcı etkisini de sayabiliriz.

Tatil turizmine baktığımızda Akdeniz ve Ege kıyılarına gelen turistlerin ortalama kişi başı harcama miktarı 750-800 dolar civarındadır. Kongre turizmi için toplantı ve eğitimlere gelen katılımcıların ortalama kişi başı harcama miktarına baktığımızda ise 2.000-2.500 dolar civarındadır. Sonuç olarak, tatil için gelen turiste karşılık kongre turizmi katılımcısının 3 kat daha fazla harcama yaptığını görmekteyiz. Turistlerin tatile her şey dahil paketlerle geldiği ve bu nedenle otelden dışarı çıkıp bir harcama yapmadığı, kongre katılımcısının ise geldiği şehri gezme isteğiyle harcama yaptığı görülmektedir (TÜRSAB, 2013: 8).

Şekil 1.4'te katılımcıların 2009 – 2017 yılları arası dolar(\$) bazında ortalama harcama miktarlarını görmekteyiz. Bu verilere bakıldığında, 2009 yılında kongre katılımcısının

ortalama miktarı 1977 dolar civarında iken, 2013 yılında bir düşüş gösterdikten sonra bu miktar 2017 yılında 2200 dolara çıkmıştır.



Kaynak: <https://www.turizmgunlugu.com>

Şekil 1. 4. Uluslararası Kongre Katılımcılarının Ortalama Harcama Miktarı (2009-2017)

Bu alandaki araştırmalara baktığımızda kongre organizasyonu harcamalarının en büyük payı katılımcılara aittir. Kongre katılımcılarının harcamalarındaki en büyük pay ise harcamaların yarısından fazlasıyla konaklama harcamalarına aittir. Harcamaların pay sıralamasında ikinci sırada restoran harcamaları ve hemen arkasında üçüncü sırada alışveriş için yapılan harcamalar gelmektedir. Kongre katılımcılarının bu harcamaları otellere kar sağlamanın yanında kongrenin düzenlendiği ülkeye ve şehre de gelir sağlanmasına neden olmaktadır (Davidson ve Cope, 2003: 14).

Gelişmekte olan ülkeler genellikle döviz sıkıntısı çekmektedirler. Bu nedenle ülkelere döviz girdisi sağlanması ülkeler için önemli bir konudur. Turistlerin veya kongre katılımcılarının gelmesiyle birlikte ülkede alışveriş yapması, para harcaması sonucu sağlanan dövizler ülkelerin dengesindeki açığı kapatılmasında önemli rol oynamaktadır (Aydın, 1997: 20).

Tatil turizminin ve kongre turizminin ülkeye sağladığı dövizlerin ihracat gelirlerinden farkı, mal ve hizmetlerin ihraç edilmeden ülke içinde sağlamak ve ihraca imkan vermeyen coğrafi özelliklerin ülke içinde pazarlanmasıdır. İhracat gelirlerinin yaratılması sürecindeki gümrük

engelleri, kotalar, ihracat, teşvik tedbirleri, ihraç edilen malların nitelikleri ve fiyat esneklikleri gibi sorunlar düşünüldüğünde, altyapısı kurulmuş olan ve değişen turizm eğilimlerini de dikkate alarak gelişen bir turizm sektörünün döviz sorununun çözümünde daha avantajlı bir konumda olduğu söylenebilir (Kotil, 1992: 19-20).

Kongre turizminin farklı bir ekonomik etkisi ise yatırım harcamalarının harcama-gelir etkisine yol açmasıdır. Ülkede ve şehirlerde otel ve kongre merkezlerinin yapımının artması nedeniyle toplam aktif talebi artacaktır ve böylece ülkenin gelirinde de artışa neden olacaktır (Erdoğan, 2006: 52).

Ülkenin ekonomisinde turizmden elde edilen gelir, farklı kuruluşlar arasında paylaşılmaktadır. Bu kuruluşlar arasında oteller, restoranlar, seyahat acenteleri, transfer yapan havayolu ve karayolu şirketleri, hediye dükkanları yer almaktadır. Bu kuruluşların herhangi biri bir diğerini etkiler. Bir otel veya restoran işletmecisinin turistlerden elde ettiği gelirini, ihtiyaçlarını karşılamak için farklı kuruluşlardan satın alımlar yaparak her bir sektör ve her bir kuruluş arasında paylaşım yapılacaktır. Bu şekilde çoğaltan etkisi yaratılmaktadır (Tutar, 2004: 47-48).

Sonuç olarak, kongrenin genel olarak turizm ekonomisine yararları bakımından özetleyecek olursak (KARASU, 1990: 32-34) :

- Günlük kongre harcamalarının, turizmin harcamalarından en az iki kat fazla olmasıdır.
- Kongreler, turistik kongre merkezinin tanıtımı ve gelişmesini sağlayıp prestij getirirken o ülkenin kamu yönetimindeki başarısının da göstergesi olur. Katılımcılar kongre bölgesini çevresindekilere anlatarak, başkalarının da ziyaret etmesinde etkili olur.
- Kongre sayesinde oluşan toplam işgücü önemli ölçüde artar. Seyahat acentaları, oteller, kongre merkezleri, restoranlar gibi kuruluşlar ek personellere ihtiyaç duyarak personel istihdam ederler. Ayrıca bölgedeki halkın satın alma gücü fazlalaşır. Bunun yanı sıra kongreler birçok yan sektörü de hareketlendirir.

1.8.2.İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizmin ekonomik etkilerinin yanında, ekonomide yarattığı reel etkilerin en önemlisi emek-yoğun üretim tekniğinden kaynaklanan istihdam etkisidir (Korzay, 1992: 289).

Bu nedenle; turizm sektörü kendisinin doğrudan istihdama katkıda bulunması ve bu sektöre girdi veren diğer sektörlerle de dolaylı istihdam imkânları sağlaması dolayısıyla, ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir (Coltman, 1989: 226-227).

Turizmin tüm alanlarında yaratılan istihdam etkisi, turizmin ne kadar talep edildiğine bağlıdır. Bir ülke veya şehirde turizmle ilgili faaliyetler ne kadar çok yapılırsa, turistler ülkeye ne kadar çok gelirse personele ihtiyaç o kadar artacak ve doğrudan ve dolaylı istihdam o kadar sağlanacaktır. Bunun yanı sıra, ülkeye ne kadar çok turist ve katılımcı gelirse o kadar otel, kongre merkezi gibi kuruluşlara ihtiyaç artacak ve bu kuruluşlar yapıldıkça personele ihtiyaç duyularak istihdam da artacaktır (Aymanıkuy,2003: 24).

Turizm, hizmet sektörü olmasından kaynaklı emek-yoğun bir sektör üzerine kuruludur. Bu sebeple turizmle doğrudan çalışan kuruluşlara doğrudan, turizm sektörüyle doğrudan ihtiyaç duymayan kuruluşlara ise dolaylı olarak istihdam sağlamaktadır. Sonuç olarak turizmin her alanında yaratılan istihdam etkisi ile ülkenin istihdamına katkı sağlamaktadır. Turizm sayesinde ülke ekonomisini arttırıcı üç tip istihdam çeşidi vardır (Tutar,2004: 49) ;

1. Turizm sektörünün doğrudan etkilediği kuruluşlarda meydana gelen doğrudan istihdam,
2. Turizm sektörünün doğrudan etkilemediği ama turizm harcamaları için gerekli olan kuruluşlarda yaratılan dolaylı istihdam,
3. Ülke vatandaşlarının turizm nedeniyle elde ettiği gelirleri yeniden harcaması sonucu meydana gelen ek istihdamdır.

Kongre turizminde kongre merkezlerinde çalışan ve ihtiyaç duyulan personeller, doğrudan yaratılan istihdamdır. Kongre katılımcılarının transferini ve ulaşımını sağlayan havayolu ve karayolu şirketleri, konaklanan oteller, kongreyi düzenleyen seyahat acenteleri, restoranlar, hediyelik eşya satan dükkanlarda yaratılan istihdam dolaylı istihdamı oluşturur. Kongre turizmi için çalışan şirketlerin ihtiyaçlarını karşılayan malzemeleri üreten şirketlerin

yarattığı istihdam da dolaylı istihdamı oluşturmaktadır. Bu ilişkilere bakıldığında kongre turizminin doğrudan ve dolaylı istihdam yaratması azımsanmayacak ölçüdedir (Aydın, 1997: 35).

Kongre turizmi böylelikle sadece kendi alanında değil dokunduğu her alanda istihdam açığı yaratarak toplumun iş gücüne daha fazla katılmasına fayda sağlamaktadır.

1.8.3.Turizmde Mevsimselliği Ortadan Kaldırması

Tatil turizminde özellikle yaz aylarındaki yoğunluk yaratması diğer ayların boş kalması oteller başta olmak üzere tüm sektörlerde olumsuz sonuçlar yaratmakta ve bu sektörler verimsizleşmektedir. Sektörlerdeki işletmeler bu yoğun sezondan elde ettikleri gelirleri, boş geçen sezonlarda giderleri için harcamak zorunda kalmaktadırlar. Ayrıca yaz aylarındaki yoğunluk hizmet kalitesinde de düşüş sağlamasına olanak yaratabilir. Kongre turizmi boş kalan sezonlardaki atıl kalan kapasitenin doldurulmasını sağlamaktadır (Aydın,1997: 24).

Kongre düzenleyen seyahat acentalarının veya kurum ve kuruluşların genellikle ılıman iklimleri tercih etmeleri sebebiyle kongrelerin düzenlenmesi çoğunlukla ilkbahar ve sonbahar aylarında tercih edilmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 44). Böylelikle tatil sezonu olan yaz ayları dışında da tesislerin faaliyette bulunabilmelerine olanak sağlayıp yıl geneline yayılarak atıl kapasiteyi kullanmalarını kolaylaştırmaktadır.

Kongre turizmi, otellerden ve restoranlardan tutun havayolu şirketlerine kadar birçok sektörü hem talebin tüm yıla yayılması sebebiyle mevsimselliği ortadan kaldırmaya hem de çalışanları sezon dışında işten çıkarmasına gerek kalmadan veya oteli kapatmadan sezon dışında da istihdama olanak yaratmasına yardımcı olmaktadır.

Turizmin diğer alanlarına göre kongre turizmi alanının mevsim uzatıcı etkisi daha yüksektir. Bunun nedeni, kongre turizminin sezon dışı olarak görülen yaz mevsiminin dışındaki mevsimlerde gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır. Turizm sektörünün faaliyetlerini tüm yıla yayamamış ülkeler ve şehirler için kongre turizmindeki eğitimler, seminerler, toplantılar bu ülkeler için büyük önem arz etmektedir (Yıldırğan, Zengin ve Batman,2005: 116).

1.8.4.Şehirleşme Sürecine Olumlu Katkıları

Kongre turizmi faaliyetlerinin şehirleşme sürecine önemli katkıları bulunmaktadır. Verimsiz alanların kullanılması adına kongre merkezleri kurulur. Kongre merkezlerinin kurulmasıyla o bölgeye turist çekilerek ve eğitim, toplantı, seminerler yapılarak şehirler kalkınmaya başlar. (Aydın, 1997: 27).

Kongre turizminin yapılması sebebiyle artan organizasyonlar sonucunda şehirdeki kültürel ve sanatsal faaliyetler desteklenmekle birlikte bu faaliyetlerde artış yaşanır. Ülkeye ve şehirlere gelen kongre katılımcıları sayesinde sanatsal faaliyetler artmakta bu da hem şehrin hem de şehirde yaşayan halkın kültür seviyesini arttırmaktadır (Erdoğan, 2006: 55).

1.8.5.Sosyo-Kültürel Etkiler

Kongre turizmi hizmet süreçli bir olgudur. Yani odak noktası insan olan, insandan insana geçen sosyal ve kültürel bir olaydır. Katılımcılar farklı şehir ve ülkelere gidip oradaki insanlarla temasta bulunarak sosyal ve kültürel açıdan hem kendileri etkilenirler hem de gittikleri yerdeki halkı etkilerler.

Turizmin odak noktası insan olduğundan dolayı, turizm insanlar arasındaki bağlantıyı kurar ve geliştirir. Kişilerin dünyada farklı inanışlar, farklı kültürler olduğunu görmesi yaşam tarzını genişletmekte, ufkunu genişletmekte ve bir arada yaşama güçlüklerini ortadan kaldırmaktadır (Rızaoğlu, 1993: 50). Kongre turizmi daha çok ekonomik sebeplere dayansa da sosyal ve kültürel açıdan da önem arz etmektedir. Sosyal ve kültürel açıdan kişilerin davranışlarını, tutumlarını, kültürlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Erdoğan, 2006: 52).

Turizmin her alanında iki farklı etkileşim oluşmaktadır. Birincisi kişilerin gittikleri ülke ve şehirlerden kültürel ve sosyal açıdan etkilenmeleri, ikincisi gittikleri bölgedeki yerel halkı etkilemeleridir. Bunun sonucunda turizm sosyal ve kültürel açıdan insanların etkileşimini sağlayan topluluklar arasındaki bağı güçlendiren önemli bir faktör konumundadır. Kişilerin, farklı dünya açılarının olduğunu görmesini sağlamakta, hoşgörü seviyesini yükseltmekte, bir arada yaşama durumunu kolaylaştırmakta etkilidir (Sezgin ve Acar, 1991: 19).

Kongre turizmi farklı yapıya sahip kişileri, farklı kültürlere sahip ulusları birleştirerek o kültürlerin tanınmasına yardımcı olmaktadır. Kongre katılımcılarının ekonomik ve kültürel

seviyelerinin daha yüksek olmasından kaynaklı gittikleri bölgede insanları etkilemeleri ve yönlendirmeleri daha fazla olmaktadır. Bunun sonucunda kongre turizmi turizmin diğer alanlarına göre bölgedeki yerel halkın dünya görüşünün değişmesine ve kültür seviyelerinin artmasına daha olumlu katkılarda bulunmaktadır. Kongre turizminin bu etkisi aynı buz dağının görünmeyen kısmı gibidir (Yılmaz, 1986: 55).

Kongre ve etkinlikler, ortak amaç için ve toplumlar arasındaki iletişimi sağlayarak toplumların sosyo-kültürel gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Örneğin, uluslararası bir kongrede katılımcıların yerel yemeklere ilgi göstermesi, ya da bölgenin doğal güzelliklerine hayranlıklarını ifade etmeleri, yerel katılımcıların kendi sosyal ve kültürel değerlerini daha çok benimsemelerine neden olacaktır. Kongreler bu özellikleriyle yerel halkın kendi toplumsal dokularını benimsemelerini sağlarken, bir yandan da herkesin bu dokulara olan merakını ve isteğini ortaya çıkaracaktır (Arber, 2008: 14).

Bir ülke veya bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte ülkedeki ve bölgedeki tarihsel ve kültürel eserlerin korunması, bakımı ve onarımı gibi işler daha çabuk ve daha titizlikle yapılır. Kongre turizmi gelişmiş yapıya sahip yöreleri tercih eden sosyo-ekonomik bir olaydır. Bundan dolayı kongre turizminin geliştiği bölgelerde, diğer bölgelerde görülen alt ve üst yapı ile trafik ve diğer alandaki olumsuzluklar görülmemektedir veya minimize edilmişlerdir (Aymankuy, 2003: 32).

Turizm kültürlerarası diyalogu sağlayarak farklı kültürlerin birbirlerini tanımasını ve birbirlerine yaklaşmalarını sağlamaktadır. Turistler kültürlerin tanıtılmasına olanak sağlarken kendileri de gittikleri bölgedeki yerel halktan etkilenmektedirler (Yalçın, 1997: 238).

Sonuç olarak, kongre turizminin esas noktası insanlardır. İnsanlar arasındaki diyaloglar kongreye gelen katılımcılar ve yerel halk arasında sosyo -kültürel etkiler bırakır ve şehirlerin gelişmelerine sebep olmaktadır.

1.9.Türkiye’de Kongre Turizmi

Turizm sektöründe önemli bir yeri olan kongre turizmi, ülkemizde giderek artan kongre imkânlarımızı tanıtmak, turistik şehirlerimizden İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara’nın birer

kongre şehri olarak anılması ve dolayısıyla ev sahibi ülkenin dünya kamu oyunda tanıtılmasını sağlamak, yaz ayları dışındaki aylarda yapılan kongrelerle konaklama tesislerinin atıl kalmalarını önlemek için çeşitli uluslararası kuruluşların kongre, konferans, seminer gibi toplantılarını ülkemize almak, ulusal kongreleri gerçekleştirmek, yurtdışında düzenlenen ve özellikle üyesi bulunduğumuz uluslararası turizm kuruluşlarının ve seyahat acentaları birliklerinin yıllık kongre ve trade showlarına katılmak suretiyle yine ülkemizin kongre imkanlarının tanıtılması için çalışmalarımızı sürdürmekte olduğumuz en önemli turizm alanlarından biridir (Gürdal, 1998: 5).

Türkiye’de ilk uluslararası kongre, 1996 tarihinde Turist Seyahat A.Ş. tarafından yapılan “Dünya Kızılhaç Kongresi” (1300 yabancı delege) ve VIP Turizm tarafından yapılan “Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi” (1200 yabancı delege) ‘dir. 1996 yılında, İstanbul Harbiye’deki Spor ve Sergi Sarayı kongre merkezi olarak düzenlenerek Lütü Kırdar Kongre Merkezi adını almıştır. Uluslararası kongre konusunda Türkiye en önemli atılımını Haziran 1996 tarihinde İstanbul’da düzenlenen “HABİTAT II” ile gerçekleştirmiştir (Gürsel, 2014: 5).

2004 yılı, uluslararası kongre pazarında İstanbul için bir dönüm noktası olmuştur. Düzenlenen kongrelerin büyük bir başarı ile gerçekleştirilmesi İstanbul'a olan güveni artırmış ve ileriki dönemlere yönelik kongre taleplerine de öncülük etmiştir. Özellikle Haziran ayı boyunca, sırasıyla Dünya Gazeteler Birliği ve Dünya Editörler Forumu, ardından OECD (Uluslararası Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) KOBİ'lerden sorumlu Bakanlar Konseyi, İslam Konferansı Örgütü Bakanlar Konseyi ve NATO Zirve Toplantısı için İstanbul'a on bini aşkın delege ve basın mensubu gelmiştir (Arslan, 2008: 25-26).

Türkiye’de gerçekleşen uluslararası kongrelerde tercih edilen yerler genelde büyükşehirler olmaktadır. En çok tercih edilen şehir İstanbul başta olmak üzere Antalya, İzmir ve Ankara şehirleri tercih sebebidir. Ulusal kongrelerde ise daha önceleri aynı şekilde büyük şehirler tercih edilse de son yıllarda farklı bölgelerden illerimiz tercih edilme eğilimindedir. Mesela Karadeniz bölgesinin Trabzon ve Rize illerinde, Doğu bölgemizde Antep, Mardin’de veya Kapadokya gibi otantik illerimizde kongrelerin yapılması tercih edilmektedir. Örneğin, kongre yapan kurumun 81 ilde şubeleri, müdürlükleri bulunuyorsa bunları bölgelere bölüp, her bölgeden bir şehir seçip kısım kısım eğitimleri tamamlaması da bir seçenek haline gelebilmektedir. Daha yerel bölgelerde kongrelerin yapılmaya başlanması nereden büyük

eğitimlerin bölgelere bölünerek verilmesi olduğu gibi bireylerin ve katılımcıların farklı şehirleri görme ve gezme istekleri de buna etkindir.

Türkiye, Avrupa ve Asya'nın birleştiği yerde, Avrupa ülkelerine yakınlık avantajıyla kongreler için uygun bir coğrafi alanda olmakta ve bu yakınlıktan dolayı ulaşım kolaylığı, otel çeşitliliği, çevre güzelliği sağlamaktadır. Türkiye, bugün özellikle İstanbul'da her türden ve her boyuttan kongreyi düzenleyecek potansiyele sahiptir (Gülbahar, 2006: 128).

