

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
YÜKSEK LİSANS MERKEZİ

Elyazması hukukunda

Nigar Mustafazade Aydın kızının
“KONGRE TURİZMİ VE ÖNEMİ”
Konusunda

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İhtisasın şifresi ve adı 060213_Uluslararası İlişkiler

İhtisaslaşma “ Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi”

Tez Danışmanı:

Kadir Bayramlı Nezir oğlu

İktisat elmleri üzre felsefe doktoru,doç.

Yüksek Lisans Programının Rehberi:

Gabil Manafov Nadir oğlu

İktisat elmleri doktoru, prof.

Kafedra müdiri

Fariz Ahmedov Saleh oğlu

İktisat elmleri üzre felsefe doktoru,doç.

BAKÜ - 2015

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
YÜKSEK LİSANS MERKEZİ

“KONGRE TURİZMİ VE ÖNEMİ”

YÜKSEK LİSANS BİTİRME TEZİ

Hazırlayan
NİGAR MUSTAFAZADE

Danışman
Doç. Kadir BAYRAMLI

BAKÜ-2015

ÖZET

Dünya ekonomisinde turizm yarattığı kendine özgü ekonomik değer ile giderek artan bir önem kazanmaktadır. Turizm türleri içerisinde yer alan kongre turizmi kitle turizmine alternatif oluşu, sürdürülebilir turizme olan katkısı, turizmin mevsimsellik ve çevre kirliliği sorunlarına çözüm oluşturması, yeni destinasyonlar alanları yaratarak turizmin ülke geneline yayılması ve en önemlisi kongre turizmi amacıyla gelen kişi ve grupların yüksek gelir düzeyine sahip olması dolayısıyla yarattığı ekonomik girdinin diğer turizm türlerine oranla fazla olması gibi öne çıkan özellikleri nedeniyle ayrıca ön plana çıkmaktadır.

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

Kongre turizminin yapısal özelliği, toplumları bu alana yatırım yapmaya yöneltmektedir. Bu kapsamda; kongre faaliyetinin çok önceden planlanması, uzun süreli ve kapsamlı olması, kongre katılımcılarının toplumun seçkinlerinden oluşması ve turizm destinasyonlarına (güzergahlarına) tanıtım ve imaj kazandırması gibi özellikler bu yönetime gerekçe olarak gösterilebilir. Gelişen ekonomiler, uluslararası ticaret ve küreselleşme olgusu kongre ve toplantı sektörünün de büyümesini ve yaygınlaşmasını tetiklemiş olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Aynı zamanda ulaşımın kolaylaşması ve ucuzlaması, kongre turizmini dünyanın en hızlı gelişen pazarlarından biri yapmıştır.

Kongreler düzenledikleri ülke ve Şehirlere yaptıkları tanıtım katkısının yanında sağladıkları gelir açısından da ülke ekonomileri içinde son derece önemli bir yer tutmaktadır. Kongrelere gelir düzeyi yüksek hukukçu, doktor, bilim adamı, işadamı, yönetici gibi meslek gruplarının katılması ve bu kongre delegelerinin, turistlerden yaklaşık 3 kat fazla harcama yapmaları kongre turizmini dünya çapında son derece karlı bir sektör yapmaktadır.

Kongre turizminin önümüzdeki yıllarda çok daha hızlı bir ivme ile gelişeceği beklenmektedir. Bilgilenmek, bilgilendirmek, müzakere etmek ve tartışmak gibi amaçlarla yapılan toplantılara kongre, konferans ya da convention denilmektedir. Ancak kongre turizmi, kongre faaliyetlerinin yanı sıra kongre delegeleri ve eşlerinin boş zamanlarının değerlendirilmesi faaliyetlerini de kapsamakta ve bu noktada turizm, kongrenin bir türeği olarak ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan kongre turizmi veya kongre paketi, lüks bir malın pazarlanması gibidir. Ayrıntı gibi görünen tüm unsurlar, ayrı ayrı ve bir bütün olarak çok büyük önem taşır. Bunlardan bir veya birkaçındaki eksiklik, sistemin sağlıklı şekilde uygulanmasını engeller ve emekler boşa gidebilir. Ayrıca kongre delegelerinin bir kongre ülkesini ya da Őehrini diğerlerine tercih etmesi, destinasyonların özellikleri ve kendilerine sunulacak imkanlar hakkında ayrıntılı bilgi ve olumlu imaj sahibi olmalarıyla mümkündür.

Anahtar kelimeler: Kongre turizmi, küreselleşme, kongre delegeleri, destinasyon.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iii
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR.....	ix
TABLOLAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE KONGRE TURİZMİ

1.1. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
1.2. TURİZMİN TANIMI.....	12
1.3. KONGRE TURİZMİNİN TANIMI VE TARİHİ.....	15
1.4. TOPLANTI TÜRLERİ.....	17
1.4.1. Amaçları Açısından Kongre Turizminin Sınıflandırılması.....	20
1.4.2. Katılımcı Sayısı Açısından Sınıflandırma.....	21
1.5. KONGRELERİN NİTELİK VE SINIRLARI.....	21
1.6. KONGRE TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ.....	22
1.7. KONGRE TURİZMİNİN DİĞER TURİZM TÜRLERİ İLE ETKİLEŞİMİ.....	24
1.7.1. Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi.....	24
1.7.2. Kongre Turizmi ve Kültür Turizmi.....	25
1.7.3. Kongre Turizmi ve İş Turizmi.....	25
1.7.4. Kongre Turizmi ve Fuar Turizmi.....	26
1.7.5. Kongre Turizmi ve Teşvik Turizmi.....	27
1.8. KONGRE TURİZMİNİN ETKİLERİ.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA KONGRE TURİZMİ

2.1. KONGRE TURİZMİNİ ÖNE ÇIKARAN ETMENLER.....	31
2.1.1. Çekicilik.....	32

2.1.2. Coğrafi Konum.....	32
2.1.3. Konaklama İmkanları.....	32
2.1.4. Teknolojik Altyapı.....	33
2.1.5. Güvenlik.....	33
2.1.6. Kongre Merkezlerinin Mimari Yapısı.....	34
2.1.7. Kongre Merkezlerinin Yeterliliği.....	34
2.2. KONGRE TURİZMİNİN DÜNYADA YERİ VE ÖNEMİ.....	35
2.3. KONGRE TURİZMİNİN GELİŞİMİNİ SAĞLAYAN UNSURLAR.....	40
2.4. KONGRE TURİZMİNDE ÖNDE GELEN BÖLGELER.....	43
2.4.1. Avrupa'da Kongre Turizmi.....	43
2.4.2. Amerika'da Kıtasında Kongre Turizmi.....	45
2.4.3. Asya Pasifik ve Uzak Doğu'da Kongre Turizmi.....	47
2.4.4. Diğer Ülkelerde Kongre Turizmi.....	48
2.5. KONGRE TURİZMİNDE ÖRGÜTLENMELER.....	49
2.5.1. Kongre Merkezleri ve Ziyaretçi Büroları.....	50
2.5.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri.....	53
2.6. DÜNYADA KONGRE MERKELERİNİ PAZARLAYAN VE YÖNLENDİREN ULUSLARARASI KURULUŞLAR.....	55
2.6.1. Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (İCCA).....	55
2.6.2. Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu (EFCT).....	56
2.6.3. Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAİ).....	57
2.6.4. Profesyonel Kongre Yönetimi Derneği (PCMA).....	58
2.6.5. Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (AIPC).....	58
2.6.6. Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO).....	58
2.6.7. Kongre Sektörü Konseyi (CIC)	58
2.7. KONGRE TURİZMİ SEKTÖRÜNDEKİ İHTİSAS FUARLARI.....	59
2.7.1. EİBTM.....	59

2.7.2. EMİF.....	59
2.7.3. İMEX.....	60
2.7.4. İT and ME (The Motivation Show).....	60
2.7.5. İnternational Concex.....	60
2.8. KONGRE TURİZMİNİN SORUNLARI.....	60
2.8.1. Küreselleşme.....	61
2.8.2. Siyasi Gelişmeler.....	64
2.8.3. Uluslararası Örgütler.....	64
2.8.4. Yabancı Yatırımlar.....	66
2.8.5. Dış Ticaret.....	66
2.8.6. Destinasyon Çekiciliği.....	67
2.9. KONGRE TURİZMİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR.....	67
2.9.1. Altyapı Eksikliği.....	69
2.9.2. Teknolojik Altyapı Yetersizliği.....	70
2.9.3. Eğitimde Alan Eksikliği.....	71
2.9.4. Pazarlama, Tanıtım ve İmaj Yaratmada Eksiklikler.....	71
2.9.5. Taşımacılık.....	72
2.9.6. Turist Güvenliğinin Korunması.....	73
2.10. ULUSLARARASI KONGRE TURİZMİNDE GÖZLENEN EĞİLİMLER.....	74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK CUMHURİYETLERİNDE KONGRE TURİZMİ

3.1. ORTA ASYA CUMHURİYETLERİNDE TURİZM POTANSİYELİ.....	78
3.2. KAZAKİSTAN'DA TURİZM.....	79
3.2.1. Kazakistan'da İş ve Kongre Turizmi.....	82
3.2.2. Kazakistan'da Uluslararası Kongre Turizmi.....	83

3.3. KIRGIZİSTAN'DA TURİZM SEKTÖRÜ VE MEVCUT DURUMU.....	92
3.3.1. Kırgızistan'da Kongre Turizmi.....	95
3.4. ÖZBEKİSTAN'IN TURİZM POTANSİYELİ.....	95
3.4.1. Özbekistan'da Kongre Turizmi.....	97
3.5. TACİKİSTAN'IN TURİZM POTANSİYELİ.....	98
3.5.1. Tacikistan'da Kongre Turizmi.....	100
3.6. TÜRKİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİ.....	101
3.6.1. Türkiye'de Kongre Turizmi.....	104
3.7. AZERBAYCAN'IN TURİZM POTANSİYELİ.....	108
3.7.1. Azerbaycan'da Kongre Turizmi.....	112
 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	118
KAYNAKÇA.....	123

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AFOPC	Fransız Fuar Organizasyonu Derneği
A.G.E.	Adı Geçen Eser
AGİT	Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
AİİC	Uluslararası Konferans Tercümanları Derneği
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
BDT	Bağımsız Devletler Topluluğu
CİC	Kongre Sektörü Konseyi Derneği
DMAİ	Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği
DTÖ	Dünya Turizm Örgütü
DYY	Doğrudan Yabancı Yatırımlar
EFCT	Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu
EMİF	Avrupa Toplantı Sektörü Fuarı
FAO	Gıda ve Tarım Örgütü
İAPCO	Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri
İCCA	Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği
İMEX	Uluslararası Medikal Eğitimciler Değişimi
İMF	Uluslararası Para Fonu
KC	Kazakistan Cumhuriyeti
M.Ö	Milattan Önce
MPI	Uluslararası Toplantı Uzmanları
S	Sayfa no
Ss	Sayfa aralığı
NATO	Kuzey Atlantik Anlaşması Örgütü
PCMA	Profesyonel Kongre Merkezleri Birliği
PCO	Profesyonel Konferans Organizatörleri Derneği
UİA	Uluslararası Kuruluşlar Birliği

UNESCO	Birleşmiş Milletler, Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WTO	Dünya Ticaret Örgütü

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Katılımcı Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması.....	20
Tablo 2.	Uluslararası Kongrelerin Kıtalar İtibariyle Dağılımı (2014).....	37
Tablo 3.	2009-2013 Yıllarında Yapılan Uluslararası Kongreler.....	38
Tablo 4.	Turizmden En Çok Kazanan Devletler.....	39
Tablo 5.	Kongrelerin En Fazla Yapıldığı 10 Ülke (2009-2013).....	39
Tablo 6.	Avrupa'da Düzenlenen Kongrelere Katılımcı Sayısı.....	44
Tablo 7.	Amerika Kıtasında En çok Kongre Düzenlenen İlk 5 Ülke.....	45
Tablo 8.	Amerika Kıtasında En Çok Kongre Düzenlenen İlk Beş Kent.....	46
Tablo 9.	Amerika Kıtasında 1999-2008 Yılları Arasında Düzenlenen Toplantı Sayısı.....	46
Tablo 10.	Asya Pasifik Ülkelerinde Düzenlenen Toplantı Sayısına Göre İlk Beş Kent.....	48
Tablo 11.	Diğer Kıtalarda 1999-2008 Yılları Arasında Düzenlenen Toplantı Sayısı.....	49
Tablo 12.	Uluslararası Turizm Hareketlerinin Yıllar İtibarı İle Gelişimi.....	61
Tablo 13.	Bazı Ülke Gruplarının Toplam Turist Sayısındaki Payları.....	63
Tablo 14.	Kazakistan'da Turizmle İlgilenen Kuruluş ve Bireylerin Sayısı.....	84
Tablo 15.	2012 Yılında Kazakistan'da Düzenlenen Bazı Önemli Fuar ve Konferanslar.....	85
Tablo 16.	Toplantı Sayısına Göre İlk 10 Ülke ve Türkiye.....	107

GİRİŞ

Turizmin öneminin giderek artması, özellikle turizm potansiyeline sahip olan ülkelerin ekonomilerinde büyük bir ağırlık kazanması ve her yıl geniş kitlelerin uzun mesafeler aşarak seyahat etmeleri, turizm ve turistin tanımlanması ihtiyacını göstermektedir.

Bugün artık turizm ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları ile bir sosyal bilim dalı olarak incelenmektedir. Turizm, dünya ekonomisi içerisinde en büyük sektörlerden birisidir.

1950'lerden günümüze, uluslararası turist varışlarının 30 kat, sektörden elde edilen katma değer %295 düzeyinde artış göstermiş olması, turizmin dünya ekonomisi içerisindeki artan önemini ortaya koymaktadır. Turizmin emek yoğun yapısı ve işsizlik sorununa çözüm katkısı, turizm sektörünün önemini başka bir açıdan da ortaya koymaktadır. Turizm sosyokültürel alanda yarattığı değerlerle, küreselleşme ve rekabetin artarak devam ettiği, terör, savaş ve doğal afetlerin etkisini gösterdiği ve medeniyetler çatışmasının tartışıldığı günümüzde, kendini ayrıcalıklı kılmaktadır.

Turizmin tanımı ve temel özellikleri dikkate alındığında eğlenme ve dinlenme amacıyla yapılan kısa süreli seyahatler, sağlık ve hava değişimi için yapılan geçici yer değiştirmeler, spor, sanat ve kültür etkinliklerine katılmak veya izlemek amacıyla yönelik seyahatler, inceleme –araştırma gezileri, dinsel açıdan kutsal sayılan bölgeleri ziyaretler, kongre veya bir toplantı nedeniyle toplu veya tek olarak yapılan geziler veya iş seyahatleri turizm olayının kapsamında sayılmaktadır. Buna karşın yalnızca tedavi amacıyla dönük olarak hastanelerdeki konaklamalar, iş arama ve sürekli yerleşme amacıyla yönelik seyahatler, öğrenme amacıyla uzun süreli konaklamalar ve günlük olağan gereksinimlerin karşılanması için yapılan düzenli seyahatler turizmin kapsamı dışında kalmaktadır.

Dünya turizm hareketlerinin özellikle belirli bir bölge ve ülkelerde yoğunlaşması, gerek bu ülkelerin, gerekse diğer ülkelerin dünya turizminden

aldıkları payları arttırmak istemeleri sonucunda yeni destinasyonlar ve yeni turistik ürünler ortaya çıkarmıştır. Bu turizm türlerinden biri de kongre turizmidir.

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

Kongre turizmi, günümüzde döviz girdisini artıran, istihdam yaratıcı özellikleri ile ulusal ekonomiye katkıda bulunan, kültür ve ticaret alanlarındaki etkisi ile dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir turizm sektörüdür. Ekonomik, sosyal, kültürel ve doğal çevre ile sürekli iletişim içinde çok yönlü bir faaliyet olan ve bünyesinde ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence, alış-veriş ve seyahat organizasyonu gibi hizmetlerin tümünü içeren kongre turizmi, en önemli hizmet sektörleri arasındadır.

Yoğun olarak turizmin ölü olduğu sezon dönemlerinde canlanan ve üst gelir - kültür gruplarına hitap eden kongre turizmi, gerçekleştirildiği bölgeye diğer turizm türlerinden daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır. Ayrıca başarı ile gerçekleştirilmiş her kongre ülkelerin ve kentlerin uluslararası arenada tanınırlığını artırmakta ve birçok sektörü birden etkilemektedir.

Çalışmanın amacı kongre turizmini ve önemini açıklamak, kongre turizm alanı içinde ne kadar önemli olduğunu belirlemektir.

Bu tez çalışmasında kongre turizminin tanımı, önemi, gelişimi, karşılaştığı sorunlar incelenmektedir. Çalışmanın amacı kongre turizminin önemini, dünya ülkeleri arasındaki yerini, gelişimini, etkilerini, kongre turizminde önde gelen bölgeleri belirlemektir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde kongre turizminin tarihsel gelişimi, önemi, etkileri, nitelik ve sınırları, kongre turizminin diğer turizm türleri ile etkisi incelenmiştir.

İkinci bölümde ise kongre turizminde öne çıkan etmenler, kongre turizminin dünyada yeri ve önemi, kongre turizminin gelişimini sağlayan unsurlar, kongre turizminde önde gelen bölgeler, kongre merkezlerini yönlendiren uluslararası kuruluşlar, kongre turizminin karşılaştığı sorunlar ve kongre turizminin geleceğine yönelik eğilimler araştırılmıştır.

Tezin üçüncü bölümünde Türk Cumhuriyetlerinde kongre turizmi incelenmiştir. Burada Orta Asya Cumhuriyetlerinin turizm potansiyeli, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Tacikistan'da turizm ve kongre turizmi öğrenilmiş, aynı zamanda Azerbaycan ve Türkiye'nin de turizm potansiyeli ve bu ülkelerde kongre turizminin gelişimi araştırılmıştır.

Çalışmada çeşitli kitaplar, makaleler, internet kaynakları kullanılmıştır. Çalışmada Azerbaycan ve Türkiye türkçesinde, Rusça ve İngilizce yazılan kitaplardan, aynı zamanda Azerbaycan ve Türkiye türkçesinde yazılan, Rusça ve İngilizce yayınlanmış makalelerden yararlanılmıştır. Aynı zamanda çok dolgun bilgilerle zengin olan internet kaynaklarından da faydalanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE KONGRE TURİZMİ

1.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizm olayını tam anlamıyla kavrayabilmek ve değerlendirebilmek için, turizmin geçmiş yüzyıllardaki durumunu ve tarihsel gelişimini bilmek gerekir. Bu gereklilik, turizm olayının bugününü anlayabilmek için olduğu kadar, geleceğe ilişkin tahminler yapabilmek açısından da önemlidir.¹

Turizmle ilgili kavramların temelinde “seyahat” kavramının yattığını ilk bölümde açıklamıştık. Bu bakımdan turizmin tarihçesinden söz ederken, insanlık tarihindeki, medeniyetlerin gelişmesinde rol oynayan büyük seyahatlerden söz etmemek mümkün değildir. Coğrafi keşiflerin temelinde de muhtemelen insanoğlunun seyahat etme merakı ve zevki yatmaktadır. turizmin seyahatle çok yakın ilişkisi vardır. Turizmi, bu seyahatı mümkün kılan araçlardan ve turistlerin konaklamasına imkan veren tesislerden ayrı düşünmeye imkan yoktur. Savaşlar, fetih hareketleri, dinsel güçler insanların başka ülkelerle daha fazla ilgilenmelerine, çeşitli nedenlerle oturdukları yerlerden başka yerlere gitmelerine yol açmıştır.

Turizm, günümüzdeki anlamını II. Dünya Savaşından sonra kazanmıştır.² Ancak, tarih boyunca var olduğu kabul edilmektedir. İnsanın, en ilkel şartlarda bile çoğu zaman tehlikelerden kaçmak güdüsü ile uzun mesafeler kat edebildiğinin odaya çıkması, özellikle yer değiştirme hususunun, oldukça eski tarihlere uzandığının ispatı olarak alınmalıdır. Ayrıca, milattan önce 4000 yılında Sümerlerin yazıyı, parayı ve tekerleği ilk kez bulması ve buna bağlı olarak ticaretin gelişmesini sağlamaları seyahat çağının başlamasına neden olmuştur.

Dünya turizminin tarihi gelişimi dediğimiz zaman konuyu, tarihi bölümlere ayırmanın değişmez ölçüsü olan, “çağ” yaklaşımını ele almak gerekmektedir. Bizim burada amacımız, çağları tek tek ele alıp ayrıntılı bir şekilde incelemekten

¹ Tunca Toskay, **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Dergi Yayınları, İstanbul, 1989, s.39.

² İsmet Barutçugil, **Turim İşletmeciliği**, Beta Yayınları, İstanbul, 1981, s.15.

çok, genel bir takım bilgiler vererek turizmin tarihsel gelişimini ortaya koyup, daha çok günümüzdeki durumunu aydınlatmaya çalışmaktır.³

Turizm olgusunun başlangıcı; yazıyı, parayı ve tekerleği ilk bulan, ticareti başlatan ve ticari ilişkilerde parayı ilk kullanılan Sümerlere, yani MÖ. 4000 yılına kadar geriye götürülebilir. Fenikelilerin de büyük bir olasılıkla bugünkü anlamda ilk gezginler olduğu söylenebilir. Çoğunlukla ticaret amacıyla yola çıkan bu denizci insanlar, çok ve çeşitli yerler dolaşmışlardır. Benzer şekilde, Çin ve Hindistan'da da ilk kez geziler genellikle ticari amaçlı olmuştur.

MÖ. 3000 yılında Mısır, ünlü piramitleri ve tapınakları nedeniyle gezginlerin yoğun ilgisini çeken bir ülke olmuştur.⁴ Eski Mısır'da ve Babil Krallığında gezginler için yolların güvenlik altına alındığı, konaklama ve dinlenme amacıyla evlerin ve bahçelerin inşa edildiği bilinmektedir. Kutsal kitaplarda bu dönemlerdeki tüccarlara, gezginlere ve kervanlara ilişkin çeşitli bilgiler bulunmaktadır.

Eski Yunan'da MÖ. 700'lü yıllarda olimpiyat oyunlarının başlaması, dünya turizm tarihi içerisinde önemli bir olay olarak kabul edilir. Bu oyunlara katılmak ve izlemek amacıyla yapılan ilk seyahatler sportif turizmin başlangıcı sayılabilir. Anadolu'da Efes Demokratik Şehir Devleti'nin MÖ. 334 yılında kurulmasından başlayarak yoğun bir ilgi çektiği ve yalnızca tek bir mevsimde 700.000 kişi tarafından ziyaret edildiği bilinmektedir.⁵

İsa'nın yaşadığı dönemde Japonya ve Çin'de seyahatlerin büyük bir zevk ve inceliğe kavuşturulmuş olduğu bilinmekle beraber, genellikle zevk amacı ile ilk seyahatlerin Romalılar tarafından gerçekleştirildiği kabul edilir. Romalılar, bu çağlarda yollar üzerinde belirli aralıklarla kurulan dinlenme evlerinde atlarını değiştirerek günde ortalama 120-130 km. yol alabiliyorlardı. Romalı gezginler, özellikle Yunanistan, Anadolu ve Doğu Akdeniz bölgelerine ilgi gösteriyorlar ve buralardaki tapınakları, anıtları ve uygarlık eserlerini görmeye gidiyorlardı. Sağlık veren kaplıca ve şifalı sular, olimpiyat oyunları, festival, panayır ve tiyatro gibi

³ Nazmi Kozak, **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001, s.42.

⁴ İlgar Hüseyinov; Nigar Efendiyeva, **Turizmin Esasları**, Mars-Print Matbaası, Bakü, 2003, s.23.

⁵ Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması**, E.Ü.İ.F, Yayınları, İzmir, 1982, s.16.

spor, eğlence, ticaret ve sanat etkinlikleri Romalıları çeken yer ve olaylar arasında başta geliyordu.⁶

V. Yüzyılda Roma İmparatorluğu'nun çöküşü zevk amacıyla seyahatin de çöküşüne neden olmuştur. Yukarıda anlattığımız ilk çağların tersine, orta çağda, Avrupa'nın karanlık döneminde yalnızca maceracı insanlar seyahat edebilmişlerdir. Seyahatin zevkle herhangi bir ilgisi kalmamıştır. Bu dönemin en önemli seyahatleri Haçlı Seferleri içinde gerçekleştirilmiştir. Ortaçağın sonlarına doğru, çok sayıda dindar Hristiyan dinsel amaçlarla Avrupa'daki kutsal yerleri ve emanetleri görmek üzere dolaşmaya başlamışlardır.⁷ Seyahatler zevk veren niteliğe giderek yeniden kavuşmuştur. Ortaçağın bilinen ünlü gezginleri arasında Batı'da Marco Polo'nun, İslam dünyasında da İbn Batuta'nın isimlerini özellikle belirtmek gerekir.

Turizm sektörünün en önemli araçlarını oluşturan hizmet kuruluşlarından birisi olan konaklama tesislerinin (otel, motel, kamping vb.) İlk örneklerinden birisinin Avrupa'da doğduğu söylenmektedir. Ortaçağda Alp Dağlarını aşarak hacca gidenlerin konakladıkları tesislere, o zamanlar “Hospis” denirdi. Misafırhane anlamına gelen “Hospis” kelimesi zamanla “Hotel” kelimesi halini almıştır. Türkçe'ye okunuşuyla giren “Otel” sözcüğünün kökünde barınma, konaklama ve konuk etme anlamlarının yattığı söylenebilir.⁸

Yeni ve Yakın Çağ'daki turizmin izlediği tarihi seyire bakacak olursak; Ortaçağ'dan kalma tutucu, dinsel ve özellikle devlet yönetiminde hakim olan tek kişinin egemenliğine dayalı totaliter fikirler, “Yeniden Doğuş” anlamına gelen “Rönesans” hareketleri sonucu değişmeye başlamış, bu nedenle; bilimde, sanatta, dinsel inanışta ve yönetim şekillerinde yeni arayışlar ortaya çıkmıştır. Bunlara örnek verecek olursak, 1492 yılında İspanyol denizci Kristof Kolomb'un gemi ile uzun yolculuklardan sonra Amerika Kıtasına ulaşması aynı şekilde Portekizli denizci Magellan'ın 1519 yılında başlayan dünya seyahatidir. Bu seyahatler, bilinmeyen yörelerin bulunmasına yol açtığı gibi, insanların; görmek, tanımak,

⁶ Sadig Rehimov, **Turizm-Ekskursiya**, Bakü, Mütercim Kitapevi, 2001, s.22.

⁷ Sadig Rehimov, **A.g.e.**, s. 23.

⁸ Mete Sezgin, **Genel Turizm**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1995, s. 8.

merak etmek nedeniyle yapmış oldukları yolculukların temelini oluşturan en önemli tarihi olaylardır.⁹

Coğrafi keşifler, dünya üzerinde yeni yerleşim alanlarının bulunması, insanların bu yeni bulunan topraklara göç etmeleri gibi hareketlere neden olmuştur. Yeni göçler, yeni kentlerin oluşmasına yardımcı olurken, bu kentlerde sürekli oturan insanların, diğer kentlere ticaret dışında da, örneğin, sanatsal, bilimsel ve politik nedenlerle de gidip gelmeye başlamaları sonucunu doğurmuştur. Böyle olunca, başka merkezlere gitmek isteyenlerin, gidecekleri yerler ile ilgili önceden bilgi alma ihtiyacı da belirmiş ve ilk kez 1672 yılında Fransa'da bir gezi rehberi düzenlenmiştir. Bu amaçla hazırlanan rehber, sadece Fransız'lar için değil, Fransa'ya başka ülkelerden gezi için gelenlere de yardımcı olmaya başlamıştır.¹⁰ En önemlisi, bu rehber ile birlikte artık "tur" sözcüğü, o dönemde, ilk kez, Paris merkez olmak üzere, başka yörelere de yolculuk anlamına gelmekteydi.

"Tur" sözcüğü, ilk kez İngiltere'de kullanılmaya başlanmıştır. Ancak orada, sadece İngiltere'den Avrupa'ya yapılan yolculuklar için söylenmiştir. Hatta o kadar ki, İngiltere dışına gidenleri ülke içinde yolculuk edenlerden ayırmak için, dışarıya gidenlere turist denilmesi, "turist" sözcüğünün de ilk kez ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıkan yeni yeni terimler de dünyanın artık turizme hazırlanmakta olduğunu göstermekteydi.¹¹

1789 yılında Fransa'daki ihtilalden sonra Yeniçağ kapanıp, Yakınçağ'a girilmiştir. İlk çağlarda başlayan ticari ve askeri amaçlı yolculuklar Yeniçağ'la birlikte turistik özellikler de kazanmış, ya da başka bir deyişle, insanlar artık gezmek amacıyla da yolculuk etmeye başlamışlardır. Yakınçağ'da ise daha özgür bir ortamın varlığı ve Endüstri Devrimi'nin gerçekleşmesi turizmin itici gücü olmuştur.

1830'larda demiryolu taşımacılığının gelişmesi ve buhar gücü ile çalışan gemilerin hizmete girmesi, zevk amacıyla seyahatin geniş kitleler arasında yaygınlaşmasında önemli rol oynamıştır. Seyahatin ucuzlaması, düşük gelir

⁹ Vladimir Kvartalnov, **Turizm**, Olbis Matbaası, Moskova, 2003, s. 14.

¹⁰ www.goktepe.net/turizmin-tarihsel-gelisimi-2.html (15.08.2014)

¹¹ Ömer Akat, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeçiliği**, Ekin Kitabevi, Bursa, 1997, s. 11-13.

gruplarının da turizm olayına katılmasına ve büyük bir seyahat talebinin doğmasına yol açmıştır.¹²

1841 yılında İngiltere'de Thomas Cook'un Leicester'den 12 mil uzaklıktaki Loughborough kentinde düzenlenen bir festivale 570 kişilik bir grubu götürmesi, ticari amaçla yapılan ve reklam yoluyla halka duyurulan ilk toplu tren seyahati olarak kabul edilir. Bunun doğal sonucu olarak da Thomas Cook, ilk turizm seyahat organizatörü olarak bilinir. 1840 yılında Londra'da ilk seyahat acentasını açan J.Cook'un firması hızla büyümüş ve günümüzün en büyük turizm şirketlerinden biri olmuştur.¹³

Amerika kıtasındaki ilk seyahatler ise, genellikle doğal kaynaklar bakımından zengin yeni yerleşim bölgeleri bulmak amacıyla Doğu'dan Batı'ya doğru at sırtında yapılan yolculuklardı. Bu seyahatler, daha sonraları yolların gelişmesiyle birlikte atlı arabalarla yapılmaya başlanmıştır. 1848'de Amerika'da başlangıçta posta taşımacılığı amacıyla kurulan "American Express Company", kitle turizminde önemli bir gelişme olarak kabul edilir. Dünyada ilk düzenli gemi işletmeciliğinin, 1838'de New York'tan İngiltere'ye 68 yolcu ile sefer yapan "Great Western" ile başladığı kabul edilir. Bundan dört yıl sonra ünlü "Cunard" gemicilik işletmesi kurulmuştur. Bu yıllardan başlayarak turistik amaçlı gemi ile seyahat büyük ilgi görmüş ve bu ilgi I. ve II. Dünya Savaşları yıllarındaki duraksamalarla 1950'lere kadar sürmüştür.¹⁴

Günümüzde turizm, büyük bir sektör halini almış, bireylerin, kuruluşların, beldelerin ve hatta ülkelerin geçim kaynağı şekline dönüşmüştür. Sadece turizmden elde ettikleri gelirlerle geçinen çok sayıda insan vardır. Bir başka deyişle, artık eski geçim kaynaklarını ve uğraşlarını bırakarak, daha kazançlı olması nedeniyle, turizmle ilgili işlerle uğraşan insan ve topluluk sayısı giderek artmaktadır.

İçinde bulunduğumuz 20. yüzyılda, turizm açısından büyük önem taşıyan bir olay 1920'lerde otomobil çağının başlamasıdır. Bu olay insanların

¹² Robert McIntosh; Shasnikant Gupta, **Tourism: principles, practices, philosophies**, Grid Inc, Third Ed, USA, 1980 s. 18.

¹³ Robert McIntosh; Shasnikant Gupta, **A.g.e**, s. 20.

¹⁴ İsmet Barutçugil, **A.g.e**, s. 24.

hareketliliğini önemli ölçüde arttırmıştır. Turizm amacıyla yapılan seyahatlerde otomobilden yararlanma, tüm beklentilerin ötesinde bir gelişme göstermiştir.

Denizyolu ve demiryolu önemini, özellikle uzak mesafeler arasındaki seyahatlerde bir süre daha olsun koruyabilmiştir. 20. yüzyılın başlarında en büyük ilgiyi toplayan seyahatler, Avrupa ve Amerika arasında büyük transatlantiklerle yapılan seyahatler olmuştur. Yine bu dönemde Paris-Venedik-İstanbul arasında "Orient Express" ile yolculuk; çoğunlukla zenginlerin ve aristokratların ilgi gösterdiği bir seyahat olmuştur.¹⁵

Yirminci yüzyılda yaşanan iki dünya savaşı, bir taraftan ekonomik ve sosyal refahı, seyahat özgürlüğünü ve güvenliğini azaltarak turizmi olumsuz yönde etkilerken diğer taraftan da ulaştırma araçlarında ve özellikle havacılık teknolojisinde önemli ilerlemeler yaratarak seyahatleri geliştirici yönde etkiler doğurmuştur.

Günümüz turizm olayının değişen ve gelişen diğer iki önemli boyutu da konaklama işletmeleri ve tur organizatörleri olmaktadır. Bu yüzyılın başlarında çoğunlukla zengin ve aristokrat kişilerin zevklerine ve taleplerine uygun olan oteller, günümüzde kitle turizminin koşullarına uygun, büyük kapasiteli ve standart hizmet sunan konaklama işletmelerine dönüşmüşlerdir. Tur organizatörlerinin gruplar için düzenlediği "paket turlar" ise günümüzde turizm olayının tipik bir yönüdür. Kişiler tek olarak yapabileceklerinden çok daha ucuza tüm ayrıntıları önceden belirlenmiş grup seyahatlerine giderek artan bir ilgi göstermekte ve bunun sonucu olarak da bu hizmeti sunan işletmeler hızla gelişmektedir.¹⁶

Günümüzde turizm, ekonomik ve sosyal alanlardaki köklü değişimlere paralel olarak önemli gelişmeler göstermektedir. Turizm kapsamı ve etkileri giderek artan bir sosyo-ekonomik olaya dönüşmektedir. Modern turizm, artık geleneksel sayılabilecek bir görüş ile bir "kitle olayı" olarak nitelendirilmekten çok bir "uluslar göçü" olarak nitelendirilmeye uygun bir aşamaya ulaşmıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısında büyük bir genişliğe ve önemli yapısal değişikliklere

¹⁵ Mehmet Zekai Bayer, **Turizme Giriş**, İstanbul, 1982, s.26.

¹⁶ www.belgeci.com/turizmin-tarihsel-gelisimi.html (02.09.2014)

uğrayan turizm olayının gelecekte de bu gelişme hızını daha da arttırarak sürdüreceği söylenebilir.¹⁷

1.2. Turizmin Tanımı

Turizm kelimesi Latince bir nokta etrafında hareket etmek veya bir noktadan başlayarak aynı noktaya dönmek anlamına gelen “Tournus” kelimesinden oluşmuştur. Türkçede seyyah kelimesi turist, seyahat kelimesi turizm deyimlerinin karşılığıdır.¹⁸

Turizm insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında sürekli olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç izlememek üzere, serbest bir ortam içinde, iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik amaçlar ile veya dost akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi sebepler ile, kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süre ile konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan bir tüketim olayı, sosyal bir olay, ağır ve bütünleşmiş bir hizmet ve kültür endüstrisidir.¹⁹

Kendi ülkesi veya oturduğu ülke dışında bir ülkeye sadece para kazanmak amacı olmaksızın belirli bir süre için seyahat eden, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapan, mali gücü, zamanı ve maddi kapasitesi sınırlı olan, rahatına düşkün, geleneklerini koruyan, temizlik ve vasat konfor arayan, maceraperest olmayan insanlara turist adı verilmektedir.²⁰

Turizmin taşıdığı temel özellikler aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:²¹

a) Turizm her şeyden önce, insanların belirli bir süre için değişik amaçlarla yaptıkları seyahati ve konaklamayı kapsamaktadır;

¹⁷ tr.scribd.com/doc/100151855/Turizmin-tarihsel-gelistimi (02.09.2014)

¹⁸ Feyza Dinçer, **Turizm ve Turist Tanımlarındaki Gelişmeler**, Turizm Yıllığı Türkiye Kalkınma .A.Ş, Yayınları, Ankara, 1993. S.103.

¹⁹ Ömer Akat, **A.g.e.**, s. 2-3.

²⁰ Mete Sezgin, **A.g.e.**, s.3.

²¹ Mehmet Özdemir, **Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Emel Kitapevi, Ankara, 1992, s.3.

- b) Turizm, insanların kendi konaklama yerleri dışında sürekli yerleşme amacı gütmemek üzere yaptıkları seyahat ve geçici konaklamaları kapsar;
- c) Turizm, para kazanma amacına dönük bir mesleki faaliyette bulunmamak üzere yapılan seyahat ve konaklamalardan oluşur. Çünkü, turizmin esas amacı para kazanmak değil, bir tüketim olayı oluşturmaktır;
- d) Turizm, serbest bir ortam içinde yapılan harekettir. Turizmde seyahat edilecek yer, seyahat aracı, konaklama yeri serbestçe belirlenir;
- e) Turizm, insanların iş, merak, din, sağlık, dinlenme, kültür, snobik ve benzeri amaçlarla, dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi sebeplerle yaptıkları seyahat ve konaklamaları kapsamaktadır;
- f) Turizm, insanların kişisel ve toplu şekilde yaptıkları seyahat ve konaklamaları kapsar;
- g) Turizm, bir yandan seyahatin oluşturduğu dinamik elemanı, diğer yandan gidilen yerde 24 saati veya bir gecelemeyi aşan konaklamaların oluşturduğu statik elemanı kapsar. Geceleme veya 24 saati aşan konaklama, turizmin asıl yönlendiği tüketim amacının gerçekleşmesi için zorunludur;
- h) Turizm olayı, toplum içinde meydana gelen sosyal bir olaydır. turizmin sürekli var olması, ona objektif bir nitelik kazandırır. Aynı zamanda, ölçülebilir olması nedeniyle, turizm, bir miktar olaydır;
- i) Turizm olayı, sadece seyahat ve konaklamalardan oluşmamaktadır. Seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı bütün kurumlar, işlemler, davranışlar, faaliyetler bu kavram içinde yer almaktadır. Bu nedenle, turizme, endüstri gözüyle bakmak gerekmektedir;

Turizm öncelikle, ağır bir endüstridir. Turizm sektörü son derece çeşitli ve büyük yatırımlar gerekmektedir. Turizm, bütünleşmiş bir endüstridir.²² Turizmde statik unsurunu oluşturan konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, rekreasyon, tamamlayıcı hizmet sunanlar gibi yatırımcı elemanlar ile arz teşkilatını oluşturan

²² Selahettin Çoruh, **Genel Turizm**. Güven Yayıncılık, Ankara, 1967, s.8.

turizm aracıları, ulaştırma teşebbüsleri gibi elemanlar arasında birbirine destek ve yardımcı olacak şekilde bir bağın kurulması gerektirmektedir. Bu bağın hedefi, ağır endüstriyle bütünleşme yolu ile kitle tüketim yaratacak ve yatırım kapasitelerinden yararlanma oranını arttıracak toplumsal bir hareket ve buna süreklilik kazandırmaktır.

Turizm bir hizmet endüstrisidir. Turizm sektörünün üretip pazarladığı ürün hizmetidir.

Turizm bir kültür endüstrisidir. Turizm değişik kültürler arasında bir diyalog kurmakta, kültürleri de birbirine yaklaştıran bir fonksiyonu yerine getirmektedir. Seyahat eden insanlar için ruhsal ve kültürel bir değişme ve yarar sağlamaktadır. Ayrıca, turizm, bir ülkenin kültürel varlığını tanıtmmanın da bir aracıdır.²³

Seyahat ve konaklamayı içeren elemanları ile turizm olayı ülke ekonomilerine olan katkısı ile hem de gelişmekte olan ülkelerin vazgeçemedikleri bir endüstridir. Günümüzde dünya genelinde iç ürünün % 4,4'nü turizm sağlamaktadır. Turizm sanayisinde yaklaşık 200 milyon kişi çalışmaktadır. Dünya ülkelerinin % 80'den fazlasının ihracat ürünleri arasında turizm ilk beş ürün arasında yer almaktadır.²⁴

1.3. Kongre Turizminin Tanımı ve Tarihi

Kongre kelimesinin kökeni, 'toplanma, buluşma' anlamına gelen Latince "Congressus" sözcüğüdür. Ancak bu kavram, bu yaygın anlamı dışında farklı amaçlarla da kullanılmaktadır. Örneğin, ABD'de "Congress" sözcüğü "Parlamento, Millet Meclisi" anlamında kullanılmakta, bu nedenle uluslararası literatürde "büyük toplantı" anlamındaki kongreler için "Convention" kelimesi tercih edilmektedir.

"Kongre" kavramıyla ilgili literatürdeki farklı kaynaklarda değişik tanımlara rastlamak mümkündür. Bunlardan en kapsamlı olanları H.L.Zankl'ın ve M.Accola ile G.Gamma'nın yaptığı tanımlamalardır. H.L.Zankl'a göre, "Kongre geçici bir

²³ Savaş Ürger, **Genel Turizm Bilgisi**, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 1992, s.10.

²⁴ Selahettin Çoruh, **A.g.e.** s.8.

toplantıdır. Özellikle toplanılan yerin yabancıları olan kimselerin belli bir amaca yönelik olarak çeşitli konularda görüşmeleridir.”²⁵

M.Accola ile G.Gamma ise bu konuya ilişkin tanımını, kongre kavramının kapsadığı öğeler doğrultusunda yapmıştır. Bu öğeler şunlardır:

Konu: Belirli bir konuda toplantı

Nesne: Kişiler

Amaç: Bilgi alışverişi

Zaman: Kısa ve sınırlandırılmış

Çerçeve: Kesin bir program

Bu bağlamda “Kongre”yi, Bir veya daha fazla günle sınırlandırılmış ve önceden kararlaştırılmış bir program çerçevesinde, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanılan yerin dışından gelen kişilerin de katılımı ile meydana gelen bir toplantı olarak tanımlamışlardır.²⁶ Toplantıların bir iletişim, bilgi alışverişi, yönetim ve karar verme aracı olarak ortaya çıkış tarihinin, insanlık tarihi kadar eski olduğu varsayılmaktadır. Uluslararası Kuruluşlar Birliği (UIA) kayıtlarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 10 Mart 1681 – 8 Haziran 1681 tarihleri arasında Roma’da tıp alanında yapılmıştır.

Ancak, politik önemi nedeniyle olsa gerek, 18 Temmuz 1814 – 9 Haziran 1815 tarihleri arasında yapılan Viyana Kongresi, modern anlamdaki ilk ve dünyanın en uzun uluslararası kongresi olarak tarihe geçmiştir.²⁷

1681 ile 1860 yılları arasında her yıl tüm dünyada ortalama 5 uluslararası kongrenin düzenlendiği bilinmektedir. 19.yy.’ın sonlarında bu sayı 100’e ulaşmıştır.

Dünya kongre şehirleri arasında, bu pazardan en büyük payı alan %90’lık oranıyla Paris olmuştur. Örneğin, 1900 yılında tüm dünyada düzenlenen 232 kongrenin 202’si Paris’te yapılmıştır.²⁸ 1800’lü yılların ortalarına kadar Avrupa

²⁵ Tansu Karasu, **Kongre Turizmi ve Türkiye**. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, 1985, s.9.

²⁶ Aynı orada. s.9.

²⁷ “**Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar**”, TÜRSAB Dergisi, sayı 102, Haziran 1991, s.10.

²⁸ Yılmaz Özen, **Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği**. Ankara: TÜRSAB Yayını, 1986, s.11.

ile en fazla ilişki içerisinde olan Kuzey Amerika'nın doğu bölgesinde kongre, konferans ve fuar gibi aktiviteler görülmemiştir. Her alanda gelişen Amerika'da ilk ticaret fuarının düzenlenişi, dostluk ve dini birliklerin kurulması ve ticaretin gelişmesiyle 1900'lerin başında gerçekleşmiştir. 1896'da Detroit'li bir grup işadamı toplantı için bir araya gelmiş ve bundan sonra da faydası kabul edilen bu organizasyonlar, toplantılar, kongreler ve sergiler birlikler için cazip hale gelmiştir.²⁹

II. Dünya Savaşı sonrası dönemde bilimsel alandaki ilerlemelere paralel olarak artan uzmanlaşma alanları, bununla birlikte gelişen ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik iş ve ilişkilerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütlenmeler, daha önceden az rastlanan kongrelerin sayısında artışa neden olmuştur.

Toplantıların bir iletişim, bilgi alış-verişi, yönetim ve karar verme aracı olarak ortaya çıkış tarihinin, insanlık tarihi kadar eski olduğu varsayılmaktadır.³⁰

1.4. Toplantı Türleri

Tarih boyunca toplantılar, iletişim kurmak, öğrenmek, tartışmak, oylamak ve karara varmak gibi farklı amaçlarla düzenlenmekte ve günümüzde herbiri kongre, konferans, seminer gibi farklı isimler altında sınıflandırılmaktadır. Teknik açıdan bakıldığında bu sınıflamaların birebir aynı olmadığı, birbirinden küçük farklarla ayrıldığı görülmekte, ancak amacı ve kapsamı ne olursa olsun toplanma ihtiyacı oluşturarak insanların yer değiştirmelerini sağlamaları ortak noktaları olmaktadır. Literatür incelendiğinde sınıflandırma olarak birbirinden ayrılan bu toplantı türlerinin pek çok kaynakta birbirlerinin yerine kullanıldığını, çoğu zaman da kongre kelimesinin tüm bu türleri kapsayacak şekilde kullanılmakta olduğunu görmekteyiz.

Kongreler hacim ve içerik açısından daha büyük ve uzun olmasına rağmen, yine de diğer toplantı türleri ile arasındaki fark kesin hatlarla belirlenmiş değildir. Bunun sonucu olarak, meeting, konferans, konvansiyon ve kongre kavramları çoğu

²⁹ Ronda Montgomeri; Sandra Strick, **Meetings, Convention and Expositions**. U.S.A. Ağustos, 1994, ss.5-6.

³⁰ Tuncer Doğan, **Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye**, Ankara, A.Ü.S.B.F. Yayını, 1984, s.481.

yerde iç içe, birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada, kongre turizminin kapsamını oluşturan diğer toplantı türlerine de yer verilecektir. Toplantı türlerinin başlıcaları aşağıda açıklanmıştır.³¹

Toplantı: Birden fazla insanın ortak amaçlarla bir araya gelmeleridir.³²

Konferans: Teknik, bilimsel yada ticari alanlarda yapılan ve düzenli bir periyot göstermeyen toplantılar için kullanılır. Soru-cevap bölümüyle takip edilen, bir veya birkaç uzman tarafından verilen sunumdur. Bu tür toplantılar, belli bir amaca ulaşma yolunda kolektif katılımı teşvik eder.

Seminer: Genellikle 30 veya daha az kişiden oluşan küçük grupların, belirli bir alanda yaptığı yüzzel bilgi ve deneyimin paylaşımıdır. Grubun tartışmaları, konusunda uzman bir yönetici tarafından yönetilir.

Çalıştay (Workshop): Genel toplantılar içerisinde spesifik bir problem ve konu üzerine yapılan, konu veya durumun analiz edilmesi, fikirlerin sentezlenmesi için tasarlanmış küçük grup toplantılarıdır.

Forum: Bir konunun, karşıt görüşlere sahip uzmanlar tarafından bir yönetici başkanlığında tartışıldığı toplantılardır. Dinleyiciler katılımda serbesttir ve konuşmacıların amacı birbirlerinden çok, dinleyicilere hitap etmektir. Forumlarda tarafların konuşmalarından sonra oturum yöneticisi konuyu özetler ve sonra tartışma başlatılır.

Sempozyum: Birçok uzmanın bir konu ile ilgili bildiriler sunduğu toplantılardır. Foruma kıyasla dinleyici katılımı daha azdır.

Panel: İki ya da daha fazla konuşmacının uzmanlık alanlarında görüşlerini savunduğu toplantılardır. Paneller, konuşmacıların yanı sıra dinleyicilerin de tartışmasına açık olan ve bu tartışmaların bir panel yöneticisi tarafından yönetildiği toplantılardır.

Kolokyum: Akademisyenlerin bilimsel bir konu üzerinde açıklama yaptıkları ve ilgili soruları cevaplandырдыıkları, öğretim ve tartışma odaklı küçük grup toplantılarıdır.

³¹ Rob Davidson, **Business Travel**. UK, Clays Ltd, 1994, s.25.

³² Milton Astroff; Abbey R James, **Convention Sales and Services**. Las Vegas, Wm. C.Brown Publishers 1987, s.39.

Konvansiyon: Çoğunlukla bir yasa hazırlamak veya bir konu üzerinde anlaşma sağlamak için yapılan olağanüstü toplantılar.

Kongre: Uzmanlık gerektiren bir alanda bilgi ve görüşlerin resmi alışverişini kolaylaştıran, genellikle sorunları çözme amaçlı, yıllık veya periyodik aralıklarla düzenlenen genel oturumlardır. Kongrelere uluslararası katılım olabilir ve bu tür toplantılarda katılımcı sayısı yüksektir.³³

Daha önceden de belirtildiği gibi, kongre kavramı sadece kongre tipi toplantıları kapsamamakta, diğer türleri de içine alacak şekilde bir kullanım göstermektedir. Buna bağlı olarak, kongre turizmi de yalnızca kongre tipi toplantıların yarattığı seyahat olgusunu değil, seminer, sempozyum, konferans vb. türlerin de neden olduğu turizm hareketini kapsadığından “kongre turizmi” yerine “toplantı turizmi” kavramı da kullanılabilir.³⁴ Ancak ülkemiz ve dünya literatüründe daha sık rastlanması nedeniyle bu çalışmada da “kongre turizmi” kavramı kullanılacaktır.

Kongre turizmi içerisinde yer alan toplantı türleri için çok farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır.

1.4.1. Amaçları Açısından Kongre Turizminin Sınıflandırılması

Bu sınıflandırmaya göre toplantılar 4 gruba ayrılır.³⁵

- a) *Ulusal ve Uluslararası Kongreler:* Bilgi alışverişi amaçlıdır.
- b) *Seminerler ve Kurslar:* Okul içi ve sonrası eğitim amaçlıdır.
- c) *Ürün Tanıtma Toplantısı:* Satış ve pazarlama tekniklerini gösterme amaçlıdır.
- d) *Özendirme Toplantısı:* Satış aktivitesinin artırılmasını teşvik etme amaçlıdır.

1.4.2. Katılımcı Sayısı Açısından Sınıflandırma

Katılan kişi sayıları göz önünde bulundurularak yapılan bir sınıflandırma aşağıdaki tablo'da gösterilmiştir:

Tablo 1. Katılımcı Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması

³³ Tuncer Doğan, **A.g.e.** s.15.

³⁴ Yılmaz Özen, **A.g.e.**1986, s.11.

³⁵ Tansu Karasu, **A.g.e.** s.35.

Katılımcı Sayısı- 50 Delegeye Kadar	50-300 Delege	300 Delege Üzeri
Seminer Kolokyum Çalıştay (Works shop) Panel Komisyon toplantıları Denetim kurulu toplantıları	Genel Kurullar Konferanslar Sempozyumlar Zirve	Kongreler Genel Kurullar

Kaynak: Karasu T. A.g.e. 1985, s.36.

1.5. Kongrelerin Nitelik ve Sınırları

Kongrelerin sınırları kongrenin türüne, amacına, katılan delegelere vs. göre değişebilmektedir. Bu özelliklere göre kongrelerin ulusal, sayısal ve zaman sınırları belirlenmektedir.

Zaman Sınırları: Kongrelerin süreleri genellikle 4-5 gün ile sınırlıdır. Ancak daha uzun ve daha kısa süreli kongreler de yapılmaktadır. 1-2 gün süren kongreler yapılabildiği gibi çok nadir de olsa bu süre 6 günün üzerinde 14 güne kadar uzayabilmektedir.³⁶ Daha uzun süreli kongrelerin amaç ve kalitesinden uzaklaştığı düşünülmektedir. Bunun sebebi, katılımcıların bu uzun süre içerisinde sıkılmaları, toplantılar üzerinde yoğunlaşamamaları gibi nedenlerle zamanın ve kaynakların boşa harcanması olarak gösterilmektedir³⁷

Ulusal Sınırları: Kongreler, katılan delegelerin temsil ettiği uluslara göre ulusal yada uluslararası olarak sınırlandırılırlar. Ulusal kongrelerde, kongreye katılan delegelerin büyük çoğunluğu kongrenin yapıldığı ülkenin vatandaşıdır. Bu tür kongreler, uluslararası kongrelere kıyasla daha kısa süreli (1 ile 3 gün arası), daha az zahmetli ve daha az masraflıdır. Ulusal kongrelere katılan delegelerin harcamalarının tamamı veya bir kısmı delegelerin bağlı oldukları kurum tarafından

³⁶ Ken Clayton, **How to Organise a Better Conference**. U.K, 1996, s.43.

³⁷ Yusuf Aymanıkuy, **Kongre Turizmi Ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s.35.

ya da kongreyi düzenleyen kuruluşlar tarafından ödenir. Konaklama için genellikle orta sınıf düzeyi (2-3-4 yıldız) oteller tercih edilir.³⁸

Uluslararası kongrelerde ise en az üç ulusa ait temsilcilerin bulunması gerekir. Bu tür kongreler daha uzun bir süreyi (4 ila 7 gün arası) kapsamakta, genellikle pazartesi günü başlayıp, cuma akşamı sona ermektedir. Uluslararası kongreler, organizasyon yapısı olarak daha karmaşık yapıdadır. Konaklama, yemeiçme hizmetleri için çoğunlukla üst sınıf düzeyinde yerler tercih edilir. Ayrıca, kongreyi düzenleyenler, farklı bir bölgeye gelen delegeler ve refakatçiler için değişik imkanlar yaratmayı, sözgelimi kongrenin düzenlendiği yer veya yakın çevresine geziler düzenlemeyi göz önünde bulundurmalarıdır. Ulusal bir toplantının kendi ülkesi dışında toplanması ise “yabancı bir grubun kongresi” olarak adlandırılır.³⁹

Sayısal Sınırlar: Delege sayısı ne olursa olsun, en küçük boyuttaki kongrelerin bile turistik ve ekonomik katkıları göz ardı edilemez. Bununla birlikte bazı literatürde ve pazar analizi araştırmalarında kongrelerde katılımcıların alt sınırı 15-20-25 kişi olarak kabul edilmektedir.⁴⁰

1.6. Kongre Turizminin Özellikleri

Kongre turizmi, çok ünlü bir turizm türüdür ve klasik turizmden önemli birkaç noktada ayrılmaktadır. Kongre turizminin yoğunlaştığı yerler, diğer bir ifade ile kongre merkezleri çoğunlukla gelişmiş şehir merkezleri ya da yakın bölgelerdir. Klasik turizm olayında olduğu gibi belirli zamanlarda yoğunlaşmalar pek görülmez.

Kongre turizminde asıl amaç kongredir ve kongrenin bir türevi olarak turizm olayı ortaya çıkmaktadır. Bir kongre programında yalnızca toplantılar yer almamakta, toplantı haricinde serbest zamanlar da planlanarak eğlence, alışveriş,

³⁸ Yusuf Aymanıkuy, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**. 2006, s.35.

³⁹Tansu Karasu, **A.g.e.** s.23.

⁴⁰ Tansu Karasu, **A.g.e.**,s.24.

gezi vb. aktiviteler düzenlenmektedir. Bu nedenle, kongre turizm diğer turizm türlerinden farklı özelliklere sahiptir⁴¹.

Kongre turizminin dikkat çeken özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Kongreler yılın belli dönemlerinde yoğunluk göstermekte ve özellikle sezon dışı dönemlerde yapıldıkları için otellerin doluluk oranlarını olumlu yönde etkileme potansiyeline sahiptir.
- Kongre turizmi ve kongre otelciliği, teknik donanım ve diğer unsurlar açısından güçlü bir altyapıya ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle kongrelere yönelik düzenleme ve faaliyetlerin, konusunda uzman olan işletmeler aracılığıyla gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- Kongrelerin yapılabilmesi için gerekli olan toplantı binaları ve kongre merkezleri gibi sabit yatırımlar yüksek maliyetli olup, genellikle devlet veya yerel idarelerce gerçekleştirilmektedir.
- Kongre turizmi, genel turizm sezonunun dışındaki dönemlerde düzenlendiği ve turizmin çok çeşitli hizmetlerini kapsadığı için turizmin en fazla gelir sağlayan türü olarak dikkat çekmektedir. Kongre turistlerinin harcamaları diğer turistlerin harcamalarından birkaç kat fazladır.
- Kongre turizmi, simültane tercüme, özel programlar, davetiye hazırlama ve dağıtımı, çeşitli transferler, otel rezervasyonları, medya ve delegelerin bir araya getirilmesi, kongre binası ve merkezinin organize edilmesi, refakatçi ve eşler için tur paketlerinin hazırlanması gibi detaylı ve profesyonel beceri gerektiren hazırlıkları gerektirmektedir.
- Uluslararası kongre düzenlemek, bir ülke için önemli bir tanıtım aracı olarak kabul edilmektedir.
- Kongre turizminde başarı sağlamak için sadece ilgili kuruluşların değil, toplumun tamamının destek vermesi ve değişik kesimler arasında etkin bir işbirliği olması gerekmektedir.
- Kongre turizminde başarılı olabilmek için ulaşım, altyapı, konaklama, kongre salonu ve imkanları, personel, güvenlik, yan hizmetler, çevre ve

⁴¹ Yusuf Aymanıkuy, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003, s.7.

kültürel zenginlikler konularında belirli bir kalite ve kapasitede olmak gerekmektedir.⁴²

1.7. Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleri ile Etkisi.

1.7.1. Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi

Kongre turizmi çok yönlü bir turizm çeşididir. Toplantılar turizmin asıl amacını oluştursa da bir kongre programı yalnızca toplantılardan oluşmaz. Toplantılar dışında serbest zamanlarda eğlence, alışveriş, gezi gibi faaliyetler düzenlenmektedir. Ayrıca kongre delegeleri gittikleri şehirlerde kongreler bittikten sonra da kalış sürelerini uzatarak turistik faaliyetlerine devam edebilirler.⁴³

Hem ulusal hem de uluslararası kongreler, toplumsal, kültürel ve sosyoekonomik yaşamı etkileyerek, turizmin mevsimini uzatırlar. Kongre turizminin bölgede etkili ve verimli olabilmesi için diğer turizm çeşitleri ile uyum halinde olması gerekmektedir.⁴⁴

Bu açıdan bakıldığında kongre turizminin, tatil turizmini engellemesi ya da gelişimini yavaşlatması söz konusu değildir. Çünkü kongre ve tatil amaçlı turizm türleri için bir zaman (sezon) ayrılığı söz konusudur. Uluslararası kuruluşlar toplantı zamanı olarak genellikle ilkbahar ve sonbahar aylarını tercih etmektedirler. Toplantıların yaklaşık %15'i Eylül ayında düzenlenmektedir⁴⁵. Oysa tatil amaçlı seyahatler çoğunlukla bu mevsimler dışında gerçekleşmektedir.

1.7.2. Kongre Turizmi Ve Kültür Turizmi

Kongre turizmi ile kültür turizmi arasında yakın ilişki ve etkileşim söz konusudur. Çünkü kongre her şeyden önce kültürel bir olaydır. Kongre turizmine katılan delegelerin asıl amaçları kültürel turizmden farklılık gösterse de gittikleri destinasyonlarda var olan kültürel değerlere büyük ilgi gösterdikleri, diğer bir ifadeyle kayıtsız kalmadıkları görülmektedir. Esasen kültürel değerler, bir bölgede turizmin ortaya çıkmasına neden olan önemli etkenlerden biridir ve zengin kültürel

⁴² Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003, s.8

⁴³ Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi.....**,2003, s.34.

⁴⁴ Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, 2003, s.8.

⁴⁵ Özen Dalli, **"Altenatif Turizm Modeli Olarak Kongre Turizmi"** I.Bilkent Turizm Forumu, Ankara, 1996, s.94.

değerlere sahip destinasyonlar kongre organizasyonu için cazip yerlerdir. Kongre delegelerinin iyi eğitilmiş, kültüre ve sanata meraklı, öğrenmeye açık insanlar olmalarından dolayı, kültürel bakımdan zengin merkezlerde kongre turizmi daha kolay geliştirilebilmektedir.⁴⁶

1.7.3. Kongre Turizmi ve İş Turizmi

Kongre turizminin yakın etkileşim içinde olduğu bir diğer turizm türü ekonomik turizm ya da iş turizmidir. Ekonomik turizm, uluslararası kongreler, mesleki konferanslar ve kongreleri, iş toplantılarını, incentive (teşvik) turizmi, eğitim, fuar ve sergi ziyaretlerini kapsamaktadır. Dolayısıyla kongre turizmi, ekonomik turizmin bir alt türüdür ve ülkelere büyük ölçüde döviz girdisi sağlayan bu iki turizm türü arasında doğru orantılı bir uyum söz konusudur.

İş turizmi ise, "bir şirkette ya da işletmede, yöneticiler (yetkililer) için tamamen iş ile ilgili seyahatler veya bir seyahat acentesi tarafından düzenlenen özellikle iş amaçlı, iş grupları seyahatleri" olarak ifade edilmektedir.⁴⁷

Mesleki sebeplerle yapılan seyahatlerin tümü iş seyahati olarak değerlendirilmektedir. Kişilerin meslekleri ile ilgili bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla kongre, konferans gibi faaliyetlere katılmaları dolayısıyla kongre ve iş turizmi ayrımı yapmak oldukça güçleşmektedir. Bu nedenle uluslararası istatistiklerde ve raporlarda kongre turizmi ve iş turizmi ile ilgili veri ve bilgiler bazen ayrı, bazen de birlikte düzenlenmektedir. Günümüzde fuar ve sergi ziyaretleri, eğitim seyahatleri, seminerler, incentive (teşvik) seyahatleri, mesleki konferanslar ve uluslararası kongreler iş turizmi olarak kabul edilmektedir.

1.7.4. Kongre Turizmi ve Fuar Turizmi

Fuar ve sergiler, bir kuruluşu veya ürünü tanıtmak, güven sağlamak, alıcıya bilgi vermek, bir dönemi tanıtan envanter sunmak gibi amaçlarla düzenlenen iletişim araçlarıdır.⁴⁸ Uluslararası turizm endüstrisinde toplantı turizmi kapsamında

⁴⁶ Yusuf Ayman, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, 2003, s.9.

⁴⁷ Carole Chester; Christine Swanson, **Careers in the Travel Industry**, Kogan page Ltd. London, 1992, s.72.

⁴⁸ İge Pınar Tavmergen; Ebru Güçlü Aksakal, **Kongre ve Toplantı Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2004, s.42.

ele alman fuar turizminde birçok ürün ya da hizmet bir araya gelmekte, sergilenmekte ve konu ile ilgili profesyonel kuruluşlar, tanıtım ve bilgilendirme amaçlı organizasyonlar düzenlemektedirler.

Fuar turizmi, toplantı turizmi ile birlikte hızla gelişen turizm türlerinden biridir. Herkesin kendi alanındaki yeni gelişmeleri takip etmek için katıldığı ulusal ve uluslararası fuarlar, turizm endüstrisinde önemli pazar oluşturmaktadır⁴⁹. Fuarların zaman bakımından uzun sürmesi ise bölgedeki konaklama işletmelerinin sezon dışındaki doluluk oranlarını artırmaktadır.

1.7.5. Kongre Turizmi ve Teşvik Turizmi

Teşvik turizmi, şirketlerin ana amaçlarındaki ilerlemeyi sağlamak, çalışanların verimini artırmak için yapılan küresel bir iş yönetimi unsurudur. Ticari işletmelerin ürünlerini müşterilerine tanıtmak ve satmak isteği, teşvik turizminin uluslararası turizm pazarında söz sahibi olmasına ve pazardan büyük pay almasına neden olmuştur⁵⁰. Teşvik (incentive) seyahatlerinin en önemli özelliği, bu seyahate katılanların tüm masraflarının seyahati düzenleyen şirket tarafından ödenmesi ve programın kusursuz olarak hazırlanması ve uygulanmasıdır. Bu nedenle incentive seyahatlerin kapsamı, bu seyahati düzenleyen şirketin bütçesine bağlıdır. Incentive seyahatler için bütçeden ayrılan pay ne kadar fazla ise, düzenlenen seyahatler ve yapılan programlar o denli ayrıntılı ve lüks olmaktadır⁵¹.

1.8. Kongre Turizminin Etkileri

Kongre turizmi ile diğer turizm türlerinin karşılıklı ilişkilerine turizm ekonomisi açısından bakıldığında, kongre turizminin diğer turizm türlerini tamamlayıcı olduğu, tesislerin daha verimli kullanılmasını ve turizm sezonunun uzatılmasını sağlayıcı olumlu etkileri beraberinde getirdiği anlaşılmaktadır. Kongre

⁴⁹ Beykan Çizel, **Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesi'nin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilere Yönelik Bir Araştırma**, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002, s.17.

⁵⁰ Sarim Kibar Turplan, **"Incentive Seyahat"**, Seyahat Yönetimi Derleyen: Şükrü Yarcın, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, 1993, s.105.

⁵¹ Milton Astroff; James Abbey, **Convention Management and Service**, Fifth Edition, Educational Institute American Hotel&Motel Association, Michigan, 1998, s.178.

turizminin esas amacı, ekonomik nedenlere dayanmaktadır. Kongre turizmi ülkedeki turizm olayını çeşitlendirerek bütün bir yıla yayma amacının dışında, ülke turizmüne ve ekonomisine fayda sağlamaktadır.

Turizm ve ekonomi literatürlerinde kongre turizmi ile ilgili istatistik ve ekonomik verilerin çok sınırlı olması, kongre turizminin yarattığı ekonomik etkilerin ölçülmesini güçleştirmektedir. Yapılan tahminlere göre kongre faaliyetlerine katılan delegelerin harcamaları, normal turistlerin harcamalarına göre yaklaşık 2-3 kat daha fazla olmaktadır. Kaldı ki delege harcamaları, yalnızca kongre paketinde yer alan konaklama, ulaşım, yeme içme ve kongre organizasyonu kayıt bedelleriyle kalmamaktadır. Kongre delegelerinin gelir düzeyleri genellikle yüksek ve masrafları kuruluşlarca karşılandığından, harcama eğilimleri de yüksek olmaktadır. Bu tip ziyaretçilerin yaklaşık dörtte biri eşleri ile seyahat etmekte ve kongre turlarına katılmaktadırlar.⁵²

Kongrelerin yol açtığı ekonomik etkilerin tespitinde sözkonusu olan harcamalardan ilki, kongreye katılma ve kongreyi düzenleme harcamaları, diğeri ise, kongre sırasında ve sonrasında katılımcıların yaptıkları harcamalardır.

Kongreler üç tür harcamaya yol açmaktadır. Bunlar;

- a) Katılımcıların harcamaları
- b) Demek, birlik ya da kuruluş harcamaları
- c) Ticari fuar katılımcılarının harcamalarıdır.

Yapılan araştırmalar kongre organizasyonu içerisindeki harcamalarda en fazla payın katılımcılara ait olduğunu göstermektedir. Katılımcı harcamaları içerisinde en büyük payı, yaklaşık %50'sinden fazlası otel (konaklama) harcamaları oluşturmaktadır, ikinci sırada restoran ve üçüncü sırada perakendeci mağazalarda (alış-veriş için) yapılan harcamalar yer almaktadır. Bu gelirler, seyahat acentelerine ve otellere kbr sağlamakla birlikte kongre düzenlenen şehre doğrudan gelir girmesine sebep olmaktadır.⁵³

⁵² Özen Dalli, **A.g.e.**, s.12.

⁵³ Rob Davidson; Beulah Cope, **Business Travel**, Pearson Education, London, 2003, s.14.

Turizm sektörü, emek yoğun üretim tekniğinin hâkim olduğu bir sektördür. Kongre organizasyonu için ülkeye ve şehre gelen delegelerin konaklama, yemeiçme, seyahat, eğlence ve toplantı sırasındaki ihtiyaçlarının karşılanması için çeşitli faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu durum, çok sayıda insanın istihdamına yol açmaktadır. Ayrıca kongre turizminin mevsim uzatıcı özelliği sayesinde turizm mevsimi dışında işgücüne talep azalmamakta, devamlılık göstermektedir.