Çizelge 1. 9.İstanbul'daki Kongre Merkezleri ve Kapasiteleri

Kongre Merkezleri	Toplantı Salonu Sayısı	En Büyük Salon Kapasitesi Tiyatro Düzeni (Kişi)
İstanbul Kongre Merkezi	109	3.555
Haliç Kongre Merkezi	21	3.004
Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı	44	3.500
İstanbul Hilton Convention Center	27	300
Grand Cevahir Otel Kongre Merkezi	21	2.500
WOW Convention Center	34	4.000
Harbiye Askeri Müze Kültür Merkezi	10	513
Feshane Fuar Kongre Kültür Merkezi	4	3.500
Fulya Fuar ve Kültür Merkezi	5	700
İstanbul Fuar Merkezi	7	250
Zorlu Performans Sanatları Merkezi	8	2.190
Cemal Reşit Rey Konser Salonu	1	915
Abdi İpekçi Arena	1	12.000
Cemil Topuzlu Açık hava Tiyatrosu	1	5.000
CNR EXPO İstanbul Fuar Merkezi	8	200
TÜYAP Fuar Alanı	22	750
TOPLAM	323	42.877

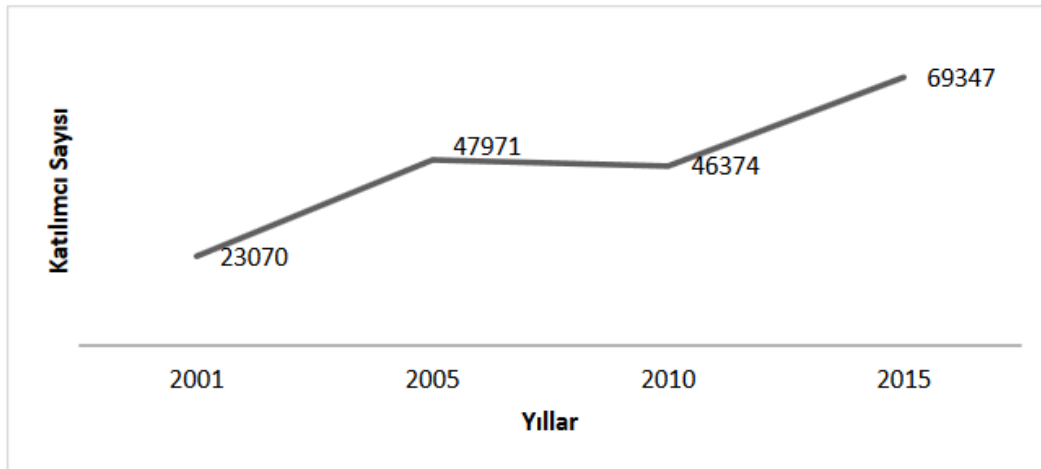
Kaynak: Ünal, 2017: 8

Çizelge 1.9'da İstanbul'da kongre için kullanılabilecek merkezler ve bu merkezlerin salon sayısı gösterilmektedir. Ayrıca en büyük salonların tiyatro düzenine göre alabileceği kişi kapasitesi belirtilmiştir. Tabloya baktığımızda en çok toplantı salonuna sahip merkez

İstanbul Kongre Merkezi, en fazla kişi kapasitesine sahip merkez ise 12.000 bin kişi kapasitesi ile Abdi İpekçi Arena'dır (Ünal, 2017: 7).

Türkiye'de İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir kongre turizminin en çok yapıldığı şehirler arasındadır. Uluslararası kongrelerde Türkiye'nin büyük ve ihtişamlı şehri olmasından kaynaklı %80 İstanbul tercih edilmektedir. Ulusal kongrelerde ise iklimin uygunluğu, otellerdeki fazla seçeneklerin olması, havalimanına yakınlığı, gezi ve eğlence imkanlara sahip olması gibi birçok etkenden dolayı Antalya tercih edilmektedir. Buna ek olarak daha çok merkezler ve oteller yapılarak Antalya kendini geliştirmekte ve tercih edilme sebeplerini fazlaştırmaktadır (Arslan, 2008: 26-27).

2001-2015 yılları arası İstanbul'da gerçekleşen toplantılara gelen katılımcı sayıları Şekil 1.5'te gösterilmiştir. Şekle baktığımızda, 2005 ile 2010 yılları arasında bu alanda durgunluk yaşanmasına rağmen 2010 yılından sonra toplantılara gelen katılımcı sayısı giderek artmış ve 2015 yılında 2001 yılından 3 kat fazla katılımcı sayısına ulaşmıştır (Ünal, 2017: 6).



Kaynak: Ünal, 2017: 6

Şekil 1. 5. İstanbul'da Gerçekleşen Toplantılara Gelen Katılımcı Sayısı

Türkiye'de kongre turizminin, kongre kentlerinin dünya kenti olması, buralarda uluslararası iletişimin ve alışverişin artması gibi küresel hedeflerinin yanı sıra nitelikli kentsel yenileme, tesislerin daha etkin ve verimli kullanılması, turizm mevsiminin uzatılması, istihdam olanaklarının ve turizm gelirlerinin artması gibi hedefleri de bulunmaktadır. Bu nedenle kongreler, Türkiye turizmi için turizmin çeşitliliği kapsamında çok önemlidir (Gülbahar, 2006: 127).

Kongre turizmi alanında Türkiye önemli avantajlara sahiptir. Bunlar (Çizel, 1999: 43):

- İlk olarak, Türkiye'nin coğrafi konumu açısından Avrupa'nın bir parçası olmasından kaynaklı ulaşım kolaylığının olması en önemli avantajlarından biridir. Özellikle kısa süreli toplantılarda uzak ülkeler uygun olmadığından Türkiye tercih sebebidir.
- Diğer bir önemli konu ise, ülkemizin ve ülkemizdeki İstanbul, Antalya ve İzmir gibi şehirlerin sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginliklerdir. Otellere ve kongre merkezlerine yakın ve ulaşımı çok kolay olmasından dolayı buralara gezi düzenleme olanakları oluşmaktadır. Ve diğer ülkelere kıyasla yapılan bu geziler oldukça ucuzdur. Bu yüzden, fiyat açısından bakıldığında Türkiye diğer ülkelere kıyasla önemli bir avantaja sahip olmaktadır.
- Türkiye kongre turizmi alanında aslında yeni olmasından kaynaklı kongre katılımcıları için merak ve gezme isteği duyacak bir konuma sahiptir. Bu yüzden Türkiye bu faktörü bir avantaja çevirerek, ülkeyi tanıtıcı bir kampanyayla kongre turizmini desteklemelidir. Ayrıca kongre ve toplantılarla ilgili daha fazla gelişim sağlayarak gelen katılımcıları memnun etmeye yönelik çalışmalara ağırlık vermelidir.

İstanbul'un konumunun Avrupa'ya yakınlığı sebebiyle uluslararası direkt uçuşların çok olması ve çoğu şirketlerin merkezlerinin İstanbul'da bulunması kongrelerin yapılabilirliği açısından büyük önem arz etmektedir. Bunun yanında Antalya, İzmir ve Ankara gibi diğer büyük şehirlerimiz de tercih edilmektedir. Bu büyük şehirlerimizin tercih edilme nedenleri arasında otel ve kongre merkezlerindeki kapasite yeterliliği, kaliteli hizmet sunulması gibi unsurlar yer almaktadır. Ülkemizde yaklaşık 500 bin kişilik kapasiteli otel ve kongre merkezi bulunmaktadır (BAKA, 2012: 13).

Kongre katılımcılarının esas amacı toplantı ve eğitim olsa da geldikleri şehirleri gezip görme, toplantı dışında kalan zamanlarında eğlenme isteği yatırımları yönlendirmektedir. Bunun sonucunda son zamanlarda ülkemizde de bu ihtiyaçları karşılamak adına yeni alanlar oluşmuş durumdadır. Birkaç örnek vermek gerekirse (<https://www.myfikirler.org>) :

- Kongre kapsamında önemli bir yere sahip olan Point Otel Barbaros, çağdaş Türkiye'nin ilk "Art-Tech" oteli olarak sanat ve teknolojiyi buluşturan konsepti

uygulamaya başlamıştır. Bu konsept ile otelin her köşesinde sürekli sergi niteliğinde modern Türk sanatına yer verilmektedir. Otel duvarlarını 26 modern Türk sanatçının eserleri süslemektedir.

- Hilton İstanbul ve Conrad İstanbul otelleri, kendi bünyelerindeki spor ve sağlık kulüpleriyle fark yaratmaktadır. Conrad İstanbul oteli İstanbul'da ilk toprak kort olma özelliğini taşıyan tenis kortları ve Hilton İstanbul oteli jogging (koşu) parkuru özelliklerini de barındırmaktadırlar.
- Toplantı ve eğitimlerden kendine ayıracak zamanı bulamayan katılımcılar için kişilerin kendini rahatlamasını sağlayacak hizmetleri barındıran bir diğer otel ise WOW İstanbul Hotel. Otelde kapalı yüzme havuzu, Türk hamamı, sauna, sağlık kulübü gibi hizmetler sunulmaktadır.

Türkiye, dünya turizminde %10'luk bir turizm payına sahiptir. Bu oranı arttırabilmek ve mevcut payı daha kaliteli bir hale getirmek adına bazı çözümler ve yollar geliştirmelidir. Yapılabilecek birkaç gelişim şu şekildedir (Erdoğan, 2006: 82-83) :

- Reklam ve tanıtıma daha fazla yatırım yapılması,
- Türkiye için imaj çalışmalarına önem verilmesi,
- Türkiye'nin alt ve üst yapı olanaklarının geliştirilmesi,
- İnsan kaynakları konusu üzerinde daha fazla durulması,
- Kongre turizmine daha fazla önem verilerek, bu alana yönelik çalışmaların fazlalaştırılması,
- Seyahat acentalarının ve kongre turizmi ile ilgili faaliyet gösteren kuruluşların ulusal ve bölgesel örgütlenmeleri,
- Uluslararası alanda faaliyet gösterme çalışmalarının arttırılması gerekmektedir.

1.10.Türkiye'nin Kongre Turizminde 2023 Hedefleri

Türkiye'nin kongre turizminde 2023 hedefleri (TÜRSAB, 2013: 11) :

- Kongre turizmine yönelik planlama ve tahsis çalışmaları yapılarak yatırımcılara yön gösterici kongre, fuar ve etkinlikleri teşvik edici politikalar geliştirilecek.

- Kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Konya, Bursa, Mersin öncelikle ele alınarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönlendirici çalışmalar yapılacaktır.
- Kongre turizminde varış noktası yönetim şirketlerinin rolü yeniden düzenlenecek.
- Kongre merkezi olarak planlanan bölgelerin nitelikli turizm tesislerine ve uluslararası havaalanı sahip olması sağlanacaktır.
- Her ilde kongre merkezi oluşturularak gerek ulusal gerekse uluslararası kongrelerin Türkiye’de yapılması için tanıtma planlama ve uygulama projeleri yapılacaktır.
- Fuar turizminin geliştirilmesi için fuar şehirleri ve merkezleri belirlenerek fuar organizasyonları geliştirilecektir.
- İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara birinci derecede önemli fuar illeri olarak ve 15 yıllık zaman zarfında bu şartları kazanabilecek 3 il Adana, Gaziantep, Trabzon ikinci derece önemli fuar ili olarak belirlenecek bu çerçevede planlama çalışmaları.



2. BÖLÜM

KONGRE ORGANİZASYON SÜRECİ

Kongre hizmet süreci, organizatörün kurumla anlaşmasından katılımcıların evlerine dönene kadar geçen süreçteki her bir hazırlığı her bir işlemi kapsamaktadır. Bu süreçteki tüm aşamaları genellikle organizatör yüklenmekle birlikte profesyonel yardım aldığı adımlar da olmaktadır.

Kongre hizmetinin genel süreci şu adımlardan oluşmaktadır (Kuleyim, 2015) :

Bütçe

- Konaklama yapılacak otel organizasyon bütçesi
- Kongre salonu kiralama bütçesi
- Şirket toplantısı bütçesi

Sözleşme

- Otel sözleşmeleri
- Sponsorlarla yapılan sözleşmeler
- Teknik ekipman temini sözleşmeleri
- Stant kurulum sözleşmeleri

Sekreteryä Hizmetleri

- Personellerin ayarlanması
- Kongreye katılacak kişilerin aranması
- Kongre katılımcılarına mail ile bilgilerin paylaşılması
- Davetli misafirlerin biletlerinin düzenlenmesi ve kesilmesi
- Davetli misafirlere biletlerin gönderilmesi

Medya ve Yazılım Hizmetleri

- Kongre etkinliği duyurularını yapmak için web sitesinin kurulması
- Etkinliğin tanıtım filminin yapılması
- Web sitesinin zaman zaman güncellenmesi
- Sponsor firma bilgilerinin web sitesine konulması
- Web sayfasında kayıt formunun yer alması
- Sosyal medya hesaplarının açılması ve takip edilmesi

- Cep telefonu uygulaması oluşturulması
- Abstract (bildiri) toplama ve takip programının oluşturulması

Kurul toplantıları

- Danışma, yürütme ve bilimsel kurullarının belirlenmesi ve görevleri
- Kurul toplantılarının tarihleri ve yerleri
- Kurullar için e-mail adreslerinin açılması
- Kurullara sistemli olarak etkinliğin seyri ile ilgili olarak rapor gönderilmesi

Basılı Malzemeler

- Matbaalardan teklif alınması
- Tasarımcı teklifleri alınması
- Etkinliğin önceki tasarımları incelenmesi
- Program duyurusu basılması
- Bildirilerin toplanması
- Bildiriler kitabının basılması
- Bildiri kitabı ISBN kaydı
- Bildiriler kitabının CD olarak hazırlanması
- Yaka kartı ve sertifikaların tasarımlarının yapılması
- Yaka kartı ipi ve kılıfı için tekliflerin alınması
- Afiş ve pankartların tasarımlarının hazırlanması
- Afiş ve pankartların basılması
- Antetli kağıt ve zarf basımı
- Davetiye tasarımı
- Davetiye ve zarfların basılması
- Billboard ve afişlerin tasarımı
- Billboard ve afişlerin kargolanması
- Broşür basılması
- Sertifika ve sertifika kılıfların tasarımı
- Sertifika ve sertifika kılıflarının yapımı

Veri tabanı ve posta

- Kongre etkinliği için veri tabanının güncelleştirilmesi
- Posta dağıtım şirketlerinden teklif alınması
- Katılımcılara ve konuşmacılara davetlerin yapılması

- Kayıt formu oluşturulması
- Yeni katılımcıların veri tabanına dahil edilmesi
- Katılımcıların listelenmesi

Sponsorluklar

- Kongre etkinlik bütçesine göre sponsorluk kalemlerinin oluşturulması
- Kongre etkinliği için sponsor firmalarla iletişime geçilmesi
- Sponsor olan firmayla sözleşme yapılması
- Sponsor firma ödemelerinin belirlenmesi

Basın Alanı Hizmetleri

- Basın alanı için masa, laptop, yazıcı gibi gerekli malzemelerin sağlanması
- Basın alanı için network sağlanması
- Basın alanı için teknik personel ihtiyacının karşılanması
- Basın toplantısı öğle yemeği menü kartı dağıtılması
- Basın toplantısı için ses sisteminin kurulması
- Basın toplantısı alanı kırlangıçların yerleştirilmesi
- Basın toplantısı görsel 8*3 metre ebatlarında arka plan yapılması

Toplantı Salonu Hizmetleri

- Kongrenin yapılacağı salonun kiralanması
- Toplantı salonundaki süslemelerin ve çiçeklendirmelerin yapılması
- Başkanlık masası için isimliklerin çıkarılması
- Toplantı salonunda kullanılacak sahne dekorunun kurulması
- Sahne platformunun kurulması
- Toplantı salonu içinde kullanılacak kırlangıç bayraklarının asılması
- Toplantı düzenine göre salonun koltuk ve sehpalarının hazırlanması
- Dijital kürsü ve kürsüde kullanılacak bilgisayarın kurulması
- Toplantı salonundaki ışık sistemlerinin kurulması ve hazırlanması
- Led ekran ve watchout sistemin kurulması
- Salon ses sisteminin kurulması
- Kürsü, yaka ve telsiz mikrofonlarının hazırlanması
- Kamera ve fotoğraf çekimi için hazırlıkların yapılması
- Teknik personellerin hazır bulundurulması

- Simültane tercüme kabininin kurulması
- Tercümanların sağlanması
- Simültane tercüme kulaklığı ve alıcısının kongre katılımcılarına dağıtılması
- Salon personellerinin sağlanması
- Su ve şeker ikramı

İnternet Alanı

- İnternet hizmetinin sağlanması
- İnternet alanı için korner oluşturulması
- İnternet alanı için laptop ve yazıcının sağlanması
- Fotokopi makinesinin sağlanması
- İnternet alanı için kırlangıç afişlerin asılması
- Personelin sağlanması

Muhasebe

- Kongre etkinliği adına banka hesaplarının açılması
- Kongre katılımcılarının faturalarının kesilmesi ve dağıtılması
- Sponsor firmanın ödeme için yetkili kişilerinin bilgilerinin muhasebeye verilmesi

Yiyecek-İçecek

- Toplantı yemek paketi menüsünün ayarlanması
- Coffee-break ve öğle yemeklerinin menü ve saatlerinin otel ve kongre merkezine bildirilmesi
- Öğle yemeği menü kartlarının basılması
- Öğle yemeği alanı kırlangıçların basılması ve asılması

Gala Yemeği

- Gala yemeği fiyatlarının alınması
- Gala yemeği menülerinin belirlenmesi
- Gala yemeği davetiye ve zarflarının basımı ve dağıtılması
- Gala yemeği için sandalye ve masa süslemenin sağlanması
- Gala yemeği sponsorlarının ayarlanması
- Müzik gruplarından fiyat toplanması
- Gala yemeği canlı müzik ses sisteminin kurulması
- Gala yemeği için personel temin edilmesi

Konaklama

- Konaklama için bölgenin belirlenmesi
- Konaklama için otellerden teklif alınması
- Yabancı konuklarla detaylar konusunda yazışmaların yapılması

Ulaşım ve Taşıma Hizmetleri

- Uçak biletlerinin organize edilmesi
- Otele ulaşım fiyatlarının alınması
- Transfer acente bünyesinde yapılacaksa listelerinin oluşturulması
- Transfer profesyonel şirketlerce yapılacaksa şirketlerden fiyat alınması
- Transfer şirketiyle anlaşılması
- Konuşmacı ve katılımcıların ulaşım detaylarının alınması
- Havalimanında karşılama alanı kiralanması
- Karşılama levhalarının yapılması
- Karşılama ve uğurlama personellerinin belirlenmesi
- Otopark ücretleri

Teknik ekipman

- Kongrede kullanılacak bilgisayarların elden geçirilmesi
- Yazıcıların bilgisayara tanıtılması
- Kongrede kullanılacak sinevizyon, perde, tepegöz gibi cihazların özelliklerinin belirlenmesi
- Cihazlar için fiyat teklifi alınması
- Simultane çeviri varsa teklif alınması
- Dekor varsa detayı ve fiyatlanması
- Salon ses sistemleri için gerekenlerin belirlenmesi
- Fotoğraf çekimi için fotoğrafçıya bilgi verilmesi

Personel

- Kongre büyüklüğüne göre personel sayısının belirlenmesi
- Personel ücretlerinin belirlenmesi
- Personel çalışma süre ve yerlerinin organize edilmesi
- Personellere kongre süreç bilgisinin anlatılması
- Her personelin etkinlikteki sorumluluklarını içeren bir dosya hazırlanması

- Personel kıyafetlerinin kongreye uygun şekilde belirlenmesi

Kayıt Alanı Hizmeti

- Kayıt masasının oluşturulması
- Kayıt masası arkasında kongre etkinliğine ait görselin yer alması
- Kayıt masasında kullanılacak bilgisayarların hazırlanması
- Kayıtta görevli personellerin görevlerinin belirlenmesi
- Katılımcılara ait yaka kartı ve yaka kartı ipinin hazırlanması
- Kayıt yerinde veri ağının oluşturulması
- Kayıt alanı için plazma ekran ve kioskların hazırlanması
- Kayıtta kurulan bilgisayara etkinliğin tüm basılı materyallerinin yüklenmesi

Açılış

- Açılış konuşmasının yapacak kişilerin belirlenmesi
- Sunucunun ayarlanması
- İstiklal Marşı kaseti ayarlanması
- Açılış müziğinin ayarlanması
- Kongre salonu içerisinde kullanılacak süslemelerin yapılması

Poster Sunum Alanı

- Poster panosu kiralanması
- Poster sunum alanı için kırtasiye imkanının yaratılması
- Görevli personelin sağlanması

Genel Alan Dekorasyonu

- Üçlü masa bayrağının yaptırılması
- Yönlendirme levhalarının hazırlanması
- Günlük program panosunun hazırlanması
- Sponsor panosunun hazırlanması
- Strafor hoş geldin yazısının yazılması
- Yelken bayrakların asılması
- Toplantı afişlerinin bastırılarak asılması

Dağıtım Malzemeleri

- Çanta için model ve fiyat tekliflerinin alınması
- Bloknot ve kalem için fiyat toplanması

Malzeme Çantası

- Malzeme listesinin hazırlanması
- Kırtasiye malzemelerinin hazırlanması

Diğer

- Aile fotoğrafı çekim panosunun hazırlanması
- Aile fotoğraflarının çıkarılması ve fotoğraf kılıfına konulması
- Vestiyer ücreti
- Otopark ücreti
- Teras kapama hizmeti
- Ambulans hizmetinin sağlanması

2.1.Hazırlık Süreci

Bir toplantının, yapılma önerisinden, toplantının muhasebesi ve son ödeme sürecine kadar sayısız planlama, koordinasyon ve kontrollerin önceden hazırlanmış olması gerekmektedir. Toplantıda, rezervasyon, oda yönetimi, müşteri muhasebesi, banket ve yemek hizmetleri, hosteslik ve yardımcı sistemler gibi faaliyetler önceden hazırlanmalıdır. Bu gibi organizasyonlarda olumsuz bir vakanın düzeltilmesi, profesyonel toplantı organizatörünün birkaç saatini alabilir. Bu nedenledir ki, toplantı planlayıcıları işlemlerinde kendilerine yardımcı olacak teçhizat ve yöntemlere önceden başvurumaktadırlar (Knutson ve Kasavana, 2002: 3-4).

Kongre hazırlık süreci genel olarak şu adımları içerir (<http://invictuscongress.org>) ;

- Kongrelerin projelendirme süreçlerini yönetme
- Uygun mekan alternatifleri ve doğru çözüm ortaklarını bir araya getirme
- Ön rezervasyon ve opsiyon süreçlerini yönetme
- Gerekli materyallerin hazırlanması, sosyal, kültürel ve pazarlama süreçlerinin yürütülmesi
- Kayıt ve sekreteryaya desteği
- Ulaşım ve transfer hizmetlerinin planlanması ve yönetilmesi
- Bütçe ve finansal süreçlerin yönetilmesi
- Teknolojik hizmetlerin altyapısının planlanması ve yürütülmesi
- Kongre sonunda raporlama hizmetleri

Bu nedenle aşağıdaki kongre hizmetindeki hazırlık süreçleri teker teker incelenecektir.