Kongre turizmi sadece ekonomik açıdan önem taşımamaktadır. Diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi kongre turizminin de odak noktası insandır. Delegeler bir taraftan gittikleri bölgelerdeki yerel halktan, sosyal ve kültürel yapıdan (çevreden) etkilenmekte, öte yandan gittikleri ülke ve bölgeleri sosyal ve kültürel açıdan etkilemektedirler.⁵⁴

Kültürel değişimler genellikle toplum tarafından benimsendiğinde olumlu, benimsenmediğinde ise olumsuz olarak algılanmaktadır. Turizmin sosyokültürel çevre üzerine olumlu etkileri; tarihi ve kültürel mirasın korunması, toplumsal yapıda olumlu değişiklikler, yerli halk için rekreasyon ve eğlence olanaklarının yaratılması şeklinde özetlenmektedir. Olumsuz etkileri ise sosyo-kültürel değerlerin istenilmeyen yönde değişmesi, kültürel kimliğin kaybolması, insan davranışlarında aşırı ticarileşme, yöresel dil üzerindeki etki ve kötü alışkanlıklar olarak ortaya çıkmaktadır.⁵⁵

Kongre turizminin diğer önemli bir etkisi, bölgedeki altyapı ve üstyapının gelişmesini sağlamasıdır. Belirli bir bölgede ya da çevrede yapılan kongreler, kongre merkezleri ve kongre salonlarının yanı sıra tiyatrolar, sinemalar, alışveriş merkezleri açılmasına katkıda bulunur. Kongre turizminin geliştiği bölgelerde diğer bölgelerde görülen alt ve üst yapı, trafik ve diğer alanlardaki olumsuzluklar görülmemektedir veya minimize edilmişlerdir.

Kongre şehri ve ülke hakkında olumlu imaj yaratılmasına da önemli ölçüde katkı sağlayan kongre turizmi, iyi bir tanıtım aracı olarak tüm turizm sektörünü

⁵⁴ Şule Aydın, **Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 18 Mart Üniversitesi, Çanakkale, 1997, s.19.

⁵⁵ İçöz Orhan; Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2002, s.37.

olumlu yönde etkilemektedir. Kongre turizmi sayesinde kongreye katılan delegeler bölgenin veya kentin turistik olanaklarını ve diğer turizm çeşitlerini tanıma olanağı bulmaktadır.⁵⁶

Diğer yandan kongre konularının pek çoğunun, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin yakından takibi amaçlı toplantılar olduğu görülmektedir. Bu tür toplantılara, tebliğ sunmak ve izlemek üzere dünyanın dört bir yanından konularında uzmanlaşmış ve çalışmaları ile tüm dünyanın kabulünü ve takdirini kazanmış bilim adamları katılmaktadır.⁵⁷ Bunlarla bilgi alışverişinde bulunmak, bilimsel gelişmelere en kısa yoldan ulaşılmasını sağlamaktadır.

⁵⁶ Ahmet Baytok, **Türkiye'de Turistik ürün çeşitlendirme Stratejisi Kapsamında Kongre Turizminin Geliştirilmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 1998, s.66.

⁵⁷ Özen Dalli, **A.g.e.**, 1996, s.95.

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA KONGRE TURİZMİ

2.1. Kongre Turizmini Ön Plana Çıkaran Etmenler

Turizmin yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası anlamda değerinin farkına varan yönetimler ülke, bölge ve kentteki turizm faaliyetlerini çeşitlendirmeyi, var olanları da yeniden yapılandırmayı düşünmektedirler.⁵⁸

Destinasyonlar çeşitli ürünlerin bileşiminden oluşan bir turizm ürününü ifade etmektedir. Kongre turizmi de bu ürün bileşimlerinin içinde önemli bir yere sahiptir. Destinasyon turizm arzını oluşturan unsurlar, temel kaynak ve çekicilikler, geliştirilmiş kaynaklar, destek faktör ve kaynakları niteliksel belirleyicilerdir.⁵⁹

Kongre ve toplantı yerine karar verilirken öncelikle organizasyonu düzenleyecek organizatörlerin kongre ve toplantı olanaklarının yeterliliğini bilmesi ve sonrasında maliyet, ulaşım ve destinasyonun çekiciliği değerlendirmeye alınarak son karar verilmektedir. Uçak seferlerinin her ülkeye ve kıtaya bağlantısı olan havaalanlarının bulunduğu şehirlerin kongre ve toplantı turizmi için tercih edilme olasılığı yüksektir.⁶⁰

Kongre turizmi destinasyonunu ön plana çıkaranlar etmenler çekicilik, coğrafi konum, konaklama imkanları, teknolojik altyapısı, güvenlik, kongre merkezlerinin mimari yapısı ve kongre merkezlerinin yeterliliği başlıkları altında incelenecektir.

2.1.1. Çekicilik

Turistik destinasyonlarının çekicilikleri kongre ve toplantı ziyaretçilerinin eğlenmesi, keyif alması yönetilen ve kontrol edilebilen kaynaklardır. Destinasyonlar çekiciliklerini pek çok kaynaktan alırlar. Bunların en önemlisi doğal olarak meydana gelmiş olan zenginliklerdir. İklimi, bitki örtüsü, faunası,

⁵⁸ Gökçe Özdemir, **Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması**. Ankara, Detay Yayıncılık, 2014, s.9.

⁵⁹ Kahraman Arslan, **Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları**. İstanbul, Informag Yayıncılık, 2009, s. 42-43.

⁶⁰ Gökçe Özdemir, **A.g.e.**, s.27.

tarihi eserleri ve geleneksel değerleri çekicilik unsurları arasında yer almaktadır. Organizatörler tarafından kongre yeri seçimi yapılırken kongre kentini cazip kılan doğal güzellikler, tarihi ve kültürel çekicilikler söz konusu olduğunda bu tür destinasyonların pazarlanması daha kolay olabilmektedir.⁶¹

2.1.2. Coğrafi Konum

Kongre ve toplantı turizmine katma değer sağlayan nedenlerin başında ulaşım olanakları gelmektedir. İyi bir ulaştırma hizmetine sahip olan ülkeler kongre turizmine olan talebi artırmaktadır. Kongre ve toplantı turizmine katılan ziyaretçilerin zamanlarının sınırlı olması ve kongrelere katılım sürelerinin kısa süreli olarak planlaması kongre destinasyonlarının coğrafi konumunun önemini daha da ön plana çıkardığı söylenebilir.

Bu nedenle, bir ülkeye ve kongre merkezine hızlı, rahat ve kolay ulaşım olanaklarının bulunması kongrenin o bölgeye çekilmesinde önemli rol oynamaktadır.⁶²

2.1.3. Konaklama İmkanları

Konaklama ihtiyacının karşılanması, ziyaretçiler için en önemli faktörlerden birisi olarak değerlendirilebilir. Ziyaretçilerin ortalama 4-5 gün geldikleri şehirde yeterli konaklama kapasitesinin olmaması, kongrenin o şehirde yapılmaması için yeterli bir sebeptir.⁶³

Bunun için kongre yapılacak bölgede yeterli konaklama imkanlarının bulunması ve bu konaklama tesislerin belirli hizmet kalitesini yakalamış tesisler olması, kongre ve toplantı için gelen müşterilerin genellikle üst gelir grubuna dahil ziyaretçi kitlesinden oluştuğu düşünülürse kaliteyi yakalamış tesisler olması gerektiği söylenebilir

⁶¹ Kahraman Arslan, **A.g.e.**, s.44.

⁶² Necdet Hacıoğlu, **Turizm Pazarlaması**. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayını, 1995, s.26.

⁶³ Şule Aydın, **A.g.e.**, s.69.

2.1.4. Teknolojik Altyapısı

Günümüzde teknolojinin ilerlemesi kongre ve toplantı alanlarında iletişim altyapısının kullanımını da artırmıştır. Kongre ve toplantı alanlarının mimari yapı olarak büyümesi ve genişlemesi sebebiyle tüm katılımcılara ulaşılacak şekilde teknolojik altyapı imkanları ile iletişim alt yapı imkanlarının kusursuz olması gerektiği söylenebilir.⁶⁴ Ses, görüntü, ışık ve simultane alt yapısının kusursuz olması kongre destinasyon tercihlerini etkileyen bir unsur olarak düşünülebilir.

2.1.5. Güvenlik

Güvenlik, kongre ve toplantı organizasyonları için kritik niteliksel bir belirleyicidir. Ziyaretçilerin gittikleri destinasyonlarda turistlere yönelik suç oranlarının yüksek olması, doğal afetler ve medikal hizmetlerin eksikliği, diğer çekicilik unsurların iyi olması durumunda bile ziyaretçiler için bir anlam ifade etmeyecektir.⁶⁵

Bunun için kongre turizminin yapıldığı alanlarda suç olaylarının olmaması, doğal afetlere kapalı bir coğrafya olması ve sağlık hizmetlerinin eksiksiz olması destinasyonun çekicilik unsurlarını artırdığı söylenebilir. Aynı zamanda kongreye katılan üst düzeyde katılımcıların kişisel güvenliklerinin sağlanması da önemlidir.

2.1.6. Kongre Merkezlerinin Mimari Yapısı

Kongre yapılarının özellikle dış görünümünün, bulunduğu yerin kültürünü yansıtması amacıyla ulusal-yerel formları veya üslupları yansıtan bir tarzda inşa edilmesi gerekliliği yaygın bir düşüncedir. Bir kongre merkezi için aslolan ise yapının yapıldığı çağın ve mimari dokunun bir parçası olması gerekliliği, yapı

⁶⁴ Hasan Olalı, **A.g.e.**, s.32.

⁶⁵ Kahraman Arslan, **A.g.e.**, 2009, s.54.

kalitesi ve kullanılan malzeme olarak da bir prestij yapısı olması nedeniyle yüksek kaliteyi yakalamasıdır.⁶⁶

Günümüzde şehirlerde bulunan kongre merkezlerinin mimari yapısı şehirlerin simgesel yapıları haline dönüşebilmektedir. Önemli mimarların tasarladığı kongre merkezlerinin görselliği kongre ve toplantının çekim unsuru olarak düşünülebilir. Buralarda düzenlenen kongre ve toplantılar bir prestij unsuru olarak değerlendirilebilir.

2.1.7. Kongre Merkezlerinin Yeterliliği

Kongre merkezleri, kongrelerin yapılacağı kongre binaları veya toplantı salonları gibi, kongre turizmi için temel hizmet birimlerine sahip olan tesislerin bulunduğu alanlardır.⁶⁷

Kongre ve toplantı yapılacak merkezlerin kullanılabilir alanlarının her türlü ihtiyaca cevap verebilecek farklı boyutlarda olması, oturma düzenlerinin ihtiyaca göre dizayn edilmesi, çeşitli toplantılar veya seminerler için salonlarının bulunması gibi özellikler kongre merkezlerini ön plana çıkaran etmenle olarak söylenebilir.

2.2. Dünya Ekonomisinde Kongre Turizminin Yeri

Turizm sektörü dünya ekonomisinde gittikçe daha önemli bir yer edinmektedir. Günümüzde uluslararası turizm, dünya ticaretinin yaklaşık %7-8'ini oluşturmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) verilerine göre, turizm ve hizmet sektörü dünyada en hızlı büyüyen sektörler olmakla birlikte, önümüzdeki yüzyıl için de bu durum değişmeyecektir.

Turizmin dolayısıyla kongre turizminin temel amacı, ekonomik nedenlere dayanmaktadır. Kongre turizminin ülkedeki turizm olayını çeşitlendirerek bir yıla

⁶⁶ Tuğba Pembegül, **Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kongre Turizmi Ve Türkiye'deki Kongre Merkezlerinin Avrupa'daki Örneklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi**, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara, 2008, s.43.

⁶⁷ Şule Aydın, **A.g.e.**,s.75.

yayma amacı dışında, ülke turizmine ve ekonomisine oldukça faydalı olduğu herkes tarafından bilinen bir gerçektir.

Kongreler gerek hazırlık aşamasında ve gerekse düzenlendiği esnada ülkede birçok iş dallarını etkisi altına alıyor. Kongrelerin hazırlık aşamasında ulaşım, inşaat ve teknik hizmetlet sektörleri gelişiyor. Kongreler esnasında ise yiyecek, içecek maddeleri, kiralık oto, pasta, telefon, halıcılık, dericilik, hediyeelik eşya, ulaşım konaklama, tercümanlık ve b.gibi sektörlerle iş olanakları sağlanmaktadır.⁶⁸

Kongre faaliyetlerine katılan delegelerin harcamaları, normal turistlerin harcamalarına göre daha fazla olmaktadır. Bu farklılık yalnızca tatil ve kongre paketlerinin fiyatlarından bile (yaklaşık 2 kat fazla) görülebilmektedir. Delege harcamaları, yalnızca kongre paketinde yer alan konaklama, ulaşım, yeme-içme ve kongre organizasyonu kayıt bedelleriyle kalmamaktadır.⁶⁹ Kongre delegelerinin gelir düzeyleri yüksek olduğu için ve masrafları kuruluşlar tarafından karşılandığından harcama eğilimleri yüksektir.

Yapılan araştırmalar sonucunda belli olmuştur ki, kongre katılımcıları normal bir ziyaretçiye oranla 3 misli bir harcama yapıyorlar. Bu tip ziyaretçiler %25 oranında eşleri ile seyahat etmektedirler.⁷⁰

Turizm, kararlı büyümesi ile 20. yüzyılın en önemli sosyal ve ekonomik gelismesi olduğunu göstermektedir. Bu durumdan hareketle Dünya Turizm Örgütü'nün uluslararası turizmle ilgili yaptığı projeksiyonda, Çin'in büyüyen ekonomisi, halkının refah düzeyinin artması ve seyahat olanaklarının kolaylaşması ile gelecekte 1.3 milyar insanın seyahat etmeyi arzuladığı en büyük turizm pazarı olacağı öngörülmektedir. 2020 yılında uluslararası seyahatin 1.5 milyar insana ulaşacağı ve bu büyüme ile beraber dünyanın turizm haritasının değişmeye başlayacağı tahmin edilmektedir. Bir başka deyişle, eskiden Yunanistan ve İtalya gibi klasik destinasyonlarda tercih edilen deniz-güneş-kum turizmi yerine popülerleşen turizm türleri olan macera, golf, 3. yaş, kültür ve kongre turizminin yükselişte olacağı tahmin edilmektedir. Dünya turizm trendleri hızla bu türlere

⁶⁸ Nurcan Tosun, “Kongre Turizmi ve Ekonomik Getirileri”, Turizm Dünyası Dergisi, sayı 56, 1994, s.18.

⁶⁹ Mert Atakan, “Kongre/Konferans”, TYD Dergisi, sayı 13, Aralık 1992, s.10

⁷⁰ “Kongre Turizmi ile İlgili İstatistikler”, Turizmde Seçme Makaleler, TUGEY Yayını, Ocak 1996, s.1.

doğru ivme kazanmakta, 21. yüzyıl için yapılan projeksiyonlarda dünyanın tüm bölgeleri için gelişebilecek turizm türleri arasında kongre turizmi, *incentive* (teşvik), iş ve eko turizm ile birlikte sayılmaktadır.⁷¹

Yapılan çalışmalara göre, 21. yüzyılın ilk üç yılında dünya uluslararası kongre turizmi bütçesi yıllık 150 milyar doları bulmaktadır. Bu rakam dünya uluslararası turizm ve seyahat cirosunun %30'una denk gelmektedir.

Kongre turizminin gelişim aşamasından günümüze kadar gösterdiği büyüme ve büyümeyi sağlayan şartların devam ediyor olması, gelecekte de büyümenin devam edeceğini göstermektedir.

Dünyada kongrelerin etkin olarak düzenlenmeye başlaması 1900'lü yılların başına denk geliyor. 1901 yılında dünyada 70 kongre düzenlendi, bu rakam 1910 yılında 200'e yükseldi. Bugün, kongre turizminde dünya lideri Avrupa. Dünyada yılda 9 binden fazla kongre yapıldığı, 80 milyona yakın kişinin de bu kongreler için seyahat ettiği hesaplanıyor. ABD yılda 300'den fazla Uluslar arası büyük kongreye ev sahipliği yaparken, ABD'yi az bir farkla Almanya takip ediyor.⁷² Öte yandan, Avrupa'ya bir bütün olarak bakıldığında ise kıtanın kongre turizm pastasının yüzde 57'sine sahip olduğu dikkat çekiyor. ABD'nin payı ise yüzde 17'ler düzeyinde. Kongrelerde en çok rağbet gören 4 segment ise, sağlık, bilim, sanayi ve teknolojidir.

Tablo 2. Uluslararası Kongrelerin Kıtalar İtibariyle Dağılımı (2014)

Kıta	Kongre turizminden aldığı pay (%)
Avrupa	56,1
Kuzey Amerika	17,1
Asya	13
Güney Amerika	5,1
Avustralya	4,4
Afrika	4

Kaynak: ICCA statistic reports 2014.

⁷¹ Rüya Ehtiyar, “Alternatif Turizm Hareketlerinde Yükselen Bir Trend: Kongre Turizmi”, Standard Dergisi, Mayıs 2006, 33-37 .

⁷² Rüya Ehtiyar, A.g.e., s.35.

Dünya'da her yıl yaklaşık 75 milyon kişi kongrelere katılmak amacıyla seyahat etmekte ve 9 bine yakın kongre yapılmaktadır.

Tablo 3. 2009-2013 Yıllarında Yapılan Uluslararası Kongreler

Ülke	2009	2010	2011	2012	2013
1.ABD	595	623	759	833	829
2.Almanya	458	542	577	649	722
3.İspanya	360	451	463	550	562
4.Büyük Britanya	345	399	434	477	525
5.Fransa	341	371	428	469	527
6.İtalya	350	341	363	390	447
7.Japonya	257	305	233	341	342
8. Çin	245	282	302	311	340
9. Brezilya	293	275	304	360	315
10. İsviçre	214	244	240	241	205
11. Avusturalya	169	239	204	253	231
12. Kanada	213	229	255	273	290
13. Hollanda	236	219	291	315	302
14. Avusturya	236	212	267	278	244
15. Portogalya	169	194	228	213	249
16. İsviç	184	192	195	233	238
17. Kore Cumhuriyeti	176	186	207	229	260
18. Arjantin	145	172	186	202	223
19. Belçika	130	164	179	194	214
20. Türkiye	118	160	159	179	221

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Highlights) 2013 Yılı Raporu

Kongre sayıları göz önüne alındığında gelişmiş ülkeler içerisinde özellikle Avrupa şehirlerinin ilk sıralarda olduğu görülmektedir. Söz konusu şehirlerde kongre turizmi için her türlü alt ve üst yapı yatırımları mevcuttur.

Tablo 4. Turizmden En Çok Kazanan Devletler

Ülke	2009	2010	2011	2012	2013
ABD	94.2	103.5	116.3	126.2	139.5
İspanya	53.2	52.5	59.9	56.2	60.4
Fransa	49.4	46.3	53.8	53.5	56.0
Çin Halk Cumhuriyeti	39.7	45.8	48.5	50.0	51.6
İtalya	40.2	38.8	43.0	41.1	43.9

Almanya	34.6	34.7	38.8	38.1	41.2
İngiltere	30.1	30.4	35.9	36.2	40.5
Türkiye	21.3	20.8	23.0	25.3	27.9
Avusturalya	25.4	30.1	31.4	18.8	20.1
Rusya	9.2	8.8	11.3	10.7	11.9

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Highlights) 2013 Yılı Raporu

Tablo 5. Kongrelerin En Fazla Yapıldığı 10 Ülke (2009-2013)

Ülke	2009	2010	2011	2012	2013
Fransa	76.8	76.8	79.5	83.0	83.4
ABD	55.0	59.7	62.4	67.0	69.8
Çin Halk Cumhuriyeti	50.9	55.7	57.6	57.7	55.7
İspanya	52.2	52.7	56.7	57.7	60.7
İtalya	43.2	43.6	46.1	46.4	47.7
İngiltere	28.2	28.1	29.2	29.3	31.2
Türkiye	25.5	27.0	34.7	35.2	37.8
Almanya	24.2	26.9	28.4	30.4	31.5
Malezya	23.6	24.0	24.7	25.0	25.7
Meksika	21.5	22.4	23.4	23.4	23.7

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Highlights) 2013 Yılı Raporu

Uluslararası toplantılar konular itibariyle incelendiğinde, dünyada en fazla toplantının (%29,2) tıp alanında yapıldığı görülmektedir. Daha sonra sırasıyla (%14,4) Teknoloji ve Endüstri, (%11,2) Ekonomi ve Ticaret, (%8,2) ile de Spor ve Eğlence alanlarındaki toplantılar organize edilmektedir.⁷³

2.3. Kongre Turizminin Gelişimini Sağlayan Unsurlar

Kongre pazarı, turizm pazarının bir bölümüdür. Kongre pazarı, kongre düzenleme isteği ve maddi gücü bulunan uluslararası organizasyonlar (resmi ve özel), çok uluslu şirketler, ulusal ve bölgesel birlikler ve kuruluşlar, ulusal ve bölgesel şirketler ile bu birlik ve kuruluşların istekleri doğrultusunda kongre organize edebilecek, yeterli arz imkanlarına sahip turizm işletmeleri, diğer birlik ve kuruluşların (kongre ve ziyaretçi büroları, kongre merkezleri vs.) bir araya geldiği ortamlar, mekanlar veya örgütlenmeler olarak tanımlanabilir.⁷⁴

⁷³ Nuri Abaç, **Uluslararası Fuarlar ve Türkiye**. Ankara, 1975, s.24.

⁷⁴ Yusuf Ayman, **Kongre Turizmi.....**, 2003, s.32.

Bu tanıma göre kongre pazarından söz edilebilmesi için kongrev düzenleme isteği bulunan ve yeterli maddi güce sahip olan bir birlik ya da kuruluşun mevcudiyeti, bu kuruluşların isteklerine uygun asgari şartları taşıyan arz (kongre merkezi, konaklama ve ulaşım imkanları, doğal ve kültürel çekicilik, kongre ve ziyaretçi büroları) imkanlarının varlığı ve bu konudaki arz ve talebin bir araya gelmesi gerekmektedir.

Günümüzde ağırlıklı olarak iki tür kongre pazarından söz edilmektedir. Biri bilimsel amaçlı sektör bazındaki kongreler, diğeri ise uluslararası şirketlerin çeşitli ülkelerdeki temsilcilerinin bir araya geldiği şirket toplantıdır.

Bilimsel amaçlı kongreler arasında özellikle tıp, iletişim ve enerji sektörleri önemli bir paya sahiptir.

Tahminlere göre dünyada 750-800 milyon insan gerek iş, gerek dinlence amaçlı seyahat etmektedir. Bu seyahatlerin belirli bir bölümü toplantı amaçlı seyahatlerdir. Bu amaçla genellikle her sene toplantı yeri olarak başka bir destinasyon seçilerek bir araya gelmektedir. Bu nedenle kongre ya da toplantılar açısından ülkelerden çok şehirler önem kazanmaktadır.⁷⁵

Bilimsel ve teknolojik alandaki ilerlemelere paralel olarak artan uzmanlaşmalar, diğer taraftan gelişen ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik iş ve ilişkilerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütlenmeler, insanların çeşitli konularda bilgilenmek, öğrenmek, tartışmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için daha fazla bir araya gelmesine neden olmuştur. Küresel dünyada çokuluslu şirketlerin dünyayı tek pazar olarak görme eğilimlerinin giderek artması sonucu, yeni ürünlerin tanıtım faaliyetlerinde fuar ve sergi talepleri gündeme gelmiş ve bu durum, fuar ve sergilerin yanı sıra, aynı veya farklı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin toplantı talebini artırmıştır. Bu gelişmeler, tüm dünyada kongre ve toplantı düzenleme sektörünün ortaya çıkmasına ve kongreciliğin bir meslek haline gelmesine, kongre olayının da bir turizm hareketliliği olarak değerlendirilmesine yol açmıştır.⁷⁶

⁷⁵ <http://group-global.org/ru/publication/7940-osobennosti-delovogo-turizma-v-mire-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (30.09.2014)

⁷⁶ Tansu Karasu, **A.g.e.**, s.32.

Toplantı-kongre vesilesi ile yeni yerleri görme arzusu, toplantı ve tatil sürelerinin denk getirilmesi sonucu, toplantıdan önce veya sonra tatil yapma isteği de kongre turizminin gelişmesini sağlayan etkenler arasındadır.⁷⁷ Bu nedenle kongre turizmi, her geçen gün önemini daha güçlü hissettirmektedir. Toplumun birçok kesiminde çeşitli amaçlarla düzenlenen toplantılara her geçen yıl yenileri eklendikçe, pastadan pay almak isteyenlerin sayısı da artmaktadır.

Bu amaçla hemen her ülkede kongre merkezleri ve toplantı salonlarının yapımına yönelik yatırımların çoğaldığı, kongre merkezlerinin fuar ve sergi alanları gibi birimleri içlerine alarak geliştikleri ve sundukları hizmetlerde farklılaştırmaya yöneldikleri gözlenmektedir. Toplantılara uygun salonları bulunan kongre otelleri de toplantı pazarının ihtiyaçlarını dikkate alarak, sahip oldukları olanakları daha iyi hale getirmekte veya yeni toplantı salonlarını hizmete sunmaktadırlar. Ayrıca birçok ülkede ve büyük şehirlerde, kongre ve toplantı düzenleyebilme olanaklarını artırabilmek için kongre ve ziyaretçi büroları kurulmaktadır.

Havayolu ulaşımındaki teknolojik gelişmeler sonucu ulaşım maliyetlerinin oldukça azalması da önemli bir unsur olmuş ve gerek ulusal gerek uluslararası kongre ve toplantılara daha düşük maliyetlerle katılım olanaklarını artırmıştır.⁷⁸

Diğer teknolojik gelişmeler hem organizatörlere, hem de katılımcılara büyük kolaylıklar sağlamış ve farklı ülke ve şehirlerde kongreler yapılmasını kolaylaştırmıştır.

Bütün bunlar, kongre turizminin gelişmesine katkı sağlayan arz yönlü faktörler olmuş ve toplantıları isteklere uygun şekilde düzenleme ve uygulama işini yüklenen kişi ve kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Kongrelerin turistik açıdan cazibe merkezlerinde yapılması, sadece kongre katılımcılarının değil, onların eş ve çocuklarının da toplantı dışı olaylara katılmalarını kolaylaştırmıştır.

Seyahat acenteleri, konaklama tesisleri ve ulaştırma şirketlerinin kongre pazarından pay alabilmek için yaptıkları çalışmalar ve bazı acentelerin kongre

⁷⁷ Doğan Tuncer, **A.g.e.**, s.482.

⁷⁸ Tansu Karasu, **A.g.e.** s.75.

organizasyonu alanında uzman hale gelmeleri, kongre turizminin gelişmesine olanak sağlayan diğer unsurlar olmuştur.

2.4. Kongre Turizminde Önde Gelen Bölgeler

2.4.1. Avrupa'da Kongre Turizmi

Dünya genelinde kongre pazarına bakıldığında Avrupa'nın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Avrupa ekonomik yönden gelişmiş, politik yönden dünyada etkin, ulaşılabilirliği kolay bir konumda olmasından dolayı, dünyada en fazla kongre düzenlenen bölge durumundadır. Avrupa'nın kongre pazarında önemli bir paya sahip olmasını sağlayan unsurlar aşağıdaki gibi sıralanabilir⁷⁹.

- a. Kongre turizmi için gerekli üst yapı ve alt yapı istenilen nitelikte ve yeterlidir.
- b. Çokuluslu şirketlerin çoğunun merkezi Avrupa'dadır. Bu şirketler toplantılarını çoğunlukla genel merkeze yakın yerlerde yapmak istemektedirler.
- c. Avrupa ekonomik ve siyasal birliğe doğru giden bir yapılanma içindedir. Bu olgu, kıtada bulunan ülkeler arasında çok sık toplantılar düzenlenmesine neden olmaktadır.
- d. Dünyadaki birçok uluslararası politik ve sosyal örgütün merkezi Avrupa'da bulunmaktadır (WTO Madrid, NATO Brüksel, FAO Roma, UIA Brüksel, vb.)
- e. Ulaşılabilirliği kolay bir bölgedir. Birçok merkeze tren veya karayolu ile gününbirlik ulaşım mümkündür.
- f. Dünyada en fazla kongre düzenleyen ülkeler arasında Avrupa ülkeleri ilk sıralarda yer almaktadır. Bundan dolayı bölgede talep de yoğunudur.⁸⁰

⁷⁹ Ahmet Baytok, **A.g.e.**, s.78.

⁸⁰ <http://www.miceexperts.com/news/v-mire/analiz-ryinka-delovogo-turizma-v-evrope>. (30.09.2014)

Nitekim ICCA'nın 2014 yılı verilerine göre Avrupa genelinde düzenlenen toplantı sayıları bakımından ilk 5 ülke Almanya, İspanya, Fransa, İngiltere ve İtalya şeklinde sıralanmaktadır. İlk 5 sırayı alan kentler ise Barselona, Viyana, Berlin, Paris ve Kopenhag olmuştur.

Avrupa'da uluslararası toplantılara katılan ortalama kişi sayısı 2010 yılında 759 kişi iken 2014 yılında bu sayı 622 kişiye düşmüştür. Dünya genelinde olduğu gibi Avrupa'da da büyük faaliyetlerin sayısı azalmakta, küçük çaplı toplantılarda artış yaşanmaktadır. Buna paralel olarak, faaliyetlerin süresi de azalmakta ve bilişim sistemlerinin getirdiği kolaylıklar sayesinde içerik bakımından daha bilimsel ve teknik yapı sunulmaktadır. Başlıca ülkeler bazında toplam katılımcı sayıları aşağıdaki gibidir.⁸¹

Tablo 6. Avrupa'da Düzenlenen Kongrelere Katılımcı Sayısı

Sıra Ülke	Katılımcı Sayısı (kişi)
1 Fransa	398.517
2.Almanya	333.539
3 İtalya	299.785
4 İsviçre	279.788
5 İspanya	296.896

Kaynak: ICCA, 2014

Anlaşılabacağı üzere Avrupa, her zaman kongrelerin merkezi olmuştur. İnşa edilen kongre merkezlerinin yanı sıra uygun donanım, alt yapı ve üst yapı olanakları sayesinde talep bu bölgelere kaymıştır. Doğu Asya, Pasifik'ten yükselen rekabete karşın, Avrupa ülkeleri ve Avrupa pazarı hala cazibesini korumakta ve bu amaçla mevcut altyapılarını genişletmeye dönük yatırımları sürdürmektedirler. Doğu Avrupa ülkelerinde ise hala düzgün bir altyapının varlığından söz edilmesi

⁸¹ <http://www.miceexperts.com/news/v-mire/analiz-ryinka-delovogo-turizma-v-evrope>. (30.09.2014)

mümkün değildir.⁸² Buna karşılık son yıllarda İtalya'da Floransa ve Roma ve Portekiz'de Lizbon ön plana çıkarılmakta ve İstanbul'a rakip olarak gösterilmektedir. Ayrıca Macaristan, Yunanistan ve Romanya da önemli rakipler olmaya aday ülkelerdir.

2.4.2. Amerika Kıtasında Kongre Turizmi

ABD'nin dünyada siyasal ve ekonomik yönden önemli bir ülke olması sebebiyle, dünyadaki tüm ülkelerle ekonomik ve siyasal ilişkileri oldukça yoğundur. Ayrıca Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, IMF gibi kuruluşların burada olması da kongre pazarı için oldukça önemli bir diğer etkidir.⁸³ ICCA verilerine göre 2014 yılında Amerika kıtasında en fazla toplantı düzenlenen ilk 5 ülke ve 5 şehir şu şekilde sıralanmaktadır.

Tablo 7. Amerika Kıtasında En çok Kongre Düzenlenen İlk 5 Ülke

Ülke	Toplantı Sayısı	Oran
ABD	568	% 49,9
Kanada	274	% 17,9
Brezilya	235	% 15,4
Meksika	76	% 8,3
Şili	49	% 5,4

Kaynak:İCCA, 2014

Tablo 8. Amerika Kıtasında En Çok Kongre Düzenlenen İlk Beş Kent

Kent	Toplantı Sayısı
Rio de Jenoria	68
Vancouver	57
Montreal	50

⁸² http://expoweb2.pubdyn.com/Show_Management_101/feature436.htm (01.01.2014)

⁸³ http://expoweb2.pubdyn.com/Show_Management_101/feature436.htm (01.01.2014)

Chicago	46
Buenos Aires	35

Kaynak: ICCA, 2014

Tablo 9. Amerika Kıtasında 1999-2008 Yılları Arasında Düzenlenen Toplantı Sayısı

Bölge	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kuzey Amerika	929	867	918	904	852	925	910	899	939	967	961
Latin Amerika	540	617	671	662	684	694	719	742	730	751	773

Kaynak: ICCA, 2014 Uluslararası Kongre Turizmi Pazar İstatistik Raporu

2014 yılında Amerika kıtasında ülke bazında tahmini toplam katılımcı sayısı ABD'de 787.456 kişi, Meksika'da 348.567 kişi, Kanada'da 254.586 kişi, Brezilya'da 103.978 kişi, Arjantin'de ise 73.951 kişi olmuştur. Toplantı süreleri 6.57 günden 6.38 güne düşmüştür. Son yıllarda Latin Amerika ülkelerinin kongre turizmi ile ilgili altyapılarını geliştirdiği ve yeni kongre merkezleri ve kongre otelleri oluşturdıkları gözlenmektedir. Ancak bu yatırımların büyük bölümünün, temelde bölgesel ve genelde de yerel piyasaya hizmet edeceği düşünülmektedir.⁸⁴

2.4.3. Asya Pasifik ve Uzak Doğu'da Kongre Turizmi

Kongre turizminde Asya Pasifik bölgesinde özellikle Singapur, Kore, Tayvan, Endonezya, Avustralya, Malezya ve Çin son yıllarda önemli yatırımlar gerçekleştirmişlerdir. Çin ve Kuala Lumpur'da çok büyük kongre merkezleri inşa edildiği görülmektedir. Asya Pasifik bölgesinin genel turizmde ve kongre turizminde gelişme göstermesinin nedenleri arasında aşağıdaki unsurlar sayılmaktadır.⁸⁵;

⁸⁴ Oğuzhan Önen, **Dünya'da ve Türkiye'de Turizm**, Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, 2008, s.71.

⁸⁵ Ahmet Baytok, **A.g.e.**, s.88.

- İnsanların seyahat eğilimlerinin bilinmeyen yörelere yönelik değişmeye başlaması.
- 1980 sonrası dönemde bölgede yaşanan ekonomik gelişme sonucunda dünyanın dikkatinin bu bölgeye çevrilmesi.
- Asya Pasifik bölgesinin turizm açısından zengin tarihi ve doğal kaynaklara sahip olması.
- Ulaşım maliyetlerinin düşmesi.
- Bölge ülkelerinin ekonomik gelişmeye paralel olarak turizm amaçlı alt ve üst yapı yatırımların geliştirmesi.
- Çok uluslu şirketlerin bölgeye yönelik yatırımlarının artması.
- Zincir otellerin bölgede yeni oteller açmaları ve konaklama arzını nitelikli hale getirmeleri.⁸⁶

2014 yılında Asya Pasifik ve Uzak Doğu ülkelerinde düzenlenen toplantı sayısı bakımından ilk 5 kent aşağıdaki gibidir.

Tablo 10. Asya Pasifik Ülkelerinde Düzenlenen Toplantı Sayısına Göre İlk Beş Kent

Kentler	Toplantı Sayısı
Singapur	354
Hong Kong	117
Pekin	86
Seul	74
Kuala Lumpur	65

Kaynak: ICCA, 2014

Asya Pasifik ve Uzak Doğu ülkelerinde toplantılara katılan ortalama kişi sayısı 2010 yılı itibari ile 770 iken, 2014 yılında 876 kişi olmuştur. Katılımcı sayısı bakımından 173.248 kişi ile Japonya ilk sırada yer almakta, onu 110.075 kişi ile Hindistan, 97.203 kişi ile Çin izlemektedir.

⁸⁶ Oğuzhan Önen, **A.g.e.**, s.73.

2.4.4. Diğer Ülkelerde Kongre Turizmi

Kongre turizminde Asya Pasifik bölgesinde özellikle Singapur, Kore, Tayvan, Endonezya, Avustralya, Malezya ve Çin son yıllarda önemli yatırımlar gerçekleştirmişlerdir. Çin ve Kuala Lumpur'da (Malezya) çok büyük kongre merkezleri inşa edildiği görülmektedir. Asya Pasifik bölgesinin genel turizmde ve kongre turizminde gelişme göstermesinin nedenleri arasında aşağıdaki unsurlar sayılmaktadır.⁸⁷

- İnsanların seyahat eğilimlerinin bilinmeyen yörelere yönelik değişmeye başlaması,
- 1980 sonrası dönemde bölgede yaşanan ekonomik gelişme sonucunda dünyanın dikkatinin bu bölgeye çevrilmesi,
- Asya Pasifik bölgesinin turizm açısından zengin tarihi ve doğal kaynaklara sahip olması,
- Ulaşım maliyetlerinin düşmesi,
- Bölge ülkelerinin ekonomik gelişmeye paralel olarak turizm amaçlı alt ve üst yapı yatırımlarını geliştirmesi,
- Çok uluslu şirketlerin bölgeye yönelik yatırımlarının artması,
- Zincir otellerin bölgede yeni oteller açmaları ve konaklama arzını nitelikli hale getirmeleri.⁸⁸

Tablo 11. Diğer Kıtalarda 1999-2008 Yılları Arasında Düzenlenen Toplantı Sayısı

Bölge	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Asya ve Doğu Orta Doğu	1.235	1.273	1.372	1.408	1.387	1.401	1.432	1.412	1.453	1.442	1.469
Avusturalya	231	221	243	238	225	257	249	261	256	273	267
Afrika	164	183	170	189	189	198	191	206	204	215	211

Kaynak: ICCA, Uluslararası Kongre Turizmi Pazar İstatistik Raporu (2004-2014)

⁸⁷ Oğuzhan Önen, **A.g.e.**, s.74

⁸⁸ Ahmet Baytok, **A.g.e.**, s.82.

ICCA'nın verilerine göre özellikle Asya Pasifik bölgesinde yapılmış olan yatırımların etkisiyle, toplantı sayılarında 2004 yılından itibaren ciddi bir artışın olduğu gözlenmektedir.

2.5. Kongre Turizminde Örgütlenmeler

Kongre turizmi alanında hizmet veren çeşitli mesleki gruplar kongre pazarındaki etkilerini artırmak ve faaliyetleri düzenlemek amacıyla örgütlenmişlerdir. Bu alanda örgütlenmiş olan kuruluşlar aşağıdaki gibi ana hatlarıyla ayrılabilir:

“Bazı ülkelerde ulusal turizm kuruluşları veya örgütleri, oteller, seyahat acentaları, kongre merkezleri, üniversiteler ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar kendi içlerinde veya bir araya gelmek suretiyle kongre birimleri oluşturmuşlardır.”⁸⁹ Kongre alanında oluşturulan birimlerin en önemli görevleri ülkenin kongre olanaklarını tanıtarak, pazarlanmasını sağlamak ve ortaya çıkabilecek engelleri gidermek amacıyla kuruluşlar arası koordinasyonu sağlamak, pazar araştırması yapmak, broşürler bastırmak, kongrelere çeşitli destekler sağlamaktır. Bu kuruluşlar organizasyon yapmaz, düzenleyenleri desteklerler.

2.5.1. Kongre Merkezleri ve Ziyaretçi Büroları

Kongre merkezi, geniş bir alana yayılmış ve bu alanın %30 ile %50'sinin birçok toplantı salonuna ayrıldığı tesistir. Toplantı organizatörü, organizasyon gerçekleştireceği kongre merkezini seçerken bazı konular üzerinde dikkatle durmalıdır. Bu konular arasında; kongrenin düzenleneceği şehre ulaşım olanakları, kongre merkezinin yönetim kolaylığı, fiziki tasarımı ve bulunduğu yer ile yiyecek-iceceklerin, servisinin ve teknik ekipmanın kalitesi sayılabilir.⁹⁰ Bu sebeple; kongre merkezi yapılırken genel şartlar yanında güvenlik, toplantı salonları,

⁸⁹ Tansu Karasu, **A.g.e.**, s.26.

⁹⁰ Abdulkadir Koşan, “**Kongre Turizmi**”, Turizmde Seçme Makaleler 24, TUGEY Yayımları, Ocak, 1996.ss.37-42.

ofisler, soyunma odaları, diğer kullanım alanları, yiyecek-içecek hizmetleri, teknik ekipman gibi birçok konuya dikkat edilmelidir.⁹¹

1990 yılında ABD'de yapılan bir araştırmaya göre, kongre yeri tercihinde altyapı ve çevre, ulaşım kolaylığı, konaklama ve kongre salonu olanakları, güvenlik, personel, fiyatlar belirleyici konulardır.⁹² Kongre organizatörleri de çalışmalarında bu noktaları öne çıkarmaktadırlar.

Daha önceleri, şehir merkezleri ve tren istasyonlarının yakınında kurulan kongre merkezleri, şehir içi ulaşımın yoğunlaşması ve boş arazilerin giderek azalmasıyla, şehir veya otoban yakınlarında inşa edilmeye başlamış, beraberinde 5 yıldızlı otelleri de buralara çekmiştir.⁹³

Bir kongre merkezi, görsel açıdan çekici olmalıdır. Ayrıca, özellikle şehrin dışına inşa edilen kongre merkezlerinde, çevreye uyum da önem taşımaktadır. Şehir dışında olması nedeniyle, yol, su, elektrik, gaz gibi alt yapı yatırımları ile ulaştırma hizmetlerinin buraya ulaştırılması bir zorunluluktur.⁹⁴ Genel olarak turistik yapıların çevre dostu uygulamalar yapması gibi, kongre merkezlerinin de yakın çevresi ile uyumu çok önemlidir. Bu çerçevede yapılması gereken çevre düzenlemeleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kongre merkezinin kurulduğu bölgede, gerek teknik, gerek estetik, gerekse dekorasyon ve mimari açıdan uyumlu olması,
- Ulaşımın kolaylıkla sağlanıyor olması ve bölgeye bilgi levhaları ile yönlendirmelerin yapılması,
- Doğal çevreye uyum için ağaçlandırma ve yayalar için uygun alanların planlanması, rahatlatıcı ve dinlendirici peyzaj düzenlemelerine gidilmesi,
- Bilgi panoları, aydınlatma, bayraklar gibi işaretlerle bölgeye dikkatin çekilmesi, ayrıca özürölüler için özel düzenlemeler yapılması gerekir.

⁹¹ Ayhan Gökdeniz, "Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeri, Fiziksel Donanımları, Boş Zaman-Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye'nin Yapısal Analizi," Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi, TUGEY Yayınları No:37, İstanbul, Ocak 1996, s.78-81

⁹² Aynı orada. s.82.

⁹³ Doğan Tuncer, A.g.e., s.56.

⁹⁴ Celil Çakıcı, **Toplantı Yönetimi: Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonu**, Detay Yayıncılık, Ankara, Eylül 2004, s.5

Kongre binalarının en iyi teknolojiyle donatılması, en etkin biçimde ışıklandırılması, havalandırılması, ısıtılması ve bakımı şarttır. Bir kongre binasında bulunması gerekenler şu şekilde sıralanabilir:

- Çeşitli amaçlarla kullanılacak değişik boyutlarda toplantı salon ve odaları,
- Toplantı salonlarının dışındaki genel mekanlar,
- Genel sekreter ve yardımcılarının, kongre yöneticilerinin ofisleri, yönetim ve genel servis büroları, sekreterlik, tercüme, finans, muhasebe büroları,
- Ses kayıt odaları, doküman basım, çoğaltma, dağıtım ve saklama, basın odası gibi çalışma odaları,
- Teknik hizmetlerin sağlandığı odalardır.⁹⁵

Yukarıda kongre merkezlerine değindikten sonra kongre merkezlerini temsil etmek amacıyla kurulmuş olan ziyaretçi bürolarına (*Convention Bureau*) da değinmek gerekir. Ziyaretçi büroları, ulusal turizm örgütüne veya yerel yönetime bağlı olup, kar amacı taşımadan uluslararası kongreleri teşvik etmeye çalışan kuruluşlardır. Temsil ettikleri yerin kongre olanaklarını tanıtıp pazarlama görevini üstlenmektedirler.⁹⁶

Kongre ve ziyaretçi bürolarının örgütsel yapısı destinasyonun karakterine, turistik ürüne ve finansal düzeylerine bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Kamu kuruluşları tarafından oluşturulan kongre büroları, yerel otorite yapısının entegre bir parçasıdır ve belirli bir coğrafi alanda tüm turizm tedarikçilerini temsil etme yetkisine sahiptirler. Özel olarak yürütölen bürolar ise üye bazlıdır ve genellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Genelde kongre ve ziyaretçi büroları belirli bir şehri, daha büyük bir metropolitan alanı, birkaç şehri veya bölgesel bir destinasyonu temsil etmektedir.⁹⁷

Sonuç olarak kongre ve ziyaretçi büroları, turistik destinasyonların tanıtım ve pazarlamasını yapmak amacıyla kurulan tarafsız ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. Temel görevleri, bir kente veya bölgeye kongreleri, toplantı ve

⁹⁵ Özen Dalli, **A.g.e.**, s.65-66.

⁹⁶ Tansu Karasu, **A.g.e.**, s.26

⁹⁷ Donald Lundberg; Carolyn Lundberg, **İnternational Travel and Tourism**. New York: John Wiley & Sons. Inc. 1993, p.10.

seminerleri getirmeye çalışmak ve kongre turizmi ile ilgili tüm hizmetleri bu gruplara sunmaktır. Bu amaçla başta seyahat acentaları, tur operatörleri, organizatörler, kongre merkezleri, havayolu şirketleri ve konaklama tesisleri olmak üzere çeşitli kuruluşlarla işbirliği içinde faaliyette bulunmaktadır.

2.5.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri

Uluslararası Kongre Organizatörleri arasında İAPCO-İnternational Association of the Professional Congress Organizers, İNCOM-İnternational Convention Organizers Meeting ve MPI-Meeting Planners İnternational sayılabilir. Ulusal bazı kongre organizatörleri ise PCO-Professional Conference Organizers ve AFOPC-Association Française de Organisateurs Professionnels örnek olarak verilebilir. Yukarıdaki kuruluşlar dışında, kongre tercümanlarına bir örnek AIIC-Association Internationale des Interpréteurs de Conférence'dir. Kongre teknisyenleriyle ilgili bir kuruluş ANTC-Association Internationale des Techniciens de Congres'dir.

Ayrıca, kongrelerle ilgili pek çok yayın bu sektöre hizmet vermektedir. Bunların bazıları bağımsız ise de birçoğunun yukarıda adı geçen örgütlerin yayın organı oldukları görülmektedir.⁹⁸ Ulusal ve uluslararası alanda çok sayıda toplantı organize eden Profesyonel Kongre Organizatörlerinin (PCO) en önemli görevlerinden biri, organizasyonların hazırlanan plan çerçevesinde yürümesini sağlamaktır.

Kongre organizatörlerinin organizasyon sahiplerine yardım ettikleri konular;

- 1- Organizasyon için tüm teknik ve mali kaynakları harekete geçirerek işleri ayarlar ve rehberlik yaparlar.
- 2- Kongre organizasyonu içerisinde yer alan tüm faaliyetler için paket programlar hazırlarlar.
- 3- Organizasyon komitesinin çalışmalarına yardımcı olurlar.
- 4- Kongrenin amacına ulaşabilmesi için müşteriye yardım ederler.

⁹⁸ Tansu Karasu, **A.g.e.**, s.27

5- Ön bütçe hazırlanmasında uzman desteği sağlarlar.

6- Delegelerin yanı sıra, basın, kongre, ticaret ve turizm sektörlerini hedef alan bir kongre tanıtımı hazırlarlar.

7- Kongre için yan hizmetleri sağlar ve bunların işleyişini kontrol ederler.”⁹⁹

Dünyada son çeyrek asırdan beri kongreler, profesyonel kuruluşlar tarafından organize edilmektedir. Önceleri devlet, seyahat acentaları ve oteller tarafından düzenlenen organizasyonlar, profesyonelce yaklaşım ihtiyacı sonucu Profesyonel Kongre Organizatörleri ile hızlı bir gelişim sürecine girmişlerdir.¹⁰⁰

Yapılan bir araştırma sonucuna göre PCO'ların yüksek maliyetli olmaları, kar amacı gütmeleri ve belirli alanlarda faaliyet göstermeleri nedeniyle, düzenledikleri kongre ve konferansların pazar payı oldukça azdır.¹⁰¹ Bir kongre organizatörünün başarılı bir organizasyon için yeterli olması gereken konular;

- Organizasyon komitesini finansal konularda bilgilendirmek,
- Kongre bütçesiyle ilgili detayları sunmak,
- Kongre için gerekli unsurları belirlemek,
- Konaklama ve ulaşım hizmetlerini organize etmek,
- Kongre yayın işlerini yürütmek,
- Kongre dili ya da dilleri ile ilgili düzenlemeleri gerçekleştirmek,
- Kongre malzemelerini sağlamak, kongre gereçlerini kiralamak,
- Sergi işlerini planlamak, tur ve seyahat programını organize etmek,
- Banket, eğlence, resepsiyon vb. sosyal olayları düzenlemek,
- Teknik eleman ihtiyacını karşılamak,
- Bilgisayar programlarından faydalanmak,
- Kongre yerleşim düzenlerini sağlamak,

⁹⁹ Yusuf Aymanıkuy, **Kongre Turizmi....**, 2003, .s.38.

¹⁰⁰ “**Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar**”, **TÜRSAB Dergisi**, İstanbul, 1991, s.10.

¹⁰¹ Yusuf Aymanıkuy, **Kongre Turizmi....**, 2006, s.40

- Fiziki planlama yapmak ve psikolojik faktörleri dikkate almak,
- Oturumla ilgili kongre sekreteryasını bilgilendirmek ve sekreteryanın organizasyonu ile ilgili bilgi sahibi olmak,
- Kayıtların tutulması ve muhasebeleştirilmesi olarak sıralanabilir.¹⁰²

2.6. Dünyada Kongre Merkezlerini Pazarlayan ve Yönlendiren Uluslararası Kuruluşlar

2.6.1.Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (ICCA)

Uluslararası Kogre ve Konferans Birliği (ICCA) (*International Congres and Convention Association*), 1963 yılında bir grup seyahat acentası tarafından kurulmuştur. Ana hedeflerinin hızlı büyüyen kongre ve toplantı sektörüne ilişkin bilgi alışverişi yaparak geleceğe yönelik doğru adımları atmak olduğu ifade edilmektedir. Üyelik yalnızca kongre düzenleyen seyahat acentaları değil; ulaşım, nakliye, maliye, konaklama, yeme-içme gibi toplantı sektörünün bütün aktörlerine açıktır. 85 ülkeden 850'yi aşkın üyesi ile uluslararası toplantı sektöründe en geniş ölçekli organizasyon konumundadır. ICCA'nın Hollanda, Malezya, ABD ve Uruguay'da ofisi bulunmaktadır. Türkiye'den de çeşitli kurum ve kuruluşlar ICCA üyesidir.

ICCA vasıtasıyla;

- Dünyada kongre turizmi alanındaki tüm gelişmeler takip edilir.
- Profesyonel ilişkiler geliştirilir.

ICCA ayrıca;

- Her yıl organize edilen 4000'den fazla toplantının dökümü
- Kongre ve konferanslar hakkında bilgiler
- Eğitim faaliyetleri
- Haber bültenleri gibi hizmetler vermektedir.

¹⁰² Özen Dalli, A.g.e., ss.35-36.

ICCA 1993 yılı olağan kongresini İstanbul'da yapmıştır. ICCA'nın uluslararası kongre pazarındaki gelişmeleri takip eden ve Hollanda'da bulunan bir bilgi merkezi mevcuttur. Bu merkez üye ülkelere ve diğer ilgililere ihtiyaç duydukları bilgileri hazırlayıp, sunmaktadır.¹⁰³

2.6.2. Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu (EFCT)

Kongre merkezlerini pazarlayan ve yönlendiren kuruluşlar arasında adı geçen birliklerden biri de EFCT (*European Federation of Convention Towns*) yani Avrupa Konferans şehirleri Federasyonu'dur. Bu federasyonun amaçları şöyle sıralanmaktadır;¹⁰⁴

- Kongre organizatörlerine talepleri doğrultusunda destinasyon bulmak ve organizatörleri yönlendirmek,
- Uluslararası lider otoriteler, dernekler ve diğer birliklerle birlikte, üye olan şehirlere destek vermek,
- Üye şehir katılımcılarına kongre turizmi ile ilgili eğitim programları ve yaz okulları düzenlemek,

Kongre merkezlerini pazarlayan ve yönlendiren kuruluşlar arasında adı geçen birliklerden biri de EFCT (*European Federation of Convention Towns*) yani Avrupa Konferans şehirleri Federasyonu'dur. Bu federasyonun amaçları şöyle sıralanmaktadır;

- Kongre organizatörlerine talepleri doğrultusunda destinasyon bulmak ve organizatörleri yönlendirmek,
- Uluslararası lider otoriteler, dernekler ve diğer birliklerle birlikte, üye olan şehirlere destek vermek,
- Üye şehir katılımcılarına kongre turizmi ile ilgili eğitim programları ve yaz okulları düzenlemek,

¹⁰³ <http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm> (20.11.2014)

¹⁰⁴ <http://www.baka.org.tr/uploads/1349952305BAKA-KONGRE-TURiZMi-SEKTOR-RAPORU-11EYLUL.pdf>(24.11.2014)

- Avrupa konferans endüstrisi adına sözcülük görevini üstlenmek ve bunun için kendi basın bürosunun faaliyetlerini yönlendirmektir.¹⁰⁵

2.6.3. Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAI)

Eski adı Uluslararası Konferans ve Ziyaretçi Büroları Birliği (IACVB) olan Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAI) 1914 yılında kurulmuştur. Merkezi ABD'nin başkenti Washington'dadır. 30 ülkede 650 destinasyon pazarlama örgütünden 2,800'ü aşkın profesyonelin üyesi olduğu birlik, kongre ve ziyaretçi büroları gibi destinasyon pazarlama örgütlerinin oluşturduğu en önemli kuruluştur.¹⁰⁶

2.6.4. Profesyonel Kongre Yönetimi Derneği (PCMA)

ABD merkezli bir diğer kuruluş olan PCMA (*Professional Congress Management Association*), kongre ve toplantı sektörü profesyonellerinin 1957'de kurmuş oldukları bir dernektir. Yaklaşık 6.000 üyesi vardır.¹⁰⁷

2.6.5. Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (AIPC)

Merkezi Brüksel'de olan AIPC (*International Association of Congress Centers*), 1958 yılında kurulmuştur. Dünya genelinde profesyonel kongre ve fuar merkezleri yöneticilerine yönelik kurulan sektörel bir birliktir ve 53 ülkeden üyesi mevcuttur. Türkiye'den yalnızca İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu AIPC'nin üyesidir.¹⁰⁸

2.6.6. Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO)

1968 yılında kurulan IAPCO (*International Association of Professional Congress Organizers*), ulusal ve uluslararası kongre, konferans ve özel etkinlikleri

¹⁰⁵ Suzan Oschmann, “Antalya Kongre Şehri Olmaya Hazır”, TÜRSAB Dergisi, 2003, Sayı:144, s.42.

¹⁰⁶ <http://www.iacvb.org/IACVB.html> (28.11.2014)

¹⁰⁷ <http://www.pcma.org/pcma-defined/about-pcma> (03.12.2014)

¹⁰⁸ http://www.aipc.org/wel_intr.php (05.12.2014)

yönetenleri ve organize edenleri temsil etmektedir. Yaklaşık 35 ülkeden 100 üyeye sahiptir.¹⁰⁹

2.6.7. Kongre Sektörü Konseyi (CIC)

Kongre Sektörü Konseyi (*Convention Industry Council*) 1949 yılında Amerikan Dernek Yöneticileri Birliği, Amerikan Otel ve Motel Derneği, Uluslararası Turizm Satış ve Pazarlama Derneği ve Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Derneği tarafından kurulmuştur. Merkezi Washington'dadır. Bugün kongre, toplantı ve fuar hizmetleri alanında 19,500 firma ve 103,500 kişiyi temsil eden 32 üye kuruluşu vardır. Sektörün gelişimi, sektör bilgi paylaşımı ve kongre sektörünün ekonomik etkilerinin saptanması gibi konularda faaliyet göstermektedir.¹¹⁰

2.7. Kongre Turizmi Sektöründeki İhtisas Fuarları

Kongre turizmi sektöründe dünyadaki önde gelen ihtisas fuarlarına Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü katılım sağlayarak kongre alanında ülkemizin tanıtımını gerçekleştirmektedir. Bu fuarlardan önemli görülenlere aşağıda yer verilmiştir.

2.7.1. EIBTM

Genel olarak iş turizmi, daha özelde kongre turizmi, konferans, incentive ve toplantı sektörüne yönelik düzenlenen en önemli fuarlardan biri olan EIBTM genellikle yılın Kasım veya Aralık aylarında İspanya'nın Barselona şehrinde gerçekleştirilmektedir.¹¹¹

2.7.2. EMIF

¹⁰⁹ <http://www.iapco.org/all-about-iapco/council/members/> (21.12.2014)

¹¹⁰ <http://www.conventionindustry.org/CICMembers/OverviewMission.aspx> (21.12.2014)

¹¹¹ <http://www.ibtmworld.com/about/Template---sub-page2/Template---content-page/> (27.12.2014)

Avrupa Toplantı Sektörü Fuarı (*European Meetings Industry Fair*) EMIF, kongre turizmi alanında 3297 ziyaretçi ve 150 uluslararası tedarikçi ve kuruluşu bir araya getirmektedir. Belçika'nın başkenti Brüksel'de gerçekleştirilen EMIF genellikle Mart ayında ve 2 gün süreyle düzenlenmektedir.¹¹²

2.7.3. IMEX

İncentive, toplantı ve organizasyon sektörüne yönelik gerçekleştirilen IMEX Fuarı, Almanya'nın Frankfurt kentinde genellikle Nisan ya da Mayıs ayında düzenlenmektedir. Fuara 150 ülkeden yaklaşık 3.500 ziyaretçi katılmaktadır.¹¹³

2.7.4. IT&ME (The Motivation Show)

IT&ME *The Motivation Show* Fuarı Eylül ayında ABD'nin Chicago eyaletinde düzenlenmektedir. Bu fuar iş turizmi sektöründe dünyanın en büyük fuarı olma özelliğini taşımaktadır.¹¹⁴

2.7.5. International Confex

İngiltere'nin başkenti Londra'da genellikle Ocak veya Şubat aylarında gerçekleştirilmektedir.¹¹⁵

2.8. Kongre Turizminin Gelişmeme Nedenleri

Alt ve üst yapıda yaşanan problemler ile tanıtma ve pazarlama sorunu gibi ülkemiz genel turizminde yaşanan sorunlar kongre turizmini de olumsuz etkilemektedir. Bunun yanında kongre turizmine has olarak uluslararası kuruluşlara üye olma ve örgütlenme sorunu ve toplantıların organizasyonu sorunu da kongre turizminde olumsuzluk yaratan başlıklar olarak ele alınabilir.

¹¹² <http://www.gandi.net/whois/details?search=aboutemif.com> (04.01.2015)

¹¹³ <http://www.imex-frankfurt.com/aboutimex.html> (04.01.2015)

¹¹⁴ <http://motivationshow.com/hauta.html> (07.11.2015)

¹¹⁵ http://www.international-confex.com/Content/About-Confex/1_7/c (10.01.2015)

2.8.1. Küreselleşme

Kongre turizmi ve diğer turizm çeşitleri üzerine küreselleşmenin etkisi büyüktür denilebilir. Turizm hareketi ilk başlarda toplumun sadece belirli bir kısmına hitap ederken günümüzde küreselleşme sürecinin hız kazanmasıyla birlikte kentte yaşayanların büyük bir kısmının gelir düzeylerinin yükselmesi, sosyal güvenlik kapsamının genişlemesi, çalışma koşullarının iyileşmesi, teknolojideki gelişmeler ulaşım araçlarının hızlı ve konforlu hale gelmesi ve haberleşme imkanlarının artması sonucunda geniş kitleleri ilgilendirmeye başlamıştır.¹¹⁶ Günümüzde turizm, insanlar ve uluslararası ilişkiler alanında olumlu atmosfer yaratması, dış ödemeler dengesinin iyileştirmesi istihdam ve bölgesel kalkınma gibi katkılarından dolayı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir.

Ülkeler arasındaki coğrafi sınırların kalkması, uluslararası yatırımların yaygınlaşması, her yerinde geçerli ortak dillerin kullanılması ve ulaştırmada serbestleşme uluslararası turizmin hızla gelişmesinde itici güç olmuştur. Küreselleşmenin büyük hız kazandığı 1980 sonrası dönemde, hem uluslararası turist sayısında, hem uluslararası turizm gelirlerinde büyük artışlar olmuştur.

Tablo 12. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Yıllar İtibarı İle Gelişimi

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Geliri (Milyon \$)
1950	25.3	2.1
1960	69.3	6.9
1970	165.8	17.9
1980	278.1	104.4
1990	437.8	270.2

¹¹⁶ Hüseyin Çeken, Taner Dalgın, Levent Karadağ, “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm Ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma”, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, CVII, Sayı:1, 2007, s. 6.

1995	539.6	410.7
2000	616.7	451.4
2002	686.7	481.6
2003	706.5	488.2
2004	693.2	534.6
2005	763.9	634.7
2006	806.8	682.7
2007	846.4	735.2
2008	919	855.9
2009	880	861
2010	940	919
2011	980	1.200
2012	1.035	1.075
2013	1.087	115.9

Kaynak: UNWTO, “Tourism Highlights”, 2013.

Tablo 12'de görüldüğü gibi 2013 yılı itibarı ile uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısı 1.087 milyon kişiye ulaşmıştır. 1960 yılında dünya turist sayısının 69,3 milyon olduğu düşünülecek olursa, 54 yılda dünya turizm hareketlerinin yaklaşık 18 kat arttığı görülmektedir. 1960 yılında 69,3 milyon uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısı 1980 yılında 278,1 milyon kişiye, 2002 yılında 686,7 milyon kişiye ve bu rakam 2008 yılında 919 milyon kişiye, 2013 1.087 milyon kişiye ulaşmıştır. Aynı şekilde 1960'de 6,9 milyar dolar olan turizm geliri 1990 yılında 270,2 milyar dolara, 2000 yılında 451,4 milyar, 2002 yılında 481,6 milyar dolara ve 2013 yılına gelindiğinde 115.9 milyar dolara ulaşmıştır.¹¹⁷ Özetle, bu artış, turizmin ekonomik cazibesinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Uluslararası turizm hareketlerini iyi analiz etmek oldukça önemlidir. 1947 yılında, ticaretin ülkeler arasında gelişmesi ile başlayan ve 1980 sonrasında kısa ve

¹¹⁷ UNWTO, “Tourism Highlights”, 2013, s. 3.

uzun vadeli sermayenin dünya piyasalarına entegre olmasıyla hız kazanan küreselleşme, turizm sektörünün de uluslararası boyutta ivme kazanmasına büyük katkı sağlamıştır.¹¹⁸

Tablo 13. Bazı Ülke Gruplarının Toplam Turist Sayısındaki Payları

	2008	%	2009	%	2010	%
Avrupa Birliği	14853750	56,4	15481138	57,2	15625067	54,6
Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)	5713180	21,7	5480640	20,2	6075484	21,2
Diğer Avrupa Ülkeleri	945214	3,6	949311	3,5	997149	3,5
Asya – Pasifik	3508459	13,3	3712050	13,7	4580366	16
Amerika Kıtası	980843	3,7	1001416	3,7	953630	3,3
Afrika	312096	1,2	426119	1,6	377300	1,3
Diğer	23135	0,1	26440	0,1	23208	0,1

Kaynak: http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/milliyetlerine-gore-gelen-yabanciziyaretci/bazi-ulke-gruplarinin-toplam-turist-sayisindaki-paylari_72.html, (14.01.2015)

Tablo 13’de bazı ülke gruplarının toplam turist sayısındaki payları verilmektedir. Küreselleşme sürecinde olumlu olarak etkilenen ve yoğunluk kazanan uluslararası turizm faaliyetleri, aynı zamanda küreselleşme sürecini sürükleyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.8.2. Siyasi Gelişmeler

Uluslararası turizmin gelişmesi, bir bakıma hükümetler arası iyi siyasi ilişkilerin geliştirilmesine bağlıdır. Hava taşımacılığı ve havayolu rotaları üzerine anlaşmalar, alınacak gümrük vergilerinin, vize uygulamalarının belirlenmesi doğrudan hükümetleri ilgilendiren ve uluslararası turizm faaliyetlerini etkileyen faktörlerdir.¹¹⁹ Hükümetler, uluslararası turizm yatırımlarına uygulanacak

¹¹⁸ Hüseyin Çeken, vd. **A.g.e.**, s. 25.

¹¹⁹ European Comission, “Strategy Paper 2002-2006 & Indicative Programme 2002-2004”, (Çevrimici) http://www.europa.eu.int/comm/externalrelations/ceeca/rsp2/02_06_en.pdf (20.01.2015)

teşvikleri veya yasal zorunlulukları belirleyerek, uluslararası turizm yatırımlarını ülkeyi çekmekte, dolayısıyla uluslararası turizm arz ve talebine kapıları açmakta, belirleyici rol oynarlar.

2.8.3. Uluslararası Örgütler ve Kuruluşlar

Kongre turizminden pay almak isteyen ülkeler için uluslararası örgütlere üyelik önemli şartlardan biridir. Ayrıca, birçok ülke için uluslararası kongreye ev sahipliği yapabilmesinde ortaklık bir şarttır. Kongre turizminde ortaya çıkacak engelleri ortadan kaldırmak için aşağıdaki uluslararası birliklere üye olmak gerekiyor. Bunlar:¹²⁰

Asya Kalkınma Bankası (ADB)

- Kolektif Güvenlik Anlaşması Örgütü (CSTO)
- Bağımsız Devletler Topluluğu (CIS)
- Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (ECO)
- Avrasya Ekonomik Topluluğu (EAEC)
- Avrupa- Atlantik Ortaklık Konseyi (EBRD)
- Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD)
- Gıda ve Tarım Orgutu (FAO)
- İşçi Sendikaları Konfederasyonu (GCTU)
- Uluslararası Atom Enerji Ajansı (IAEA)
- Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası (IBRD)
- Uluslararası Sivil Havacılık Orgutu (ICAO)
- Uluslararası Kriminal Polis Teşkilatı (Interpol)
- Uluslararası Kalkınma Birliği (IDA)
- Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Dernekler Federasyonu (IFRCS)
- Uluslararası Finans Şirketi (IFC)
- Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu (IFAD)

¹²⁰ European Comission, “Strategy Paper 2002-2006 & Indicative Programme 2002-2004”, (Çevrimici) http://www.europa.eu.int/comm/externalrelations/ceeca/rsp2/02_06_en.pdf (20.01.2015)

- Uluslararası Para Fonu (IMF)
- Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC)
- Uluslararası Göç Örgütü (IOM)
- Uluslararası Standardizasyon Orgutu (ISO)
- Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi (ICRM)
- Uluslararası Telekomunikasyon Birliği (ITU)
- Uluslararası Telekomunikasyon Uydu Örgütü (ITSO)
- Parlamentolar Birliği (IPU)
- İslam Kalkınma Bankası (IDB)
- Çok Taraflı Yatırım Garanti Ajansı (MIGA)
- Nonaligned Hareketi (NAM)
- Nükleer Tedarikçiler Grubu (NSG)
- İslam İşbirliği Örgütü (OIC)
- Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Organizasyonu (OSCE)
- Kimyasal Silahların Yasaklanması Örgütü (OPCW)
- Amerikan Devletleri Örgütü (OAS)
- Barış İçin Ortaklık (PFP)
- Şanghay İşbirliği Örgütü (SCO)
- Birleşmiş Milletler (UN)
- Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferans (UNCTAD)
- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO)
- Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO)
- Universal Posta Birliği (UPU)
- İşçi Sendikaları Dünya Federasyonu (WFTU)
- Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO)
- Dünya Meteoroloji Orgutu (WMO)
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)
- Dünya Ticaret Örgütü (WTO).

2.8.4. Yabancı Yatırımlar

Pazar büyüklüğü, doğal kaynaklara erişim, bir dizi stratejik konumu, hem de siyasi istikrar ve uygun bir yasal çerçeve durumu gibi sebepler kongre turizmi pazarına olan yatırım çekiciliğini arttırmaktadır.¹²¹ Doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) önceleri daha ziyade gelişmiş ülkelerde yoğunlaşırken son birkaç on yıldan beri gelişmekte olan ülkeler de küresel doğrudan yabancı yatırım pastasından gitgide daha fazla pay almaya başlamıştır.