2.1.1.Kongre Planlama ve Projelendirme

Bir kongrenin başarılı sonuçlanması büyük oranda iyi planlanmış ve projelendirilmiş süreçlerine bağıdır. Organizasyon süreçleri ne kadar iyi planlanırsa ve ön çalışma yapılsa organizasyon sonundaki memnuniyet düzeyi o kadar yüksek olacaktır. Bir kongrenin konusu, büyüklüğü, şehri, katılımcı sayısı gibi faktörler her kongrede değıse de ana birimler ve organizasyon süreci çoğunlukla aynı şekilde ilerlemektedir (Akın, 1995: 41).

Kongrenin planlanması, konaklama tesisleri, toplantı salonları, yiyecek içecek işletmeleri, toplantı yeri, ulaştırma hizmetleri, kırtasiye işlemleri ve katılımcıların gezdirilmesi gibi birçok unsurun bir araya getirilmesini kapsamaktadır. Katılımcının evinden çıkmasından başlar ve tekrar eve dönünceye kadar geçen sürede yapılan tüm çalışmalar kongre planlamasının bir parçasıdır (Çakıcı, 2012: 57).

Kongrenin planlanması organizasyon sürecinde neyin, ne zaman, nerede, nasıl ve kimlerle gerçekleştirileceğinin sorularına yanıt bulunmasıdır. Planlama sürecinde kongre organizasyonundaki aşamaları belirlemek, çıkacak sorunları engellemek, toplantının sorunsuz gerçekleşmesi için hazırlıkların yapılmak gibi faktörler gerçekleşmektedir. Bu yüzden planlamadaki tüm süreçleri incelemek ve süreçlerdeki tek bir noktayı atlamadan ilerlemek gereklidir (Dinçetin, 1995).

Planlama çalışmalarının, verimli ve etkin olması için aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 75) :

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

Planlama, yönetim sürecinin ilk aşamasını oluşturan en önemli yönetim fonksiyonudur. Diğer yönetim fonksiyonlarının başarısı, her şeyden önce iyi bir planlamaya bağlıdır, işletmelerin gittikçe büyüyerek daha karmaşık bir yapıya ulaşması, hızla değişen dinamik pazar yapısı, yoğun rekabet ortamı, sürekli değişen ekonomik koşullar ve gelişen teknoloji günümüzde planlamanın önemini artırmaktadır (<http://www.ekodialog.com>).

Proje Yönetimi, belirli bir zaman ve bütçe çerçevesinde, belirli bir amaca ulaşmayı sağlayacak sonuçları üretmek üzere beşeri ve fiziksel kaynakların bir araya getirilmesi, yönetimi ve zamanlanmasıdır.

Kongre sürecinin projelendirilmesi ise kongrenin yapılması için planlanan birçok unsurun bir araya getirilerek yönetilmesidir. Burada planlama ve projelendirme bir arada ve ilk aşamada yürütülmesi gereken iki fonksiyondur ve birinde oluşacak herhangi bir aksaklık diğer fonksiyonu da etkileyecektir. Bu sebeple kongre hizmetinin hazırlık sürecinde planlama ve projelendirme en önemli süreçlerdendir ve üzerinde dikkatlice durulması gerekir.

2.1.2.Bütçenin Hazırlanması ve Finansal Düzenlemeler

Kongre bütçelerinin yapılabilmesinde ilk iş maliyet unsurlarının belirlenmesidir. Daha sonra finansal planlar hazırlanır. Finansal planlamanın işlevi yalnızca bütçelerin yapılmasından ibaret değildir. Kongre bir organizasyondur ve genelde maliyetlerin hesaplanması ve sınıflandırılması diğer organizasyonlardan pek farklı değil ise de hesaplanması ve sınıflandırılması içeriği itibari ile daha zordur. Maliyetlerin birbirinden ayrılması ve izlenmesi hem bütçeleme çalışması hem de kontrol fonksiyonu için büyük önem taşır. Maliyetleri farklı kategoriler içinde ele almak mümkündür (Çizel, 1999: 72).

Kongrenin gelir ve gider tahminlerini içeren bütçe ve tablolar organizatörler tarafından hazırlanmaktadır. Bu doğrultuda ilk önce gelir tahminleri yapılmaktadır. Tahmin edilen nakit akışı çerçevesinde planlanan hizmet alım süreç ve ödemelerin belirginleşmesi ile organizasyon gelir ve gider hareketleri ortaya konulmaktadır (Arber, 2008: 44).

Kongre bütçeleri oluşturulurken aşağıdaki ana maliyetler üzerinde durulmaktadır ve finansal düzenlemeler bu kalemler üzerinden gerçekleştirilmektedir:

- Sekreteryâ hizmetleri
- Tanıtma faaliyetleri
- Medya ve yazılım hizmetleri
- Basılı malzemeler (bildiri kitabı, afiş, broşür, yaka kartı vb.)
- Ulaşım ve taşıma hizmetleri
- Konaklama
- Toplantı salonu hizmetleri
- Kayıt alanı hizmetleri
- Teknik ekipman
- Basın alanı hizmetleri
- İnternet alanı hizmetleri
- Sunum kontrol odası hizmetleri
- Poster sunum alanı (poster panosu kiralanması, görevli personel vb.)
- Yiyecek-içecek hizmetleri
- Genel alan dekorasyonu
- Dağıtım malzemeleri
- Vergiler (sözleşme ve damga vergisi)

Örnek bir bütçe tablosunu Çizelge 2.1’de görebiliriz.

Çizelge 2. 1. Örnek Bütçe Tablosu

Örnek Bütçe Tablosu						
	Satın Alınacak Mal veya Hizmet	İçerik	Adet	Birim Fiyat	KDV	TOPLAM
A	Teknik Ekipman Listesi					
1	Ses Sistemi					
2	Ses Kaydı					
3	Delege Mikrofonu					
4	Telsiz Mikrofon					
5	Yaka Mikrofonu					
6	Teknik Personel					
7	Kürsü					
8	Kürsü için LCD Monitör					

9	Kürsü Mikrofonu					
10	Masa İsimlikleri					
11	Teknik Masa için Laptop					
12	Projeksiyon					
13	Perde					
14	Toplantı Salonu Sahne					
15	Sahne Podyum					
16	Sahne Çiçeklendirme					
17	Kamera					
18	Fotoğrafçı					
19	Pointer					
20	Simultane Sistem					
21	Simultane Kabin					
22	Simultane Kulaklık					
23	Tercüman					
	TOPLAM A:					
B	Kayıt Alanı					
1	Kayıt Masası					
2	Kayıt Masası Arkası					
3	Kayıt Alanı Plazma Ekran ve Kiosk					
4	Laptop					
5	Yazıcı					
6	Kayıt Masası Personeli					
	TOPLAM B:					
C	İnternet Sitesi					
1	İnternet Sitesi					
2	Online Kayıt Alınması					
3	Abstract Toplanması					
	TOPLAM C:					
D	Basılı Malzemeler					
1	Bildiri Kitabı Basımı					

2	Bildiri Kitabının CD Olarak Hazırlanması					
3	Yaka Kartı ve Yaka İpi					
4	Hoş geldiniz Afişi					
5	Yönlendirmeler					
6	Katılım Sertifikası					
7	Teşekkür Sertifikası					
8	Sertifika Kılıfları					
9	Broşür					
10	Davetiye					
11	Bilboard ve Afiş					
12	Davetiye ve Zarfı					
13	Plaket					
14	Çanta					
	TOPLAM D:					
E	Yiyecek-İçecek					
1	Çay/Kahve					
2	Öğle Yemeği					
3	Gala Yemeği					
	TOPLAM E:					
F	Ulaşım ve Taşıma Hizmetleri					
1	Uçak Bileti					
2	Konaklama					
3	Transfer					
4	Tur organizasyonu					
	TOPLAM F:					
G	Personel Hizmeti					
1	Teknik Personel					
2	Güvenlik Personeli					
3	Bilişim Personeli					
4	Salon Personeli					
5	Sekreteryas Personeli					

6	Karşılama ve Uğurlama Personeli					
7	Kayıt Personeli					
	TOPLAM G:					
	GENEL TOPLAM:					

Kaynak: Kuleyim, 2015

2.1.3.Kongre Sekreteryaya Hizmetleri

Sekreteryaya; sekreterin yaptığı iş demektir. Sekreter ise; “özel veya kamu kuruluşlarında belli bir makama, kişiye yardımcı olmak amacıyla haberleşmeyi sağlayan, yazışma yapabilen görevli ve özel kuruluşlarda veya kamu kuruluşlarında yönetim ve yazışmalardan sorumlu kimsedir” olarak açıklanabilir (<https://nedir.ileilgili.org>).

Günümüzde sekreterlik hizmetleri yönetimin vazgeçilmez bir unsuru olup, sekreterlik saygın, etkin ve yönetim ile iç içe bir meslek dalı haline gelmiştir. Ülkemizde sekreterlik hizmeti, iş akışı fazla olan yöneticilerin yazışma, haberleşme ve organizasyon işlerinin aksamadan yürütülebilmesini sağlamak amacıyla iş yaşamına girmiştir (Karademir ve Karakulle, 2013: 214).

Kongre turizminde sekreteryaya hizmetleri aşağıdaki aşamaları içermektedir (Kocabaş ve Erden,1996: 31):

1. Toplantı öncesi gerekli hazırlıkları yapmak,
2. Toplantı gündemini, yerini ve saatini toplantıdan en az bir hafta önce üyelere bildirmek,
3. İlgili kurum ve kuruluşlarla yazışmaları yürütmek,
4. Başkanın vereceği diğer işleri yapmaktır.

Bütün sekreteryaya hizmetleri genel olarak birbirine benzer ve kongre turizminde sekreteryaya hizmetleri de haberleşme, rezervasyon ve kayıt işlemleri üzerine kuruludur. Bunun yanı sıra aşağıdaki süreçler sekreteryaya hizmetlerinin temelini oluşturmaktadır.

- Katılımcılarla iletişime geçip organizasyona katılım tarihi ve saatini kesinleştirme,
- Kongre programıyla ilgili bilgi verme,
- Kongreye ve otele rezervasyon yapma,
- Transfer saatlerini ayarlama.

2.1.4.Kongre Zamanı Seçimi

Kongre zaman seçimi hem katılımcılar hem de kongreyi gerçekleştiren kurum ve kuruluşlar açısından önem arz etmektedir. Katılımcılar işlerinin yoğun olduğu ve iklimin uygun olmadığı zamanlarda toplantıya katılmak istemezler. Kongreyi gerçekleştiren kurum ve kuruluşlar ise katılımcı ücretlerini kendilerinin karşılamasından dolayı, kongrenin maliyetinin en düşük olduğu yani otellerin doluluk oranlarının az olup fiyatlarının düştüğü zamanları tercih ederler. Otellerde buna karşılık tatil sezonu dışındaki sezonlarda atıl kapan kapasitelerini kullanmak ve sezonun uzatılması için seyahat acentelerine, kurum ve kuruluşlara uygun fiyat sunmaktadırlar. Bu nedenlerden dolayı kongreler çoğunlukla sezon dışı zamanlarda yani ilkbahar ve sonbahar aylarında gerçekleştirilmektedir (Dinççetin, 1995).

Oteller ve kongre merkezlerinin yetkilileri, turizm faaliyetlerini bütün bir yıla yayarak, mümkün olduğunca atıl kapasite bırakmama arzusundadırlar. Bu nedenle özel olayların, kongre ve toplantıların yoğun turizm sezonu dışında yapılmasını isterler. Fakat olaya kongre katılımcıları açısından bakacak olursak, bunlar daha ziyade uygun bir mevsimi tercih ederler. Bu hem çok delege ve iş adamının ancak belli dönemlerde boş zamana sahip olmaları, hem de gidilecek ülkelerin doğal, tarihi ve turistik olanaklarından faydalanma isteğinden kaynaklanmaktadır. Kimse sadece toplantı salonları ve otel odaları arasında sıkışıp kalmayı arzu etmez (Yalçın, 1997: 134).

Yapılan araştırmalara göre katılımcıların tercihleri, turizmin bütün bir yıla yayılmasını isteyen yetkililer ve turizm sezonunun dışında maliyetlerin daha düşük olması gibi sebepler sonucunda kongreler için en çok tercih edilen aylar ilkbahar ayları olan nisan, mayıs ve sonbahar ayları olan eylül, ekim aylarıdır. 2011 yılına ait aylara göre yüzdelik dilimler aşağıdaki Çizelge 2.2’de gösterilmiştir. Tabloya baktığımızda ilkbahar ve sonbahar aylarının en çok tercih edilen aylar olduğunu görmekteyiz.

Çizelge 2. 2.Kongre Turizminin Aylara Göre Dağılımı

Aylara Göre Dağılım		
Aylar	Aylık Etkinlik Sayısı	Yıllık Toplam İçindeki Oranı
Ocak	18	2%
Şubat	32	3,5%
Mart	82	9%
Nisan	111	12%
Mayıs	129	14,5%
Haziran	78	8,5%
Temmuz	17	2%
Ağustos	5	0,5%
Eylül	112	12%
Ekim	168	19%
Kasım	91	10%
Aralık	64	7%
Toplam	907	

Kaynak: Turizm&Yatırım Dergisi, 2012: 8

2.1.5.Kongre Süresinin Belirlenmesi

Kongrenin süresinin belirlenmesinde birçok faktör rol oynamaktadır. Bu faktörler, kongrenin konusu, büyüklüğü, kongrenin ulusal veya uluslararası olması, katılımcıların kongre yapılacak mekana uzaklığıdır. Ve bazen bu faktörlerden bile önemli olan bir diğer faktör ise maliyettir. Otellerde ve uçak biletlerinde hafta içi ve hafta sonu fiyat farklılıklarından dolayı kongrenin yapılacağı süreyi ve hafta içi veya hafta sonu olması seçimini genellikle maliyet durumu etkilemektedir (Şener, 2004: 33).

Kongrenin büyüklüğü ile süresi arasında ilişki büyük derecede önem arz eder. Büyük kongreler daha uzun süreli küçük toplantılar ise daha kısa süreli olmaktadır. Mesela, uluslararası bir kongrenin süresi daha uzun olurken ulusal bir kongre daha kısa süreli olmaktadır. Bunun nedeni küçük ve yerel toplantılara katılan delegelerin daha çok bir araya gelebilme imkanlarının olması diyebiliriz. Ve ister ulusal ister uluslararası olsun katılımcılar evlerinden ne kadar uzağa giderlerse orada vakit geçirme istekleri daha fazla olacak, daha uzun süreli kalmayı tercih etmeye eğilimli olacaklardır.

Kongrenin süresini etkileyen faktörlerden en önemlilerini sıralamak gerekirse (Aymanıkuy, 2010: 49):

- Kongrenin büyüklüğü

- Kongrenin ulusal veya uluslararası olması
- Kongrenin konusu
- Kongre şehrinin katılımcılara uzaklığı
- Kongrenin kültürel ve toplumsal fonksiyonu
- Hafta içi özel indirimler
- Kongreyi düzenleyen kurum ve kuruluşun maliyet durumu

Çizelge 2.3 ve Çizelge 2.4 ‘te 2011 yılında kategorilere ve şehirlere göre etkinlik gün sayısı dağılımını görmekteyiz.

Tablolara bakıldığında, kategorilere göre en fazla etkinlik ve gün sayısı sağlık alanında 3,7 gün olarak görülmekte ve illere göre baktığımızda ise uzak ve tatil şehirlerinde etkinlik başına düşen gün sayısının diğer şehirlere göre daha uzun olduğunu görmekteyiz. Ortalama kongre süresi ise üç buçuk gündür.

Çizelge 2. 3. 2011 Yılı Kategorilere Göre Toplantı Gün Sayısı

Kategorilere Göre, Etkinlik Gün Sayısı Dağılımı			
	Toplam	Toplam	Etkinlik başına
Sağlık	446	1639	3,7
Mühendislik	72	227	3,2
Öğrenci Kongreleri	66	201	3,0
Sosyal Bilimler	38	102	2,7
Eğitim	36	115	3,2
İk. İdari Bilimler	34	90	2,6
Kültür ve Tarih	20	65	3,3
Mimarlık	18	50	2,8
Çevre	17	56	3,3
Enerji	15	41	2,7
Diğer Kategoriler	145	476	3,3
Toplam	907	3062	3,4

Kaynak: Turizm&Yatırım Dergisi, 2012:8

Çizelge 2. 4. 2011 Yılı İllere Göre Toplantı Gün Sayısı

İllere Göre, Etkinlik Gün Sayısı Dağılımı			
İller	Toplam Etkinlik Sayısı	Toplam Gün Sayısı	Etkinlik başına Düşen Gün Sayısı
İstanbul	228	713	3,1
Antalya	160	674	4,2
Ankara	106	297	2,8
İzmir	84	281	3,3
Bursa	34	107	3,1
Muğla	23	100	4,3
Aydın	20	76	3,8
K.K.T.C.	18	75	4,2
Eskişehir	15	59	3,9
Adana	14	46	3,3
Diğer İller	205	634	3,1
Toplam	907	3062	3,4

Kaynak: Turizm&Yatırım Dergisi, 2012: 8

Ulusal kongre süreleri genel olarak 3 günden az olmamakla birlikte 5,6 güne kadar çıkabilmekte, uluslararası kongrelerde ise bu süreler daha uzun olabilmektedir. Birçok faktör kongre süresini etkilemekte bunun yanı sıra katılımcıların gittikleri şehri gezme, görme isteği de orada kalma süresini uzatabilmektedir. İllere göre toplantı gün sayısı tablosuna baktığımızda, etkinlik başına düşen gün sayısının en fazla Antalya ve Kıbrıs'ta olduğunu görmekteyiz.

2.1.6.Kongre Şehri ve Mekan Seçimi

Seyahat acenteleri daha önce düzenlediği kongre tecrübeleri sonucunda katılımcıların hangi kongre şehirlerinden memnun kaldıklarını, tatmin olduklarını, organizasyonda güçlük çekilip çekilmediğini iyi bilirler. Bu bilgileri kongre düzenleyen derneğin karar organına açıklarlar. Organizatörün henüz tanımadığı kentler üzerinde duruluyorsa görevli komite ya da organizatör bu kentleri bir bir dolaşıp koşulları yerinde saptamak, gözlemek, analizler yapıp sonuçlar çıkarmak ve bu bilgileri karar organına aktarmak durumundadır (Çizel, 1999: 63).

Bir şehrin tercih edilen bir varış noktası olabilmesi için belirli kıstaslara cevap vermesi gerekmektedir. Bu kıstaslar şu şekildedir;

- Ulaşımın kolay olması, havaalanına ve otogara yakın olması

- Kongre merkezlerinin bulunması
- Otellerin konumları ve kalitesi
- Şehrin geziler düzenlenebilecek tarihi ve özellikli mekânlara sahip olması
- Güvenlik, ekonomik ve politik istikrarın olması
- Hizmet kalitesinin yüksek olması
- Fiyat politikasının uygunluğu
- Alt yapı olanaklarının olmasıdır.

Kongrenin yapılabileceği merkezlerin nitelikleri, uluslararası ulaşım kolaylığı, otel fiyatları, merkez ve konaklama birimleri arası mesafe, şehir içi ulaşım imkânları, sosyal aktivite imkânlarının çeşitliliği, turistik cazibe merkezleri, şehrin verdiği maddi manevi destek gibi teknik detaylar kongrelere ev sahipliği yapmak isteyen varış noktaların cevaplaması gereken hususlardır. Şehirlerin sunduğu turistik cazibe, yaşam kalitesi ve standardı, verdiği güvenlik hissi de alıcılar açısından önemli bir kıstastır (<http://tr.icvb.org.tr>).

Çizelge 2.5'te 2011 yılında en çok etkinlik düzenlenen kategoriler ve iller sıralaması bulunmaktadır.

Çizelge 2. 5.2011 Yılı En Çok Kongre Düzenlenen Kategoriler ve İller Kıyaslaması

En Çok Etkinlik Düzenlenen Kategoriler ve İller Kıyaslaması							
Kategoriler	Etkinlik Sayısı	adet dağılımı					
		1. İstanbul	2. Antalya	3. Ankara	4. İzmir	5. Bursa	6. Diğer İller
Sağlık	446	111	119	44	40	15	117
Mühendislik	72	20	7	11	8	5	21
Öğrenci Kongreleri	66	16	1	8	9	3	29
Sosyal Bilimler	38	8	2	10	1	3	14
Eğitim	36	7	2	8	2	1	16
İkt.İdari Bilimler	34	12	1	4	6	-	11
Kültür ve Tarih	20	1	1	1	2	-	15
Diğer*	195	53	27	20	16	7	72
GENEL TOPLAM	907	228	160	106	84	34	295

* Herbir kategoride en çok etkinlik düzenlenen il kırmızı ile belirtilmiştir.

Kaynak: Turizm&Yatırım Dergisi, 2012: 8

Tabloya bakıldığında zaman, en çok kongre düzenlenen şehirlerin başında İstanbul ve Antalya gelmektedir. Sosyal bilimler ve eğitim alanında Ankara, kültür ve tarih alanında ise İzmir en çok etkinlik düzenlenen şehir olarak görülmekte, büyük şehirlerin yanı sıra diğer şehirlerde de kongrelerin düzenlenmesi tercih edilmektedir.

Kongre yapılacak mekanın seçilmesi ise şehrin seçilmesinde olduğu gibi önemli kıstasların taşınmasını gerektirir. Şehir belirlendikten sonra kurumun ve katılımcıların da istekleri göz önünde bulundurularak seçenekler arasında bir tercih yapılmaya gidilir. Genellikle kurumun, katılımcıların ve organizatörlerin tercihi hem yakınlık hem de maliyet açısından oteldeki toplantı salonlarından yana olmaktadır. Bu seçimler değişmekle birlikte, daha büyük kongre yapıldığı takdirde büyük salonlara ve sistemlere ihtiyaç duyulduğundan kongre merkezleri veya üniversiteler tercih edilebilmektedir.

Çizelge 2.6’da 2006-2010 yılları arası dünyada kongre yapılan mekan tipi tercihlerini yüzde oranları olarak görmekteyiz. Tabloda her yılda otellerin toplantı salonlarının daha fazla tercih edildiğini görmekteyiz.

Çizelge 2. 6.Dünyada Kongre Mekan Tercihleri (2006-2010)

Kongrenin Gerçekleştiği Mekan Tipi	2006	2007	2008	2009	2010
Oteller	41.5%	42.4%	42.7%	44.6%	43.1%
Kongre Merkezleri	33.7%	30.7%	28.3%	25.6%	26.3%
Üniversite	17.4%	17.9%	20%	20.6%	21.1%
Diğer	7.4%	9.1%	9.2%	9.2%	9.5%
Toplam	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Kaynak: ICCA 2001-2010 Raporu

2012 yılındaki Türkiye’nin en büyük kapasiteli kongre merkezlerinin ve otellerin kapasiteleri ise Çizelge 2.7’de gösterildiği gibidir. En büyük kapasiteli mekanın 12 bin kişi kapasitesi ile Efes Kongre Merkezinin olduğunu görmekteyiz.

Çizelge 2. 7. Türkiye’deki Kongre Merkezi ve Oteller Kapasitesi (2012 Yılı)

Mekan	İl	Kapasite
İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul	3.700
Haliç Kongre Merkezi	İstanbul	3.000
Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	İstanbul	5.000
Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi	İstanbul	1.821
Feshane Kongre Merkezi	İstanbul	3.420
WOW Hotels&Convention Center	İstanbul	6.500
Hilton Bomonti	İstanbul	2.900
Hilton Otel	İstanbul	3.450
Grand Cevahir Otel ve Kongre Merkezi	İstanbul	3.513
İnşaat Mühendisleri Odası Kongre ve Kültür Merkezi	Ankara	726
Divan Talya Kongre ve Konferans Merkezi	Antalya	2.500
Efes Kongre Merkezi	Kuşadası	12.000
Sheraton Çeşme Otel Kongre Merkezi	İzmir	1.600

Kaynak: TÜRSAB, 2013: 5

2.1.7.Reklam ve Tanıtım Faaliyetleri

Kongrelerin esas noktası insanlar ve insanlar arası iletişimdir. Kişileri bir amaç için bir araya gelecektir. İnsanları bir araya toplamak için reklam ve tanıtım çalışmaları yapılmalıdır. Kişiler ne kadar iyi tanınırsa reklam ve tanıtım çalışmaları o kadar etkili olmaktadır. Katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, hangi sektörde çalıştıkları, eşleri, çocukları Pazar olarak ele alınmalı ve incelenmeli, bu incelemeye göre kişilerin beklentileri belirlenerek reklam ve tanıtım çalışmaları gerçekleştirilmelidir (Şener, 2004: 41).

Reklam ve tanıtım faaliyetlerinin pazar üzerinde üç farklı aşamada etkili olmaktadır. Birincisi potansiyel veya ertelenmiş olan talebin fiili talebe dönüşmesi, ikincisi kişilerde oluşan sorunların veya bilgi eksikliklerin reklam ve tanıtımla giderilerek fiili talebe dönüşmesi ve sonuncusu talebi hâlihazırda olan kişilerin fiili talebini devam ettirmesidir. Kongre turizminde reklam ve tanıtım faaliyetlerinin amacı, “alıcının dikkatini ve ilgisini çekerek, haber ve bilgi vererek onun sahip olduğu imaj üzerinde istenilen yönde belirli etkiler yaratmak suretiyle tutum ve davranış değişikliği yaratma çabasıdır”. Bu yüzden

reklam ve tanıtım faaliyetlerini en iyi şekilde yürüten ülkeler bunun sonucunu çok iyi almaktadır (Ersun ve Arslan, 2009: 101-102).

Tanıtım faaliyetlerin ilk aşaması kongrenin konusuna göre katılma olasılığı bulunan kişilerin oluşturduğu pazarın incelenmesidir. Kongre turizmi katılımcıları ne kadar iyi tanınır ve incelenirse o kadar etki eden reklam ve kampanyalar hazırlanacaktır. Bunun sonucunda da istenildiği gibi pazar bu tanıtımlardan oldukça etkilenecektir. Kongre katılımcılarına öncelikle yapılacak kongre ile ilgili gerekli bilgiler verilmelidir ki akıllarında “acaba” sorusu oluşmasın. Daha sonra kongrenin yapılacağı şehrin ve mekanın çekicilikleri sunulmalıdır. Bunun yanı sıra unutulmamalıdır ki kongre katılımcılarının her birinin beklentileri ve istekleri aynı olmayacaktır. Bu yüzden geniş yelpazede düşünerek kapsamlı bir araştırma ile reklam ve tanıtım faaliyetleri oluşturulmalıdır (Özen, 1986: 40).

Seyahat acentalarının, profesyonel kongre organizatörlerinin, kongreyi düzenleyen kurum ve kuruluşların en önemli amacı kongreye olan katılımın fazla olmasıdır. Çünkü, kongreye olan katılımın düşük olması gelecek seneye yapılacak kongreyi de etkileyerek katılımın azalmasına sebep olacaktır. Bu yüzden tanıtım ve reklam çalışmaları iyi şekilde yapılmalıdır. Bunun için katılımcı grubunun analiz edilmesi önemli bir noktadır. Analiz sonucunda yapılacak bu reklamların etkisi, tercihlerin istenilen yönde yapılmasını sağlamaya yöneliktir (Şener, 2004: 42-43).

Şüphesiz ki tanıtım faaliyetleri süreci, medya ve yazılım hizmetlerini de içermektedir. O yüzden bir sonraki maddede medya ve yazılım hizmetleri konusu irdelenecektir.

2.1.8. Medya ve Yazılım Hizmetleri

Medya ve yazılım hizmetleri araçları şunlardır:

- Tanıtım Filmi

Reklam ve tanıtım faaliyetleri arasında da bulunan tanıtım filmi, kongreyle ilgili içerikleri, yerini, zamanını ve çeşitli açıklamaları barındıran bir videonun katılımcılarla paylaşılmasıdır. Kongre ve kurumun web sayfalarında yayınlanır. Tüm katılımcıları genel olarak bilgilendirmeyi amaçlar.

- Web sayfası

Gelişen internet tabanlı teknolojilerinin etkisiyle, web sayfaları kongre endüstrisinde yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Kongre web sayfası uygulamalarının planlama ve operasyon boyutunda ortaya koydukları değerler, kongre organizasyon işletmelerinin web sayfası yapım ve içerik yönetim hizmetleri sunmayı gerekli kılmıştır. Seyahat acenteleri, kongre düzenleyen kurum ve kuruluşlar web sayfaları aracılığıyla birçok işlemi kolayca sağlayabilmektedir. Bunlar; katılımcıların kayıtlarının oluşturulması, transfer bilgilerinin alınması ve katılımcıya transfer ile ilgili bilgilerin iletilmesi, konaklama yapacak katılımcıların rezervasyonları, abstract gönderimleri, kayıt ücretinin yatırılması gibi işlemlerdir (Arber, 2008: 42).

- Sosyal medya hesaplarının açılması ve takip edilmesi

Sosyal medya hesapları üzerinden katılımcılara erişim sağlanmasını amaçlar ve görsel materyallerle desteklenmektedir.

- Cep telefonu uygulaması oluşturulması

Web sayfasından veya sosyal medya hesaplarından ulaşım sağlanamayan katılımcılara cep telefonu üzerinden bilgilendirme yapılması ve tüm katılımcılara diğer mecralar dışında iletişim sağlanmasıdır.

- Abstract (Bildiri) toplama ve takip programı

Kongre ve toplantı organizasyonlarında sunulmak üzere hazırlanan bildiri özetlerinin gönderim, takip ve değerlendirme işlemlerinin online olarak yapıldığı bir programdır. Kongrelerde bildirilerin düzgün toplanabilmesi için bildiri gönderimi yapılır. Bildiriler bu yazılım sayesinde hakem heyetine gönderilir. Hakem heyeti içeriğe göre bu yazılım vasıtasıyla değerlendirme yapar. Değerlendirmeye göre bildiriler sözlü veya poster sunum olur ve bu yazılım sayesinde toplanan bildiriler kitap olarak basılır.

- Basılı Malzemeler

İster büyük ister yerel kongreler olsun katılımcılar genellikle katıldıkları toplantı ve eğitimlerin içeriğinin zengin olmasını ve yapılan sunumların, verilen derslerin materyallerinin ellerinde bulunmasını ister ve tercih ederler. Ve kongre sonunda katılımcıların ellerinde bu materyallerin kalacak olması bu ihtiyacın karşılanmasını gerektirir. “Bir kongre bütçesinin %30-50’sinin doküman için harcadığı ifade edilmektedir. Bu rakam dokümanların önemini ortaya koymak için yeterlidir” (Özer, 2010: 55). Basılı malzemelerin içeriğini şunlar oluşturmaktadır:

- Kongre programının içeriği
- Mesleki bilgi dokümanları
- Bildiri kitabı
- Bildiri kitabının CD olarak hazırlanması
- Yaka kartı
- Broşür
- Davetiye
- Katılım sertifikası
- Teşekkür sertifikası
- Plaket

2.1.9.Toplantı Yer ve Salonlarının Düzenlenmesi

Kongrenin yapılacağı şehir ve mekan seçildikten sonra ikinci aşama toplantı salonlarının kapasiteye ve ihtiyaca göre düzenlenmesidir. Toplantı salonlarının düzenlenmesi otel personelleri tarafından ya da organizatörün kendi personelleri tarafından gerçekleştirilebilir. Genelde otelde yapılan toplantılarda otelin kendi elemanları olduğundan organizatör sadece yönlendirme yapmaktadır. Fakat üniversite gibi kendi personeli olmayan merkezler seçildiği zaman organizatörün elemanları tarafından düzenleme gerçekleştirilmektedir.

Kongre merkezlerinin veya otellerin 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 bulundukları alanlar dikkate alınmalıdır. Yetersiz sayıda veya yetersiz kapasiteli salonları olan tesisler sorun yaratmaktadır (Tavmergen ve Aksakal 2004: 92).

Kongre yeri ve kongre salonlarının seçiminde göz önüne alınacak ölçütler şu şekilde sıralanabilir (Hoşgeçin ve Bozkaya 1994: 8) :

- Toplantı tipi
- Maliyet
- Ulaşım
- Katılımcı sayısı
- Yemek alanının olup olmaması
- Toplantı süresi
- Fiziki mekanlar ve donanım
- Sosyal olanaklar

Verimli bir toplantı için dikkat edilecek hususlar şunlardır (<https://aykutbakay.com>) :

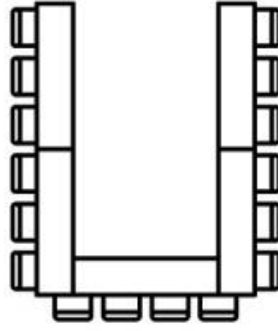
- Toplantının yapılacağı salonun aydınlık, ferah ve havadar olması,
- Teknik donanımın hazır bulunması,
- Salonun uygun bir yerinde çay, kahve, fincanların hazır bulunması,
- Masa üstünde herkes için su bardağı ve su bulunması,
- Salon klimasının mevsime göre önceden ayarlanması.

Salonların düzenlenmesi ve hazırlanması her kongre için farklı bir hazırlığı gerektirmektedir. Kongre salonlarına katılımcı sayısı ve toplantı çeşidine göre oturma düzenleri kurulmaktadır. Toplantı oturma düzenleri de, her bir toplantı ve kongreye göre farklılık gösterir. Toplantı oturma düzenleri şunlardır (<https://slideplayer.biz.tr>):

- **U düzeni:** Küçük toplantılarda en çok tercih edilen oturma düzenidir.

Bir veya iki günlük olan, 15-20 kişilik toplantılarda kullanılan bir düzendir. Konuşmacılar ve toplantı başkanları oturma düzeninin baş kısmına oturmakta ve katılımcılarla göz teması kurabilmektedirler. Bu şekilde kişilerin toplantıya katılımları da desteklenmektedir. Büyük ve kalabalık toplantılarda, “U” düzeninin yan kısımları uzayacağından ve sahne görünümünü kapayacağından tercih edilmemektedir (M.E.B., 2011: 18).

Şekil 2.1’de U düzeni oturma planı görülmektedir.



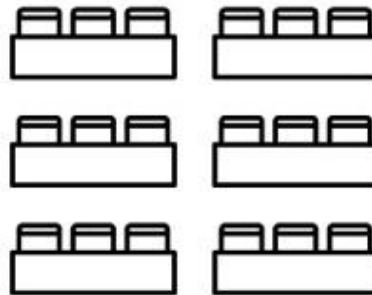
Kaynak: <https://www.thejungleni.com>

Şekil 2. 1.U Düzeni Oturma Planı

- **Sınıf düzeni:** Eğitim amaçlı toplantılar için uygundur.

Kongre katılımcılarının eğitim sırasında not almalarını kolaylaştırmak adına sınıf düzeni oturma şekli tercih edilmektedir. Katılımcıların önünde bulunan sıra, rahatlıkla not alma kolaylığı sağlamaktadır. Sıraların üzerine mikrofon gibi donanımlar da yerleştirilebilmektedir (<http://www.ktu.edu.tr>).

Şekil 2.2’de genellikle üç veya dört sandalyenin önünde bir sıra bulunduğu sınıf düzeni oturma planı görülmektedir.



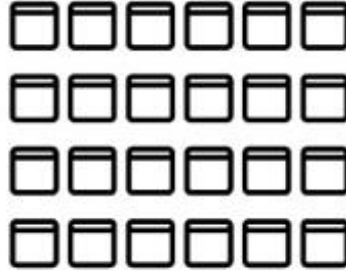
Kaynak: <https://www.thejungleni.com>

Şekil 2. 2.Sınıf Düzeni Oturma Planı

- **Tiyatro düzeni:** Büyük toplantı ve kongreler için uygundur.

Tiyatro düzeni sadece koltuklardan veya sandalyelerden oluşan bir oturma planıdır. Katılımcı sayısının genellikle 500'den fazla olduğu kongreler, seminerler, açılış veya kapanış toplantıları için tercih edilmektedir (<http://www.ktu.edu.tr>).

Şekil 2.3'te tiyatro düzeni oturma planı görülmektedir.



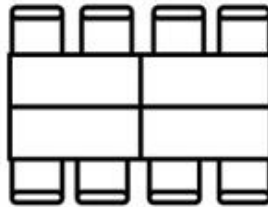
Kaynak: <https://www.thejungleni.com>

Şekil 2. 3.Tiyatro Düzeni Oturma Planı

- **Kare masa düzeni:** En fazla 8 katılımcı olan küçük toplantılar için uygundur.

3-4 kişilik komisyon veya komite gruplarının tercih ettiği oturma düzenidir. Katılımcılar masada karşılıklı oturmaktadırlar. Göz temasının çok olduğu bir oturma düzenidir (<https://tr.scribd.com>).

Şekil 2.4'te kare masa oturma düzeni görülmektedir.



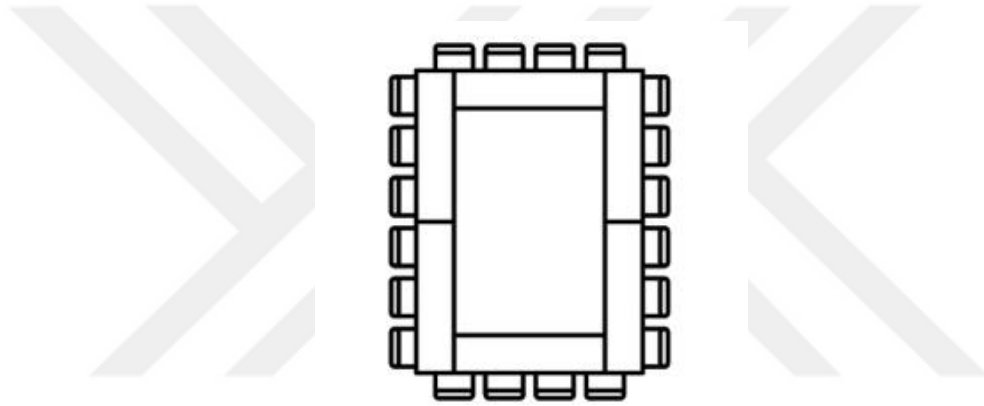
Kaynak: <https://www.thejungleni.com>

Şekil 2. 4.Kare Masa Düzeni Oturma Planı

- **Dikdörtgen düzen:** Karşılıklı karar alma gibi durumlarda kullanılabilen oturma düzenidir.

Heyet, kurul, komisyon gibi 7-11 kişilik karar alma, danışma, müzakere, değerlendirme gibi amaçlı toplantılar için uygundur. Toplantı başkanı oturma düzeninin duvar dibinde olan baş kısmında oturur. Dikdörtgen oturma düzeninin, “U” düzeninden farkı sahne veya bir perdenin kullanılmayacak olmasıdır. (<https://tr.scribd.com>).

Şekil 2.5’te dikdörtgen düzeni oturma planı görülmektedir.



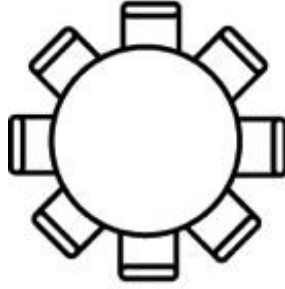
Kaynak: <https://www.thejungleni.com>

Şekil 2. 5.Dikdörtgen Düzeni Oturma Planı

- **Yuvarlak (Banket, Oval veya Daire) Masa düzeni:** Eşit düzeydeki kişilerin katıldığı demokratik toplantılarda kullanılır.

Yuvarlak masa düzeni olarak adlandırıldığı gibi banket masa düzeni, oval masa düzeni veya daire masa düzeni olarak da adlandırılabilir. Yuvarlak masa etrafında katılımcıların oturmasıyla oluşmaktadır. Grup çalışmalarının yapıldığı toplantılarda daha çok tercih edilmektedir. Grup tartışmalarında ve fikir paylaşımlarında kolaylık sağlamaktadır. Göz temasının olduğu bir oturma düzenidir (M.E.B., 2011: 17).

Şekil 2.6’da yuvarlak masa oturma düzeni planı görülmektedir.



Kaynak: <https://www.thejungleni.com>

Şekil 2. 6. Yuvarlak Masa Düzeni Oturma Planı

2.1.10. Personel (Host, Hostes) Temini

Kongre katılımcılarına dışarıdan gelen mesajları ve kongre sırasındaki yönlendirmeleri, host ve hostesler kendi ana dillerinde sunmaktadırlar. Özellikle yabancı dillerde okuyan üniversite öğrencileri bu anlamda kongre organizasyon işletmeleri için vazgeçilmez bir kaynaktır. Faaliyet sırasında görev alacak host ve hosteslere kongre sırasındaki görevleri ve operasyon işleyişi konusunda bilgilendirmeler yapılmalıdır (Arber, 2008: 47).

Bir kongre organizatörünün, seyahat acentesinin personeli, kongrenin hazırlık sürecinden son aşaması olan kongre değerlendirmeye kadar bütün süreçlerinde yer alır. Eğer daimi personeli yeterliyse başka personele ihtiyaç duymaz. Yeterli olmadığı durumlarda ise geçici, part-time çalışan personele ihtiyaç duymaktadır. Çoğu zaman kongrenin büyüklüğüne göre personel sayısı ve ihtiyacı değişmektedir. Büyük bir organizasyon olduğu zaman hazırlık sürecindeki sekreteryaya hizmetlerini vermek için de geçici personele ihtiyaç duyulurken, daha küçük bir organizasyonda sadece organizasyon sürecinde yani konaklama ve toplantının yapıldığı zamanda geçici personele ihtiyaç duyulmaktadır.

Geçici personeller çoğu zaman üniversite veya turizm liselerindeki öğrenciler olmaktadır. Veya organizatörlere personel temin eden şirketler aracılığıyla tecrübeli elemanlar da bulunabilmektedir. Genellikle yabancı dil bilen personeller tercih edilmektedir.

Host ve hostes alımından sonra kongrenin içeriğinin ve aşamalarının yer aldığı bilgiler personellere verilmeli veya anlatılmalıdır. Çalışacak kişi sayısı çok önemlidir. Az eleman işlerin aksamasına yol açar, çok eleman ise ek maliyet yaratır (Simerly, 1990: 81).