2.8.5. Dış Ticaret

Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını arttırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin dış ödemeler dengesini etkiler. Dış ödemeler dengesi, bir ülkenin ekonomik durumunu en iyi ve en açık şekilde gösteren ölçüdür. Döviz arz ve talebi bakımından mal ithal ve ihracı ile turistik faaliyetler arasında ortaya çıkan sonuçlar açısından fark yoktur. Ülkeye gelen turistlere bazı mal ve hizmetlerin satılması, mal ihracında olduğu gibi döviz arzı, buna karşılık ülke vatandaşlarının gittikleri ülkelerde mal ve hizmetleri satın almaları, sektörel üretim için gerekli mal ve hizmet ithali ise ürün ithalatında olduğu gibi döviz talebi yaratır.¹²² Turizmin neden olduğu karşılıklı döviz hareketlerinin ülke ekonomisi açısından önemi, ödemeler dengesi içindeki yeri ile ölçülür. Dış turizm bilançosundan yararlanılarak döviz arz ve talebinin arasındaki fark ele alınır. Bu etkinliğin olumlu olması ölçüsünde ödemeler bilançosu açıkları kapatılarak dolaylı yoldan ulusal paranın dış ve iç değeri etkilenir.

2.8.6. Destinasyon Çekiciliği

Uluslararası kongre turizminin gelişmesini etkileyen diğer faktör de, iş amaçlı gelen turistlerdir. Yabancı turistlerin çoğu iş amaçlı (kongre, toplantı,

¹²¹ Tuncer Doğan, **A.g.e.**, s.61.

¹²² <http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulasirma/1024594-turizmin-ekonomik-etkileri.html> (05.02.2015)

seminer, sempozyum, fuar vs.) gelmektedir.¹²³ Ülkeye gelen yabancı turistlere çeşitli turların sunulması, otelden başlayan çeşitli ek hizmetlerin, kısa rehberli turların ve eğlence programlarının doğru şekilde pazarlanması, destinasyon çekiciliğini arttıracaktır. Bunun için, öncelikle sürdürülebilir turizm çeşitlerine önem verilmektedir.

2.9. Kongre Turizminde Karşılaşılan Sorunlar

Bir ülkenin veya şehrin, kongre ülkesi ya da şehri olması, oranın çağı yakalamışlığını gösterir. Dünya ile bütünleşmeye çabasında olan ülkeler, bilim adamı, bürokrat, işadamı ve üst düzey yöneticilerin katıldığı kongrelerden azami faydayı sağlamaya çalışmaktadır. Çünkü kongre turizmi, ülke turizmine saygınlık kazandırarak ülkenin dış pazarlarda tanıtımına katkıda bulunmaktadır.¹²⁴ Bu nedenle kongre turizmine saygınlık kazandırarak ülkenin dış pazarlarda tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

Ülkenin her tarafına güvenli ulaştırma hizmeti, enerji sağlama, temizleme tesislerinin kurulması, yeni oteller kuruluşu, sanatoryum ve pansiyonların, spor tesislerinin inşaatı, modern plajların oluşturulması gibi altyapının geliştirilmesi büyük ölçekli çalışmaları kapsamakta ve ciddi finans kaynaklarını gerektirir. Maddi ve teknik açıdan zayıf temelle turizm altyapısını geliştirmek zor olduğundan dolayı yabancı yatırım çekme uygulanmıştır. Turizm yoğun sermaye gerektiren bir sektör olduğundan dolayı gelişmiş turizm hizmetlerini oluşturmak için yatırım fonlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kongre turizmi alanında sorunların başında ne yazık ki, büyük ölçekli kongrelerin düzenlenmesine imkan sağlayan kongre mekanlarının az olması, kongre pazarlamasındaki eksiklikler ve turizmin sorunları, kongre turizminin gelişmesini engelleyen ve yavaşlatan unsurlar karşımıza çıkmaktadır.¹²⁵ Ayrıca, genel turizme yönelik sorunlar, kongre turizmine de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sorunlar:

¹²³ Toprak Erkurt, **Fuar Organizasyonlarında Verimlilik**, Ankara, 1998, s. 54.

¹²⁴ Necdet Ekinci, **Kongre Turizmi, Sorunları ve Çözüm Önerileri**. Antalya, 1992, s.76.

¹²⁵ Necdet Ekinci, **Kongre Turizmi.....**, 1992, s.78

- Altyapı Eksikliği;
- Teknolojik Altyapı Yetersizliği;
- Eğitimde Alan Eksikliği;
- Tanıtım ve İmaj Yaratmada Eksiklikler;
- Taşımacılık;
- Turist Güvenliğinin
- Araştırmalar vs.

2.9.1. Altyapı Eksikliği

Kongre turizminde tarih, doğa ve sanatsal eserlere sahip orta ve küçük çaplı bölgeler geri planda kalmaktadır.¹²⁶ Altyapı sorunlarının başında turizm bölgelerindeki ulaşım sorunları gelmektedir. Gerek kara gerek hava ulaşımı ağı ve kalitesinde altyapı alanındaki bu eksikliklerine altyapıdaki çevre kirliliği de eklenmektedir. Altyapıdaki sorunlar doğrudan çevre kirliliğine neden olmakta, bu da bölge ve ülkeye gelen turistler açısından olumsuz bir izlenim yaratmakta, orta ve uzun vadede turizmi yıpratmaktadır. Altyapı, hizmet kalitesinin ve destek sektörlerindeki gelişmelerin hızlı talep artışından kaynaklanan ihtiyaca cevap verememesi, düzensiz ve denetimsiz ticari faaliyetlerin ülke turizminde ve ürün kalitesinde yol açtığı bozukluklar, stratejik pazarlama yönetimine işlerlik kazandırılmaması ve yerel yönetimler ile kamunun turizme yeterli ilgiyi göstermemesi ülkenin planlama açısından karşılaştığı sorunları ortaya koymaktadır. Gerek altyapı gerek de planlama alanındaki eksiklikleri turizm sektöründeki yatırımları da yakından ilgilendirmektedir.

Yabancılar mülkiyet satışının yaygın olmaması, doğrudan yabancı sermaye yatırımları üzerindeki kuralların iş kesimine etkisinin yetersizliği, konuyla hükümet politikalarının saydam olmaması başlıca sorunlar arasında sıralanabilir. Gelişmekte olan ülkeler benzer sorunları yabancı sermaye hizmetlerine atıfta bulunarak çözmeye çalışmaktadır. Yabancı yatırımın ülke ekonomisi üzerinde olumlu etkisini yaratmak amaçlı turistik tesislerin inşası ve işletilmesi yerel

¹²⁶ Aker Avni, “Kongre Turizminde Alt ve Üst Yapının Geliştirilmesi”, Kongre Turizmi Sempozyumu, Tebliğ, Antalya:1986, s.13.

yönetim ile doğrudan temas kurularak gerçekleştirilmesi lazım. Yatırımcılar ile devlet organlarının yaygın bir etkileşim şekli turizmin geliştirilmesi için küme alanlarının yaratılması gereklidir. Bu turizm geliştirme mekanizması yatırımcıların tek bir projeye değil, birçok turistik tesislerin inşaatına yatırım yapmasını sağlar.¹²⁷

Kümelenme girişimleri çerçevesinde turizm altyapısının geliştirilmesi için yatırım çekme özelliği ayrıca önem yaratmaktadır. Turizm kümesinin ortaya çıkma sebebi teknolojik bağlantılara ihtiyaç duyulmasıdır.¹²⁸ Özellikle, üretim yapan, ürün ve hizmet dağıtımını gerçekleştirerek bölgenin turistik potansiyelinin kullanım koşullarını yaratan ekonomi sektörleri ve şirketler arasında teknolojik bağlantıların oluşturması amaçlanmıştır. Bu nedenle, yatırımcı sadece ana üretim geliştirme değil, aynı zamanda bir dizi destekleyici altyapı faaliyetlerini gerçekleştirmesi devlet için daha verimlidir.¹²⁹

Yerel ölçekte turizm gelişme planlamaları yapılmalı, alt yapı düzenlemeleri sırasında özel sektörün görüşleri ve katılımı da sağlanmalıdır.¹³⁰ Bu amaçla yerel yönetimlerde iyi yetişmiş mimar işletmesi ve turizm uzmanı elemanlar istihdam edilmesi gereklidir.

2.9.2. Teknolojik Altyapı Yetersizliği

Turizm işletmelerinde teknolojinin önemi son derece önemlidir. Örneğin, internet ve web, tamamıyla soyut, ürünlerin üretildiği, bu nedenle pazarlama ve tanıtımda oldukça zorluk çekilen hizmetleri için, klasik dağıtım kanalı modelini değiştirerek, oldukça faydalı bir tanıtım ve pazarlama aracı olarak endüstrinin temel dağıtım kanalı haline gelmiştir.¹³¹ Turizm işletmeleri, kendi web sitelerini hazırlayarak, internet üzerinden tanıtımlarını yapabilmekte, yine internet üzerinden rezervasyon olanağı sunarak, tüketicilerin zamandan ve paradan tasarruf etmelerine

¹²⁷ Necdet Ekinci, **Kongre Turizmi, Sorunları ve Tarihsel Gelişimi**. Antalya, 1989, s.21.

¹²⁸ Avni Avni, **A.g.e.** s.25.

¹²⁹ Kahraman Nüşet, Turkey O. **Turizm ve Çevre**, Ankara, Detay Yayınları, 2006, s.36

¹³⁰ Anne Louis Zahra, **“Rethinking Regional Tourism Governance: The Principle of Subsidiarity”**, Journal of Sustainable Tourism, Sayı:19 (5), 2011, ss. 532-552.

¹³¹ Michael Hall, **“Ecology of Governance and it's Implications For Tourism Policy Analysis”**, Journal of Sustainable of Tourism, Sayı:19 (5), 2011, ss. 437-457.

olanak tanınmaktadır. Dolayısıyla dünyada bilgisayar ve internetin kullanımı oldukça yaygındır.

2.9.3. Eğitimde Alan Eksikliği

Kongre turizm sektöründeki başarı, büyük ölçüde hizmet faaliyetine bağlıdır. Dolayısıyla, bu sektörde çalışan personelin kalitesi çok önemlidir. Ülkede kongre turizmi alanında başarı elde edilmektedir, ancak bu alanda uzmanlaşmış personellerin eksikliği halen mevcuttur. Ülkede yüksek öğretim kurumlarında çeşitli turistik faaliyetler derecesine göre duyulan uzmanlaşma alanlarını belirlemesine ihtiyaç vardır. Çünkü eğitimin temel amacı, yerel turizm kaynakları, onların kullanım yöntemleri ve son bilgi teknolojileri ile ilgili tüm bilgilere sahip, aynı zamanda dil eğitimi konusunda da gelişmiş uzmanları hazırlamaktır.¹³² Ülkede turizmi, ekonominin bir sektörü olarak bilimselleştirmek, geliştirmek ve tahminlerde bulunmak için bunları sağlayabilecek olan bilimsel kurumlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Dolayısıyla, bu soruna olası bir çözüm olarak turizmin bilimsel-araştırma enstitüsünün kurulması planlanmaktadır. Bu planların hızla gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu şartlar ülkede sektörle ilgili bilim adamlarının ortaya çıkmasını ve turizmde organizasyon, yönetim, kalkınma ile ilgili tüm sorunların bilimsel çalışmalarla ele alınmasını sağlayacaktır.

2.9.4. Pazarlama, Tanıtım ve İmaj Yaratmada Eksiklikler

Turizmde pazarlama, uzmanlık gerektiren bir alandır. Bu nedenlerle de uzman kişiler tarafından uzun ve kısa plan dönemleri içerisinde yürütülmelidir. Kongre turizmi uzman kişiler veya kuruluşlar tarafından yürütülen bir pazarlamaya ihtiyaç duymaktadır. Ancak, kongre turizminde sabit maliyetlerin yüksek oluşu ve kongre merkezlerinin inşaatlarının uzun yıllar sürmesi, dinamik pazarlama yöntemlerinin kullanılmasını zorlaştırmaktadır.¹³³

¹³² Necdet Ekinci, **Kongre Turizmi, Sorunları ve Tarihsel Gelişimi**, 1989, s.24.

¹³³ Stella Hansız, **“Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar”**, Türsab Dergisi, Haziran 1991, ss.10-19.

2.9.5. Taşımacılık

Ulaştırma, turizmin tatil, iş, yakın akraba veya arkadaş ziyareti, eğitim ve sağlık amaçları gibi çeşitli amaçlarla seyahat edenlerin hareketlerini kolaylaştıran, ayrılmaz bir parçasıdır. Ulaşım turizmde başlangıç ve varış noktaları arasında bağlantıyı sağlamaktadır. Turistler, paket turlar ile yaptıkları yolculuklarda tur operatörünün kendilerine sunduğu ana ulaşım planını kabullenmek durumundadırlar.

Bunun dışında, seyahat ve tatillerinin bir parçası olan ulaşımın turlerini kendileri seçmektedir. Ulaşım, bir ülkenin turistik bölgelerinin kolayca ziyaret edilmesini sağlar çünkü bir bölge turistik zenginliklere sahip olsa bile buraları gezme imkanı sağlayacak bir ulaşım ağı yoksa bölgeyi değerlendirmek ve turistik zenginliklerinden faydalanmak mümkün olmaz.¹³⁴ Bu bakımdan turizmin gelişmesi, pek çok faktör yanında ulaşımın gelişmesine bağlıdır da denebilir. Diğer yandan turizmin gelişmesi de ulaştırmaya etki eder. Çünkü turizm geliştikçe artan ihtiyaçları karşılamak için ulaştırmanın da gelişmesi gerekmektedir. Bu nedenle ulaştırma ile turizm arasında ilişki vardır. Dolayısıyla, dışarıdan gelen yabancı turistlerin çoğunluğunun havayollarından yararlandığını göz önünde bulundurarak, hava taşıma coğrafyasını genişletmek, hizmet kalitesini arttırmak ve turist akışını arttırmak için uygun fiyat politikasının belirlenmesi gerekir.¹³⁵

İç turizmde en çok karayolu taşımacılığı kullanılmaktadır. Bu yolların en çok kullanılan bölgelerini analiz ederek, popüler güzergahlar üzerinde yol altyapısının geliştirilmesi, motellerin kurulması gerekmektedir.

Genel olarak otobüs, minibüs, tren, uçak ve taksi taşıma araçları yaygındır. Hızlı taşıma araçların eksikliği dışarıdan gelen kongre turistlerin olsun, genel turistleri olsun hayal kırıklığına uğramaktadır Turizmde ulaşım, ekonomik prensiplerine uygun olarak, insanlara ucuz bir fiyatla, zaman sağlayan bir özelliğe sahip, güven ve düzenlilik gibi modern çağımızın şartlarını taşıyan, özellikle çok

¹³⁴ Nicola Palmer, "Ethnic Equality, National Identity and Selective Cultural Representation in Tourism Promotion", Journal of Sustainable Tourism, Sayı: 15 (6), 2007, ss. 645- 662.

¹³⁵ Stella Hansız, A.g.e., s.14.

merkezli paket tur düzenlemelerin de ulaşım sistemleri arasında koordinasyonu gerektiren bir faaliyettir.

2.9.6. Turist Güvenliğinin Korunması

Turizm politikasında yer alan etkinliklerin biri de turistlerin güvenliğini sağlamaktadır. Güvenlik aşırı bir risk teşkil etmemekle birlikte özellikle sınır kapılarındaki geçiş noktalarında eğitilmiş, dil bilen ve turizmin oluş nedenlerini anlayabilen güvenlik personeli çalıştırılması zorunludur.¹³⁶

Dolayısıyla, turist güvenliğini sağlamak için turizm bakanlığı tarafından planlananlar şunlardır:

- Turistik hizmet veren tur operatorler ve seyahat acentelerinin faaliyet kurallarının, turizm personellerinin özel eğitim ve güvenlik yönetmeliklerine uyumun izlenmesi;
- Turistik çevreyi korumak;
- Koruma ve güvenlik ile ilgili turistlere ve kamu toplumuna bilgi vermek;
- Organize suç işleme, terör ve insan kaçakçılığı, kadın ve çocukları çalıştırma ve cinsel somuru gibi faaliyetlerle mücadelede bulunmak;
- Ülkeye giren turistlerin ve diğer göçmen akımları üzerinde denetimin artırılması, böylece ülkenin “sıcak noktalarına” tehlikeli bireylerin giriş olasılığını önlemek;
- Şehirlerde turistlere “hot line” modunda telefon bilgi servisi sunmak;
- Turistik hizmeti geliştirmek vs.

2.10. Kongre Turizminde Beklenen Eğilimler

Ekonominin her alanında olduğu gibi kongre turizmi sektöründe de 21.yüzyıla yeni eğilimlerle girilmektedir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin hızlanması, teknoloji, iletişim ve ulaşım alanında yaşanan hızlı değişimler, turist profili ve istekleri, turizm ürünü, destinasyon tipi ve seçiminde yeni bir takım değişiklikleri gündeme getirmektedir. Değişimlere hızlı uyum gösteren ve yeniden

¹³⁶ Necdet Ekinçi, **Kongre Turizmi...**, 1989, s.35.

yapılanan destinasyonlarm, firmaların ve işletmelerin, müşteri memnuniyetini sağlayıp, pazar paylarını koruyup artırmaya devam ederek, rekabetçi güçlerini sürdürebileceği öngörülmektedir.¹³⁷

Kongre turizmi talep yapısındaki değişiklik ve yenilikleri iyi analiz ederek, rekabet stratejilerini bu değişime göre şekillendirebilen destinasy onlar daha avantajlı duruma gelebilecektir. Çünkü, yeni eğilimler doğrultusunda dünya turizm talep yapısındaki değişikliklerin bilinmesi, var olan turizm pazarlarının geliştirilmesine, alternatif pazarların ortaya çıkarılmasına ve sonuçta rekabet gücünün artmasına neden olabilecektir. Eğilimlerin mevcut haliyle devam etmesi düşünüldüğünde, gelecekte dünya kongre turizmi talep yapısında aşağıdaki değişimlerin olması öngörülmektedir:

- Kongre turizmi talebindeki sayısal büyüme devam edecektir.
- Turizm talebi giderek artan bir şekilde farklılaşacak ve pazar bölümlendirmesine gidilecektir.
- Günümüz turistleri hızla gelişen ve aşırı derecede ticarileşen güneş ve kum bölgelerinden yorulmuş görülmektedir. Bu nedenle, bu turizme dönük geleneksel paket turların önemini yitirmesi beklenmektedir.
- Ulaşım sektöründe özellikle havayolu işletmeciliğindeki gelişmeler, kısa süreli seyahatleri artırabilecektir.
- Geleceğin turisti çevreye daha duyarlı olacağı için temiz bir çevreye ve doğal kaynağa sahip olan destinasyonlar çekici hale gelecektir.
- Yüksek gelir grubuna giren yaşlı insanların oluşturduğu pazarların yanı sıra yeniliklere açık meraklı genç kuşaklara yönelik talepler ve iş gezilerinden oluşan pazar payında bir artış söz konusu olacaktır.
- Destinasyonlar ön plana çıkacak ve imaj ve marka unsuru giderek daha da önem kazanacaktır.
- Kongre müşterileri daha fazla teknoloji talep etmektedir. Bu nedenle elektronik teknolojisi destinasyon seçiminde en önemli faktör haline gelecektir.¹³⁸

¹³⁷ Bahar Ozan, Metin Kozak, **Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2005, s.87.

¹³⁸ Tansu Karasu, **A.g.e.**, s.43.

Bütçeler küçüldüğünden, daha ucuza mal olan kongreler istenmektedir. Maliyeti yüksek olan toplantılardan ve kongrelerden vazgeçme eğilimi devam edecektir. Yoğun rekabet nedeniyle daha cazip fiyatlar sunulmaktadır. Bunun sonucunda oluşan baskı ile tesisler ve ürün geliştiriciler sık sık toplantı paketinin içeriğini değiştirerek, müşteri çekebilmek amacıyla fiyatları daha cazip hale getirmeye çalışacaklardır. Toplantıların süresi kısalmakta ve maliyetleri düşürmek için toplantı ve kongreler sınırlı günler içinde bitirilmeye çalışılmaktadır.¹³⁹

Büyük şehirlerin gittikçe artan sorunları, itici olmalarına yol açmakta ve kongreler metropol şehirlerden ikinci derecede önem taşıyan şehirlere yönelmektedir. Büyük şehirlere göre daha ucuz, daha az yorucu ve hizmet kalitesinin daha yüksek olduğu bu küçük şehirler kongre katılımcılarının daha çok tercih ettiği yerler durumuna gelmektedir. Dünya turizminde talep yapısı değişmektedir. Değişen talep yapısı, kongre turizmini giderek daha avantajlı konuma getirmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yaptığı araştırmaya göre geleneksel 3 S (Sea (Deniz), Sand (Kum), Sun (Güneş)) odaklı talep yapısı yerine 3E (Exciting (Heyecan), Entertainment (Eğlence), Educational (Eğitim)) anlayışının hakim olması beklenmektedir.

Uluslararası kongre turizminde müşteri tarafı analiz edildiğinde, piyasaların farklı şekilde geliştiği görülmektedir. ABD'de çok güçlü ve gelişmekte olan bir iç piyasa mevcuttur ve uluslararası istatistiklerde ABD en önlere yer almaktadır. Ancak, merkezleri ABD'de bulunan birçok uluslararası demek ve kuruluşun, geçmişte olduğundan çok daha fazla biçimde yeni destinasyonlara yöneldikleri tespit edilmiştir. Avrupa'da ise giderek Avrupa'nın tek bir birlik haline gelmesini ve ulusal çıkarların azalmasını dikkate alan demek ve kuruluşları, toplantı ve kongrelerini kendi içlerinde gerçekleştirecek bir yapı oluşturmaya çalışmaktadırlar.¹⁴⁰ Bu nedenle dört-beş şehri kapsayan bir rotasyon içinde hareket etmek arzusundadırlar. Ancak özel ve küçük toplantılar için Avrupa dışındaki destinasyonları da ihmal etmemektedirler. Asya'da güçlü bölgesel demek ve

¹³⁹ Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi.....**, 2006, s.57.

¹⁴⁰ Tuncer Doğan, **A.g.e.**, s.32.

kuruluşlarm eksikliği söz konusudur ama gelecekte bu tablonun değişmesi beklenmektedir. Dolayısıyla uluslararası toplantılar için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Benzer şekilde Güney Afrika'daki toplantı ve kongre endüstrisinin son yıllarda iyi bir gelişme gösterdiği gözlenmektedir.¹⁴¹

¹⁴¹ Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi....**, 2003, s.89.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK CUMHURİYETLERİNDE KONGRE TURİZMİ

3.1. Orta Asya Cumhuriyetlerinde Turizm Potansiyeli

Orta Asya bölgesi, büyük devletlerin ve imparatorlukların çıkarlarının çatıştığı topraklar olmasıyla birlikte dünya medeniyetlerinin gelişimini etkileyen ilmi, dini, felsefî ve ticari okulların merkezi olmuştur. Günümüz tarihçileri Orta Asya'yı “İpek Yolu'nun en renkli gerdanlığı” ifadesi ile tarif etmektedirler.

Tarihe ışık tutan, M.Ö. I. bin yılların önemli devletleri Baktriya, Sogdiana, Horezm ve daha sonraları gelişme gösteren kültür ve sanat merkezleri Semerkand, Nisa, Hiva, Buhara, Merv, Termez bu topraklarda yer almaktadır. Bunlarla birlikte, dünyaca ünlü düşünürler ve bilim adamları; Abu Ali İbn Sina, Beruni, Firdovsi, Rudaki, Navoi Orta Asya'da yaşamışlardır.

Ayrıca, dünya tarihinin en önemli kültür ve ticari güzergahı İpek Yolu, Orta Asya'dan geçmiştir. Bağımsızlık sonrası Orta Asya Cumhuriyetleri, kültür, turizm ve ticari alışverişin artırılması için İpek Yolu'nun yeniden canlanması taraftarı olmuşlardır.

1993 yılında Dünya Turizm Örgütü'nün kabul ettiği “İpek Yolu Turizmi Konsepti” bu gelişmeye umut vermiştir. Bununla birlikte, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Çin Halk Cumhuriyeti BM Kalkınma Programı olan “İpek Yolu Bölgesel İşbirliği” projesine katılmışlardır. Programın amacı, bölgenin ekonomik kalkınmasıyla birlikte İpek Yolu ve bölgesel sürdürülebilir turizmin gelişiminin sağlanmasıdır.¹⁴² Proje çerçevesinde yapılacak faaliyetler; İpek Yolu tarihi eserlerinin envanterinin çıkarılmasını, özel sektörün katılımı ile İpek Yolu güzergahlarındaki yöre ve merkezlerde turistik hizmet kalitesinin artırılmasını ve doğa ile tarihi eserlerin korunmasını içermekte olup bu konuda başarılı olanlara, “BM İpek Yolu Şehri” ünvanı verilmesi planlanmıştır. Bu sayede Orta Asya Cumhuriyetleri'nin, gerekli çabayı gösterdikleri takdirde hem bölgesel hem de ülkesel turizmi büyük bir ivme kazanacaktır.

¹⁴² Shelkoviy Put: Uskorenie Potensiala V Tselyah Regionalnogo Sotrudnichestva İ Razvitiya. UNDP, 2000, s.5.

3.2. Kazakistan'da Turizm

Kazakistan ekonomisinin büyümesine katkıda bulunacak enerji kaynakları ve madencilik hariç sektörlerin belirlenmesi amacıyla 2004 yılında Ekonomi Bakanlığı'nın Analitik – Pazarlama Araştırmalar Merkezi ile “J.E. Austin Associates Inc” şirketi tarafından “Faaliyetteki İşletmelerin Rekabet Edebilirliği ve Kazakistan Ekonomisinin Öncelikli Sektörlerinin ve Gelişme Stratejilerinin Belirlenmesi” adı altında çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda öncelikli sektörlerden biri olarak turizm sektörü seçilmiştir.

Uzmanlara göre Kazakistan'ın turizm alanındaki avantajlarını kültürü (kültür, etnoturizm), zengin doğası (ekoturizm), büyüyen iş ortamı (iş turizmi) ve spor- macera turizmi oluşturmuştur.¹⁴³

Proje çalışmalarında İtalya, ABD, BAE ve Türkiye gibi ülkelerin turistik merkezlerinin gelişimi dikkate alınmıştır. Proje sonucuna göre hükümet kararıyla 2005 yılında Almatı şehri pilot bölge seçilmiş ve “International Consulting Group on Tourism IPK” tarafından bölgenin turizm potansiyeli incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre de Kazakistan'ın turizm endüstrisinin gelişme stratejileri belirlenmiş, projelerin gerçekleştirilmesi öngörülmüştür.

Bu çerçevede yapılan bazı çalışmalar aşağıdaki gibidir:

- Kazakistan Hükümeti'nin, 17 Eylül 2005 No: 925 tarihli kararıyla turizm sektörü, ekonominin öncelikli sektörleri arasına alınmış ve yatırımcılara yatırım teşvikleri sağlanmıştır. Milli Park, Doğa Parkı vb. özel koruma alanlarına hem yabancı hem yerli ziyaretçilere tek giriş ücretleri düzenlenmiştir.
- Kazakistan-Rusya Hükümetlerarası Komisyonu protokolünde “Baykonur” uzay istasyonunda iç ve uluslararası turizmi geliştirme faaliyetleri içeren değişiklikler yapılmıştır.

¹⁴³ Gosudarstvennaya Programma RazvitiyaTurizma V Respublike Kazahstan Na 2007-2011 Godı. Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti. 2006, s.8.

- Dünya Turizm Örgütü'nün desteğiyle, 2006 yılında Almatı'da DTÖ'nün sürdürülebilir turizmin gelişimi toplantısı gerçekleştirilmiştir.

Bunlarla birlikte, ülke genelinde Turizmi Geliştirme Programı kabul edilmiş ve günümüzde 2007-2011 yılları arası Turizmi Geliştirme Programı yürürlükte. Programın amacı, rekabet edebilir turizm sektörünün geliştirilmesi, turizm sektöründeki istihdamın artırılması, uluslararası ve iç turizmin geliştirilmesi ve turizm gelirlerinin artırılmasıdır.¹⁴⁴

Programın ilk etabı olan 2007-2009 yıllarında;

- İç turizmde 3,4 milyon olan turist sayısını 2009'da 4 milyona çıkarmak,
- Incoming turizmde 4,5 milyon olan turist sayısını 2009'da 6 milyon turiste çıkarmak öngörülmüştür.

İkinci etabı olan 2009-2011 yıllarında;

- İç turizmde 2011 yılında 4,5 milyon turiste ulaşmak,
- Incoming turizmde de 9,5 milyon turiste ulaşmak amaçlanmıştır.

Bu gelişmeler eşliğinde 2007-2011 yılları arası toplam 603,2 milyar tenge (4,1milyar \$) gelir ve 550 bin kişinin bu alanda istihdam edilmesi hedeflenmiştir. Turizmi Geliştirme Programı dahilinde aşağıdaki projeler öncelikli olarak belirlenmiştir:¹⁴⁵

- Almatı ve Batı Kazakistan bölgesinde kış turizmine yönelik alt ve üst yatırımlar,
- Astana, Aktau, Ufa, Ust-Kamenogorsk, Kokşetau, Uralsk şehirlerinde 3 yıldızlı oteller zinciri, Akmola bölgesinde Burabay Milli Park çerçevesinde ekoturizm için gerekli yatırımlar,
- Yine bu bölgede Şuçinsk – Burabay tatil alanının oluşturulması, rekreasyon, dinlenme ve golf turizmi için yatırımlar,
- Balhaş gölünün etrafında Balhaş-Nursoya uluslararası dinlenme merkezinin oluşturulması,

¹⁴⁴ Karlıgaş Muhtarova; Samal Tajyeva, “Sovremennii Uroven Razvitiia Turistskoi Industrii v Respublike Kazakhstan”, Sayasat Jurnalı, Sayı:12, 2009, s. 15.

¹⁴⁵ http://www.tourlib.net/stati_tourism/bondarenko.htm (14.02.2015)

- Baykonur şehrinde, Space World uzay turizmi merkezinin ve İpek Yolu köyünün oluşturulması,
- Kızılorda bölgesinde Korkıt-Ata köyünde kültürel ve ekoturizme cevap verecek ve Kambaz Gölü etrafında iç turizme yönelik yatırımlar,
- Güney Kazakistan bölgesinde yer alan Türkistan ve Otrar'da büyük İpek Yolu merkezleri için yatırım projeleri,
- Atırau bölgesi Sarayışık tarihi şehirde rekreasyon ve tarih turizmine yönelik yatırımlar,
- Batı Kazakistan bölgesinde Alaköl ve Markaköl gölleri ve Buhtarma su barajı etrafının turizm amaçlı geliştirilmesidir.

Tüm bunlarla birlikte, Turizm Geliştirme Programı'nda Kazakistan'ın turistik ürünlerinin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin arttırılması, kalifiye personel yetiştirilmesi ve geliştirilmesi, enformasyon faaliyetlerinin yürütülmesi, çocuk ve gençlik turizmini destekleyen politikalar öngörülmüştür.¹⁴⁶

3.2.1. Kazakistan'da İş ve Kongre Turizmi

Kazakistan'ın bağımsızlığının ilk yıllarındaki amacı, dünya toplumuna entegre olabilmektedir. Bu doğrultudaki hedefleri, BDT ülkeleriyle sık işbirliği, uluslararası sistemle bütünleşmek, demokrasi ve piyasa ekonomisine dönüşümü sağlayabilmek için uluslararası örgütlere üye olmak ve dünya ülkeleriyle ikili ilişkiyi geliştirmek olmuştur.¹⁴⁷ Dolayısıyla, bu ilişkilerin gelişme sırasındaki görüşmeler, toplantılar ve zirveler yurt dışında olduğu gibi ülke içinde de gerçekleşmiştir.

Ülkede gerçekleşen bu dev toplantılar ülkenin iş turizmine büyük katkılar sağlamıştır (Kazakistan'da kongre turizmi yerine iş turizmi kavramının kullanımı yaygındır). Örneğin bunlardan bazıları, ülkede gerçekleşen Asya'da İşbirliği ve Güven Arttırıcı Önlemler Teşkilatı'nın (AGIK), Şanghay İşbirliği Örgütü'nün, Bağımsız Devletler Topluluğu'nun (BDT), Avrasya Gümrük Birliği ve Türk

¹⁴⁶ Beybit Mukanov, "Prinsipi Razvitia Turizma v Sentralnom Kazakhstane", Sayasat Jurnalı, Sayı:12, 2009, s. 58.

¹⁴⁷ http://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635a2ac79a5d43a88421316d27_3.html (15.02.2014)

Konseyi gibi birçok uluslararası organizasyonların toplantıları, Kış Olimpiyatları ve Dünya Geleneksel ve Semavi Dinler Kongresi gibi organizasyonlardır. İş ve kongre turizmi Kazakistan'da en çok gelir sağlayan turizm çeşitlerinden biri olup aynı zamanda en fazla yatırım gerektiren sektördür. Kongre turizmi konusunda Kazakistan'da iş turizminin gelişimi için bir dizi avantajlar sağlanmaktadır. Kazakistan pek çok eski uygarlığın kesiştiği noktada yer almış olup, Avrupa ve Asya kıtaları arasında sosyal, ekonomik ve kültürel köprü oluşturmıştır. Bu köprüyü oluşturan faktörler, jeopolitik konum, siyasi istikrar, sosyal ve ekonomik durum, yabancı yatırım akımı gibi faktörleri örnek olarak verilebilir.¹⁴⁸

İş amaçlı gelen ziyaretçilerin tercih ettiği şehirler başta Almatı, Astana, Atyrau ve diğer bölgeler gelmektedir. Uluslararası kongre turizm piyasasından pay almasını hedefleyen Kazakistan iş ve profesyonel amaçlı gelen turistlerin toplantı ihtiyaçlarını karşılamak için toplantı ve konferans salonları, küçük ve büyük ölçekli otelleri nicelik ve nitelik açısından iyi donatılması için gayret göstermektedir.

3.2.2. Kazakistan'da Uluslararası Kongre Turizmi

Kazakistan'da kongre turizmi ile ilgili herhangi faaliyetler, istatistikler, ya da uluslararası kongre ve toplantıya gelen misafirler iş turizmi¹⁴⁹ kapsamında değerlendirilmektedir.

Küreselleşmenin etkisiyle kongreler, sadece gelişmiş ülkelerde değil artık neredeyse dünyanın her noktasında gerçekleştirilebilmekte ve bu durum ev sahipliği yapmak isteyen potansiyel destinasyonlar arasında yoğun bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Bir zamanlar sadece geleneksel büyük şehirlere ait olan pazar bölümü günümüzde küçük şehirlerin dahi bu faaliyetleri kendilerine çekme yolunda rekabette bulunduğunu gözlemlemek mümkündür.