Kongre organizasyonu boyunca kongre katılımcılarına hizmet verecek personeller şu şekilde sıralanabilir (Aymankuy, 2010: 53-54) :

- Havayolları uçuş personelleri
- Ulaşım ve transfer elemanları, şoförler
- Otel hizmetini gerçekleştiren personeller
- Kongre sekreteryası personelleri
- Kongre kayıt personelleri
- Kongre sırasındaki tercümanlar
- Teknik personeller
- Seyahat acente personelleri
- Gezi turlarındaki rehberler

Hizmet sunacak personel sıralamasına bakıldığında büyük bir payı organizatörün kendi bünyesinde çalıştırdığı personeller kapsamaktadır. Bu personeller ecenteleri ve organizatörü temsil etmektedir. Bu da host ve hostes temininin ne kadar önemli olduğunu apaçık sergilemektedir.

2.1.11. Teknik Personel ve Ekipman Temini

Teknik ekipman toplantı salonlarında kongrenin gerçekleşmesi için gerekli olan araçlardır. Teknik ekipmanlar otel veya kongre merkezleri tarafından karşılanabileceği gibi, teknik ekipmana sahip olmayan merkezlerde ya da büyük bütçeli kongrelerde profesyonel teknik ekiplere sahip işletmeler tarafından da karşılanmaktadır.

Genellikle toplantılarda kullanılan teknik cihazlar şunlardır (Çizel, 1999: 81) :

- Tepegöz
- Projeksiyon - Sinevizyon
- Bilgisayar
- Slayt cihazı
- Yazıcı
- Simültane çeviri sistemi
- Fotokopi makinesi

- Perde ve göstericiler

Kongre süresince kullanılacak diğer bazı teknik alet ve cihazlar ile yapılacak çeşitli işler aşağıdaki şekilde kısaca özetlenebilir (Yalçın, 1997: 167) :

- Teknisyen odaları,
- Kongre bilgi sistemleri,
- Bilgisayarın kullanımı,
- Tercüme kabinlerinin düzeni ve bakımı,
- Gerekli elektrik gücünün temini, yoksa pillerin temin edilmesi,
- Otomatik mikrofonlar,
- Telsiz dinleme cihazları,
- Katılımcı yaka kartları,
- Güvenlik kartları,
- Resmi görevlilerin tanıtım kartları,
- Özel ziyaret kartlarıdır.

Bunların dışında özellikle profesyonel teknik ekipler, kongre organizatörünün kayıt deskinin kurulması, toplantının yapılacağı salonun sahnesinin kurulması (watchout sahne vb.), mikrofon ve ses sistemlerinin kurulması ve ışık sistemleri hizmetlerini de ayrıca vermektedir.

2.2.Organizasyon Süreci

Kongre organizasyon süreci katılımcıların evlerinden çıkmasından geri evlerine dönene kadar geçen süredeki yapılan tüm hazırlıkları, çalışmaları kapsamaktadır (<http://www.akademik.adu.edu.tr>).

Organizasyon süreci şu aşamalardan oluşmaktadır:

- Kongre Yönetimi
- Ulaşım ve Taşıma Hizmetleri
- Konaklama
- Kayıt Alanı Hizmetleri

- Toplantı Salonu Hizmetleri
- Yiyecek-İçecek Hizmetleri
- Çeviri Hizmetleri
- Sosyal Etkinlikler

2.2.1.Kongre Yönetimi

Bir kongrenin planlanması ve projelendirilmesi kadar bu sürecin yönetimi de önemlidir. Kongre yönetimi bütün organizasyon sürecini kapsar. Kongrenin her bir sürecinin iyi ve sorunsuz bir biçimde yönetilmesini amaçlar.

Kongre sırasında, katılımcılar, konuşmacılar, sergi alanındaki işletmeler, kongre merkezi çalışanları ve konaklama tesisleri arasındaki iletişim koordinasyonunu sağlamak büyük önem taşımaktadır. Seyahat acenteleri ve kongre organizatörleri, organizasyonun bütün aşama ve tarafların faaliyetlerini icra etmelerini, belirli bir program ve zamanlama içerisinde sağlamaktadır (Arber, 2008: 47-48).

2.2.2.Ulaşım ve Taşıma Hizmetleri

Bir kongrede ulaşım ve taşıma hizmetleri katılımcının uçak, otobüs veya tren biletinin alınmasıyla başlar. Bu hizmetin en büyük bölümünü transfer oluşturmaktadır. Transfer, havalimanı, gar veya otobüs terminalinden karşılama alanı kiralanarak karşılama deskinin kurulmasını, karşılama ve uğurlama personellerinin karşılama levhalarıyla birlikte katılımcıları karşılamaları ve uğurlamalarını içerir.

Katılımcıların kongreye iyi başlamalarının psikolojik olarak kongre devamının da güzel olacağı önyargısı oluşumuna katkı sağlamaktadır. Katılımcılar nezdinde en iyi başlangıcın hava alanlarında olduğu bilinmektedir. Bu yaklaşım çerçevesinde, kongre organizatörleri, katılımcıların hava alanında karşılanmaları dahil, kongre, otel ve sosyal faaliyet gibi alanlar arası, düzenli transferleri ile katılımcıların hareketini zamanlı ve güvenli olarak gerçekleştirmektedirler (Arber, 2008: 46-47).

Geliş ve dönüş transferleri kurum veya organizatör tarafından yapılır. Ancak çoğunlukla acenteler veya organizatörler tarafından bu hizmet üstlenilmektedir. Seyahat acenteleri bu

hizmet için ya araç kiralayarak kendi bünyesindeki elemanları kullanır ya da profesyonel transfer firmalarından bu hizmeti karşılar. Eğer toplantı otelin dışında kongre merkezinde yapılıyorsa otel ve kongre merkezi arasındaki transfer de gerçekleştirilmektedir.

Eğer katılımcıların uçak ve otobüs biletleri organizatör tarafından alınıyorsa biletlerin tarihleri ve saatlerine göre havalimanı veya otogarda karşılama deski ve personeli hazır bulundurulur. Biletlerini delegeler kendileri aldığı takdirde ise uçuş tarih ve saatlerinin organizatöre bildirilmesi istenerek transfer listesi bu bilgilere göre hazırlanır. Bu aşamalardan geçerek hazırlanan örnek transfer listesi Çizelge 2.8'deki gibidir.

Çizelge 2. 8.Örnek Transfer Listesi

ADI SOYADI	İL	TELEFON NO	E MAİL	13.KASIM OTOGAR	13.KASIM HAVAALANI	NOT
BAYAN A	ÇANAKKALE			13:30		
BAYAN B	ÇANAKKALE			13:30		
BAY A	ÇANAKKALE			13:30		
MİSAFİR	ANKARA			18:30		
MİSAFİR	ANKARA			18:30		
MİSAFİR	ANKARA			18:30		
BAY B	KARABÜK			18:30		
BAY C	ESKİŞEHİR			23:30		
BAYAN C	ESKİŞEHİR			23:30		
BAYAN D	ESKİŞEHİR			23:30		
BAYAN E	OSMANİYE				11:00	
BAY D	OSMANİYE				11:00	
BAY E	İST ÇEKMECE				11:00	
BAY F	MERSİN				13:00	
BAY G	G.ANTEP				13:00	
BAYAN F	AYDIN				15:30	
BAYAN G	AYDIN				15:30	
BAYAN H	MERSİN				15:30	
BAYAN K	MERSİN				18:00	
BAYAN L	G.ANTEP				18:00	
BAY H	G.ANTEP				21:00	

Örnek transfer listesine baktığımızda 13 kasım günü otogarda belirlenen saatler için üç tane servisin, havaalanında ise beş tane servisin bulunması gerektiği görülmektedir. Mesela, otogarda saat 13:30'da üç kişilik, saat 18:30'da ise dört kişilik binek aracın yeterli olacağı görülmekte ve buna göre araç ayarlamaları yapılmalıdır. Her ihtimale karşı geliş saatlerini haber vermeyen katılımcı olması göz önünde bulundurularak katılımcıların mağdur edilmemesi amacıyla kişi sayısı fazla tutulabilir.

Katılımcılar havalimanına ve otogara ulaştıklarında karşılama desklerindeki personeller ellerindeki karşılama levhalarıyla katılımcıları karşılar ve transfer araçlarına kadar eşlik ederek delegelerin otele ulaşmasını sağlarlar. Dönüş transferlerinde de aynı şekilde hizmet verilmektedir. Ancak bu sefer dönüş tarih ve saatleri teyit edilerek delegelerin en az bir saat öncesinde havalimanında bulunacak durumda transfer saatleri ayarlanarak otelden havalimanına ulaşımı sağlanmaktadır.

Toplantı otelin dışında bir merkezde yapıldığı zaman katılımcılar toplantının saatlerine göre gidiş ve dönüş servisleri hakkında sms ile, maille ve otel panolarına saatlerin asılmasıyla bilgilendirilerek transferin eksiksiz ve sorunsuz gerçekleşmesi sağlanır.

Ulaşım hizmetlerinin maliyeti ve kalitesi kongreye katılım açısından önemli bir etkidir. Belirli bir ulaşım maliyetine katlanarak belirli bir uzaklıktan bilmedikleri ülkeye veya şehre gelen katılımcılar, ulaşım araçlarından indikleri zaman karşılanmalı ve konaklayacakları yere kadar eşlik edilmelidir. Katılımcıların veya konuşmacıların kongredeki ağırlığına göre transfer hizmetlerinde gerekiyorsa VIP araçlar kullanılmalı ve kendilerine sekretarya hizmeti verilmelidir (Gürsel, 2014: 10-11).

2.2.3.Konaklama

Kongre katılımcılarına kongre organizasyonunda sadece toplantı hizmetleri sunulmaz. Bu kişilerin, birkaç gün süren organizasyonlarda konaklama ve diğer ihtiyaçlarının da karşılanması gereklidir. Kongre katılımcıları 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 etkenlerdendir (Aymankuy, 2010: 68).

Kongre yapılacak bölgede yeterli konaklama imkanlarının bulunması ve bu konaklama tesislerin belirli hizmet kalitesini yakalamış tesisler olması gerekmektedir. Bunun en büyük nedeninin kongre katılımcılarının genellikle üst gelir grubuna dahil olmasından kaynaklanır (Gürsel, 2014: 7).

2009 yılı kayıtlı olan 543 ulusal ve 304 uluslararası yapılan toplam 847 adet etkinlikte konaklama olarak en çok tercih edilen oteller yukarıda Çizelge 2.9'da gösterilmiştir.

Çizelge 2. 9.Kongre Merkezi Olarak En Çok Kullanılan Oteller (2009)

OTEL	Şehir	Etkinlik Sayısı
1. Sheraton Ankara	Ankara	19
2. Kervansaray Lara	Antalya/Lara	17
3. Almira Otel	Bursa	14
Sheraton Çeşme	İzmir /Çeşme	14
4. Rixos Sungate Otel	Antalya /Kemer	13
5. The Marmara Otel	İstanbul	12
6. Acapulco Otel	Kıbrıs/Girne	11
Maritim Pine Beach	Antalya /Belek	11
WOW Hotels&Convention	İstanbul	11
7. Bilkent Otel	Ankara	9
Grand Cevahir	İstanbul	9
Pine Bay Resort	Aydın /Kuşadası	9
WOW Kremlin Palace	Antalya/Kundu	9
8. Dedeman Kapadokya	Nevşehir/Ürgüp	8
Su Sesi Deluxe Otel	Antalya /Belek	8
9. Cornelia Diamond	Antalya /Belek	6
10. Ceylan Intercontinental	İstanbul	5
Gloria Golf Resort	Antalya /Belek	5
Swissotel	Ankara	5
Swissotel Grand Efes	İzmir	5
WOW Topkapı Palace Otel	Antalya/Kundu	5

Kaynak: www.kongremerkezi.net

Bazı kongrelere şirketlerin ve kurumların çalışanlarının katılımı zorunlu olduğundan dolayı katılımcı sayısı belirlidir ve konaklama işletmelerine o sayıda grup rezervasyonu yaptırılır. Katılımcı sayısının belirli olmadığı durumlarda, katılımcıların doldurdukları ön rezervasyon formuyla ön konaklama talepleri toplanır. Toplanan ön konaklama talepleri ile konaklama işletmelerinde gerekli sayıda yer rezervasyonu yapılır (Çizel, 1999: 80).

Konaklama tesisleri sadece sundukları toplantı imkanlarıyla değil aynı zamanda bulundukları şehrin kongre yeri olarak seçilmesinde de önemli rol oynarlar. Kongrenin gerçekleştiği ülkelerde ve şehirlerde yeterli konaklama olanaklarının varlığı, yiyecek içecek

hizmetleri, tesislerin konforu kongre ve toplantıya katılacaklar açısından büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan konaklama tesisleri hem kongre ve toplantı olanakları sunan yerler olarak, hem de kongre organizatör kuruluşlara konaklama, yeme-içme, sosyal programlar hazırlamak gibi olanaklarıyla büyük destek vererek, organizatörün başarısında belirleyici rol oynarlar (Yalçın, 1997: 119).

Kongreye katılan bazı delegeler konaklama yapmayabilir. Bu gibi durumlar daha öncesinden belirlenerek kaç kişinin toplantıya dış katılımcı olarak dahil olacağını ve eğer ücretler delegelerden alınıyorsa toplantı paketinin ne kadar olacağını belirlenmesi ve katılımcıların bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bu süreç hem organizatör hem de katılımcı açısından önem arz etmektedir.

2.2.4.Kayıt Alanı Hizmetleri

Kayıt hizmetleri; katılımcıların başta kongre kayıt işlemlerinin yapılması, çeşitli konularda bilgi verilmesi, sosyal ve kültürel faaliyetlere kayıtlarının yapılması işlemleridir. Kayıt işlemleri, katılımcıların ulaşabilecekleri kongre alanlarında ve konaklama yerlerinde olmalıdır. Kayıt deskinin arkasında kongreyle ilgili bir afiş veya broşürler asılmalıdır. Ayrıca yeterli sayıda ve düzeyde personel görevlendirilmelidir (Gürsel, 2014: 11).

Otellere kurulacak kayıt desklerinin önemi büyüktür. Katılımcıların konaklama işlemlerinin takibi ve karşılama ve geri dönüş işlemlerinin takibi bu desklerden kolayca yapılabilmektedir. Kayıt masasındaki kişiler ile otellerde kurulan desklerdeki personeller arasındaki haberleşme çok önemlidir. Personeller kendi aralarındaki iletişimi her daim sağlamalıdır. Katılımcılar ve yaptıkları ödemelerle ilgili bilgisayar çıktıları tüm desklere dağıtılmalı ve bu çıktılar belli aralıklarla güncelleştirilmelidir (Çizel, 1999: 83).

Otele ve kongre merkezlerine kurulan kayıt alanları katılımcıların rahatlıkla görebileceği toplantı salonlarına ve giriş kapılarına yakın bir yerde olmalıdır. Kayıt alanında olması gerekenler; kayıt masası arkası, kayıt masası, yazıcılar ve dizüstü bilgisayarlardır. Kayıt masası arkası ve kayıt masası eğer acente profesyonel teknik personel ve ekipman hizmetleri veren bir şirketle çalışıyorsa onlar tarafından kurulur. Yazıcı ve bilgisayarlar da ihtiyaca göre temin edilmektedir. Kayıt deskleri havalimanı ve otogara, otele ve toplantı başka kongre merkezinde yapılıyorsa kongre merkezine kurulabilir. Delegelerin farkedebilmesi için

buraya kurulacak olan kayıt alanlarında kongrenin ve organizatörün amblemlerini ve içeriğini taşıyan brandaların ve afişlerin asılması gerekir. Kayıt desklerinde yoğunluğa göre personeller bulundurulmalıdır. Deskte; kayıt personelleri, ödeme ve faturalarla ilgilenen personel, transferlerle ilgilenen ve kongre malzemelerinin dağıtımını yapacak olan personel bulunmaktadır.

Havaalanı ve otogardan karşılanıp gelen katılımcı ilk başta otelde kayıt alanında karşılanmaktadır. Burada yapılan kayıta katılımcının ilk olarak kongreye rezervasyonun olup olmadığı bakılarak yeni katılımcı olup olmadığı belirlenir. Yeni katılımcıysa bekletilmeden kaydı yapılır. Daha sonra ödemeyi yapıp yapmadığı kontrol edilerek ödeme işlemleri nakit veya kredi kartıyla halledilerek faturası kesilir. Fatura o anda kesilerek katılımcıya teslim edilebilir veya daha sonra adresine postalayarak ya da e-posta ile gönderilerek halledilmiş olur. Ödeme kısmı halledildikten sonra katılımcı kongre malzemelerinin dağıtımının yapılacağı masaya yönlendirilerek yaka kartı ve toplantı programları ve eğer varsa çanta, bloknot ve kalemni alması sağlanır. Bu işlemlerden sonra resepsiyona yönlendirilen katılımcının kayıt ve konaklama işlemleri halledilmiş olur.

Toplantı otel dışında başka bir kongre merkezinde yapılıyorsa oraya da ihtiyaca göre bir kayıt deski kurulmalıdır. Burada bulunan personeller toplantının saatleri, mola zamanları konusunda katılımcıları bilgilendirir ve katılımcının sorunlarına çözüm bulmaya çalışarak yardımcı olur.

2.2.5.Toplantı Salonu Hizmetleri

Kongrenin toplantı sürecindeki oturma düzeni toplantının başarısında büyük önem arz etmektedir. Toplantının içeriğine ve katılımcı sayısına göre oturma düzeni sağlanmamış salonlarda kişiler rahatsız olacak ve memnuniyet düzeylerinde düşüş yaşanacaktır. Bu sebeple katılımcıların rahatça oturdukları, sahneyi ve perdeyi rahatça görüp duyabildikleri, tuvalet vb. ihtiyaçları için rahatça salondan ayrıлып gelebildikleri kongreler daha memnun katılımcı kitlesine sahip olabilmektedir (<http://uzem.ankara.edu.tr>).

Toplantı salonlarında büyüklüğe göre teknik personel ve salon personeli olarak en az iki tane host ve hostes bulundurulmalıdır. Ayrıca talep edildiyse video ve fotoğraf çekimi için toplantı salonunda çekim yapacak personel bulundurulur. Teknik personel yaka ve kürsü

mikrofonu, sunum sırasında laptop ile led ekran arasındaki iletişim, watchout sistem ve ses sistemlerinden sorumludur. Bunlarda oluşacak en ufak aksaklık toplantıyı sekteye uğratabilir. O yüzden teknik personel çok önemlidir ve toplantının her teknik aşamasını kontrol eder. Salon personelleri toplantı salonlarının düzenlenmesinden toplantının bitiş anına kadar ki sürece kadar sorumludur. Sahne dekorunun istenildiği gibi olup olmadığını, istek halinde sahneye su yolu çiçeklendirme yapılmasını, protokol ve başkanlık masasının düzenlenmesini, salondaki su ve şeker ikramını ve toplantı anında soru-cevap bölümünde katılımcılara mikrofonun ulaştırılmasını üstlenmektedir.

Toplantı salonlarının kapasitesi ve kullanılacak salonların özelliklerine ve katılımcı sayısına göre her salon için oturma şekli, başkanlık masası, konuşmacı kürsüsü konumlandırılır. Salonlar en yüksek sayıdaki izleyici sayısına göre ayarlanmalıdır. İzleyiciler için en uygun oturma şekli yapılacak olan sunuşa ve sunuşta kullanılacak multivizyon aletlerinin konumlandırılmasına göre ve katılımcı sayısına göre değişiklik gösterir (Çizel, 1999: 85).

Toplantı otelin salonlarında yapılacaksa otelin girişinde, restoranlarda, lobide ve göze çarpacak yerlerde toplantı salonlarını gösterecek kurumun amblemi ile kongrenin adını içeren yönlendirme levhaları konulur. Otel dışında başka bir kongre merkezinde yapılacak toplantılarda ise; otelde servis noktalarını gösteren yönlendirme levhaları, kongre merkezinde giriş ve merdivenlere aynı şekilde kurumun amblemi ile kongrenin adını içeren yönlendirme levhaları konularak katılımcıların sorun yaşamadan toplantı salonlarını bulması sağlanır.

Toplantı salonu hizmetleri kongre bilgi sistemlerini de içerir. Kongre bilgi sistemi; katılımcıların konuşması ve iletişimde bulunulması ayrıca kulaklıklarının ses ayarını yapabilmek için tasarlanan üzerinde tuşların bulunduğu bir sistemdir. Kongre bilgi sisteminde katılımcı, tercüme kabinlerine ve konuşmacı masalarına bağlıdır. Katılımcılar söz hakkı istediğinde önlerindeki tuşların bulunduğu sistemi kullanarak sıraları geldiğinde konuşmaktadırlar (Delice, 2012: 99).

Sergilerin kurulması da toplantı salonu hizmetleri arasındadır. Özellikle mesleki bilgi paylaşımı yapılan kongrelerde sergileme kongrenin önemli bir parçasıdır. Kongreye katılanlar ve ziyaretçiler için sergi, yeni ve geliştirilmiş mal ve hizmetleri, teknolojik yenilikleri öğrenmek, takip etmek için en uygun fırsattır. Sergi alanları tasarlanırken ve

kurulurken toplantı salonları ile uyum içinde olmasına dikkat edilmelidir. Sergi alanının giriş ve çıkışları engellemediğini kontrol etmek gerekir. Ayrıca sergi alanlarına ihtiyaç duyacakları ışık ve ses tesisatları çekilmelidir. Sergi alanları ve toplantı salonları yiyecek-içecek ünitelerinden ortak yararlanabilecek şekilde yerleştirilmelidir (Çizel, 1999: 88).

2.2.6.Yiyecek-İçecek Hizmetleri

Seyahat acenteleri kongre başlamadan önce otellerin toplantı salonlarında veya kongre merkezlerinde katılımcılara sunulacak yeme-içme hizmetleri ile ilgili görüşmeleri ve anlaşmaları yapmaktadırlar (Aktaş, 1990: 303).

Kongre katılımcılarının gelir düzeylerinin yüksek olması kongre süresindeki yiyecek-içecek ikram çeşit ve lezzetinden daha fazla beklenti içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu sebeple seyahat acenteleri ve kongre organizatörleri sunulan yiyecek-içecek ile bizzat ilgilenerek kongrenin başarılı geçmesini sağlamalıdır (Aymanıkuy, 2010: 81).

Katılımcılar, kongre için kendi şehirlerinden kendine özgü yemekleri olan şehirlere geldikleri zaman o yere özgü yemekleri tatmak isteyeceklerdir. Mesela Rize’de olan bir kongreye gelen katılımcı normal bir tavuk veya et menüsündense balık yemeyi, Gaziantep’teki kongreye katılan katılımcı ise özellikle kebab ve tatlıları tatmayı tercih edecektir. Bu bulgular göz önünde bulundurularak katılımcılara sunulacak menüler özenle oluşturulmalıdır. Yemeklerin yanı sıra toplantı aralarında verilecek çay-kahve molalarındaki (coffee break) ikramlarda çeşitli ve kişi sayısına göre olmalıdır.

Kongrenin gerçekleşeceği otel veya kongre merkezindeki yiyecek-içecek hizmetlerinde dikkat edilmesi gereken durumlar şunlardır (Çizel, 1999: 87) :

- Kongre katılımcılarına verilecek yiyecek hizmetinin gün ve saatleri
- Toplantı saatleri ve mola zamanları
- Menüler ve içerikleri
- İçecekler ile ilgili ayrıntılar
- Kişi başına fiyat
- Katılımcılar hakkındaki özel bilgiler

2.2.7.Çeviri Hizmetleri

Ulusal veya uluslararası kongrelere yabancı delegelerin katılım sağlaması konuşma ve sunumların eş zamanlı ya da ardıl olarak çevrilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Bu yüzden son yıllarda düzenlenen çoğu kongrede çeviri hizmetlerinden yararlanılmaktadır.

Kongrelerde kullanılan üç çeşit çeviri türü vardır:

1. Simültane (anında) çeviri
 2. Ardıl çeviri
 3. Fısıltı çevirisi
1. Simultane çeviri için toplantı salonuna bir tercüme kabini kurulmaktadır. Tercüme kabininde yer alan tercümanlar kulaklıklar aracılığıyla duyduğu konuşmacıyı katılımcılardaki kulaklık aracılığıyla katılımcılara aynı anda hedef dilde tercüme ederek aktarmaktadır. Kongrelerde, toplantılarda, eğitimlerde, seminerlerde ve forumlarda sıkça ihtiyaç duyulan bir sistem olmaktadır (M.E.B., 2011: 26). Simultane çeviri sisteminin amacı konuşmacının sözlerinin anında delegelere iletilmesidir. (Delice, 2012: 100).

Simultane çeviri için :

- Simultane çeviri sistemi,
 - Simultane kulaklık,
 - Tercüman kabini gerekli olmaktadır.
2. Ardıl çeviride, çevirmen kaynak dildeki konuşmacıdan sonra araya girerek hedef dile çeviri yapar. Ardıl çeviride tercüman kabini yoktur, çevirmen konuşmacılarla aynı ortamda bulunur, konuşmacıları dinler, not alır ve gerekli mesajı hedef dilde aktarır. Konuşmacı sözünü bitirdiğinde veya durakladığında çevirmen gerekli çeviriyi yapar. Ardıl çeviri büyük toplantılarda tercih edilmez. Genellikle iş görüşmeleri, iş toplantıları gibi alanlarda tercih edilmektedir (<http://www.diltra.com.tr>).

3. Fısıltı çevirisi, genellikle kalabalık toplantılarda konuşmacının söylediklerini diğer dinleyicileri rahatsız etmeden bir veya en fazla iki kişi için yapılan çevirilerdir. Çevirmen, çeviri yapılacak kişinin yanına veya arkasına oturur ve toplantı sırasında fısıltı halinde konuşmacıların söylediklerini çevirir. Burada herhangi bir mikrofon, kulaklık benzeri araca ihtiyaç yoktur (<http://www.diltra.com.tr>).

2.2.8.Sosyal Etkinlikler

Kongrelerin içeriğini sadece toplantılar oluşturmaz. Kongre organizasyonlarını cazip ve verimli hale getirmek ve katılımcılar arası ilişkileri geliştirmek amacıyla, sosyal faaliyetler düzenlenmektedir. Kongrenin açılış kokteyli, gala yemeği, sanatsal gösteriler gibi sosyal içerikli programlar, yoğun kongre programları arasında katılımcıların hoşça vakit geçirmelerini sağlamaktadır. Ayrıca şehir ve bölge gezileri katılımcılar tarafından talep gören sosyal etkinliklerdendir (Arber, 2008: 46).

Geziler organizasyonun farklı zamanlarında düzenlenebilir. Kongre başlamadan önce yapılan değişik turistik yörelere yapılan konaklamalı geziler yanında kongre sırasında yapılan geziler de mevcuttur. Bu tip geziler genellikle kısa süreli gezilerdir. Genellikle toplantıya ara verilen sürelerde yapılır. Şehir turları en yaygın olanlarıdır. Kongre sonrası geziler ise en kapsamlı olan gruptur. Bu gezilere katılmak isteyen katılımcılar ilgi alanlarına göre rezervasyon yaptırırlar (Çizel, 1999: 89).

Türkiye'nin her bir bölgesinde gezilecek yerlerin çokluğu sebebiyle yurtdışı veya yurtiçinden gelen katılımcılar bu zenginlikleri görmeden kendi şehirlerine dönmeyi tercih etmezler. Mesela Şanlıurfa'ya giden biri balıklı gölü görmeden, Gaziantep'e giden biri Zeugma müzesini, hayvanat bahçesini, Rize'ye giden biri Ayder Yaylasını, İzmir'e giden birisi ise Efes Antik Kentini görmeden dönmeyi istemez. Kongrenin ulusal veya uluslararası olması fark etmez. Kendi şehriden daha önce görmediği bir şehre giden katılımcı şehri tanımak isteyecektir. Şehir turları haricinde kongreyle alakalı tekne gezileri, saha çalışmaları vb. mümkündür.

2.3.Kongre Sürecinin Tamamlanması

Toplantı sona erdikten sonra, seyahat acentesi, kongre organizatörü ve işletme kongre hizmetleri müdürünün görevleri sona ermez. Kongre sonrasında yapılacak çalışmalar organizatör ve organizasyon komitesi için oldukça önemlidir (Delice, 2012: 103).

Kongre süreci iki aşamada tamamlanmaktadır:

- Kongre değerlendirme toplantısı ve sonuç raporu
- Faturaların oluşturulması ve kongre hesabının kapatılması

2.3.1.Kongre Değerlendirme Toplantısı ve Sonuç Raporu

Kongre sonrasında kongreyle ilgili bir değerlendirme toplantısı yapılır. Bu toplantıda kongrenin başarısı ve kongrede ortaya çıkan sorunlar değerlendirilir. Kongre sonrasında katılımcılara anket yapıldıysa bu anketler göz önünde bulundurularak memnuniyet değerlendirilmesi yapılır. Değerlendirme toplantısında kongre organizasyonunda yer alan tüm taraflar arasında kongre boyunca meydana gelen ilişkiler gözden geçirilir. Ayrıca kongrenin gerçekleşen bütçesi ile tahmin edilen bütçe arasındaki sapmalar analiz edilmektedir.

Değerlendirme toplantısına kongre organizatörü, yardımcıları ve dernek ya da kuruluşun yöneticileri katılırlar. Burada organizasyon sürecindeki tüm faaliyetlerin değerlendirmeleri yapılır. Bu değerlendirmeler sonucunda kongrenin faaliyet raporu hazırlanır. Kongre faaliyet raporu yönetim ve muhasebe bölümlerini ilgilendiren gerçekleşen faaliyetlerin açıklamalarının yer aldığı rapordur. Bu raporlar ayrıca yıllık faaliyet raporlarını oluşturur (Çizel, 1999: 90).

Kongre değerlendirme toplantısında bir daha bu kongre grubu ile toplantı yapılması durumuna karar verilmektedir. Bu kararı verirken üstünde durulması gereken kıstaslar şunlardır (Aymanıkuy, 2010: 92) :

- Tahmin edilen ve gerçekleşen gelir arasındaki farkın karşılaştırılması,
- Yapılan oda rezervasyonları ile kullanılan oda arasındaki farkın bulunması (No-show faktörünün büyüklüğünün saptanması),

- Gerçekleşen ve tahmin edilen gelirin karşılaştırılması
- Personel hizmetlerinin ve sayısının yeterli olup olmadığının saptanması,
- Rezervasyon tarihinden önce otelden ayrılan kongre katılımcılarının saptanması,
- Rezervasyon tarihinden sonra otelden ayrılan kongre katılımcılarının saptanması,
- Kongre organizasyonu sırasında tesise gerekli ihtiyaçları tedarik eden kişi ya da kuruluşlarla yaşanan sorunların saptanması.

Komite raporları Çizelge 2.10’da ve organizasyon firması raporları Çizelge 2.11’de rapor periyodları ile birlikte gösterilmektedir.

Çizelge 2. 10.Komite Raporları

Komite Raporları	Rapor Periyodu
Bütçe-Fiili Karşılaştırma Raporu	Haftalık
Yaşanması Muhtemel Riskler	Haftalık
Sponsorluk Geliri	Haftalık
Gerçekleştirilen Faaliyetler	15 Günlük
Bekleyen İşler	Haftalık

Kaynak: sayfa:9, TİDE KONGRE YÖNETMELİĞİ

Çizelge 2. 11.Organizasyon Firması Raporları

Organizasyon Firması Raporları	Rapor Periyodu
Güncel Katılımcı Sayısı	Günlük
Güncel Katılım Bedeli Toplamı	Günlük
Gerçekleştirilen Harcamalar	Kongre Sonrası
Bütçe-Fiili Karşılaştırma Raporu	Kongre Sonrası
Bekleyen İşler	Haftalık

Kaynak: sayfa:9, TİDE KONGRE YÖNETMELİĞİ

2.3.2.Faturaların Oluşturulması ve Kongre Hesabının Kapatılması

Kongrenin bitimi seyahat acentelerinin ve organizatörlerin çalışmalarını bitirmez. Kongre bitiminde organizasyon süresince hizmetlerinden yararlanan her bir işletme ve kuruluşun ödemeleri yapılır. Ödemeler yapıldıktan sonra kongre organizasyonu için açılan hesaplar kapatılmalıdır. Aynı şekilde kongre süresince çalışan geçici host ve hostes ücretleri ödenir.

Ayrıca organizatörün bünyesinde bulunan sürekli personele verilecek olan primler ve tipler belirlenerek bütçeye aktarılır (Çizel, 1999: 89-90).

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 (Delice, 2012: 104).

Son olarak organizasyonun yapıldığı konaklama tesisinden borcu yoktur yazısı alınıp kuruma fatura kesilir ardından iş bitirme belgesi alınır ve böylece düzenlenen kongre organizasyonu tamamlanmış olur.



3. BÖLÜM

KAMU VE ÖZEL SEKTÖRDEKİ KONGRE TURİZMİNİN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde, kamu kurumu ve özel sektör kuruluşlarında çalışan ve kamu ve özel sektör kuruluşlarının düzenlediği eğitim kongrelerine katılan bireylere yönelik uygulanan anket çalışması ile ilgili detaylar ve sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kongre turizmi tüm dünyada en karlı turizm etkinliklerinden biridir. Kongre katılımcılarının gittiği diğer bir ülkeye veya şehre sağladığı gelirin normal turistin getirdiği gelirden yaklaşık üç kat fazla olması kongre turizminin ne kadar önem verilmesi ve daha fazla yatırım yapılmaya devam edilmesi gereken bir alan olduğunu gösterir (TÜRSAB,2013:8). Kongre katılımcılarının sağladığı bu gelir yaratıcı etkiden sadece otel gibi tek bir hizmet sektörü faydalanmamakta, bunun yanı sıra havayolu ve otobüs şirketleri, restoranlar, müzeler ve yerel perakende satış yerleri gibi hizmet sektörleri de bu gelirden dolayı şekilde paylarını almaktadır.

Kongre turizminin gelir yaratıcı etkisi dışında, kongre merkezinde faaliyetlerin yürütülebilmesi için gerekli personel, ulaşımın sağlanabilmesi için seyahat şirketlerinde, yemek ihtiyacının karşılanması için restoranlarda, kongre yapılan şehirde hediyelik eşya dükkanlarında ve kongre organizasyonunun tamamlanması için seyahat acentalarında personel ihtiyacı yaratarak istihdam yaratıcı etkisini de görmekteyiz. Ayrıca kongrelerde yoğun olarak ilkbahar ve sonbahar aylarının tercih edilmesi sebebiyle turizmde mevsimselliğin ortadan kaldırılması, ihtiyaç gereği kongre merkezlerinin inşası ve şehirlerin fiziksel görünümünün geliştirilmeye başlanmasıyla şehirleşme sürecine olumlu katkıları ve hizmet süreçli bir olgu olması sebebiyle kongre delegelerinin ziyaret ettiği her bir ülke ve şehre sosyal ve kültürel etkilerinin önemi de azımsanmayacak büyüklüktedir.

Bu araştırmanın genel amacı, kamu ve özel sektörde çalışan ve kuruluşlarının düzenlediği eğitim kongrelerine katılan bireylerin tutumlarını ortaya koymak ve kamu ve özel sektör kongreleri arasındaki temel farklılıkları karşılaştırmaktır.

Bu çalışma ile kongre katılımcılarının kongre programıyla ilgili genel değerlendirmeleri, kongre programının konu ve süresi, kongre programı sonundaki kazanımlarla ve organizasyon ile tesisten memnun kalma durumu ile ilgili genel memnuniyet derecesinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Turizm sektöründe, kongre turizminin katkı ve getirisi büyük olmasına rağmen bu alanda çok fazla çalışma ve araştırma olmadığı ve özellikle kamu ve özel sektör kongre turizmi karşılaştırılmasını inceleyen bir araştırmanın yapılmadığı görülmektedir. Bu nedenle böyle bir araştırma, bu konudaki boşluğu gidermek açısından fayda sağlayabilir. Bunun yanı sıra, çalışma sonucu elde edilecek veriler kongre yapacak kurumlara ve derneklere bundan sonraki kongre programlarını planlarken bir örnek teşkil etmesi, gelecekte yapılacak kapsamlı araştırmalara bir ışık tutması konusunda yardımcı olacaktır.

Çalışmada bahsedilen kamu kurumlarından kastedilen; bakanlıklar, devlete bağlı genel müdürlükler, başkanlıklar, enstitüler ve benzeri kuruluşlardır. Özel sektör kuruluşları ise; dernekler, vakıflar, birlikler, sendikalar ve benzeri kuruluşlardır.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma için anket yoluyla veri toplama yöntemine başvurulmuştur. Anket temel olarak iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde hipotez testleri için geliştirilen 5'li likert tipinde (1 çok yetersiz; 5 çok iyi) sorularla hazırlanmış bir ölçek kullanılmış, ikinci bölümde ise deneklerin demografik profillerini ortaya koymak amacıyla kişisel bilgiler sorularına yer verilmiştir. Ankette likert tipi ölçek kullanılmasıdaki amaç, likert'in ölçek kurma tekniğinin görece daha kolay ve anlaşılabilir olması ve daha basit yollarla güvenilir sonuçlar vermesidir (Bayat, 2014: 17).

Anket toplamda 20 sorudan oluşmaktadır. Anketin ilk 5 sorusunda kongre programının konusu ve süresi ile ilgili, 6-10. sorularda kongre sonu kazanımlarla ilgili, 11-15. sorularda organizasyon ve tesisle ilgili sorulara yer verilmiş ve 16. soruda kongreyle ilgili genel memnuniyeti ölçmeye yönelik soru katılımcılara yöneltilmiştir. 17-20. sorulardan oluşan son bölümde katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu, yaş, çalıştığı kurum ve süresi gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur.

Araştırmanın uygulama kısmı için geliştirilen ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla ölçeğe Cronbach's Alpha analizi yapılmıştır.

Güvenirlik, test puanlarının hatadan arınık olma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016: 1869). Güvenilirlik analizinde, hataların dağılımlarını karakterize etmek ve böylece uygun dağılımları tanımlamak amacıyla hata oranı, ortalama hata oranı ve güvenilirlik fonksiyonu gibi araçlar geliştirilmiştir. Araştırmacı, hataları bu fonksiyonlar cinsinden ifade ederek güvenilirlik modelini kurar ve analiz işlemlerini gerçekleştirir (Yalçınkaya, 2015: 7).

Cronbach's Alpha katsayısı hemen hemen tüm ölçme araçlarının güvenilirliğini belirlemede kullanılan bir katsayı olarak kabul edilmektedir. Cronbach's Alpha katsayısı ile testin tümünden tesadüfi olarak seçilebilecek tüm yarıllara ilişkin bilgi elde edilebilmektedir. Ayrıca güvenilirliği incelenen testin yeterli sayıda madde içermesi ve tek boyutluluğu sağlaması durumunda, bu katsayı ile hesaplanan güvenilirlik değeri, gerçek güvenilirlik değerine eşit olmaktadır. Cronbach's Alpha katsayı 1'e yaklaştıkça ölçekte yer alan maddelerin iç tutarlılığının yüksek olduğu sonucuna ulaşılır (Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016: 1870).

Yapılan analiz sonucunda Cronbach's Alpha katsayısı 0,91 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

3.3.Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni, kamu ve özel sektörde çalışan ve kongreye katılmış olan bireylerden oluşmaktadır. Evrenin sayısı tam olarak bilinemediğinden dolayı olasılıksız örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmacının evrendeki elemanların, örnekleme yer alma olasılığını bilmediği durumlarda, yani evrenin sınırlarının bilinmediği durumlarda ve evrene genelleme yapmanın önemli olmadığı araştırmalarda olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemini kullanmak mümkündür. Kısaca belirtilirse pratik nedenlerle, olasılıklı örnekleme yaklaşımının kullanımı mümkün olmadığı durumlarda, temsil yeteneğinin belki de bir dereceye kadar sağlanmasıyla bu tür örnekleme başvurulabilir (Özen ve Gül, 2007: 412).

Araştırmanın örneklemini belirlemek amacıyla yargısal örnekleme yöntemi kullanılarak ve belirlenen kongrelerdeki katılımcı sayıları göz önüne alınarak örneklem minimum 215 kişi olarak belirlenmiştir. 217 kişiye ulaşılmıştır. Anketler kongreye katılan katılımcılara yüzyüze görüşme yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Yargısal örnekleme yönteminde araştırmacı, ilgisine, uzmanlığına ve seçeceği örneğin ana kütleyle benzerliği ile ilgili değerlendirmesine dayanarak, ana kütlelerin parçası olan daha küçük bir gruptan örnek seçer (Kuşluvan ve Eren, 2008: 182). Araştırmacı örneklem için hangi birimlerin seçileceğine kendisi karar verir. Araştırmacının uygun gördüğü kümeler, gruplar, birimler araştırmanın amacına da uygun olarak belirlenir (Koçak ve Arun, 2006: 26).

Otelin kongre salonunda verilen eğitim sonrası 116'sı kamuda ve 101'i özel sektörde çalışan bireyler olmak üzere toplam 217 katılımcıya uygulanarak yüz yüze anket çalışması yapılmıştır.

3.4.Araştırmanın Kısıtları

Araştırmadaki en büyük kısıt evren sayısının tam olarak bilinmemesi kısıtıdır. Buna ek olarak, kongrelerin Antalya'da yapılmasından doğan maliyet kısıtı, deneklere ulaşmada yaşanan zorluklar ve iki kongrenin seçilmiş olması araştırmanın kısıtlarını oluşturmuştur.

3.5.Araştırmanın Hipotezleri

Kamu ve özel sektörde düzenlenen kongre organizasyonlarına dair katılımcı tutumlarını ölçmek amacıyla 4 tane hipotez geliştirilmiştir.

H1: Eğitim programı ile ilgili genel memnuniyet düzeyi kamu ve özel sektör kongrelerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H2: Eğitim programının konu ve süresi ile ilgili tatmin düzeyi kamu ve özel sektör kongresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H3: Eğitim programı sonundaki kazanımlara karşı genel tutum kamu ve özel sektör kongrelerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H4: Organizasyon ve tesisten memnun kalma durumu kamu ve özel sektör kongrelerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

3.6.Verilerin Analizi

Kongreye katılan 217 katılımcıya uygulanan yüz yüze anket formları analiz yapabilmek için kodlanmış ve SPSS 21.0 paket programı kullanılarak tasnif ve analiz edilmiştir. Verilerin analizinde bağımsız örneklem için t testi analizi kullanılmış ve güvenilirlik katsayısını belirlemek için Cronbach's Alpha analizi kullanılmıştır.

3.7.Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmeler

Çalışmanın bu bölümünde, kamu ve özel sektörde çalışan ve kamu ve özel sektör kuruluşlarının düzenlediği eğitim kongrelerine katılan bireylere yönelik uygulanan anket çalışması ile ilgili detaylar ve sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

3.7.1.Ankete Katılan Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Değerlendirilmesi

Kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları Çizelge 3.1'de görülmektedir. Bu verilere göre, katılımcıların %80,2'sini erkekler, %19,8'ini kadınlar oluşturmaktadır.

Özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları Çizelge 3.2'de görülmektedir. Buna göre, katılımcıların %54,5'ini erkekler, %45,5'ini kadınlar oluşturmaktadır. Hem kamu hem de özel sektör kongrelerinde erkek katılımcıların, kadın katılımcılara oranla sayıca fazla olduğu görülmekte olup, erkek katılımcıların kamu kuruluşlarının düzenlediği kongrelerde daha fazla olduğu gözlenmektedir.

Çizelge 3. 1.Kamu Kongrelerine Katılan Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
Kadın	23	19,8
Erkek	93	80,2
TOPLAM	116	100,0

Çizelge 3. 2.Özel Sektör Kongrelerine Katılan Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
Kadın	46	45,5
Erkek	55	54,5
TOPLAM	101	100,0

Anket uygulanan tüm katılımcıların cinsiyet gruplarına göre dağılımları Çizelge 3.3’de görülmektedir. Buna göre, toplam katılımcıların %68,2’sini erkekler, %31,8’ini kadınlar oluşturmaktadır.

Çizelge 3. 3.Katılımcıların Cinsiyet Gruplarına Göre Dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
Kadın	69	31,8
Erkek	148	68,2
TOPLAM	217	100,0

3.7.2.Ankete Katılan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Değerlendirilmesi

Kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları Çizelge 3.4’de görülmektedir. Bu verilere göre, anket uygulanan katılımcıların büyük çoğunluğunu %55,2 oranla 36-45 yaş arası bireylerin oluşturduğu gözlenmektedir. Daha sonra %22,4 oranla 26-35 yaş grubu katılımcılar, %20,7 oranla 46 ve üzeri yaş grubu katılımcılar ve en az katılımcı oranı olarak %1,7 oranla 18-25 yaş grubu izlenmektedir.

Çizelge 3. 4.Kamu Kongrelerine Katılan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
18-25	2	1,7
26-35	26	22,4
36-45	64	55,2
46 ve üzeri	24	20,7
TOPLAM	116	100,0

Özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları Çizelge 3.5’de görülmektedir. Ankete katılan katılımcıların yaş grupları arasında büyük bir farklılık olmadığı görülmektedir. Tablo.25’deki verilere göre, katılımcıların %30,7 oranla 18-25 yaş arası, %25,7 oranla 26-35 yaş arası, %23,8 oranla 36-45 yaş arası ve %19,8 oranla 46 ve üstü yaş arası bireyler oluşturmaktadır.

Çizelge 3. 5.Özel Sektör Kongrelerine Katılan Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
18-25	31	30,7
26-35	26	25,7
36-45	24	23,8
46 ve üzeri	20	19,8
TOPLAM	101	100,0

Ankete katılan tüm katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları Çizelge 3.6’da görülmektedir. Bu verilere göre, %40,6 oranla 36-45 yaş arasında 88 kişiyi sırasıyla %24 oranla 26-35 yaş arası 52 kişi, %20,3 oranla 46 ve üzeri yaş arası 44 kişi, %15,2 oranla 18-25 yaş arası 33 kişi izlemektedir.

Çizelge 3. 6.Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
18-25	33	15,2
26-35	52	24,0
36-45	88	40,6
46 ve üzeri	44	20,3
TOPLAM	217	100,0

3.7.3.Ankete Katılan Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Değerlendirilmesi

Kamu kongrelerine katılan katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları Çizelge 3.7’de verilmiştir. Bu verilere göre, katılımcıların büyük çoğunluğunu %54,3 oranı ile lisans mezunları oluşturmaktadır. Katılımcıların %37,9 oranı ile yüksek lisans mezunları, %6,0

oranı ile önlisans mezunları ve en az katılımcı oranı olarak %1,7 oranı ile doktora mezunlarının oluşturduğu gözlenmektedir.

Çizelge 3. 7.Kamu Kongrelerine Katılan Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
Önlisans	7	6,0
Lisans	63	54,3
Yüksek Lisans	44	37,9
Doktora	2	1,7
TOPLAM	116	100,0

Özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları Çizelge 3.8’de verilmiştir. Buna göre, özel sektör kongrelerine katılan katılımcıların büyük çoğunluğunu %75,2 oranı ile önlisans mezunlarının oluşturduğu gözlenmektedir. Katılımcıların %19,8 oran ile lisans mezunları, %4 oran ile yüksek lisans mezunları ve %1 oran ile doktora mezunları oluşturmaktadır.

Çizelge 3. 8.Özel Sektör Kongrelerine Katılan Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
Önlisans	76	75,2
Lisans	20	19,8
Yüksek Lisans	4	4,0
Doktora	1	1,0
TOPLAM	101	100,0

Anket uygulanan tüm katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları Tablo.29’da verilmiştir. Çizelge 3.9’a bakıldığında, önlisans ve lisans mezunu katılımcının aynı oran ve sayıya sahip olduğu gözlenmekte %38,2 oran ile 83 bireyden oluşmaktadır. Toplam katılımcıların %22,1’ini 48 kişiyle yüksek lisans mezunu ve %1,4’ünü 3 kişi ile doktora mezunu bireyler oluşturmaktadır.

Çizelge 3. 9.Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı	Yüzde Değeri
Önlisans	83	38,2
Lisans	83	38,2
Yüksek Lisans	48	22,1
Doktora	3	1,4
TOPLAM	217	100,0

3.7.4.Ankete Katılan Katılımcıların Çalıştığı Sürelere Göre Değerlendirilmesi

Katılımcılara uygulanan anketlerde katılımcılara yöneltilen “çalışılan kurum ve süresi” ile ilgili soru ucu açık bir soru şeklinde uygulanmıştır. Bu sebeple, çalışılan süre ile ilgili soruya cevap vermeyen katılımcılar olduğu gözlenmektedir. Cevap veren katılımcılar neticesinde yapılan analiz dağılımları karşılaştırmalı olarak Tablo.30’da verilmiştir. Çizelge 3.10’a genel olarak bakıldığında kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların daha çok uzun yıllar (10 yıl ve üzeri) çalışan bireylerden olduğu gözlenmekteyken, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların daha çok 10 yıl ve altında çalışan bireylerden oluştuğu gözlenmektedir.

Çizelge 3. 10.Katılımcıların Çalıştığı Sürelere Göre Dağılımı

Süre	Kurum		Toplam
	Kamu	Özel	
	71	56	127
1 yıl	2	2	4
1,5 yıl	0	2	2
10 yıl	6	2	8
11 yıl	2	1	3
12 yıl	0	2	2
13 yıl	3	2	5
14 yıl	1	2	3
15 yıl	3	1	4
16 yıl	2	0	2
17 yıl	3	1	4
18 yıl	3	1	4
2 ay	0	1	1

2 yıl	0	1	1
2,5 yıl	0	2	2
20 yıl	2	2	4
21 yıl	0	1	1
23 yıl	1	1	2
25 yıl	2	0	2
26 yıl	0	2	2
29 yıl	1	0	1
3 ay	0	2	2
3 yıl	4	3	7
30 yıl	1	0	1
33 yıl	1	0	1
4 ay	2	2	4
4 yıl	1	5	6
5 yıl	0	1	1
6 yıl	1	2	3
7 yıl	2	2	4
8 yıl	1	0	1
9 ay	0	1	1
9 yıl	1	1	2
TOPLAM	116	101	217

3.7.5. Araştırmadaki Hipotezlerin Analizi

- **H1: Eğitim programı ile ilgili genel memnuniyet düzeyi kamu ve özel sektör kongrelerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.**

Araştırmanın ana hipotezinde deneklerin katıldıkları eğitim programı ile ilgili genel memnuniyet düzeylerinin çalıştıkları kurumların düzenledikleri kongreler açısından farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla H1 hipotezini t testi analizi yapılmış, Levene's varyansların eşitliği testine göre varyansların eşit olmadığı görülmüş, eşit olmayan varyanslar değerine göre H1 hipotezi kabul edilmiştir. (sign; 0.000<0.05) T testi sonucuna göre eğitim programıyla ilgili genel memnuniyet düzeyinin çalışılan sektörün düzenlediği kongrelere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Gruplar arası ortalamalara bakıldığında, kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere karşı genel memnuniyet düzeyinin ($\Sigma=4,41$) özel sektörün düzenlediği kongrelere karşı memnuniyet düzeyinden ($\Sigma=3,83$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Çizelge 3. 11.H1 Hipotezi İçin T-testi Analizi

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Genel Memnuniyet Düzeyi	Equal variances assumed	5,659	,018	6,303	215	,000	,573	,091	,394	,753
	Equal variances not assumed			6,327	213,440	,000	,573	,091	,395	,752

Çizelge 3. 12.Kongre Programı İle İlgili Genel Memnuniyet Düzeyi Grup İstatistikleri

Kurum	N	Ortalama	t	Anlamlılık Düzeyi
Kamu	116	4,41	6,327	0,000
Özel	101	3,83		

- **H2: Eğitim programının konu ve süresi ile ilgili tatmin düzeyi kamu ve özel sektör kongresine göre anlamlı bir farklılık gösterir.**

Araştırmanın ikinci hipotezinde deneklerin katıldıkları eğitim programının konu ve süresi ile ilgili tatmin düzeylerinin çalıştıkları kurumların düzenledikleri kongreler açısından farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla H2 hipotezini t testi analizi

yapılmış, Levene's varyansların eşitliği testine göre varyansların eşit olduğu görülmüş, eşit olan varyanslar değerine göre H2 hipotezi kabul edilmiştir. (sign; $0.000 < 0.05$) T testi sonucuna göre eğitim programının konu ve süresi ile ilgili tatmin düzeyi kamu ve özel sektör kongresine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Gruplar arası ortalamalara bakıldığında, kamu kurumlarının düzenlediği kongrenin konu ve süresi ile ilgili tatmin düzeyinin ($\Sigma=4,27$) özel sektörün konu ve süresi ile ilgili tatmin düzeyinden ($\Sigma=3,82$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Çizelge 3. 13.H2 Hipotezi İçin T-testi Analizi

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Konu ve Süre	Equal variances assumed	,019	,891	5,425	215	,000	,45555	,08397	,29003	,62106
	Equal variances not assumed			5,395	205,122	,000	,45555	,08445	,28906	,62204

Çizelge 3. 14.Kongre Programının Konu ve Süresi İle İlgili Tatmin Düzeyi Grup İstatistikleri

Kurum	N	Ortalama	t	Anlamlılık Düzeyi
Kamu	116	4,27	5,425	0,000
Özel	101	3,82		

- **H3: Eğitim programı sorundaki kazanımlara karşı genel tutum kamu ve özel sektör kongrelerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.**

Araştırmanın üçüncü hipotezinde deneklerin katıldıkları eğitim programı sonundaki kazanımlara karşı genel tutum düzeylerinin çalıştıkları kurumların düzenledikleri kongreler açısından farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla H3 hipotezini t testi analizi yapılmış, Levene's varyansların eşitliği testine göre varyansların eşit olduğu görülmüş, eşit olan varyanslar değerine göre H3 hipotezi kabul edilmiştir. (sign; $0.000 < 0.05$) T testi sonucuna göre eğitim programı sonundaki kazanımlara karşı genel tutumun çalışılan sektörün düzenlediği kongrelere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Gruplar arası ortalamalara bakıldığında, kamu kurumlarının düzenlediği kongre sonundaki kazanımlara karşı genel tutum düzeyinin ($\Sigma=4,13$) özel sektörün düzenlediği kongre sonundaki kazanımlara karşı genel tutum düzeyinden ($\Sigma=3,76$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Çizelge 3. 15.H3 Hipotezi İçin T-testi Analizi

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differenc e	Std. Error Differenc e	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kongre Sonundaki Kazanımlar	Equal variances assumed	,242	,624	3,784	215	,000	,37530	,09919	,17979	,57081
	Equal variances not assumed			3,800	213,718	,000	,37530	,09877	,18062	,56998

Çizelge 3. 16.Kongre Programı Sonundaki Kazanımlara Karşı Genel Tutum Grup İstatistikleri

Kurum	N	Ortalama	t	Anlamlılık Düzeyi
Kamu	116	4,13	3,784	0,000
Özel	101	3,76		

- **H4: Organizasyon ve tesisten memnun kalma durumu kamu ve özel sektör kongrelerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.**

Araştırmanın son hipotezinde deneklerin katıldıkları kongre ile ilgili organizasyon ve tesisten memnun kalma durumlarının çalıştıkları kurumların düzenledikleri kongreler açısından farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla H4 hipotezini t testi analizi yapılmış, Levene's varyansların eşitliği testine göre varyansların eşit olduğu görülmüş, eşit olan varyanslar değerine göre H4 hipotezi kabul edilmiştir. (sign; $0.000 < 0.05$) T testi sonucuna göre kongreyle ilgili organizasyon ve tesisten memnun kalma durumunun çalışılan sektörün düzenlediği kongrelere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Gruplar arası ortalamalara bakıldığında, kamu kurumlarının düzenlediği kongrelerde organizasyon ve tesisten memnun kalma durumunun ($\Sigma=4,37$) özel sektörün düzenlediği kongrelere karşı organizasyon ve tesisten memnun kalma durumundan ($\Sigma=3,74$) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Çizelge 3. 17.H4 Hipotezi İçin T-testi Analizi

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Organizasyon ve Tesis	Equal variances assumed	2,212	,138	6,875	215	,000	,63600	,09251	,45367	,81834
	Equal variances not assumed			6,795	196,483	,000	,63600	,09360	,45140	,82060

Çizelge 3. 18.Organizasyon ve Tesisten Memnun Kalma Durumu Grup İstatistikleri

Kurum	N	Ortalama	t	Anlamlılık Düzeyi
Kamu	116	4,37	6,875	0,000
Özel	101	3,74		



SONUÇ VE ÖNERİLER

Kongre turizmi, önemi ve getirisi artan bir turizm çeşidi olması nedeniyle bu alanda rekabet günümüzde daha da fazlaşmıştır. Kamu veya özel sektör kuruluşlarında yapılan kongreler acenta tarafından gerçekleştirildiği gibi kurum kendi bünyesinde de gerçekleştirebilir. Fakat kurumlar özellikle işlerinde uzman ekibe sahip bir seyahat acentasıyla çalışmayı tercih etmektedir. Son yıllarda artan kongreler, seminerler, konferans ve sempozyumlar sayesinde seyahat acentalarının hizmet kalitesinde ve sayılarında artışlar görülmektedir. Seyahat acentalarının yanı sıra oteller, kongre merkezleri ve üniversiteler kongre turizmine katkıda bulunmak ve bu alanda bulunan açıktan pay almak adına kendi bünyelerinde gelişme kaydetmektedirler.

Kamu ve özel sektör kongre turizmi karşılaştırılmasına bakıldığında, hazırlık ve organizasyon süreci aşamalarında gerçekleşen hizmet sürecinde önemli farklılıkların olmadığı, her iki sektörde de hizmet akışının aynı şekilde ilerlediği ve gerçekleştiği görülmektedir. Kamu ve özel sektör kongreleri arasındaki en önemli farklılık; kamu kurumlarında çalışan bireylerin kongre ücretleri genellikle kurumları tarafından karşılanırken, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelerde ücretleri katılımcıların kendileri tarafından karşılanıyor olmasıdır.

Kamu kurumunun düzenlediği kongreye katılan katılımcı sayısı 116, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongreye katılan katılımcı sayısı 101 olmak üzere toplam 217 kongre katılımcısına anket uygulanmıştır. Kamu kurumunun düzenlediği kongre süreci 3 gün, özel sektör kuruluşun düzenlediği kongre süreci 4 gündür. Her iki kurumun kongreleri de seyahat acentaları aracılığıyla Antalya'da ve 5 yıldızlı otellerin kongre salonlarında gerçekleşmiştir. Kamu kurumunun gerçekleştirdiği kongre ilkbahar ayında, özel sektör kuruluşunun gerçekleştirdiği kongre ise sonbahar ayında yapılmıştır. Kongreler için ihtiyaç duyulan kayıt alanı hizmeti, toplantı salonu hizmeti ve havaalanı ve otogar transferleri seyahat acentaları tarafından gerçekleştirilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda araştırmadan elde edilen sonuçlar şöyledir;

Kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların %80,2 oranıyla büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmakta, kadınlar %19,8 oranıyla azınlıkta kalmaktadırlar. Özel

sektör kuruluşlarının düzenlediği kongre anket sonuçlarında erkek (%54,5) ve kadın (%45,5) yüzdelerinin birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılan katılımcılar yaş gruplarına göre değerlendirildiğinde; kamu kurumlarının düzenlediği kongrelerde yaş ortalamasının özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelerdeki yaş ortalamasına oranla daha yüksek olduğu görülmüştür. Kamu kurumlarının düzenlediği kongrelerde %55,2 oranla 36-45 yaş aralığı en fazla orana sahiptir. Özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelerde yaş aralığı yüzdelerinin birbirine yakın olmasıyla birlikte %30,7 ile 18-25 yaş grubu en fazla orana sahiptir.

Eğitim düzeylerine bakıldığında, kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların eğitim düzeylerinin lisans (%54,3) ve yüksek lisans (%37,9) arasında en fazla yüzdeleri aldığı görülürken, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere katılan katılımcıların eğitim düzeylerinin çok büyük bir kısmının önlisans (%75,2) olduğu gözlemlenmiştir.

Ankete katılan katılımcılara yöneltilen kurumlarında çalıştıkları süre sorusu neticesinde katılımcıların çalıştığı süre analizlerinde kamu kurumlarında genel olarak 10 yıl ve üzeri çıkarken özel sektörde bu süre daha çok 10 yıl ve altında çalışan bireylerden oluştuğu gözlemlenmiştir.

Yapılan inceleme ve analizler sonucunda; Kongre ile ilgili genel memnuniyet düzeyleri karşılaştırıldıklarında kamu kurumlarının düzenlediği kongrelere karşı genel memnuniyet düzeyinin, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelere karşı memnuniyet düzeyinden daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Genel memnuniyet puanlaması içerisinde katılımcıların ikamet ettiği yerden ayrılıp tekrar evlerine dönene kadar geçen süredeki her bir hizmeti kapsamaktadır. Bu sebeptendir ki, kurumların düzenlediği kongrelerde kurumun kongreyi katılımcıya duyurmasından, acentanın katılımcıları kongrenin yapılacağı yere ulaştırmasına, otelin hizmetinden kongrenin yapılacağı salondaki sıcaklığa kadar her hizmet bir bütün içerisinde ve özenle gerçekleştirilmelidir. Önemsiz görülen tek bir hizmet alanı bile katılımcıda önemli etkiler yaratabilir.

Memnuniyet düzeylerinde görülen farklılığın en önemli nedenlerinden biri, kamu kurumlarının gerçekleştirdiği kongrelerde katılımcıların kongre ücretini kurumları

karşılacağı için katılımcılar aldığı hizmet kalitesini yeterli görürken, özel sektör kuruluşlarının düzenlediği kongrelerde kongre ücretini katılımcıların kendilerinin karşılamasından dolayı verdiği ücretin karşılığını daha fazla beklemekte bu da memnuniyet düzeyinde farklılık yaratmaktadır.

Yaş aralığı oranlarına baktığımızda kamu kurumlarında yapılan kongrelerde katılımcıların yüzde ellisinden fazlasının 36-45 yaş aralığında olması, daha olgun ve daha önce kongrelere katılmış olabilmeleri ihtimaline karşın, özel sektör kuruluşlarının düzenledikleri kongrelerdeki katılımcı yaş oranı daha çok 18-25 yaş aralığında olup, daha genç ve kongreye ilk kez katılmaları ihtimali memnuniyet düzeylerinde fark yaratmasına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, kamu kurumlarında çalışan bireylerin uzun yıllar boyunca süren çalışma süreleri sayesinde bilgi birikimlerinin ve tecrübelerinin olmasına karşın, özel sektör kuruluşlarında yeni olan çalışanların meslekleri hakkında daha çok bilgi paylaşımına, tecrübe aktarımına ve kapsamlı eğitime duydukları ihtiyaç sebebiyle iki sektör arasında memnuniyet düzeylerindeki farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Kongrenin tarih seçimine bakıldığında kamu kongresinin ilkbaharda yapılması ve havalardan dolayı katılımcıların denizden yararlanabilmesi, havanın gezi yapılabilmesine müsait olmasına karşın, özel sektörde yapılan kongre tarihinin sonbaharda olması sonucu havaların soğumaya başlaması kongrenin zaman seçiminde memnuniyet farklılıkları yaratmıştır. Kongre turizminin sadece kongreyi kapsamakla kalmayıp deniz, gezi ve kültür turları seçeneklerini de içinde barındırması katılımcıların memnuniyet düzeylerinde olumlu fark yaratmaktadır.