Kazakistan'da gerçekleşen ve gerçekleşmekte olan kongre, toplantı, fuar ve benzeri diğer faaliyetlerin işledikleri konular, kamuoyunun bilinçlendirilmesi, ülke

¹⁴⁸ <http://subscribe.ru/archive/country.kz.horeca/200702/15123236.html> (15.02.2015)

¹⁴⁹ <http://stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx> (17.02.2015)

ekonomisine getirdiği gelirleri ve diğer yararları açısından son derece önemlidir. Bu tür faaliyetlerin başarıyı elde etmesi için ülkedeki turizm işletmeleri ve bu konuyla ilgilenen kurum, birlik, uzman acentelerin toplantının düzeni ve başarısı için harcadığı emeklerin başarılı sonuçlara ulaşmasıyla ilgilidir.¹⁵⁰

Tablo 14. Kazakistan’da Turizmle İlgilenen Kuruluş ve Bireylerin Sayısı

Bölgeler	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kazakistan	962	950	1227	1209	1350	1715	1994
Akmola	22	26	33	29	33	48	45
Aktobe	18	20	31	24	30	33	38
Almatı	51	46	55	37	37	97	49
Atyrau	26	26	30	24	32	35	38
Batı Kazakistan	13	16	21	19	26	25	30
Jambıl	13	19	21	21	19	24	27
Karagandı	58	58	77	72	94	113	157
Kostanay	15	25	34	37	37	45	53
Kızılorda	4	4	3	3	6	11	10
Mangıstau	21	22	26	29	31	34	61
Güney Kazakistan	21	22	29	25	31	52	89
Pavlodar	33	44	54	58	62	61	65
Kuzey Kazakistan	16	18	20	24	21	18	20
Doğu Kazakistan	41	41	59	47	51	68	88
Astana	48	59	92	124	169	208	270
Almatı	562	509	642	636	671	843	954

Kaynak: **Kazakistan Cumhuriyeti İstatistik Ajansı**,
<http://stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>, (20.02.2015)

¹⁵⁰ <http://www.articlekz.com/article/6048> (20.02.2015)

Yukarıdaki tabloya göre turizmle sektörüyle yoğun olarak ilgilenen kurum, kuruluş ve bireyler artan sayısı sırasıyla Almatı, Astana ve Karagandı başta olmak üzere diğer bölgelerde yer almaktadır.

Dolayısıyla, Kazakistan'da KazInterBeuty, Orta Asya Uluslararası Fuar Şirketi (CAIEC), Kazexpo, AMG Toplantı Yönetim Şirketi (AMG Meeting Management Company) ve KazExpoService gibi birçok turistik firmalar, toplantı, fuar ve benzeri faaliyetleriyle tanınan turistik kuruluşlardır.

Tablo 15. 2012 Yılında Kazakistan'da Düzenlenen Bazı Önemli Fuar ve Konferanslar

XXI. yüzyılın 2012 Eğitim ve Bilim 9. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 22.02 - 24.02.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Konut ve Kamu Altyapı Endüstri – 2012 Belediye Kentsel Altyapı, Teknoloji, Makine ve Ekipman 2. Uluslararası Fuarı	Tarih: 29.02 - 2012/03/02 Yer: Almatı, Kazakistan
AgriTek Astana – 2012 Tarım, Bahçe Bitkileri, Hayvancılık ve Hayvancılık 7. Uluslararası Fuarı	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Astana, Kazakistan
AIPS – 2012 Almatı Uluslararası Sergisi "Güvenlik, Koruma, Kurtarma Ekipmanları ve Yangın Güvenliği"	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Chemie – 2012 9. Kazakistan Uluslararası "Kimya Sanayi" Sergisi	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
KazBuild Bahar – 2012 7. Kazakistan Uluslararası Fuarı "İnşaat ve İç Mekanları, Isıtma ve Havalandırma, Seramik ve Taş"	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
KazRealty – 2012 Emlak ve Yatırım için 6. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Plastex Orta Asya – 2012 5. Uluslararası İhtisas Fuarı Hammadde, Ekipmanları Plastik	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan

ve Kauçuk Üretim ve İşleme Teknolojileri	
WinTec Expo Kazakhstan – 2012 5. Kazakistan Uluslararası İhtisas Pencere, Kapı ve Cephe Fuarı	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Promstroyindustriya Astana 2012 8. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 28.03 - 30.03.2012 Yer: Astana, Kazakistan
KazAtomExpo – 2012 3d Kazakistan Uluslararası Nukleer Enerji ve Nukleer Endüstrisi Fuarı ve Konferansı	Tarih: 04.04 - 06.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Madencilik ve Metaller – 2012 İhtisas Fuarı	Tarih: 04.04 - 06.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Güç Aydınlatma Astana – 2012 2d Kazakistan Uluslararası Güç ve Aydınlatma Fuarı	Tarih: 04.04 - 06.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Çiçekler. Peyzaj. Mülk 4. Avrasya Uluslararası sergi, Çiçekler. Peyzaj. Emlak	Tarih: 12.04 - 14.04.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
FranchExpo Orta Asya 2012 Franchising 5. Orta Asya Uluslararası Fuarı	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
CleanExpo Orta Asya – 2012 10. Orta Asya Uluslararası İhtisas Temizleyiciler, Kuru Temizleme ve Çamaşırhane Makineleri, Ekipmanları Fuarı Temizleme	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Horex – 2012 8. Orta Asya Uluslararası Sergi "Oteller, Restoranlar, Süpermarketler için her şey"	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Interfood Astana – 2012 14. Kazakistan Uluslararası Fuarı "Gıda, İçecek Ürünleri, Gıda Sanayi Ambalaj ve Ekipmanları"	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Eğitim ve Kariyer 2012 8. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Almatı, Kazakistan

AstanaFlorExpo – 2012 Çiçekler ve Peyzaj Tasarım Fuarı	Tarih: 25.04 - 27.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
KITF – 2012 12. Kazakistan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Tarih: 25.04 - 27.04.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
KADEX (Kazakistan Savunma Expo) - 2012 Silah ve Askeri Ekipmanları Fuarı	Tarih: 03.05 - 2012/05/06 Yer: Astana, Kazakistan
WORLDDIDAC ASTANA	Tarih: 14.05 - 16.05.2012 Yer: Astana, Kazakistan
KIHE – 2012 19. Kazakistan Uluslararası Sağlık Fuarı	Tarih: 16.05 - 18.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
FoodExpo Kazakistan – 2012 17. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı	Tarih: 16.05 - 18.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Banktech 2012 8. Uluslararası Bankacılık Teknolojileri, Ekipmanları ve Hizmetleri Fuarı ve Konferansı	Tarih: 29.05 - 31.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Avrupa - Asya. Sınır Tanımayan İşbirliği – 2012 İhtisas Fuarı	Tarih: 26.06 - 2012/06/28 Yer: Aktobe, Kazakistan
Astana Ekonomik Forumu 2012 Pratik faaliyetler Kazakistan ve dünyayı etkileyen mevcut ve beklenen ekonomik ile ilgili sorunlar ile ilgileniyor 5. Uluslararası Forumu,	Tarih: 22.05 - 2012/05/24 Yer: Astana, Kazakistan
AstanaBuild – 2012 14. Kazakistan Uluslararası Sergi Binası ve İç. Isıtma ve Havalandırma. Pencere ve Kapı, Cephe. Seramik ve Taş	Tarih: 23.05 - 2012/05/25 Yer: Astana, Kazakistan

Expo-Rusya Kazakistan – 2012 Rusya-Kazakistan Endüstri Fuarı	Tarih: 29.05 - 31.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
MiningWorld Orta Asya – 2012 18. Orta Asya Uluslararası Fuarı "Madencilik Ekipmanları, Cevher ve Mineral Madencilik ve Zenginleştirilmesi"	Tarih: 19.09 - 2012/09/21 Yer: Almatı, Kazakistan
Yazılım Vitrin 9. Uluslararası Orta Asya Sergisi "Yazılım ve İşletmeler Otomasyonu"	Tarih: 29.05 - 31.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
XXI. yüzyılın 2012 Eğitim ve Bilim 9. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 22.02 - 24.02.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Konut ve Kamu Altyapı Endüstri – 2012 Belediye Kentsel Altyapı, Teknoloji, Makine ve Ekipman 2. Uluslararası Fuarı	Tarih: 29.02 - 2012/03/02 Yer: Almatı, Kazakistan
AgriTek Astana – 2012 Tarım, Bahçe Bitkileri, Hayvancılık ve Hayvancılık 7. Uluslararası Fuarı	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Astana, Kazakistan
AIPS – 2012 Almatı Uluslararası Sergisi "Güvenlik, Koruma, Kurtarma Ekipmanları ve Yangın Güvenliği"	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Chemie – 2012 9. Kazakistan Uluslararası "Kimya Sanayi" Sergisi	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
KazBuild Bahar – 2012 7. Kazakistan Uluslararası Fuarı "İnşaat ve İç Mekanları, Isıtma ve Havalandırma, Seramik ve Taş"	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
KazRealty – 2012 Emlak ve Yatırım için 6. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Plastex Orta Asya – 2012 5. Uluslararası İhtisas Fuarı Hammadde, Ekipmanları Plastik ve Kauçuk Üretim ve İşleme Teknolojileri	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan

WinTec Expo Kazakhstan – 2012 5. Kazakistan Uluslararası İhtisas Pencere, Kapı ve Cephe Fuarı	Tarih: 14.03 - 16.03.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Promstroyindustriya Astana 2012 8. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 28.03 - 30.03.2012 Yer: Astana, Kazakistan
KazAtomExpo – 2012 3d Kazakistan Uluslararası Nükleer Enerji ve Nükleer Endüstrisi Fuarı ve Konferansı	Tarih: 04.04 - 06.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Madencilik ve Metaller – 2012 İhtisas Fuarı	Tarih: 04.04 - 06.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Güç Aydınlatma Astana – 2012 2d Kazakistan Uluslararası Güç ve Aydınlatma Fuarı	Tarih: 04.04 - 06.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Çiçekler. Peyzaj. Mülk 4. Avrasya Uluslararası sergi, Çiçekler. Peyzaj. Emlak	Tarih: 12.04 - 14.04.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
FranchExpo Orta Asya 2012 Franchising 5. Orta Asya Uluslararası Fuarı	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
CleanExpo Orta Asya – 2012 10. Orta Asya Uluslararası İhtisas Temizleyiciler, Kuru Temizleme ve Çamaşırhane Makineleri, Ekipmanları Fuarı Temizleme	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Horex – 2012 8. Orta Asya Uluslararası Sergi "Oteller, Restoranlar, Süpermarketler için her şey"	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Interfood Astana – 2012 14. Kazakistan Uluslararası Fuarı "Gıda, İçecek Ürünleri, Gıda Sanayi Ambalaj ve Ekipmanları"	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Astana, Kazakistan
Eğitim ve Kariyer 2012 8. Kazakistan Uluslararası Fuarı	Tarih: 18.04 - 20.04.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
AstanaFlorExpo – 2012 Çiçekler ve Peyzaj	Tarih: 25.04 - 27.04.2012

Tasarım Fuarı	Yer: Astana, Kazakistan
KITF – 2012 12. Kazakistan Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Tarih: 25.04 - 27.04.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
KADEX (Kazakistan Savunma Expo) - 2012 Silah ve Askeri Ekipmanları Fuarı	Tarih: 03.05 - 2012/05/06 Yer: Astana, Kazakistan
WORLDDIDAC ASTANA	Tarih: 14.05 - 16.05.2012 Yer: Astana, Kazakistan
KIHE – 2012 19. Kazakistan Uluslararası Sağlık Fuarı	Tarih: 16.05 - 18.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
FoodExpo Kazakistan – 2012 17. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı	Tarih: 16.05 - 18.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Banktech 2012 8. Uluslararası Bankacılık Teknolojileri, Ekipmanları ve Hizmetleri Fuarı ve Konferansı	Tarih: 29.05 - 31.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
Avrupa - Asya. Sınır Tanımayan İşbirliği - 2012 İhtisas Fuarı	Tarih: 26.06 - 2012/06/28 Yer: Aktobe, Kazakistan
Astana Ekonomik Forumu 2012 Pratik faaliyetler Kazakistan ve dünyayı etkileyen mevcut ve beklenen ekonomik ile ilgili sorunlar ile ilgileniyor 5. Uluslararası Forumu,	Tarih: 22.05 - 2012/05/24 Yer: Astana, Kazakistan
AstanaBuild – 2012 14. Kazakistan Uluslararası Sergi Binası ve İç. Isıtma ve Havalandırma. Pencere ve Kapı, Cephe. Seramik ve Taş	Tarih: 23.05 - 2012/05/25 Yer: Astana, Kazakistan
Expo-Rusya Kazakistan – 2012 Rusya-Kazakistan Endüstri Fuarı	Tarih: 29.05 - 31.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
MiningWorld Orta Asya – 2012 18. Orta Asya Uluslararası Fuarı "Madencilik Ekipmanları, Cevher ve Mineral Madencilik ve Zenginleştirilmesi"	Tarih: 19.09 - 2012/09/21 Yer: Almatı, Kazakistan

Yazılım Vitrin 9. Uluslararası Orta Asya Sergisi "Yazılım ve İşletmeler Otomasyonu"	Tarih: 29.05 - 31.05.2012 Yer: Almatı, Kazakistan
--	--

Yukarıdaki tabloda Kazakistan’da 2012 yılında düzenlenen bazı önemli konferans, fuar ve toplantı gibi faaliyetler yer almıştır.¹⁵¹

Kazakistan’ın bugün dünya turizm kongre pazarından aldığı payın büyük olmamasına rağmen ülkede kongre turizmine büyük yatırımlar yapılmaktadır. Dev kongreler, organizasyonlar, büyük tanıtım olanaklarını da beraberinde getirir. Çünkü bu tip toplantılar ülkeyi ve toplantının yapıldığı kenti dünyanın gündeminde yer almasına sebep olmakta, bu da sadece delegelerin yaptığı harcama miktarının çok ötesinde bir anlam taşımaktadır.¹⁵² Kazakistan’da gerçekleşen önemli toplantı ve zirveler bunlar, Şangay İşbirliği Örgütü (ŞİÖ) Zirvesi, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) Zirvesi, Avrasya Ekonomi Topluluğu (AET) Zirvesi, UNWTO'nun 18. Genel Kurulu Toplantısı, IV.Dünya Kazak Kurultayı, Semavi ve Geleneksel Dinler Liderleri Kongresi, Uluslararası Türkoloji Kongresi, Türk Dünyası Edebiyat Dergileri Kongresi, Uluslararası Eğitim Konferansı, Uluslararası VII. Asya Kış Oyunları vs.

3.3. Kırgızistan'da Turizm Sektörü ve Mevcut Durumu

Kırgız Cumhuriyeti, doğal güzellikleri, İpek Yolu’nun ana kervan yollarının kesiştiği noktada bulunması, bir çok tarihi ve kültürel değerleriyle önemli bir turizm potansiyeline sahiptir.

Coğrafi bakımdan küçük bir ülke olan Kırgızistan’da aynı anda kayak, dağcılık, rafting, dağ ve sporları, binicilik, termal turizm gibi bir çok turizm çeşidinin yapılabilmesi dünyada az rastlanacak bir özelliktir. Tüm bu turizm çeşitlerinin ülkenin eşsiz doğası, tarihi ve kültürel kaynakların arasında gerçekleştirilmesi, ülkeye turizm açısından ayrı bir çekicilik kazandırmaktadır.¹⁵³

¹⁵¹ <http://tengrinews.kz/fotoarchive/707/>. (25.02.2015)

¹⁵² <http://tengrinews.kz/fotoarchive/707/>. (25.02.2015)

¹⁵³ Halil Seval; Oktay Kutay ve Cıldız Kurmanalieva, **Kırgızistan Turizm Pazarlamasındaki Problemler ve Çözüm Önerileri**, 2003, Bışkek, KTMÜ Yayınları:36, s.20.

1991 yılına kadar Kırgız Cumhuriyeti, değişik bölgelerinde özellikle Issık – Köl gölü çevresinde yer alan çok sayıda dinlenme ve sağlık tesisleriyle SSCB’nin başlıca tatil merkezlerinden biri olmuştur. Ülkede bulunan tesisler; İşçi Sendikaları Federasyonu, bakanlıklar, eğitim kuruluşları, fabrika ve maden işletmeleri gibi, hem ülkede hem de birlik genelindeki kamu kuruluşlarının ek ünitesi şeklinde inşa edilmiştir. Bu tesisler, ilgili kuruluşun personelinin dinlenme ihtiyacını karşılamaya yönelik kurulmuş olup ticari faaliyet göstermemişlerdir.

Kırgız Cumhuriyeti bağımsızlığını kazanmasıyla turizm sektörünü, ülke ekonomisine önemli katkı yapacak öncelikli sektörlerden biri olarak belirlemiştir. Serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde, ülke genelinde yürütülen reformlara paralel olarak turizm alanında da gelişmeler kendini göstermeye başlamıştır. İlk adım kurumsal yapıda gerçekleşmiş ve 1991 yılında Turizm Bakanlığı kurulmuştur.¹⁵⁴

Geçen zaman içerisinde, bakanlığın hukuki yapısında değişiklikler yaşanmış:

- 1992 yılında Dış Turizm Devlet Komitesi, - 1994 yılında Turizm ve Spor Devlet Komitesi,
- 1996 yılında Turizm ve Spor Bakanlığı,
- 1997 yılında Turizm ve Spor Devlet Ajansı,
- 2001 yılında Turizm, Spor ve Gençler Politikası Devlet Komitesi ve en son 2010 yılında Ekonomi Düzenleme Bakanlığı altında Turizm Müdürlüğü statüsüne geçmiştir.

Bu denli statü ve yapı değişikliği ve buna bağlı olarak görev, uzman ve personel değişimi gibi etkenler ilgili kamu kurumunun sağlıklı ve verimsiz çalışmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, ülkenin yeni ve gelişmekte olan turizm sektörü de olumsuz yönde etkilenmektedir.

Ülkede, KC Hükümeti 20 Ağustos 1996 No: 393 kararıyla “2005 yılına kadar Kırgız Cumhuriyeti’nde Turizmi Geliştirme Programı” ve 27 Temmuz 1998 No: 504 kararıyla “Kırgız Cumhuriyeti Turizminin Gelişim Konseptisi” kabul edilmiştir. Fakat her iki programın hedeflerine ulaşamadığından dolayı, KC

¹⁵⁴ <http://tengrinews.kz/fotoarchive/707/>. (25.02.2015)

Hükümeti 2 Şubat 2001 No: 33 kararıyla, “2010 yılına kadar Kırgız Cumhuriyeti’nde Turizmi Geliştirme Programı” yürürlüğe girmiştir.

Turizmi Geliştirme Programı’nın ana hedefleri başlıklar altında toplanırsa:

- Turizmin hukuki altyapısının geliştirilmesi,
- Özelleştirme stratejileri,
- Turizmde enformasyon faaliyetlerinin artırılması,
- Vize uygulamalarında kolaylıklar,
- Kalifiye personel yetiştirilmesi,
- Kırsal bölgelerde turizmin geliştirilmesi,
- Turizmin alt ve üst yapısının geliştirilmesi şeklindedir.

Program üç aşamada hayata geçirilecek olup 2000-2002, 2002-2005 ve 2005-2010 yılları arasını kapsamaktadır.

Geçen zaman zarfında, turizm sektöründe devam eden sorunlar dikkate alınırsa, bu programın da başarılı olduğu söylenememektedir. Örneğin, program dahilinde olan ve 2001-2002 yıllarında uygulanması kararlaştırılan turizm alanında yatırım teşvikleri, vergi teşvikleri, KOBİ’lerin gelişimini destekleyen hukuki değişiklikler gibi faaliyetler kağıt üzerinde kalmıştır. Yine, özelleştirme alanında, kamu ve diğer birlik ülkelerine ait olan dinlenme ve konaklama tesislerinin büyük bir bölümünde özelleştirme faaliyetleri halen beklenmektedir.¹⁵⁵

Bunlarla birlikte, sektörün alt ve üst yapısının geliştirilmesi konusundaki gelişmeler ile birlikte, finansman yetersizliğinden dolayı öngörülen uygulamaların bir çoğu hayata geçememiştir. Tüm bunlara rağmen, Kırgızistan’ın turizm sektöründe gelişmeler yaşanmaktadır ve daha çok özel teşebbüslerin girişimleriyle günümüz turizm talebine uygun hizmetler sunulmaktadır.

3.3.1. Kırgızistan'da Kongre Turizmi.

Bişkek’e iş için gelmiş, Bişkek’te iş yapan yabancılar için kısa turlar yapılabilir. Ala- Arça’ya günlük turlar, kayak sporu, yürüyüş, Çu nehrinde sal

¹⁵⁵ Sergey Dudaşvili, *Turizm v Kırgızistane, evolyusiya razvitiya*, Bişkek, 2005, s.85.

gezisi gibi daha geniş çapta yapılabilmesi için reklamlar yapılması, turların tanıtılması gerekmektedir.¹⁵⁶ Oş bölgesi tarım ve sanayi de ileri seviyede olduğundan hususen iş turizmine, iş adamlarına yönelik olan turistik faaliyetlere daha açık olduğu görülmektedir.

3.4. Özbekistan'ın Turizm Potansiyeli

Özbekistan'ın tarihi geçmişi ve sahip olduğu doğasıyla turizm potansiyeli yüksek olan ülkelerdendir. Tarihi şehirlerinden Semerkand, Buhara ve Şahrizab 1990'lardan sonar UNESCO'nun Dünya Miraslar Listesi'ne alınmıştır. OAC içinde tarihi eser bakımından Özbekistan, en zengin ülkedir.

Sovyet döneminde Orta Asya turlarının başlangıç noktası ülkenin başkenti Taşkent şehri idi. O dönemde yılda bir milyona yakın kişinin ziyaret ettiği ülkede son yıllarda kırk-elli bin civarında seyrettiği ifade edilmektedir.¹⁵⁷

Bu denli düşmesinin nedeni, turistik tesis ve servis yetersizlikleri, ülkeye girişçikışlarda vize sorunu ve ülke içi seyahatlerde yaşanan bürokratik zorluklardır. Örneğin; 28 Temmuz 2004 tarihli No: 360'lu Bakanlar Kurulu Kararnamesi'ne göre, yabancı turistleri kabul eden devlet ve özel şirketler aşağıdaki bilgileri içeren belgeyi tur başlangıcının 5 gün öncesinden Ulusal Şirketi "Uzbek Turizm"e ibraz etmek zorundadırlar.

Grubun giriş tarihi ile hangi gümrükten giriş yapacağı, uçak sefer sayıları, kişi sayısı ve geliş ülkesi,

- Tur güzergahları ve konaklama (pansiyon dahil) noktaları ve isimleri,
- Rehber ve araç bilgileri.

Ayrıca tur şirketi, geliş ve gidişleri belirtilen tarihlerde organize etmek, gerekli durumlarda turistler ile ilgili bilgileri emniyet kurumlarına vermek ve turistlerin yasaları çiğnememesine yardımcı olmak zorundadırlar.¹⁵⁸

¹⁵⁶ Emine Gürsoy Naskali, **Bağımsız Kırgızistan Döğümler ve Çözümler**. Kültür Bakanlığı yayınları, Ankara, 2001, s.252.

¹⁵⁷ TİKA. Özbekistan Ülke Raporu, 2004, s.43.

¹⁵⁸ Uzbek Turizm. **O Poraydke Vyezda i Viezda v Respubliku Uzbekistan**, 13.09.2004 No:23, ss.1-3.

Vatandaşların yurtdışı gezileri sırasında ise, tur şirketinin tur başlangıcının 3 gün öncesinden ibraz ettiği belgelere göre, eğer “Uzbek Turizm” yurtdışı çıkış izni verirse, grup seyahate çıkabilmektedir.

Tur dönüşü sonrası da tur şirketi yetkilisi, “Uzbek Turizm”e 7 gün içinde turistlerin dönüşü ile bilgi vermek zorundadır. Dolayısıyla, bu tarz formaliteler dinlenmek ve gezmek isteyen turistin gelişi ve gidişine, turizm işletmelerinin büyümesine engel olmaktadır.

Turizm Bakanlığı niteliğinde olan “Uzbek Turizm” ulusal şirketinin başlıca görevleri aşağıdaki gibidir.¹⁵⁹

- Turizm alanında devlet politikalarını yürütmek, turizmin alt ve üst yapısının gelişmesine katkıda bulunmak,
- Turizmi geliştirme programlarını gerçekleştirmek, bölgeler ve sektörler arası koordinasyonu sağlamak,
- Turistin güvenliğini sağlamak,
- Turistlik hizmetlerin sertifikasyonunu sağlamak,
- Turizmin gelişmesi için dış ülkelerle uzun dönemli işbirliği faaliyetlerini geliştirmek, yabancı yatırımları teşvik etmek,
- Turizm sektörü personelinin kalifikasyon çalışmalarıyla faaliyetleri yürütmek, turizmin gelişimine katkıda bulunmaktır.

Turizm alanında hizmet belgesi iznini Özbekistan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu vermekte olup bir çok bürokratik işleme tabi tutulmaktadır. Özbekistan Cumhurbaşkanı’nın 21.09.2005 No: PP -186 tarihli kararıyla girişimciler için kolaylaştırıcı ve bürokrasiyi azaltıcı şartlar belirlenmiş ve 5 yıllık Turizm Hizmeti Belgesi süresiz olarak değiştirilmiştir.

Ülkenin konaklama işletmeleri ve turistik acentalar ile ilgili kesin bir bilgi olmayıp “Uzbek Turizm” verilerine göre, ülkede 180 adet işletme turistik hizmet vermektedir. Bunların arasında “Uzbek Turizm”in bölgesel şubeleriyle birlikte Hotel Dedeman Silk Road, Hotel İntercontinental, Hotel Radisson SAS gibi ulusl

¹⁵⁹ Özbekistan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu. Postanovlenie Kabineta Ministrov Respubliki Uzbekistan O Dalneyshem Sovershenstvovanii Deyatelnosti Natsionalnoy Kompanii “Uzbek Turizm”, 28.07.2004 No: 360, s.1.

rarası otel zincirleri de bulunmaktadır. Ayrıca, diğer OAC ve BDT ülkeleriyle işbirliği yapan bir çok seyahat acentası vardır. Bunlardan bazıları, Great Silk Road Advertising Agency, Asia Travel Club, Nomadtur ve Marco-Polo CAT'dır.¹⁶⁰ Turizm acentaları arasında devlet kuruluşları da mevcut olup bunlardan biri Uluslararası Ekoloji Turizm Merkezi olan "Ekosan-Tur" dur. Şirket Milli Parklar, ekoloji özel alanlarını da içeren ekoturizmin yanında köy turizmi, etnografik turizm gibi hizmetler vermektedir.

3.4.1. Özbekistan'da Kongre Turizmi

Kongre turizmi en perspektifli turizm dallarından biridir. Turizmin bu türü Özbekistan'da daha yeni yaranmıştır. Fakat bu burada yaşayan iş adamlarının yurtdışına çıkmadıkları anlamına gelmiyor.¹⁶¹ Turizmin bu dalı 2006 yılında gelişmeğe başlamıştır. İstatistiklere göre Özbekistan'da iş turizminin en çok yaygın alanı fuarlardır. Fuarlar genellikle Maliye Bakanlığının yardımı ile gerçekleştiriliyor. Bu da Özbekistan iş adamlarının dolandırılmaktan ve ek harcamalardan koruyor.¹⁶² İş ilişkilerinin genişlemesi fuarların sayısının artmasına neden oluyor.

Fuarlardan sonar kongreler gelmektedir. Fakat kongrelerin gerçekleştirilmesi bir iş adamının yalnız başına yapabileceği bir iş değildir. Bir kongre yapılmadan önce mekan, otel, gelecek misafirlerin sayısı ve b.gibi şeyler araştırılmalıdır. Özbekistan'da ise bu alan daha yeni olduğu için burada fazla kongrelerin yapılmıyor. Ama kongre turizmi alanı hızla ilerlemektedir. Kongrelerin organizasyonu için Özbekistan'da hususi şirketler faaliyet göstermektedir.¹⁶³ Kongre düzenlemek isteyen kurum veya kişi bu şirkete başvuruyor. Şirket de kendi sırasında kurula veya kişiye en iyi konferans mekanlarını, restoranları, otelleri, şehir gezisini, misafirlerin transferini sunuyor.

Özbekistanda kongre ve fuarların en çok geliştiği bölgeler Taşkent, Samargand, Buhara, Hiva ve diğer şehirlerdir.

¹⁶⁰ Uzbek Turizm. *Prilozhenie No:1 Pravila Priema İnostrannih Turistov*. 2009, s.2.

¹⁶¹ <http://kommersant.uz/articles/list-articles/biznes-turizm-v-uzbekistane-obzor-rynka-683202> (01.03.2015)

¹⁶² <http://welcomeuzbekistan.uz/ru/vidi-turisma-4/delovoy-turizm.html> (01.03.2015)

¹⁶³ <https://www.tourismexpo.ru/mice/news/58121/> (04.03.2015)

3.5. Tacikistan'ın Turizm Potansiyeli

Tacikistan Orta Asya bölgesinin en küçük ülkesidir ve Özbekistan, Kırgızistan, Afganistan, Çin Halk Cumhuriyeti ile sınırları vardır. Ülkenin % 93'ü dağ sistemine dahildir. Orta bölgesinde 4000 – 5000 m arası yükseklikte Türkistan, Zarafşan, Gisar sıradağları yer almaktadır. Doğu Tacikistan'da da Pamir dağları yer almaktadır ve en yüksek zirveleri 7495 m ile İsmaili Somoni ve 7134m ile Lenin zirveleridir.

“Pamir” kelimesi Farsçada “dünyanın tepesi” anlamına gelmektedir ve Pamir dağları dünyada alpinizm alanında çok ayrı bir yere sahiptir. Zirvelere çeşitli zorluklarda tırmanış yolları mevcut olup turistlerin sıkça uğradıkları yerlerden biridir.

Genellikle Kırgızistan'daki tırmanış turları ile birleştirilerek arz edilmektedir. Ülkede 900'den fazla nehir ve ırmak vardır. En büyükleri Amudarya ve Sırdarya olup bunlardan sonra Vakşa ve Pyandja gelmektedir. Tacikistan, BDT ülkeleri içerisinde su kaynakları rezervi bakımından Rusya'dan sonra ikinci sıradadır.¹⁶⁴ Göllerin en büyüğü 380 km² yüz ölçümüyle Karaköl'dür. En derini ise 490 m derinliği ve 86 km² yüzölçümüyle Sarez gölüdür.¹⁶⁵

Ülke karasal iklime sahiptir. Mevcut dağ sistemine uygun olarak çok çeşitli hayvan ve bitki örtüsüne sahiptir. Tacikistan tarihte birçok medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır ve tarihi eserler bakımından zengindir. Pendjikent V-VIII yy. arası gelişme gösteren eski Sogdiana şehridir. Bölgede eski şehir kalıntılarıyla beraber Muhammad Başoro Mozoleumu, Rudaki Anıt mezarı, Hazrati Babo mimari yapısı ve eski cevher merkezi Sarazm bulunmaktadır. Zamanında burada yapılan el sanatları İpek Yolu ile yakın doğuya ihraç edilmiştir.¹⁶⁶

Diğer tarihi eserleri ise, İstravşan, Kurgan-Töbö, Lagman, Xodja-Maşad, Tahti Soangin, Musleheddin Şeyh Mozolesi'dir. Ülkede, bölgenin en eski ve ünlü Budist tapınağı yer almaktadır. Yaklaşık VII. yüzyılda inşaa edilmiş ve kazı

¹⁶⁴ Tacikistan Cumhuriyeti İstatistik Ajansı. **Makroekonomicheskie Pokazateli**, 2000-2009, 2009, s.3.

¹⁶⁵ UNWTO. **Tourism Pearls of the Silk Road**. Madrid, 2005, s.68.

¹⁶⁶ Aynı orada, s.72.

alışmaları da 1966'da tamamlanmıştır. Kazılarda 13 m boyunda Buda anıtı bulunmuş ve 2000 yılında restorasyonu tamamlanarak Tacikistan Ulusal Tarihi Müzesi'nde sergilenmeye başlanmıştır.¹⁶⁷

Yukarıdaki bilgiler ülkede turizm potansiyelinin olduğunu göstermekle birlikte ülke içindeki durum ile st ve alt yapı yetersizliğinden dolayı turist gelişleri azalmaktadır. Daha önce belirtildiği gibi, özellikle dağ tırmanış turları çoğunlukla komşusu Kırgızistan'ın dağ tırmanış turlarıyla kombine edilmektedir. Burada da gümrük ve özel bölgeler için gerekli formaliteler turist girişlerini zorlamaktadır. Tacikistan'ın kurumsal yapısındaki sorunlardan dolayı turizm arz ve talebiyle ilgili istatistiki verilere ulaşılamamaktadır.

3.5.1. Tacikistan'da Kongre Turizmi

Tacikistan'ın ekonomik durumu pek iyi gelişmemiştir. Tabii ki, bu da ülkenin turizm alanına yansımıştır.

Tacikistan'ın iyi gelişmemesi nedeniyle burada olan turistik mekanlar uluslararası standartlara pek de uygun olmamamaktadır.¹⁶⁸ ülkede turistik altyapı kötü durumdadır. Bu nedenle burada kongre turizmi pek de gelişmemiştir.

Kongre turizminden farklı olarak ülkede fuar turizminin durumu daha iyidir. Tacikistan bir çok uluslararası fuarlarda temsil olunmaktadır. Bunlardan biri de 2012 yılında gerçekleştirilen “Çin-Avrasya” Ekspo fuarıdır. Bu fuarın yapılması ülke ekonomisine büyük katkı sağlamıştır. şyleki fuar çerçevesinde ülkenin ekonomisinin gelişimi, yatırımlar, ülkenin yurtdışında daha iyi tanınması, stratejik ulusal projelerin yapılması gibi faaliyetler gerçekleştirilmiştir.¹⁶⁹

Tacikistan hkumeti kongre turizminin iyileştirilmesi yönünde faaliyetlerde bulunmaktadır. Ülkede turizmin bu yönünün gelişmesi için altyapı, ekonomik, tanıtım, modernleşme, yeni otellerin ve konferans alanlarının inşası gibi sorunlar çözülmelidir.¹⁷⁰

¹⁶⁷ Aynı orada, s.70.

¹⁶⁸ http://www.tajikistan.orexca.com/rus/tourism_tajikistan.shtml (07.03.2015)

¹⁶⁹ <http://topnovosti.info/best/1054-razvitie-delovogo-turizma-na-territorii-centralnoj-azii.html> (07.03.2015)

¹⁷⁰ www.xula.ru/files/documents/sbornic_2010.pdf (08.03.2015)

3.6. Türkiye'nin Turizm Potansiyeli

Turizm; insanların dinlenme, eğlenme, gezip görme, kültürel, sanatsal ve sportif etkinliğe katılma amacıyla yaptıkları gezilere ve bunlardan doğan ilişkilere denir. Turizm, ülkeye canlılık ve gelir getirir. Günümüzde bir sanayi dalı haline gelmiştir. Ülke sınırları içinde insanların turizm faaliyetlerine katılmasına iç turizm, bir ülkeden başka ülkelere yapılan turizm faaliyetlerine de dış turizm denir.¹⁷¹

Türkiye’de Turizmi Etkileyen Faktörler;

- İklim
- Yerçekimleri
- Bitki ve hayvan türleri
- Su kaynakları
- Tarihi eserler
- Kültürel değerler
- Ulaşım

Son yıllarda ülkemizde gelişen turizm dallarından biri de yat turizmidir. Turistler yatlarda konaklamakta ihtiyaçlarını da gittikleri yerlerden karşılmaktadır.

Türkiye tarihi zenginlikleri ve doğal güzellikler bakımından dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer alır. Yine çeşitli iklim, bitki ve yer şekillerine sahip olması Türkiye’nin turizm potansiyelini artırmaktadır. Türkiye’nin turistik değerlerini doğal güzellikler ve tarihi zenginlikler olarak iki gruba ayırabiliriz. Türkiye’de turizm potansiyelinin önemli bir kısmını oluşturan doğal güzellikler içerisinde deniz turizmi önde gelir.¹⁷² Yazların erken başlaması ve uzun sürmesi, doğal ve temiz kumsalların varlığı deniz turizminin gelişmesinde etkili olmuştur. Bu güzelliklere maki, meşe ve çam ormanları ile masmavi körfezler eklenince bir çok yer turizm merkezi haline gelmiştir. Başta Antalya olmak üzere Marmaris,

¹⁷¹ <http://www.bilgiustam.com/turkiyede-turizm/> (10.03.2015)

¹⁷² http://www.anatoliajournal.com/atad/depo/dergiler/Cilt19_Sayi2_Yil2008_1304877220.pdf (12.03.2015)

Bodrum, Kuşadası, Çeşme, Manavgat, Side, Kemer, Kaş, Fethiye deniz turizminin en fazla geliştiği yerlerdir.

Son yıllarda ülkemizde gelişen turizm dallarından biri de yat turizmidir. Turistler yatlarda konaklamakta ihtiyaçlarını da gittikleri yerlerden karşılmaktadır. Çoğu kez dar ve derin vadiler içerisinde akan akarsularımızın bazı eşsiz güzellikte manzaralara sahip çağlayanlar (Düden, Kurşunlu, Manavgat, Tortum) oluşturmaları ve rafting, kano gibi akarsu sporlarına elverişli olmaları nedeniyle (Çoruh, Dicle, Fırat, Sakarya, Seyhan, Ceyhan, Dalaman, Göksu) turizm bakımından önemli potansiyel oluşturmaktadır.

Ülkemize turist çeken yerlerden bir diğeri de göllerdir. Özellikle çok sayıda kuş türünü barındıran ve kuş cenneti olarak adlandırılan Manyas Gölü gibi sulak alanlar turistik açıdan önemlidir. Türkiye’de yer yapısının kırıklı olması nedeniyle oluşan termal kaynaklar yaygındır. Bir çok hastalığın tedavisinde yararlanılan ve termal turizmin gelişmesinde etkili olan bu kaynakların başlıcaları; Bursa, Denizli, Afyonkarahisar, Balıkesir, Yalova, Ankara ve Sivas’ta bulunur.¹⁷³ Akdeniz Bölgesi’nde yaygın olarak görülen mağaralar (Karain, İnsuyu, Damlataş vb) ile Mersin’deki Cennet ve Cehennem obrukları ile Pamukkale travertenleri gibi karstik süreçler sonucunda oluşan yer şekilleri turistik doğal güzellikler arasında yer almaktadır. Ürgüp, Göreme ve Avanos çevresinde, yaygın olarak görülen peribacaları Türkiye’de en çok turist çeken yer şekillerindendir. Ülkemizdeki dağlar bir çok bakımdan olumsuzluklara neden olsa da doğal güzellikler ve kış turizmi açısından önemli potansiyele sahiptir. Kış sporlarının yapıldığı başlıca merkezler; Bursa (Uludağ), Bolu (Kartalkaya), Kayseri (Erciyes), Kastamonu (İlgaz), Erzurum (Palandöken), ve Kars (Sarıkamış) tır.

Tarih öncesi ve tarihi devirler boyunca ülkemizde çok çeşitli medeniyetler kurulmuştur. Bu medeniyetlerden kalan eserler Türkiye’yi dünyanın tarihi eserler bakımından en zengin ülkelerden biri haline getirmiştir.

¹⁷³ Sait Evliyaoğlu, **Türkiye Turizm Coğrafyası**, Ankara: Ofset Matbaacılık, 1988, s.34.

Hititler döneminden kalma şehir kalıntılarına, Alacahöyük (Çorum), Kültepe (Kayseri), Aslantepe (Malatya)'da rastlanır. Ayrıca Van Gölü civarında Urartular'a, İç Batı Anadolu'da Friglere, Batı Anadolu'da İyonlar'a ait tarihi kalıntılar yer alır.

Selçuklular ve Osmanlılar'dan kalma eserler (camiler, hanlar, hamamlar, ve kümbetler) ülkemizin hemen her tarafında yaygın olarak görülür. Selçuklu eserleri Konya, Kayseri, Sivas, Diyarbakır ve Erzurum'da, Osmanlı eserleri ise İstanbul, Bursa ve Edirne'de yoğunlaşmıştır. Çanakkale Savaşı'nda şehit düşen askerlerimiz anısına yapılan şehitlikler ile Kurtuluş Savaşı'nın yaşandığı alanlar çok sayıda turist çeken yerlerin başında gelmektedir.¹⁷⁴

Ülkemizde turizmin gelişmesini sağlamak amacıyla 1923 yılında Atatürk'ün isteği ile kurulan ve günümüzdeki adı "Türkiye Turing ve Otomobil Kanunu" olan "Türk Seyyahin Cemiyeti" kurulmuştur. Eski eserlerin onarılması ve hizmete açılmasında bu kurumun büyük katkısı olmuştur.

Özellikle 1985'den sonra turizm yatırımlarının artırılması, turizm sektörüne verilen krediler, ulaşım şartlarının geliştirilmesi ve tanıtım kampanyaları ile birlikte Türkiye'ye gelen turist sayısında ve elde edilen gelir miktarında ciddi artışlar olmuştur.¹⁷⁵

Turizmin gelişmesi;

- Ülkeye giren döviz miktarında,
- İstihdam oranında,
- Milli gelirin artmasında,
- Alt yapı imkanlarının gelişmesinde,
- Bankacılık, ticaret, ulaşım, gıda, hediyelik eşya gibi bir çok sektörünün gelişmesinde etkili olmuştur.

¹⁷⁴ Mehmet Özdemir, **A.g.e.**, s.23.

¹⁷⁵ <http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulasirma/1029178-turizmin-tanimi-onemi-ve-turkiye-de-gelisimi.html> (13.03.2015)

3.6.1. Türkiye'de Kongre Turizmi

Türkiye, uluslararası kongrelere ilk olarak 1969 yılında “Dünya Uluslararası Kızılhaç Kongresi” ve “Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi” ile ev sahipliği yapmıştır. Bu kongreler organizasyon açısından başarılı olmuş ve dış ülkelerden takdir kazanmıştır.¹⁷⁶ Ancak, Türkiye’nin toplantılar ve oluşturduğu turizm hareketine ilişkin verileri yakın döneme kadar doğru olarak saptanamadığı için, dünya kongre pazarı içindeki payı ve kongre turizminin ülke turizmine katkısı tam olarak ölçülememiştir. Bir ülkenin kongre pazarındaki payını sağlıklı tespit edebilmek, kongrelerle ilgili verilerin düzenli sağlanması ile mümkündür. Bu verilerden bazıları şunlardır:¹⁷⁷

- Düzenlenen toplantı sayısı
- Toplantıların süresi
- Toplantıların dağılımı
- Delege harcamaları
- Delegelerin gecelemleri
- Delegelerin milliyetleri

1996 yılından önce kongrelere yönelik bir merkezin bulunmadığı Türkiye’de; o yıl Lütfi Kırdar Spor Salonu’nun kongre merkezine çevrilmesi, ardından TÜYAP tarafından İstanbul Beylikdüzü’ndeki fuar ve sergi alanında yeni bir kongre merkezinin yapılması, Antalya’da Cam Piramid’in faaliyete geçmesi ve İstanbul Ayazaga’da uluslararası nitelikte 3000 kişilik bir kongre merkezinin yapımına başlanması gibi gelişmelerle kongre turizmine yönelik arzda büyük artış sağlanmış ve gelecekte pazar payımızı olumlu etkileyecek adımlar atılmıştır.¹⁷⁸

Türkiye’de arzın artışı dışında, son yıllarda kongre turizminin gelişimini destekleyen bir diğer husus, uluslararası büyük kongrelerin ülkede düzenlenmeye başlamasıdır. Başarıyla sonuçlanmış bu organizasyonların uluslararası basında yer alması Türkiye için etkili bir tanıtım imkanı sağlamaktadır. Ülkede son yıllarda

¹⁷⁶ Yılmaz Özen, **A.g.e.**, s.44.

¹⁷⁷ Tansu Karasu, **A.g.e.**, s.32.

¹⁷⁸ Ahmet Baytok, **A.g.e.**, s.21.

düzenlenmiş toplantılardan bazıları Dünya Prodüktivite Kongresi, WTO Genel Kurul Toplantısı, AGIT Zirvesi, NATO Zirvesi ve UIA Dünya Mimarlık Kongresi'dir.

Türkiye'ye yönelik kongre amaçlı seyahatlerde görülen artış eğiliminin devam etmesi, ancak bu alandaki bazı sorunların çözülmesi ile mümkün olacaktır.

Ülkede büyük ölçekli kongrelerin düzenlenmesine imkan sağlayan kongre mekanlarının yeterli olmayışı, mevcutların teknik donanımlarının yetersiz oluşu, tanıtım ve pazarlamadaki eksiklikler kongre turizminin gelişimini aksatan faktörlerdir. Oysa ki, bir ülkenin başarılı bir kongre destinasyonu olabilmesi için gerekli koşullar şunlardır:¹⁷⁹

- Toplantı imkanlarının çeşitliliği
- Modern ve rahat konaklama imkanları
- Turistik çekicilik
- Yeterli ve rahat ulaşım imkanları
- Kamu yönetimlerinin delegeleri misafir etme isteği
- Pazarlama faaliyetlerinin ziyaretçi taleplerine uygun olması

Yukarıda sayılan unsurlar aynı zamanda kongre turizminin arz yapısını oluşturmaktadır. Bu turizm türü, diğerlerinden farklı olarak büyük çoğunlukta suni arz kaynaklarından oluşmaktadır. Toplantı salonları ve konaklama işletmeleri bu kaynaklar arasında temel arz faktörü olarak değerlendirilmektedir. Alt yapının yeterli olması, ulaşılabilirlik, doğal ve tarihi çekicilik ise temel arzı destekleyen, kongreler için çekim gücü oluşturan diğer önemli kaynaklardır.¹⁸⁰

Kongre turizminden sağlanan gelirden farklı olarak, UIA verilerine baktığımızda ise 2013 yılında düzenlenen toplantı sayıları esas alındığında, Türkiye'nin dünya kongre pazarındaki payının, ev sahipliği yaptığı 221 toplantı ile 20.olduğunu görüyoruz. Türkiye'nin kongre turizminde en gözde şehri olan

¹⁷⁹ Selen Badur, Türk **Turizm Sektörü İçinde Kongre Turizminin Yeri, Önemi ve Ekonomik Katkısı**, İstanbul: Marmara Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 2004, s.57.

¹⁸⁰ Ahmet Baytok, **A.g.e.**, s.24.

İstanbul ise 2013 yılında düzenlenen 196 yer almıştır.¹⁸¹ Gerek UIA'nın 2013 yılı verilerinden, gerekse Tablo 3.1'de gösterilen ICCA'nın 2013 yılı verilerinden anlaşılacağı gibi, İstanbul Türkiye'de düzenlenen toplantıların yaklaşık %67'sine ev sahipliği yapmaktadır. Ülkenin diğer önemli kongre kentleri Ankara, İzmir ve Antalya'ya ise henüz istatistiklerde üst sıralarda rastlamamaktayız.

Tablo 16. Toplantı Sayısına Göre İlk 10 Ülke ve Türkiye

1.ABD	829
2.Almanya	722
3.İspanya	562
4.İngiltere	525
5.Fransa	527
6.İtalya	447
7.Japonya	342
8.Çin	340
9.Brezilya	315
20. Türkiye	221

Kaynak: UNWTO (Tourism Highlights) 2013.

Ülkeler sıralamasına bakıldığında ise Türkiye ev sahipliği yaptığı 55 toplantı ile 33. sırada yer almaktadır. Ancak, katılımcı sayısı baz alındığında Türkiye'nin 27. sırada olduğu görülür. Bunun sebebi, ülkeye gelen delege sayısının ortalamanın üzerinde olmasıdır. ICCA verilerine göre 2004 yılında kongrelere katılan ortalama delege sayısı 683 kişi, Türkiye'ye gelen ortalama delege sayısı ise 733 kişidir. Aradaki bu fark, Türkiye'yi katılımcı sayısının esas alındığı bir sıralamada daha üst sıralara taşımaktadır. Ayrıca 2005-2016 yılları arasında planlanan kongre sayılarına bakıldığında Türkiye'nin 22. sıraya yükselmesi beklenmektedir.¹⁸²

¹⁸¹ Şükrü Yarcın, "Türkiye'de Son Yıllarda Turizm Gelişmeleri", Tebliğ, VII. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası, 1996, s.17.

¹⁸² Türsab. **Türkiye Kongre Turizmi Raporu**. 2013, ss.1-2.

3.7. Azerbaycan'ın Turizm Potansiyeli

Azerbaycan zengin doğal kaynakları, eskiye dayanan tarihi ve farklı medeniyetlerin gelenek ve göreneklerinin benzersiz ve uyumlu bileşimi olan yaşam tarzına sahip insanlarıyla mucizevi bir ülkedir. Tarihin en eski yerleşimlerinden olan Azerbaycan eski çağlardan beri Büyük İpek Yolu üzerindeki en önemli noktalardan biri olmuştur. Zaman bugünkü nesil için çok sayıda eski arkeolojik ve mimari abidelerini koruya bilmiştir. Azerbaycan hükümetinin ülkede yürüttüğü “Açık Kapi” politikası, toplumdaki demokrasi, sosyal ve ekonomik reformlar bağımsız Azerbaycan vatandaşlarına dış ülkeleri ziyaret için güzel fırsatlar sunmaktadır.¹⁸³ Azerbaycan'ı ziyaret eden yabancıların sayısı her geçen gün artmaktadır. Azerbaycan tarihi şehirleri, sarayları, kuleleri, türbeleri ve camileri ile turizm endüstrisinin geliştirilmesi için büyük potansiyele sahiptir. Ülke arazisinde 6 binin üzerinde tarihi mimari abideler mevcuttur. Azerbaycan eşsiz doğal iklim şartlarına sahip bir ülkedir. Bilindiği üzere, dünyanın 11 ikliminden 9-u Azerbaycan arazisindedir.

Azerbaycan büyüleyici doğal manzaralara, kültür abidelerine ve modern resortlara sahiptir. Ormanlarla çevrili Hudat-Yalama kıyı bölgesi, Abşeron ve Lenkeran kıyı bölgesi tatil için güzel mekanlardır. 5-6 ay boyunca 22-26°C sıcaklıktaki suyu ile ince kumlu plajlar plaj mevsimini uzun süreli yapmaktadır. Şamahı, Gebele ve Gusar dağcılık ve kış sporları için en gözde mekanlardır. Bir çok kuş ve hayvan türünün lisanslı olarak avlanabildiği ulusal parklarda onları kolayca izlemek ve fotoğraflarını çekmek mümkündür. Azerbaycan'da bir çok sağlık turizmi tesisi ve spalar mevcut ki, bunlar bir çok hastalıkların doğal yöntemlerle tedavisine olanak verir. Nahçıvan maden suları ile zengin bir bölgemizdir. Dünyadaki tek tıbbi petrol kaynaklarına sahip Naftalan eşsiz bir sağlık turizmi tesisine sahiptir. Bakü ve Abşeron yarımadası, Nahçıvan, Guba-Haçmaz, Şeki-Zagatala ve Lenkeran-Astara bölgeleri, Şirvan ve Gencebasar bölgelerinin tarihi mekanları Azerbaycan'a seyahat edenler için gözde mekanlardır. Bu yerlerin güzel doğası, çok sayıdaki eski tarihi harabeleri, muhteşem etnografik

¹⁸³ <http://www.mct.gov.az/service/lang/az/page/34/> (15.03.2015)

zenginliği, yerel zanaatkarların büyüleyici el işleri Azerbaycan'ı ziyaret edenlerde onunla ilgili unutulmaz izlenimler bırakacaktır.¹⁸⁴

Azerbaycan turizm endüstrisinin gelişimi için zengin alana sahiptir. Bu, her şeyden önce, onun çok kullanışlı ekonomik-coğrafi konuma sahip olmasıdır. Azerbaycan iki dünya sivil kavşağında Transkafkasya ulaşım koridorunun ortasında bulunur, tüm Avrupa'yı Kafkasya ve Orta Asya ülkeleri ile birleştiren hava ve deniz taşımacılığı, magistral otomobil ve ulaşım yolları buradan geçiyor. 86.6 bin kv. km arazisi ve 9 milyon nüfusu olan Azerbaycan Cumhuriyeti ender doğal-iklim karakterine sahip bir ülkedir. Pazardüzü (4466 m), Şahdağ (4243 m), Babadağın (3629 m) yüksek zirveleri, Büyük Kafkasya'nın güney eteklerinden akan ırmaklar, birçok şelaleler, pırıl pırıl Gök-Göl, Maral göl, Gobustan'ın sert ve aynı zamanda manzaralı çamur volkanları, Lenkeranın ender korukları , Baku ve Nabran bölgesinin tedavi önemli narin kumlu plajları Azerbaycan'ın zengin turizm potansiyalinin önemli bir parçasıdır.¹⁸⁵

Azerbaycan'ın flora alemi kendisinin berraklığı ve rengarenk çeşitleri ile buraya gelen turistleri kendine hayran bırakmıştır. Ülkede yetişen yaklaşık 4500 çeşit çiçekli bitkiler 125 destede, 920 cinsten birleşiyor. Türlerin toplam sayısına göre, Azerbaycan'ın florası Kafkasya'nın diğer cumhuriyetlerine oranla hayli zengindir. Arazide rastlanan bitki türleri Kafkasya'da yetişen bitki türlerinin genel miktarının % 66 oranını oluşturuyor. Son 13 milyon senede dünyada yaşanan toprak ve iklim değişikliklerine durgunluk getiren Eldar çamı sadece Azerbaycan'ın doğal ortamında korunup saklanmıştır.

Ülkemizin hayvanlar alemi de, oldukça çeşitlidir. Ülke arazisinde 97 çeşit memeli, 357 tür kuş, 67 çeşit amfibii ve reptili, 1 çeşit yuvarlakağız, 97 çeşit balık, 15 binden fazla omurgasız hayvan türü bilinmektedir. Azerbaycan Cumhuriyeti "Kırmızı kitabı" na 108 hayvan türü de dahil olmak üzere 14 çeşit memeli, 36 tür kuş, 13 çeşit amfibi ve reptililer, 5 çeşit balık ve 40 çeşit böcek dahil edilmiştir.

¹⁸⁴ <http://www.onlinexeber.com/yazarlar/gulnar-ismayilova/...turizm-potensiyali/6/> (15.03.2015)

¹⁸⁵ <http://www.belgeler.com/blg/1gnu/azerbaycan-in-turizm-corafyasi-azerbaijan-tourism-geography> (16.03.2015)

Bunlardan puanlı geyik, ceylan, muflon, Kafkasya dağ keçisi, bebir, ayı ve b. doğanın ender incileri gibi özellikle yaygındır.

Azerbaycan'da 1200 den fazla irili ufaklı nehir akıyor. Dağlardan akan birçok ırmaklar sesli gürültülü büyük şelaleler oluşturur. Dağlık yerlerde ve Aran'daki mevcut göller, Azerbaycan toprağının asıl süsü ve bu göllerin en güzeli Gök-Göl ve Maral göldür. Hazar'ın suları ve ona yakın nehirlerde değerli uzunburun, lasos, altın balık türleri vardır. Ülkede çeşitli kimyasal katkılar içeren maden suyu kaynakları da vardır. Zenginliğine göre Azerbaycan toprağı "mineral sular müzesi" olarak isimlendiriliyor. Dünyada tanınmış "Karlovi Vari" sularından hiç de geri kalmayan sıcak ve mineral kaynaklar-Kelbecer şehrindeki İstisu, Nahçıvan Üzerk Devletindeki Badamlı, Sirab, Vayhır mineral suları ülkeden çok çok uzaklarda yaygındır.¹⁸⁶

Bakü yarımadasındaki Surahanı ve Şıh, Deveçi bölgelerinde Galaaltı, Culfa illerinde Turşsu tedavi amaçlı kullanılan mineral sulardır. Talış dağlarında, Büyük Kafkasya'nın güney ve kuzeydoğu yamaçlarında ise termal kaynaklar fazladır. Doğal çamurlar 100 yılı aşkın bir süredir, dayanıklılık-hareket sistemi, sinir sistemi ve diğer hastalıkların tedavisi için etkili şekilde kullanılır. Bunların arasında, Naftalan tedavileri petrolü özel bir yer tutmaktadır.

Azerbaycan'a güneşli ülke diyorlar ve bu da rastgele değildir. Sene içinde güneşli günlerin sayısına göre ülke İtalya, İspanya ve Yunanistan'la kıyaslanabilir. Azerbaycan arazisi boyu 825 km uzanan Hazar'ın deniz kıyılarının tümünün tatil bölgesine dönüşmesi için her türlü ön koşullar mevcuttur. Hazar Denizi'nin flora ve faunası ender türlerle zengindir. Şöyle ki, diğer balıklardan farklı olan nerekimilerin (balık türüdür) yüzde 90'nı bu denizde toplanmıştır. Abşeron yarımadasının Bakü çevresindeki dünyada eşsiz kumsal plajları turistler arasında geniş ün kazanmıştır. Aynı zamanda ülkenin kuzeydoğu kıyısında, doğrudan sahil yakasında biten enli yapraklı ormanlar kendisinin sertliği ile turistlerin ilgisini çekmektedir. Ülkemizde plaj sezonu Eylül sonuna kadar devam ediyor. Yazın suyun sıcaklığı +30 +32 C'ye ulaşıyor. Ülkemiz turizmin her alanında

¹⁸⁶ www.azeribalasi.com/azerbaycan.../azerbaycan-turizm-bolgeleri-sehirleri (18.03.2015)

gelişmesi için daha kullanışlı bir yerdir Azerbaycan halkının samimiyeti, geleneksel misafirsevenliğidir. Azerbaycan zengin tarihe ve eski kültüre sahip ülkedir. Ülkemizin topraklarında 6 binden fazla tarihi mimari anıtlar mevcuttur. Onların çoğu Azerbaycan topraklarından geçen Büyük İpek Yolu boyunca eski kervan yollarının üzerinde yerleşmiştir ve halen de herkesi kendisine hayran bırakıyor. Bu anıtlara örnek olarak, ilkel insanların Gobustan mağaralarındaki (Bakü'den 60 km batısında) kayaüstü resmlerini, İslam'a kadarki dönemin tören yapıları-ateşe tapma tapınaklarını, kulelerini, dağların zirvesindeki Arnavut kiliselerini ve ibadethaneleri, muhteşem kale duvarlarını ve özenle ayrıca geniş kervansarayları, İslam kültürü döneminin büyük saraylarını, memorial ayin ve diğer yapıları gösterilebilir.¹⁸⁷

3.7.1. Azerbaycan'da Kongre Turizmi

Turizm endüstrisinin gelişimi için zengin rezervlere, elverişli ekonomik-coğrafi konuma sahip olan Azerbaycan'da son yıllarda bu sektörün gelişimi belirgin ölçüde artmıştır. Doğu ile Batı arasında köprü rolünü oynayan Cumhuriyetimiz uluslararası turizmin gelişimi, ülkenin turizm potansiyelinin gösterisi yönünde önemli adımlar atmıştır. Bellidir ki, ülkenin turizm potansiyelinin gelişmesi ekonominin bütün alanlarına etki gösterir ve onların gelişimini uyarır. Azerbaycan Cumhuriyeti'nde uygulanan turizm politikaları sadece ekonomik gelişmeye yönlendirilir.

Ülkemiz dünya turizm mekanına başarılı şekilde entegre suretiyle bu alanda uluslararası ilişkilerini genişlendirmektedir. İşte rasyonel entegrasyonun göstergesi olan takdir edilecek bir adım: 2013 yılı 24-29 Ağustos tarihlerinde Afrika'nın Zambiya ve Zimbabve cumhuriyetlerinin birlikte düzenlediği BM Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) XX. Genel Asamblesi'nin kongresinde Azerbaycan kuruluşun Yönetim Kurulu üyesi kaydedildi.¹⁸⁸ Zambianın Livingston kentinde yapılan oturumda Azerbaycan örgütün Konsey'e seçilen Avrupa kıtasının 4 devletinden (Azerbaycan, Almanya, Sırbistan ve Bulgaristan) 25 oyla birinci oldu. Bununla,

¹⁸⁷ <http://www.telegraf.com/news.php?id=5813> (18.03.2015)

¹⁸⁸ <http://turizm.az/az/xeberler/6/> (20.03.2015)

Yürütme Konseyi üyeliğine adaylar sırasında en yüksek oyu alan ülkemiz turizm sektöründe parlak gelişimini kanıtladı.

Kuşkusuz, bu başarı, ülkemizde turizmin gelişimi alanında yapılan çalışmaların sonucu, Azerbaycan'ın turizm ülkesi olarak dünyada otoritesinin onayı, ülkemizin bu alanda uluslararası ilişkilerinin, etkili iş birliğinin yüksek göstergesidir.¹⁸⁹

Şu anda dünya ekonomisinde önemli yer tutan alanlardan biri gibi turizmde Azerbaycan'ın rekabet imkanları çok yüksektir. Turizmin gelişmesi çerçevesinde kabul edilen çok sayıda hukuki-normatif düzenlemeler, yapılan reformlar sadece ülkenin turizm imkanlarından etkin bir şekilde yararlanması, Azerbaycan'ın dünyada sadece petrol ülkesi olarak değil, aynı zamanda zengin turizm potansiyeli, elverişli coğrafi ortamın hakim olduğu bir devlet olarak tanınması amacını taşıyor. 2010 yılında "2010-2014 yıllarında Azerbaycan'da turizmin gelişimine dair" Devlet Programı kabul edilmesi, Cumhurbaşkanı İlham Aliyev tarafından 2011 yılının Azerbaycan'da "Turizm yılı" ilan edilmesi, bununla ilgili geniş Eylem Planını kabul ve icra edilmesi sonucunda ülkemizde turizm sektörü yeni aşamaya girmiştir.¹⁹⁰

Elde edilen başarılar Azerbaycan'ın turizm dünyasında nüfuzunun, genel olarak, ülkemizin dünyada imajının yükselmesinin göstergesidir. Turizm alanında istatistiki göstergeler de bunu teyit etmektedir. 2012 yılı ve 2013 yılının ilk yarısının sonuçlarına göre, turistlerin sayısında artış dünya ve Avrupa'da %5 olduğu halde, Azerbaycan'da turist akımının artışı %10 seviyesinde görülmüştür.¹⁹¹

Tüm bunlar Azerbaycan'ın uluslararası turizm pazarına entegrasyonu, turizm alanında uluslararası işbirliğinin daha da geliştirilmesi, ülkeler arası diyalogun ve gelecek işbirliğinin geliştirilmesi için geniş olanaklar sunmaktadır. Oturumda ülkemizin teklifi dikkate alınarak Dünya Turizm Örgütü Avrupa Komisyonu 2014 yılında bir sonraki toplantısının Bakü'de yapılmasına ilişkin karar kabul edilmiştir. Alınmış karar devlet düzeyinde turizmin gelişimine verilen desteğin uluslararası

¹⁸⁹ <http://www.mct.gov.az/service/lang/az/page/5/sid/20/nid/2257/n/5/> (20.03.2015)

¹⁹⁰ http://525.az/site/?name=xeber&news_id=31718 (21.03.2015)

¹⁹¹ <http://az.baku-art.com/index.php?newsid=9903#.VUvBLI7tmko> (21.03.2015)

kanıtıdır. Bu ise Azerbaycan'da yükselen hatla gelişen turizm sektörüne ek olanaklar açmakla entegrasyonu hızlandırır.

Azerbaycan'da iş turizm endüstrisi yakın zamanlarda kurdu ve şu anda çok hızlı geliyor. İş seferine yollanan turistler sadece sergide, seminerde, konferansta olmak istemiyorlar - onlar kendi işleri için yeni fırsatlar peşinde gidiyorlar. Azerbaycan da onlara imkanlar vermeye hazırdır. Son 15 yılda meydana gelen sosyo-ekonomik değişimler Bakü'yü Avrupa standartları kentine, bölgenin iş merkezlerinden birine dönüştürmüştür.¹⁹² Tüm bunlar alt yapıda kendini gösterir: Azerbaycan'ın başkentinde otel fonu, gıda tesisleri, çeşitli tedbirlerin - görüşmeler, seminer, konferans, sunum, trening, kongre, kurultay, forum, festival, konser, sergi ve tabii ki, banket ve ayaküstü ziyafetlerin geçirilmesi için çok uygun yerler var.

Bugün Azerbaycan'da 530 otel faaliyet gösteriyor ki, bu da turistlerin yaşaması için genelde 33 000 yer demektir. 4 ve 5 yıldızlı tüm oteller iş amacıyla gelen turistler için uygun hizmetler sunmaktadır.¹⁹³ İş toplantıları geçirmek için Bakü'nün otellerinde ve Azerbaycan'ın birçok bölgesinde konferans alanları, izleyiciler ve konuşma odaları kira alınabilir. Ek olarak, "Hilton", "Marriot", "Jumeirah", "Four Seasons" "Park Inn" ve diğerleri gibi 4 ve 5 yıldızlı uluslararası derece oteller görüşmelerin, "yuvarlak masa" ve treninglerin geçirilmesi için sağlanan 20-40 metrekarelik küçük odaların yanı sıra, 700, 1000 ve daha fazla metrekare alanı olan odalara sahiptir.

Ayrıca başkentte iş toplantıları için tüm imkanlara sahip olan bir çok iş merkezleri faaliyet göstermektedir. Onların arasında "Çırag Plaza", "Landmark", "ISR Plaza", "Bridge Plaza", "Caspian Plaza" ve bir çokları vardır.

Kongre-merkez, müze, kütüphane ve 9 ha alanı olan parktan oluşan karmaşık yapı - muhteşem Haydar Aliyev Kültür Merkezi ayrıca belirtilmelidir. Modern fuar kompleksi - Bakü Fuar Merkezi özel olarak uluslararası derece sergilerin yapılması için ayrılmıştır.¹⁹⁴

¹⁹² <http://www.en.president.az/articles/4136> (23.03.2015)

¹⁹³ http://www.azerbaijan.az/portal/Society/Guests/guests_01_a.html (24.03.2015)

¹⁹⁴ http://www.heydaraliyevcenter.az/#1_Haqqimizda (25.03.2015)

Bunun yanı sıra, Azərbaycan İhracat ve Yatırımların Təşvik Fonu (AZPROMO) hem ölkədə, hem de ölkənin sınırları dışında iş forumları və iş toplantıları düzenliyor. Genellikle bu görüşlərin sonuqlarına göre Azərbaycan'da ihracatın və yatırımları destekleyen, iş ilişkilerini genişleten və işletmeler arasında bilgi alışverişini amaçlayan çeşitli belgeler imzalanmıştır.

Azerbaycan'ı ziyaret eden her 10 turistin 7'si buraya iş amacıyla geliyor. Turistlərin çoğunluğu Azərbaycan'a yalnız geliyor və Bakü'de kalmayı tercih ediyor. Bu göstergələr BM Kalkınma Programı'nın (UNDP) Azərbaycan'da "Turizmin Kalkınma Projesi" kapsamında düzenlenen "Yabancı yurttaşların Azərbaycan'a dair fikirlərinin öğrenilmesi" hakkında anket sonuqlarında belirlenmiştir (APA). Araştırmanın sonuqlarına göre, yabancıların Azərbaycan'a seferlərinin temel nedeni onların iş faaliyetləri ilə ilgilidir. Şöyle ki, onları temsil eden her 10 kişiden 7'si ölkemize bu amaçla geliyor.

10 Haziran 2013 yılında Kùltür və Turizm Bakanlığı'nın girişimiyle Azərbaycan Kongre Bürosu'nun (Azerbaijan Convention Bureau) tanıtım töreni yapılmıştır. Tanıtımda Bakan Ebülfəz Garayev'le çeşitli marka oteller və turizm şirketlərinin yöneticileri arasında büronun kurulması konusunda niyet protokolü imzalanmıştır.¹⁹⁵

Azerbaycan'da iş turizmin geliştirilmesi amacıyla oluşturulan büronun esas faaliyeti Azərbaycan'a büyük ölçekli uluslararası etkinliklərin cazibe, Azərbaycan'ın MİCE (iş) turizm yönü gibi teşviki, uluslararası önlemlerle ilgili ihale yarışmalarında yer vb. konuları kapsayacak.

Her sene Nisan'ın 4'den 6'a kadar Bakü Fuar Merkezinde "AİTF" Azərbaycan Uluslararası Turizm və seyahatlər Fuarı yapılıyor. 14. kez düzenlenen fuar "AİTF-2015" in katılımcılarının coğrafyası dünyanın 35 ölkəsini kapsıyor.¹⁹⁶

Taraf ölkeler fuarda turizm endüstrisinin çeşitli yönlerini ortaya koymuşlardır. Buraya havayolları və avia-acentelik, turopəratörlər və turizm acenteleri, oteller, otel ağıları, sanatoryumlar, pansionlar, ayrıca iş gezileri, spor,

¹⁹⁵ <http://sia.az/az/news/culture/351830-azerbaijan-convention-bureau> (26.03.2015)

¹⁹⁶ http://azertag.az/xəber/Bakida_AITF_2015_14_cu_beynəlxalq_Turizm_ve_seyahetlər_sergisi_achilib-842833 (26.03.2015)

evre ve öğretici turizmin yanı sıra seçkin konaklama organizasyonu yapan şirketler oluşur.