Kamu kurumunun düzenlediği kongre 3 gün, özel sektör kuruluşunun düzenlediği kongre 4 gün sürmüştür. Özel sektör kurumunun düzenlediği kongre, kamu sektörünün düzenlediği kongreden daha uzun sürdüğü halde memnuniyet düzeyinde kamu sektörü katılımcılarının daha memnun çıkması, konu ve süre arasındaki bağın önemliliğini bize göstermektedir. Bazı eğitimlerde 3 gün yeterli olduğu halde bazı eğitimlerde içerikler ve eğitim verilecek konular o kadar fazladır ki 4 gün yetmeyebilir sonucunu bize göstermektedir. Yani kongrenin süresi belirlenirken eğitimin konusu ve içeriği göz önünde bulundurulmalıdır. Her iki kurumun düzenlediği kongre de Antalya’da ve farklı 5 yıldızlı otellerde gerçekleşmesine rağmen kamu kurumunun düzenlediği kongre katılımcılarının tesisten memnuniyet düzeyi daha yüksek çıkmıştır. Bunun sebepleri arasında; otel elemanlarının tavır ve hizmet anlayışlarındaki farklılık, yemeklerin lezzeti, otelin havaalanına uzaklık mesafesi ve otelin

denize yakınlığı olabilmektedir. Ve bu incelenen kriterlerin tamamı genel memnuniyet derecesini etkilemektedir.

Memnuniyet düzeylerinde fark yaratan önemli etkenler arasında bu faktörler dışında; kongre eğitim içeriğinin katılımcılara kazanım sağlayacak ve fark yaratacak bilgileri içermesi, eğitimcilerin ve konuşmacıların bilgi aktarım yöntemi, eğitimin verileceği salonların katılımcı sayılarına ve eğitim içeriğine uygun düzenlenmesi, katılımcılara sağlanan transfer olanağının özenle gerçekleştirilmesi, kongre sırasında gerçekleşen gezi ve kültür programları gibi faktörler de yer almaktadır.

Ortaya konulan bu bilimsel yaklaşım, kamu ve özel sektör kongreleri düzenlenirken daha memnun katılımcı ve daha başarılı bir organizasyon hedefine yaklaşılmasına yardımcı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Abbey, J.R., Link, C.K. (1994). *"The Convention and Meeting Sector-It' Operation and Research Needs"*, (2. Edition). New York:John Willey & Sons Yayınları, 273-274
- Acar, S., Ünsal, N. (2013). Öğretim Üyelerinin Bilimsel Kongre Tercihinde Etkili Olan Unsurları Ve E-Kongre Hazırbulunuşluk Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(Büro Yönetimi Özel Sayısı), 193.
- Aker, A. (2013). Kongre Turizminin Önemi, *OMC e-konomi dergisi*.
- Akhmetov, A. (2007). *Almatı'nın Kongre Turizm Arz Potansiyeli ve Şehrin Kongre Destinasyon Seçim Faktörleri Açısından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İzmir, 7
- Akın, B. (1995). *Kongrecilik ve Uzmanlaşmış Seyahat Acentalarında Kongre Organizasyonu*, Bitirme Çalışması, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya, 41
- Aktaş, A. (1990). *Ağırlama Ve Hizmet İşletmelerinde Yiyecek Ve İçecek Yönetimi*, İzmir: Bilgehan Basımevi, 303
- Arber, E. (2008). *Türkiye'de Kongre Turizminin Sorunları Ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Alan Araştırması*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara, 14-48
- Arslan, K. (2008). *Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları*, (34. Baskı). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 8-75
- Aydın, Ş. (1997). *Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Kongre Turizmi Potansiyeli*, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, 19-35
- Aymankuy, Y. (2003). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 5-32
- Aymankuy, Y. (2010). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*, Ankara: Detay Yayıncılık, 49-92
- Bayat, B. (2014). Uygulamalı Sosyal Bilim Araştırmalarında Ölçme, Ölçekler ve Likert Ölçek Kurma Tekniği, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3), 17
- Coltman, M. (1989). *Introduction To Travel and Tourism: an International Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold, 226-227
- Çakıcı, A. (2004). *Toplantı Yönetimi: Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyon.*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1
- Çakıcı, C. (2012). *Toplantı Yönetimi: Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar*

Organizasyonları, Ankara: Detay Yayıncılık, 4-57

Çizel, B. (1999). *Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 3-90

Davidson, R. Cope, B. (2003). *Business Travel*, London: Pearson Education, 14

Dallı, Ö. (1996). *Kongre Turizmi ile İlgili İstatistikler*, (37. Baskı). İstanbul: Turgev Yayınları, 95

Delice, K. (2012). *Kongre Turizmi Ve Türkiye'deki Toplantılarda Katılımcı Algılarının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, 99-104

Dinçetin, H. (1995). *Kongre Turizmi ve Kongre Yönetim Stratejileri*, Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Antalya

Dölalan, G. (2008). *Ankara'da Kongre Turizmi: A Grubu Seyahat Acentaları'nın Bakış Açılarına Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Sakarya, 12-13

Dragicevic V. Stankov U. Armenski T. Stetic S. (2011). "Evaluation Of Congress Performance And Congress Attendees' Satisfaction - A Case Study Of Novi Sad (Serbia)". *Tourism and Hospitality Management*, 17(1), 67

Enes, K. (2013). *Ankara'nın Kongre Turizmi Potansiyeli*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 15

Erdoğan, C. (2006). *İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi Ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İzmir, 52-83

Ersun, N. Aslan, K. (2009). Kongre Turizminin Geliştirilmesinde Kongre Ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü Ve Önemi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 91-102

Gartrell, R. (1994). *Destination Marketing of Convention and Visitors Bureaus*, (2. Edition). IA:Kendall/Hunt Publishing, 20-22

Gülbahar, M. O. (2006). *Bilgi Toplumu Ve Küreselleşmenin Şekillendirdiği Kongre Turizminin Türkiye'deki Durumu (İstanbul Örneği)*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, 66-128

Gürdal, İ. (1998). *Ankara'da Kongre Turizmi*. Ankara: T.C. Ankara Valiliği Turizm İl Müdürlüğü, 4-5

Ha, M., Love, C. (2005). Exploring Content and Design Factors Associated with Convention and Visitors Bureau Web Site Development: An Analysis of Recognition by Meeting Managers, *Journal of Convention and Event Tourism*, 7 (1), 44

Hoyle, L. H., Dorf, D. S., Jones, T. J. (1995). Convention Management and Service, Michigan, Publication Educational Institute of the American Hotel & Motel Association Yayınları, 11

İnternet: Adnan Menderes Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Kapsamında Ders Bilgilendirme Çalışması, Didim Meslek Yüksekokulu, Web: http://www.akademik.adu.edu.tr/myo/didim/webfolders/File/turizm%20ve%20seyahat%20hiz.%20prog/241/KONGRE%204.%20HAFTA_dosyalar/frame.htm adresinden 8 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Merkezi (Ankuzem), Ders Notları, Web: <http://uzem.ankara.edu.tr/index.php/tr/> adresinden 10 Ekim 2018’de alınmıştır.

İnternet: AIPC, Web: <http://www.aipc.org/> adresinden 23 Aralık 2017’de alınmıştır.

İnternet: Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), (2012). Kongre Turizmi Sektör Raporu, ICCA 2001-2010 Raporu, 7-13, Web: <https://baka.gov.tr/uploads/1349952305BAKA-KONGRE-TURiZMi-SEKTOR-RAPORU-11EYLUL.pdf> adresinden 21 Temmuz 2018’de alınmıştır.

İnternet: Eğitim Bilimleri Notları, Web: <http://egitimbilimlernotlari.com/tag/workshop/> adresinden 25 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Gürdal, S. A. (2018). İşletme Becerileri ve Grup Çalışması, Web: <https://slideplayer.biz.tr/slide/2897177/> adresinden 4 aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Gürsel, Ü. (2014). Kongre Turizmi Destinasyonlarını Ön Plana Çıkaran Etmenler, Kongre Turizmi Ders Notları,5-11, Web: <https://www.academia.edu> adresinden 10 Ağustos 2018’de alınmıştır.

İnternet: Hoşgeçin, K., Bozkaya, Ç. (1994). Toplantı Hazırlama Kılavuzu, 1.basım, Ankara, 8, Web: <https://docplayer.biz.tr/3778887-Toplanti-hazirlama-kilavuzu.html> adresinden 25 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Invictus Turizm Kongre ve Organizasyon, Web: <http://invictuscongress.org/portfolio/kongre-hizmetleri/> adresinden 28 Kasım 2018’de alınmıştır.

İnternet: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, Web: <http://tr.icvb.org.tr/kongre-ziyaretci-burolari/> adresinden 26 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, Web: <http://tr.icvb.org.tr/icvb/> adresinden 27 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, Web: <http://tr.icvb.org.tr/icca-istatistiklerine-gore-turkiye-3/> adresinden 20 Aralık 2017’de alınmıştır.

İnternet: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, Web: <http://tr.icvb.org.tr/icca-istatistiklerine-gore-istanbul-2/> adresinden 26 Aralık 2017’de alınmıştır.

İnternet: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, Web: <http://tr.icvb.org.tr/dunya-kongre-sektoru/> adresinden 2 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Web: http://www.ktu.edu.tr/dosyalar/bmyo_4f854.pdf adresinden 4 Aralık 2018'de alınmıştır.

İnternet: Kocabaş, F., Erden, M. (1996). Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, İstanbul: İletişim Yayınları, 31, Web: <https://books.google.com.tr/books?id=WU08DwAAQBAJ&pg=PT176&dq=sekreterya+hizmeti+nedir&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwjhw5egrPTeAhVS-aQKHbhpBo8Q6AEIKDAA#v=onepage&q=sekreterya%20hizmeti%20nedir&f=false> adresinden 18 Mart 2018'de alınmıştır.

İnternet: Kongre Merkezi, Web: www.kongremerkezi.net adresinden 9 Şubat 2018'de alınmıştır.

İnternet: Kuleyim, Ş. N. (2015). M.I.C.E Eğitimi, SEMOR seminer, organizasyon, danışmanlık, Fokus Akademi, Web: <http://readgur.com/doc/636974/nezih-kuleyin-m.i.c.e.-sunumu> adresinden 12 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: Kuşadası Ticaret Odası [KUTO]. Dünyada Ve Türkiye'de Kongre Turizmi, Kuşadası-Efes Kongre Merkezi, Kongre Ve Ziyaretçi Büroları, 5-9, Web: https://www.kuto.org.tr/site/assets/files/1581/dunyada_ve_turkiye_kongre_turizmi_raporu.pdf adresinden 9 Ekim 2017'de alınmıştır.

İnternet: Özgün Ekonomi ve Makale Arşivi, Web: <http://www.ekodialog.com/Konular/planlama-nedir-planlama-sureci.html> adresinden 28 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: T.C.Millî Eğitim Bakanlığı, (2011). Büro Yönetimi Toplantı Organizasyonu. Ankara,5-26. Web: http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Toplant%C4%B1%20Organizasyonu.pdf adresinden 25 Aralık 2018'de alınmıştır.

İnternet: TİDE KONGRE YÖNETMELİĞİ, sayfa:9, Web: https://tide.org.tr/uploads/news/TIDE_Kongre_Yonetmeligi_v5.pdf adresinden 9 Ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği, Web: <http://www.tuyed.org.tr/kongrelerin-lideri-paris/> adresinden 2 Aralık 2017'de alınmıştır.

İnternet: Turizm ve Seyahat Gazetesi, Web: <https://www.turizmgunlugu.com/2018/06/13/turkiye-dunya-kongre-ulkeleri-siralamasinda-dususte/> adresinden 31 Temmuz 2018'de alınmıştır.

İnternet: Turizm&Yatırım Dergisi, (2012). Toplantı ve Kongre Turizmi Eki, Aralık, 5.Sayı Özel Eki, 8, Web: <http://turizmyatirimdergisi.com.tr/dergiler.html> adresinden 25 Mart 2018'de alınmıştır.

İnternet: TÜRSAB, Türkiye Kongre Turizmi Raporu. (2013). 1-13 Web: https://test.tursab.org.tr/apps/OldFiles/dosya/12188/tursab-kongre-turizmi-raporu_12188_5546141.pdf adresinden 29 ekim 2018'de alınmıştır.

İnternet: Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı, (2006). Web: <https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d22/c117/b089/tbmm221170890133.pdf> adresinden 28 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği, Web: <https://www.iccaworld.org/abouticca/> adresinden 27 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği, Web: <http://www.iapco.org/all-about-iapco/council/members/turkey/> adresinden 28 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği, Web: <http://www.iapco.org/all-about-iapco/what-we-do/annual-survey/> adresinden 18 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Dernekler Birliği, Web: <https://uia.org/about> adresinden 29 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Dernekler Birliği, Web: <https://uia.org/about/objectives> adresinden 20 Kasım 2017’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği, Web: <http://www.aipc.org/home.asp> adresinden 12 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği, Web: <http://www.aipc.org/index.asp?id=5> adresinden 20 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği, Web: http://www.aipc.org/memb_google.asp?sort=1 adresinden 25 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Web: <http://www.turizmdebusabah.com/haberprint/iapconun-genel-kurulu-2018de-japonyada-yapilacak-78200.html> adresinden 23 Aralık 2017’de alınmıştır.

İnternet: Web: <https://nedir.ileilgili.org/sekreteryaya> adresinden 18 Mayıs 2018’de alınmıştır.

İnternet: Web: <https://aykutbakay.com/otelcilikte-toplanti-kulturu/> adresinden 4 Mart 2018’de alınmıştır.

İnternet: Web: https://www.thejungleni.com/app/uploads/2018/01/dining-room-layout-conference-setup_7852_833_493.jpg adresinden 23 Nisan 2018’de alınmıştır.

İnternet: Web: <https://tr.scribd.com/presentation/247835293/toplant%C4%B1-yonetimi> adresinden 4 Aralık 2018’de alınmıştır.

İnternet: Web: <http://www.diltra.com.tr/sozlu-ceviri/> adresinden 11 Şubat 2018’de alınmıştır.

İnternet: Web: <https://www.myfikirler.org/turkiye-kongre-turizminde-de-iddiali.html> adresinden 15 Eylül 2018’de alınmıştır.

Jubayeva, A. (2013). *Uluslararası Kongre Turizminin Kazakistan’daki Mevcut Durumunun*

- Değerlendirmesi, Sorunları Ve Çözüm Önerileri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul, 16
- Karademir, Ö. Karakulle, İ. (2013). Bilgi Toplumunda Sekreterlik Mesleğine Genel Bakış, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Büro Yönetimi Özel Sayısı, 2013/1, 214
- Karasu, T. (1985). *Kongre Turizmi ve Türkiye (Durum, Sorunlar, Öneriler)* (58. Baskı). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, s.9
- Karasu, T. (1990). Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 32-34
- Khalilov, T. (2009). *Turistik Ürün Çeşitlendirilme Stratejisi Kapsamında Kongre ve Toplantı Turizminin Azerbaycan'da Gelişme Potansiyeli, Bakü Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İzmir, 33
- Knutson, J. Kasavana, L. M. (2002). Intelligent Meeting Management Applications. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 4(2), 3-4
- Koçak, A., Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu, *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(3), 26
- Korzay, M. (1992). “Turizmde İstihdam ve Eğitim”, III. İzmir İktisat Kongresi, Turizm Çalışma Grupları, 289
- Kotil, E. (1992). *Türkiye’de Turizm Sektörünün Durumu*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 19-20
- Kula Kartal, S., Mor Dirlik, E. (2016).Geçerlik Kavramının Tarihsel Gelişimi Ve Güvenirlikte En Çok Tercih Edilen Yöntem: Cronbach Alfa Katsayısı. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1869-1870
- Kuşlivan, S., Eren, D. (2008). Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 182
- Lee, W. Josiam, B. (2004). A Framework for Assessing National Convention Tourism Competitiveness: An Exploratory Study, *Journal of International Business and Entrepreneurship Development*, 2(2), 105
- Mintel International Group Ltd. (2005), “DMO Funding Models”, Destination Marketing International
- Mustafazade, N. (2015). *Kongre Turizmi Ve Önemi*, Yüksek Lisans Tezi, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Bakü, 17-49
- Oktay, İ.Ç. (1997). *Güncel Turizm Yönelimi İçinde Kongre Turizmi ve İstanbul*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 64-66

- Öner, Ç. (1997). *Seyahat Ticareti*, (1.Baskı). İstanbul: Literatür Yayınları, 30-31
- Özen, Y. (1986). *Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği*. Ankara: TÜRSAB Yayını, 12-55
- Özen, Y., Gül, A. (2007). Sosyal Ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu, *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, sayı;15, 412
- Özer, Ş. (2010). *Kongre Turizmi Ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri Ve Nevşehir İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Nevşehir, 11-55
- Pechlaner, H. Zeni, A. Raich, F. (2007). Congress Tourism and Leisure Tendencies with Special Focus on Economic Aspects, *Tourism Review*, 62(3), 32
- Rızaoğlu, B. (1993). *Turizm Ve Toplumsallaşma*. Aydın: Menderes Yükseköğretim Ve Bilim Vakfı Yayınları, 50
- Sezgin, M. Acar, Y. (1991). *Turizm Tanıtım – Pazarlama – Ekonomi*. Ankara: Baştem Yayınları, 19
- Simerly, G. R. (1990). *Planning and Marketing Conferences and Workshops*. San Fransisco: Jossey-Bass Publishers, 81
- Spiller, J. (2002). *Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives*, Newyork: The Haworth Press, 13
- Swarbrooke, J. Horner, S.(2007). *Consumer Behavior In Tourism*, Elsevier Inc., 43
- Şahinoğlu, E. (1998). *Ankara'da Kongre Turizmi*. Ankara: T.C. Ankara Valiliği Turizm İl Müdürlüğü, 6
- Şener, M. M. (2004). *Kongre Turizmi Ve Türkiye' Deki Kongrelerde Katılımcı Beklentilerinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 33-43
- Tavmergen, İ. P. Aksakal, E. G. (2004). *Kongre ve Toplantı Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 23-92
- Tutar, E. Tutar, F. (2004). *Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD*. (1.baskı). Ankara: Seçkin Yayınları, 47-49
- Uluslan, Y. Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 247
- Usta, Ö. (1993). *Turizm*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 96
- Ünal, E. (2017). İstanbul'un Anadolu Yakası'ndaki Kongre Arzı Gereksinimine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü*, 86, 5-8
- Yalçın, C. (1997). *Kongre Turizmi Ve Türkiye'de Durum*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Anabilim Dalı, 119-238

Yalçınkaya, M. (2015). *Güvenilirlik Analizinde Tamamlanmış Veriler İçin Bayesyen Yaklaşım İle Weibull Parametreleri Ve Yüzdelikleri İçin Güven Aralığı Tahmini*, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale, 7

Yıldırğan, R. Zengin, B. Batman, O. (2005). *Türkiye'deki Otel İşletmelerinin Toplantı Pazarı Profilini Belirlenmeye Yönelik Bir Alan Araştırması*, I.Çanakkale Turizm Biyenali, Çanakkale Dünya Turizm Örgütü Yayınlar Dairesi, 116

Yıldız, Ş. (2010). *Akademik Kongrelerde Katılımcıların Tatmin Düzeylerini Etkileyen Faktörler*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Mersin, 20

Weber, K. Chon, K. (2002). *Convention Tourism; International Research and Industry Perspectives*, New York: The Haworth Hospitality Press, 4-5



EKLER

EK-1. Anket Formu Örneği

Sayın Katılımcı,

Bu değerlendirmenin amacı, verilen eğitime yönelik olarak eğitim alan siz katılımcıların ilgili kongreden beklentilerinizin ne derecede karşılandığını belirlemeye yöneliktir. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacak ve hiçbir şekilde üçüncü şahıs ve kurumlara iletilmeyecektir.

Değerli katkınız ve ayıracağınız zaman için teşekkür ederiz.

LÜTFEN DEĞERLENDİRMİYİ AŞAĞIDAKİ KRİTERLERE GÖRE YAPINIZ.					
	Çok İyi: 5	İyi: 4	Orta: 3	Yetersiz: 2	Çok Yetersiz: 1
KONGRENİN KONUSU VE SÜRESİ					
Eğitim Programının İçeriği					
Eğitim Ortamı					
Kongrenin Zaman Seçimi (Tarihi)					
Kongrenin Süresi					
Beklentileri Karşılama Düzeyi					
KONGRE SONU KAZANIMLAR					
Kongreye Katılanların Mesleki Gelişimine Katkı Sağlaması					
Kongreye Katılanların Kişisel Gelişimine Katkı Sağlaması					
Kongreye Katılanlara Yeni Bilgi Ve Beceriler Kazandırması					
Kongreye Katılanların Konuya Olan İlgisini Artırması					
Kongreye Katılanların Motivasyonunu Artırması					
ORGANİZASYON VE TESİS					
Organizasyon Firması					
Kayıt Alanı Hizmeti					
Toplantı Salonu Hizmeti					
Havaalanı Ve Otogar Transferleri					
Konaklama Yapılan Otelin Konforu					
GENEL DEĞERLENDİRME					
Kongreyle İlgili Genel Memnuniyet					
KİŞİSEL BİLGİLERİNİZ					
Cinsiyetiniz	☐ Kadın ☐ Erkek				
Eğitim Durumunuz	☐ Önlisans ☐ Lisans ☐ Y.Lisans ☐ Doktora				
Yaşınız	☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46 ve üstü				
Çalıştığınız Kurum ve Süresi					
GÖRÜŞ VE ÖNERİLER (LÜTFEN Katıldığınız Eğitim Hakkındaki Düşüncelerinizi Bizimle Paylaşınız.)					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Dinçer, Eda
Uyruğu : T.C
Doğum tarihi ve yeri : 14.07.1990 / Ankara
Medeni hali : Bekâr
Telefon : (544)5612289
e-mail : edadincer1@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birim	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi	Devam Ediyor
Lisans	Bartın Üniversitesi	2013
Lise	Rauf Denktaş Lisesi	2007

Yabancı Dil

İngilizce



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..