Fuarın medikal turizm de yaygın olarak sunulmuştur. Bu yıl ilk kez olarak fuarın ekspozisijasında hızla popülerlik kazanan "Yurtdışında emlak" adlı bölüm de temsil edilmiştir.

Proje başkanının sözlerine göre, fuarda 16 ülke kendi ulusal standlar ile sunum yapacaktır. Bu yıl fuarın daimi katılımcıları - Türkiye, Gürcistan, Çek Cumhuriyeti, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya ve diğerk ülkelerle birlikte, ilk kez Bakü'ye Dominik Cumhuriyeti, Fas, Macaristan, Slovenya, Tayland, Tunus ve Fransa'nın da temsilcileri gelmişlerdir. Fuar ziyaretçileri belirli bir aradan sonra bu yıl yeniden Mısır turoperatörlerinin teklifleri ile tanışabilecekler.¹⁹⁷

şu anda fuar meydanlarının %60'dan çok bölümü yakalanmıştır. Bu yıl fuarın bazı büyük katılımcıları kendi standlarının boyutlarını önemli ölçüde artırmışlar. Türkiye ve Gürcistan sergi standlarının alanını hemen hemen iki kez büyötmüşler. Bu da kuşkusuz onlara çok sayıda ziyaretçiyi kabul etmek ve kendi ülkelerinin zengin potansiyelini tüm güzelliğı ile göstermek için yardımcı olacaktır. Ulusal hava taşıyıcısı olan "Azerbaycan Hava Yolları" (AZAL) da kendi stendini genişletmiştir.

¹⁹⁷ <http://citylife.az/content.php?lang=az&et=5&es=0&n=1&nid=10481> (27.03.2015)

SONUÇ

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

Dünya'da hızla gelişen ve büyüyen sektörlerin başında turizm gelmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) verilerine göre 2020 yılına gelindiğinde uluslararası turizm gelirlerinin 2 trilyon ABD dolarına ulaşması beklenmektedir. Bu gelir içerisinde kongre ve fuar amaçlı olarak yapılan seyahatlerin dünya turizm gelirinin %30'unu oluşturduğu görülmektedir. Bu durum dünya turizminden pay almak isteyen ülkeleri yeni destinasyonlar yaratmaya ve var olan turizm türlerini çeşitlendirmeye yöneltmektedir.

Alternatif turizm, bir turizm piyasasında mevcut olan çeşitlere karşı seçenek oluşturmak amacıyla meydana getirilmesi düşünülen turizm tipidir. Alternatif turizmde, potansiyel verilerin değerlendirilerek yeni turizm çeşitleri oluşturulması hedeflenmektedir. Burada amaç, çeşitlendirmeye gidilerek kitle turizminin yarattığı sorunlara çözüm bulabilmektir.

İnsanın sosyal bir varlık olması, bilgi alış verişi ve dünyanın diğer yerlerinde nelerin olup bittiği merakı, bu sektörün daha da gelişeceğini ortaya koymaktadır. Bir yandan insanların hareket olanaklarının gelişiyor olması, diğer yandan bu

hareketliliğin bilgi paylaşımı ve kariyer gibi iş amaçlı olması, bu gelişimin nedenli istikrarlı ve güçlü olduğunun önemli göstergesidir.

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

Kongreler, uzun süre önceden belirlenen organizasyonlar olup dalgalanma ve krizlerden en az etkilenen bir turizm biçimidir. Kongreler bu özellikleriyle, turizmi 12 aya yayarak dönemsel yoğunluk sorunlarını bertaraf etmek ve Türkiye turizm sektörünün en önemli konularından biri olan istikrarsızlık sorununu çözmeye katkı sağlamaktadır.

Kongre faaliyetleri; düzenlendikleri destinasyondaki otellere, kongre merkezlerine, hava yollarına, restoranlara, alış veriş mağazalarına, seyahat acentalarına ve kısaca başta turizm olmak üzere birçok sektöre hareket getirmektedir. Araştırmalar kongre turizminin sağladığı muazzam bir ekonomik etkinin olduğunu ve bu etkinin doğrudan 37 sektörü kapsadığını göstermektedir.

Kongre turizminin yarattığı vergi değerleri, global bir sorun olan işsizlik sorununun çözümüne sağladığı artılar en kolay görünen ve fark edilen değerlerdir. Kongre katılımcılarının bilim ve iş adamları ya da profesyonel ve uzman kişilerden oluşması destinasyonlara çok önemli sosyal ve ekonomik değerler yaratmaktadır. Bu seçkinlerin kongreye katılımlarından dolayı yaratmış oldukları direkt harcama değerleri yanında, konumları itibarıyla ticari faaliyet ve ilişkilerin gelişmesine de neden oldukları gözlenmiştir. Ayrıca, kongre turizmi, toplumların sosyo- kültürel yapılarına kattığı değerler, ülke ya da bölge tanıtımı ve imajına sağladığı faydalar yadsınamaz önemdedir.

Turizm endüstrisi ile ilgili yapılan araştırmalara göre, dünya yaz, kış olimpiyatları gibi dünyaca tanınmış mega organizasyonlara ev sahipliği yapmak,

bir kongre destinasyonu olarak dünya kongre pazarına girmekte başarılı bir strateji olduğu görülmektedir, Bu etkinliklere ev sahipliği yapmak ayrıca imaj ve marka boyutunda da çok önemli değerler ortaya koymaktadır, şehir ya da destinasyonların kongre turizm pazarı içerisinde bir kongre destinasyonu olarak yer alması asgari koşullarda; kongre alan ve imkanları, toplantı kapasiteleri, toplantı odaları yerleşimi ve yer planları, toplantı alanlarının maliyetleri, ulaşım ve maliyeti, yiyecek içecek ve konaklama olanak ve maliyetleri, emniyet ve güvenlik, iklim ve şehrin imajı, eğlence ve rekreasyon, alış, veriş, çevre gezileri gibi alanlarda yeterlilikler gerektirmektedir.

Kongre turizminin dünyada, aynı zamanda ülkemizde gelişmesi için onun karşısında duran engelleri aşması gerekir. İlk önce pazarlama ve tanıtım sorunlarının çözülmesi gerekiyor. Pazarlama ve tanıtım uzmanlık gerektiren bir alan olduğundan uzmanlarca uzun, orta ve kısa gibi belirli plan dönemleri içinde yürütülmesi gereklidir. Kongre turizminde de pazarlama ve tanıtımın aynı paralellikte düşünülerek uzman kişi ya da kuruluşlar tarafından özenli bir şekilde yapılması gerekir. Ülkemizde gerek devlet gerekse turizm işletmeleri pahalı ve zor olan tanıtma faaliyetlerine yeterince kaynak aktaramamaktadır. Bu da hedeflenen pazarlara ulaşmada ve imaj oluşturmada sorunlara neden olmaktadır. Aynı zamanda destinasyon sorunu da kongre turizminin gelişmesine engel oluyor. Kongre turizminde uzmanlaşan ülkelerin öncelikle destinasyon sorununu ortadan kaldırmaları gerekir.

Alt ve üst yapının yetersiz oluşu kongre turizminde ülkemizin karşı karşıya olduğu en önemli sorunlardan biridir. Kongre turizmi pazarına yeni giren bir ülke olarak Türkiye'nin ulaşım, su, kanalizasyon, güvenlik, iletişim gibi alt yapıya ilişkin sorunlar ile konaklama imkanları ve kongre düzenlenecek mekanların yetersizliği vb. gibi üst yapı konularında yaşadığı sorunlar kongre turizminde üst sıralara yükselmeyi engellemektedir. Su, kanalizasyon sistemi gibi alt yapı yetersizliğinin çevresel olumsuzluklara neden olması dolaylı olarak ortaya çıkan bir başka sorundur. Alt yapıdan kasıt sadece mekansal ölçekte düşünülmemelidir.

Yüksek gelir ve kültür seviyesine sahip kongre katılımcılarına hizmet edecek eğitilmiş personel konusunda da sorunlar yaşanmaktadır.

Hava ulaşımında uluslararası havalimanı kapasiteleri son yıllarda yapılan çalışmalarla daha iyi bir düzeye ulaşmıştır. Şehir içi ulaşımında da trafik sıkışıklıkları olumsuzluk yaratmaktadır. Çözüm olarak geliştirilmeye çalışılan toplu taşıma sistemleri sorunu tam olarak ortadan kaldıramamıştır.

Üst yapıda yaşanan sorunlara bakıldığında ise ilk olarak kongre merkezi sayısının yetersizliği göze çarpmaktadır. Kongre turizminde en çok tercih edilen mekanların % 41 ile kongre merkezleri olduğu düşünüldüğünde yapılan yatırımların bilinçli bir şekilde artırılması gerektiği görülür. Kongre turizminde önem arz eden bir diğer üst yapı elemanı da otellerdir. Oteller ve kongreler arasında karşılıklı bir yarar sağlama söz konusudur. Kongrelerin düzenlenebilmesi için katılımcıların kalacakları temiz, bakımlı ve gelirlerine uygun otellere ihtiyaç vardır. Otellerin de yılın ölü sezonlarında kongreler ile canlanan turizm sezonu sırasında doluluk oranlarını artırma istekleri vardır. Ayrıca kongre sezonunun yoğun olduğu dönemlerde 4 ve 5 yıldızlı otellerin fiyatları oldukça yüksek olmaktadır. Öyle ki grup fiyatlarının bireysel konaklamalardan daha pahalıya geldiği görülmektedir. Bu nedenle kongre katılımcılarının konaklama ihtiyaçlarını giderecek nitelikli otellerin bulunması önemli bir konudur.

Kongre turizminde gelir elde etmek ve söz sahibi olabilmek için nitelik ve nicelik bakımından yeterli alt ve üst yapı olanaklarına sahip olmak yeterli değildir. Ülkenin kongre olanaklarının uluslararası platformlarda tanıtılıp pazarlanması ile görevli ulusal hatta yerel nitelikte, konusunda uzman kişilerin çalıştırıldığı kongre ve ziyaretçi bürolarının kurulması oldukça önemlidir. Ülkemizin kongre turizmine yönelik örgütlenmesinin yeterli düzeyde olmadığını söylemek mümkündür. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü bünyesinde kongre turizmine yönelik faaliyet gösteren bir şube müdürlüğü bulunmakla birlikte görev tanımı itibarı ile yeterli olamadığını ve gerekli koordinasyonu sağlayamadığını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ABAÇ Nuri. **Uluslararası Fuarlar ve Türkiye**. Ankara, 1975.

AKAT Ömer. **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitabevi, Bursa, 1997.

ARSLAN Kahraman. **Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları**. İstanbul, Informag Yayıncılık, 2009.

ASTROFF Milton, ABBEY R James.. **Convention Sales and Services**. Las Vegas, Wm. C.Brown Publishers 1987.

ASTROFF Milton; ABBEY James. **Convention Management and Service**, Fifth Edition, Educational Institute American Hotel&Motel Association, Michigan, 1998.

AYDIN Şule. **Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 18 Mart Üniversitesi, Çanakkale, 1997.

AYMANKUY Yusuf, **Kongre Turizmi Ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006.

AYMANKUY Yusuf. **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003.

BADUR Selen. **Türk Turizm Sektörü İçinde Kongre Turizminin Yeri, Önemi ve Ekonomik Katkısı**, İstanbul: Marmara Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 2004.

BARUTÇUGİL İsmet. **Turim İşletmeciliği**, Beta Yayınları, İstanbul, 1981, s.15.

BAYER Mehmet Zekai. **Turizme Giriş**, İstanbul, 1982.

BAYTOK Ahmet. **Türkiye'de Turistik ürün çeşitlendirme Stratejisi Kapsamında Kongre Turizminin Geliştirilmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 1998.

CHESTER Carole, SWANSON Christine. **Careers in the Travel Industry**, Kogan page Ltd. London, 1992.

CLAYTON Ken. **How to Organise a Better Conference**. U.K, 1996, s.43.

ÇAKICI Celil. **Toplantı Yönetimi: Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonu**, Detay Yayıncılık, Ankara, Eylül 2004.

ÇİZEL Beykan. **Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesi'nin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilere Yönelik Bir Araştırma**, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.

ÇORUH Selahettin. **Genel Turizm**. Güven Yayıncılık, Ankara, 1967.

DAVIDSON Rob. **Business Travel**. UK, Clays Ltd, 1994.

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

DİNÇER Feyza. **Turizm ve Turist Tanımlarındaki Gelişmeler**, Turizm Yıllığı Türkiye Kalkınma .A.Ş, Yayınları, Ankara, 1993.

DOĞAN Tuncer. **Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye**, Ankara, A.Ü.S.B.F. Yayını, 1984.

DUDAŞVİLİ Sergey. **Turizm v Kırgızıstane, evolyusiya razvitiya**. Bişkek, 2005.

EKİNCİ Necdet. **Kongre Turizmi, Sorunları ve Çözüm Önerileri**. Antalya, 1992.

EKİNCİ Necdet. **Kongre Turizmi, Sorunları ve Tarihsel Gelişimi**. Antalya, 1989.

ERKURT Toprak. **Fuar Organizasyonlarında Verimlilik**. Ankara, 1998.

EVLİYAOĞLU Sait. **Türkiye Turizm Coğrafyası**. Ankara: Ofset Matbaacılık, 1988.

HACIOĞLU Necdet. **Turizm Pazarlaması**. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayını, 1995.

HÜSEYNOV İlgar; EFENDİYEVA Nigar. **Turizmin Esasları**, Mars-Print Matbaası, Bakü, 2003.

İÇÖZ Orhan; KOZAK Metin. **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2002.

- KARASU Tansu. **Kongre Turizmi ve Türkiye**. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, 1985.
- KOZAK Nazmi. **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001.
- KVARTALNOV Vladimir. **Turizm**, Olbis Matbaası, Moskova, 2003.
- LUNDBERG Donald, LUNDBERG Carolyn. **International Travel and Tourism**. New York: John Wiley & Sons, Inc. 1993.
- McINTOSH Robert; GUPTA Shashikant. **Tourism: principles, practices, philosophies**, Grid Inc, Third Ed, USA, 1980.
- MONTGOMERY Ronda, STRICK Sandra. **Meetings, Convention and Expositions**. U.S.A. Ağustos, 1994.
- NASKALI Emine Gürsoy. **Bağımsız Kırgızistan D ğ mler ve C z mler**. Kültür Bakanlığı yayınları, Ankara, 2001.
- N SHET Kahraman, TURKAY Oğuz: **Turizm ve Cevre**, Ankara, Detay Yayınları, 2006.
- OLALI Hasan. **Turizm Politikası ve Planlaması**, E. . .F, Yayınları, İzmir, 1982.
- OZAN Bahar, Kozak Metin. **Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2005.
- ÖNEN Oğuzhan. **Dünya’da ve Türkiye’de Turizm**. Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, 2008.
- ÖZDEMİR Gökçe. **Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması**. Ankara, Detay Yayıncılık, 2014.
- ÖZDEMİR Mehmet. **Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Emel Kitapevi, Ankara, 1992.
- ÖZEN Yılmaz. **Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği**. Ankara: TÜRSAB Yayını, 1986.
- PEMBEGÜL Tuğba. **Geliştirilebilir Turizm C şidi Olarak Kongre Turizmi Ve Türkiye’deki Kongre Merkezlerinin Avrupa’daki  rneklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi**, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara, 2008.

- REHİMOV Sadig. **Turizm-Ekskursiya**, Bakü, Mütercim Kitapevi, 2001.
- SEVAL Halil, OKTAY Kutay ve KURMANALİYEVA Cıldız. **Kırgızistan Turizm Pazarlamasındaki Problemler ve Çözüm Önerileri**. 2003, Bişkek, KTMÜ Yayınları:36.
- SEZGİN Mete. **Genel Turizm**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1995.
- TAVMERGEN İge Pınar, AKSAKAL Ebru Güçlü. **Kongre ve Toplantı Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2004.
- TOSKAY Tunca. **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Dergi Yayınları, İstanbul, 1989.
- TURPLAN Sarim Kibar. **"Incentive Seyahat"**, Seyahat Yönetimi Derleyen: Şükrü Yarcın, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, 1993.
- ÜRGER Savaş. **Genel Turizm Bilgisi**, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 1992.

DERGİLER VE MAKALELER

- "Kongre Turizmi ile İlgili İstatistikler"**, Turizmde Seçme Makaleler, TUGEV Yayını, Ocak 1996.
- "Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar"**, TÜRSAB Dergisi, İstanbul, 1991.
- "Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar"**, TÜRSAB Dergisi, sayı 102, Haziran 1991, s.10.
- ATAKAN Mert. **"Kongre/Konferans"**, TYD Dergisi, sayı 13, Aralık 1992.
- AVNİ Aker. **"Kongre Turizmde Alt ve Üst Yapının Geliştirilmesi"**, Kongre Turizmi Sempozyumu, Tebliğ, Antalya:1986.
- Çeken Hüseyin, Dalgın Taner, Karadağ L event. **"Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm Ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma"**, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, CVII, Sayı:1, 2007.
- DALLI Özen. **"Altenatif Turizm Modeli Olarak Kongre Turizmi"** I.Bilkent Turizm Forumu, Ankara, 1996.
- EHTİYAR Rüya. **"Alternatif Turizm Hareketlerinde Yükselen Bir Trend: Kongre Turizmi"**, Standard Dergisi, Mayıs 2006, 33-37 .

Gosudarstvennaya Programma Razvitiya Turizma V Respublike Kazahstan Na 2007-2011 Godı. Kazakistan Cumhuriyeti Hükümeti. 2006.

GÖKDENİZ Ayhan. **“Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeri, Fiziksel Donanımları, Boş Zaman-Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye”nin Yapısal Analizi,**” Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi, TUGEY Yayınları No:37, İstanbul, Ocak 1996.

HALL Michael. “Ecology of Governance and it’s Implications For Tourism Policy Analysis”, **Journal of Sustainable of Tourism**, Sayı:19 (5), 2011.

HANSIZ Stella. **“Kongre Turizmi: İmkanlar ve Sorunlar”**, Türsab Dergisi, Haziran 1991.

KOŞAN Abdulkadir. **“Kongre Turizmi”**, Turizmde Seçme Makaleler 24, TUGEY Yayını, Ocak, 1996.

MUHTAROVA Karlığaş, TAJIYEVA Samal. **“Sovremennii Uroven Razvitia Turistskoi İndustrii v Respublike Kazakhstan”**, Sayasat Jurnalı, Sayı:12, 2009.

MUKANOV Beybit. **“Prinsipi Razvitia Turizma v Sentralnom Kazakhstane”**, Sayasat Jurnalı, Sayı:12, 2009.

Oschmann, Suzan. **“Antalya Kongre Şehri Olmaya Hazır”**, TÜRSAB Dergisi, 2003, Sayı:144.

Özbekistan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu. Postanovlenie Kabineta Ministrov Respubliki Uzbekistan O Dalneyshem Sovershenstvovanii Deyatelnosti Natsionalnoy Kompanii “Uzbek Turizm”, 28.07.2004 No: 360.

PALMER Nicola. **“Ethnic Equality, National Identity and Selective Cultural Representation in Tourism Promotion”**, Journal of Sustainable Tourism, Sayı: 15 (6), 2007.

Shelkovıy Put: Uskorenie Potensiala V Tselyah Regionalnogo Sotrudnichestva İ Razvitiya. UNDP, 2000.

Tacikistan Cumhuriyeti İstatistik Ajansı. **Makroekonomicheskie Pokazateli**, 2000-2009, 2009, s.3.

TİKA. Özbekistan Ülke Raporu, 2004.

TOSUN Nurcan. **“Kongre Turizmi ve Ekonomik Getirileri”**, Turizm Dünyası Dergisi, sayı 56, 1994.

Türsab. **Türkiye Kongre Turizmi Raporu**. 2013.

UNWTO, “Tourism Highlights”, 2013.

UNWTO. **Tourism Pearls of the Silk Road**. Madrid, 2005, s.68.

Uzbek Turizm. **O Poraydke Vyezda i Viezda v Respubliku Uzbekistan**, 13.09.2004, No:23.

Uzbek Turizm. **Prilojenie No:1 Pravila Priema İnostrannih Turistov**. 2009.

Yarcan Ş. **“Türkiye'de Son Yıllarda Turizm Gelişmeleri”**, Tebliğ, VII. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası, 1996.

ZAHRA Anne Louis. “Rethinking Regional Tourism Governance: The Principle of Subsidiarity”, **Journal of Sustainable Tourism**, Sayı:19 (5), 2011.

İNTERNET KAYNAKLARI

European Comission, “Strategy Paper 2002-2006 & Indicative Programme 2002-2004”, (Çevrimici) http://www.europa.eu.int/comm/externalrelations/ceeca/rsp2/02_06_en.pdf (20.01.2015)

European Comission, “Strategy Paper 2002-2006 & Indicative Programme 2002-2004”, (Çevrimici) http://www.europa.eu.int/comm/externalrelations/ceeca/rsp2/02_06_en.pdf (20.01.2015)

<http://www.conventionindustry.org/CICMembers/OverviewMission.aspx> (21.12.2014)

<http://www.iapco.org/all-about-iapco/council/members/> (21.12.2014)

<http://www.ibtmworld.com/about/Template---sub-page2/Template---content-page/> (27.12.2014)

http://525.az/site/?name=xeber&news_id=31718 (21.03.2015)

<http://az.baku-art.com/index.php?newsid=9903#.VUvBLI7tmko> (21.03.2015)

http://azertag.az/xeber/Bakida_AITF_2015_14_cu_beynelxalq_Turizm_ve_seyahe_tler_sergisi_achilib-842833 (26.03.2015)

<http://citylife.az/content.php?lang=az&et=5&es=0&n=1&nid=10481> (27.03.2015)

http://expoweb2.pubdyn.com/Show_Management_101/feature436.htm
(01.01.2014)

<http://group-global.org/ru/publication/7940-osobennosti-delovogo-turizma-v-mire-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (30.09.2014)

http://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635a2ac79a5d43a88421316d27_3.html
(15.02.2014)

<http://kommersant.uz/articles/list-articles/biznes-turizm-v-uzbekistane-obzor-rynka-683202> (01.03.2015)

<http://motivationshow.com/hauta.html> (07.11.2015)

<http://sia.az/az/news/culture/351830-azerbaijan-convention-bureau> (26.03.2015)

<http://stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx> (17.02.2015)

<http://subscribe.ru/archive/country.kz.horeca/200702/15123236.html> (15.02.2015)

[http://tengrinews.kz/fotoarchive/707/.](http://tengrinews.kz/fotoarchive/707/) (25.02.2015)

<http://topnovosti.info/best/1054-razvitie-delovogo-turizma-na-territorii-centralnoj-azii.html> (07.03.2015)

<http://turizm.az/az/xeberler/6/> (20.03.2015)

<http://welcomeuzbekistan.uz/ru/vidi-turisma-4/delovoy-turism.html> (01.03.2015)

http://www.aipc.org/wel_intr.php (05.12.2014)

http://www.anatoliajournal.com/atad/depo/dergiler/Cilt19_Sayi2_Yil2008_1304877220.pdf (12.03.2015)

<http://www.articlekz.com/article/6048> (20.02.2015)

http://www.azerbaijan.az/portal/Society/Guests/guests_01_a.html (24.03.2015)

<http://www.baka.org.tr/uploads/1349952305BAKA-KONGRE-TURiZMi-SEKTOR-RAPORU-11EYLUL.pdf>(24.11.2014)

<http://www.belgeler.com/blg/1gnu/azerbaycan-in-turizm-corafyasi-azerbaijan-tourism-geography> (16.03.2015)

<http://www.bilgiustam.com/turkiyede-turizm/> (10.03.2015)

<http://www.en.president.az/articles/4136> (23.03.2015)

<http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulastirma/1024594-turizmin-ekonomik-etkileri.html> (05.02.2015)

[http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-
ulastirma/1029178-turizmin-tanimi-onemi-ve-turkiye-de-gelisimi.html](http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-
ulastirma/1029178-turizmin-tanimi-onemi-ve-turkiye-de-gelisimi.html)

(13.03.2015)

<http://www.gandi.net/whois/details?search=aboutemif.com> (04.01.2015)

http://www.heydaraliyevcenter.az/#1_Haqqimizda (25.03.2015)

<http://www.iacvb.org/IACVB.html> (28.11.2014)

<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm> (20.11.2014)

<http://www.imex-frankfurt.com/aboutimex.html> (04.01.2015)

http://www.international-confex.com/Content/About-Confex/1_7/c (10.01.2015)

<http://www.mct.gov.az/service/lang/az/page/34/> (15.03.2015)

<http://www.mct.gov.az/service/lang/az/page/5/sid/20/nid/2257/n/5/> (20.03.2015)

[http://www.miceexperts.com/news/v-mire/analiz-ryinka-delovogo-turizma-v-
evrope](http://www.miceexperts.com/news/v-mire/analiz-ryinka-delovogo-turizma-v-
evrope). (30.09.2014)

<http://www.onlinexeber.com/yazarlar/gulnar-ismayilova/...turizm-potensiyali/6/>
(15.03.2015)

<http://www.pcma.org/pcma-defined/about-pcma> (03.12.2014)

http://www.tajikistan.orexca.com/rus/tourism_tajikistan.shtml (07.03.2015)

<http://www.telegraf.com/news.php?id=5813> (18.03.2015)

http://www.tourlib.net/statti_tourism/bondarenko.htm (14.02.2015)

<https://www.tourismexpo.ru/mice/news/58121/> (04.03.2015)

tr.scribd.com/doc/100151855/Turizmin-tarihsel-gelisimi (02.09.2014)

www.azeribalasi.com/azerbaycan.../azerbaycan-turizm-bolgeleri-sehirleri
(18.03.2015)

www.belgeci.com/turizmin-tarihsel-gelisimi.html (02.09.2014)

www.goktepe.net/turizmin-tarihsel-gelisimi-2.html (15.08.2014)

www.xula.ru/files/documents/sbornic_2010.pdf (08.03.2015)

REFERAT

Turizm türleri içerisinde yer alan kongre turizmi kitle turizmine alternatif oluşu, sürdürülebilir turizme olan katkısı, turizmin mevsimsellik ve çevre kirliliği sorunlarına çözüm oluşturmaları, yeni destinasyonlar alanları yaratarak turizmin ülke geneline yayılması ve en önemlisi kongre turizmi amacıyla gelen kişi ve grupların yüksek gelir düzeyine sahip olması dolayısıyla yarattığı ekonomik girdinin diğer turizm türlerine oranla fazla olması gibi öne çıkan özellikleri nedeniyle ayrıca ön plana çıkmaktadır.

Turizmin öneminin giderek artması, özellikle turizm potansiyeline sahip olan ülkelerin ekonomilerinde büyük bir ağırlık kazanması ve her yıl geniş kitlelerin uzun mesafeler aşarak seyahat etmeleri, turizm ve turistin tanımlanması ihtiyacını göstermektedir.

Bugün artık turizm ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları ile bir sosyal bilim dalı olarak incelenmektedir. Turizm, dünya ekonomisi içerisinde en büyük sektörlerden birisidir.

Turizmin tanımı ve temel özellikleri dikkate alındığında eğlenme ve dinlenme amacıyla yapılan kısa süreli seyahatler, sağlık ve hava değişimi için yapılan geçici yer değiştirmeler, spor, sanat ve kültür etkinliklerine katılmak veya izlemek amacıyla yönelik seyahatler, inceleme –araştırma gezileri, dinsel açıdan kutsal sayılan bölgeleri ziyaretler, kongre veya bir toplantı nedeniyle toplu veya tek olarak yapılan geziler veya iş seyahatleri turizm olayının kapsamında sayılmaktadır. Buna karşın yalnızca tedavi amacıyla dönük olarak hastanelerdeki konaklamalar, iş arama ve sürekli yerleşme amacıyla yönelik seyahatler, öğrenme amacıyla uzun süreli konaklamalar ve günlük olağan gereksinimlerin karşılanması için yapılan düzenli seyahatler turizmin kapsamı dışında kalmaktadır.

Dünya turizm hareketlerinin özellikle belirli bir bölge ve ülkelerde yoğunlaşması, gerek bu ülkelerin, gerekse diğer ülkelerin dünya turizminden aldıkları payları arttırmak istemeleri sonucunda yeni destinasyonlar ve yeni

turistik ürünler ortaya çıkarmıştır. Bu turizm türlerinden biri de kongre turizmidir.

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

Kongre turizmi, günümüzde döviz girdisini artıran, istihdam yaratıcı özellikleri ile ulusal ekonomiye katkıda bulunan, kültür ve ticaret alanlarındaki etkisi ile dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir turizm sektörüdür. Ekonomik, sosyal, kültürel ve doğal çevre ile sürekli iletişim içinde çok yönlü bir faaliyet olan ve bünyesinde ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence, alış-veriş ve seyahat organizasyonu gibi hizmetlerin tümünü içeren kongre turizmi, en önemli hizmet sektörleri arasındadır.

Kongreler, uzun süre önceden belirlenen organizasyonlar olup dalgalanma ve krizlerden en az etkilenen bir turizm biçimidir. Kongreler bu özellikleriyle, turizmi 12 aya yayarak dönemsel yoğunluk sorunlarını bertaraf etmek ve Türkiye turizm sektörünün en önemli konularından biri olan istikrarsızlık sorununu çözmeye katkı sağlamaktadır.

Kongre faaliyetleri; düzenlendikleri destinasyondaki otellere, kongre merkezlerine, hava yollarına, restoranlara, alış veriş mağazalarına, seyahat acentalarına ve kısaca başta turizm olmak üzere birçok sektöre hareket getirmektedir. Araştırmalar kongre turizminin sağladığı muazzam bir ekonomik etkinin olduğunu ve bu etkinin doğrudan 37 sektörü kapsadığını göstermektedir.

Kongre turizminin yarattığı vergi değerleri, global bir sorun olan işsizlik sorununun çözümüne sağladığı artılar en kolay görünen ve fark edilen değerlerdir. Kongre katılımcılarının bilim ve iş adamları ya da profesyonel ve uzman kişilerden oluşması destinasyonlara çok önemli sosyal ve ekonomik

değerler yaratmaktadır. Bu seçkinlerin kongreye katılımlarından dolayı yaratmış oldukları direkt harcama değerleri yanında, konumları itibarıyla ticari faaliyet ve ilişkilerin gelişmesine de neden oldukları gözlenmiştir. Ayrıca, kongre turizmi, toplumların sosyo- kültürel yapılarına kattığı değerler, ülke ya da bölge tanıtımı ve imajına sağladığı faydalar yadsınamaz önemdedir.

Turizm endüstrisi ile ilgili yapılan araştırmalara göre, dünya yaz, kış olimpiyatları gibi dünyaca tanınmış mega organizasyonlara ev sahipliği yapmak, bir kongre destinasyonu olarak dünya kongre pazarına girmekte başarılı bir strateji olduğu görülmektedir, Bu etkinliklere ev sahipliği yapmak ayrıca imaj ve marka boyutunda da çok önemli değerler ortaya koymaktadır, şehir ya da destinasyonların kongre turizm pazarı içerisinde bir kongre destinasyonu olarak yer alması asgari koşullarda; kongre alan ve imkanları, toplantı kapasiteleri, toplantı odaları yerleşimi ve yer planları, toplantı alanlarının maliyetleri, ulaşım ve maliyeti, yiyecek içecek ve konaklama olanak ve maliyetleri, emniyet ve güvenlik, iklim ve şehrin imajı, eğlence ve rekreasyon, alış, veriş, çevre gezileri gibi alanlarda yeterlilikler gerektirmektedir.

Kongre turizmi turizm alanları içinde en avantajlı turizm dallarından biridir. Çünkü diğer turizm çeşitleri yılın belli bir mevsimlerinde yapılıyor. Ama kongre turizmi mevsime bağlı olmaksızın yılın istenilen döneminde gerçekleştiriliyor. Bu yüzden de kongre turizmi aynı zamanda ekonomik açıdan en çok getiri sağlayan turizm dalıdır.

Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
“Türk Dünyası İşletme” fakültesi
“Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi” branşı üzere
Yüksek Lisans 2.sınıf
BM-12T grup öğrencisi
Nigar MUSTAFAZADE’nin
“Kongre Turizmi ve Önemi” konusunda yazmış
olduğu bitirme tezine

REY

Nigar MUSTAFAZADE tarafından hazırlanan bitirme ödevi Özet, Giriş, 3 Bölüm, Sonuç ve Kaynakça bölümlerini içermekte ve tamamı 134 sayfadan oluşmaktadır. Öğrenci “Kongre Turizmi ve Önemi” konusunda yazmış olduğu bitirme tezinde genel olarak kongre turizmi ve önemi, Kongre turizminin tarihini, gelişimini, dünya ülkeleri arasında yerini yapısal boyutta incelemiştir.

Nigar MUSTAFAZADE'nin “Kongre Turizmi ve Önemi” konusunda yazmış olduğu bitirme tezi yukardaki açıklamalar doğrultusunda hazırlanmıştır. Bitirme tezi savunmaya tavsiye olunur.

Dr. Nurhodja AKBULLAYEV

“Türk Dünyası İşletme” fakültesi

Öğretim görevlisi

Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
“Türk Dünyası İşletme” fakültesi
“Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi” branşı üzere
Yüksek Lisans 2.sınıf
BM-12T grup öğrencisi
Nigar MUSTAFAZADE’nin
“Kongre Turizmi ve Önemi” konusunda yazmış
olduğu bitirme tezine

REY

Nigar MUSTAFAZADE tarafından hazırlanan bitirme ödevi Özet, Giriş, 3 Bölüm, Sonuç ve Kaynakça bölümlerini içermekte ve tamamı 134 sayfadan oluşmaktadır. Öğrenci “Kongre Turizmi ve Önemi” konusunda yazmış olduğu bitirme tezinde genel olarak kongre turizmi ve önemi, Kongre turizminin tarihini, gelişimini, dünya ülkeleri arasında yerini yapısal boyutta incelemiştir.

Nigar MUSTAFAZADE'nin “Kongre Turizmi ve Önemi” konusunda yazmış olduğu bitirme tezi yukardaki açıklamalar doğrultusunda hazırlanmıştır. Bitirme tezi savunmaya tavsiye olunur.

Dos. Qedir BAYRAMLI
“Türk Dünyası İşletme” fakültesi
Öğretim Görevlisi

