

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

LİSANS BİTİRME TEZİ

Made in Azerbaijan kongre turizmi

Hazırlayan

Əli Əliyev

1417.03009

BAKÜ-2018

AZERBAJCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI
AZERBAJCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ
TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

LİSANS BİTİRME TEZİ

MADE İN AZERBAJAN: KONGRE TURİZMİ

Danışman

Öğr.gör.Əbilxan İsayev

Hazırlayan

Əli Əliyev

1417.03009

BAKÜ-2018

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə

TƏSDİQ EDİRƏM

“ ___ ” _____ 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ

“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin Turizm və Otelçilik (Turizm ve Otelcilik) ixtisası üzrə

təhsil alan tələbəsi

Əli Əliyev Əsgər

(adı, soyadı, atasının adı)

Diplom işinin rəhbəri

Öğr.gör. Əbilxan İsayev Şirin

(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)

1. İşin mövzusu MADE İN AZERBAIJAN: KONGRE TURİZMİ

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti tərəfindən təsdiqlənsin

“ _____ ” _____ 2018 il

No

2. Tələbənin sona yetirdiyi işin kafedraya təhvil müddəti: 8 ay

3. İşin məzmunu və həcmi (izahı, hesabı və eksperimental hissəsi, yeni təhlilə ehtiyacı olan müəssisələr) Özet, Giriş, Birinci bölüm, İkinci bölüm, Üçüncü bölüm, Sonuç, Kaynakça, Ek 1

4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar

Sariisik, M., Turkay O. and Akova, O. 2011, “How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies, Elsevier Ltd, pp. 1-9

Kim, S.S., Chon, K. and Chung, K. Y. 2003 “Convention Industry in South Korea: An Economic Impact Analysis”, *Tourism Management* 24, pp. 533–541.

Yee-ManSiu, N., Wan, P.Y.K. and Dong P. 2012. “The Impact of the Servicescape on the Desire to Stay in Convention and Exhibition Centers: The Case of Macao”, *International Journal of Hospitality Management*, 31, pp. 236–246.

A. Simonicca, *Antropologia del turismo. Strategie di ricerca econtesti etnografici*. Roma: La Nuova Italia Scientifica, 1997.

D. Getz, “Event tourism: Definition, evolution, and research”, *Tourism Management*, Vol.29, Issue 3, 2008, pp. 403-428.

Dallı, Ö., (1996). “Alternatif Turizm Modeli Olarak Kongre Turizmi”, I.Bilkent Forumu, Ankara.

Ayşe Nur Timor International Congress Tourism: Overview In The World And Turkey

Whitfield, J.E.,2005,An Analysis and Critique of an Evolving Conference Industry within the U.K. From Post-war to the Present Day, Doctoral thesis, Bournemouth University, pp. 37

İçöz, Orhan 2005 Hizmet Pazarlaması. Ankara: Turhan Kitabevi.

Tourism Western Australia 2009 (Types of Tourism Bisenesses)

<http://www.creativetourism.co.nz/> (Erişim Tarihi: 20.07.2017)

5. Qrafik materiallarının siyahısı dəqiq göstəricilərlə (vacib cədvəl, çertyojlar, yaxud qrafiklər, nümunələr və s.) 12 cədvəl 1 şəkil

6. Buraxılış işi üzrə məsləhətçinin soyadı, adı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi (diplom işinin ona aid olan hissəsini göstərməklə)

Dr. Şahin Əkbərov Şükür

7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:

Sıra No	İşin hissələrinin adı (yetirilmə)	Qurtarma faizi müddəti	İşin yerinə yetirilməsi	(yerinə)
			plan	faktiki
			üzrə	

1. Bölüm (Ekim 2017 – Ocak 2018)
2. Bölüm (Şubat 2018 – Nisan 2018)
3. Bölüm (Mayıs 2018)
4. Bölüm (Mayıs 2018)

Buraxılış işinin rəhbəri _____

imza

Məsləhətçi _____

imza

Tapşırığı imza üçün qəbul etdim _____

(tələbənin imzası)

Tapşırığın qaytarılması tarixi “ _____ ” _____ 2018-ci il

Qeyd 1. Buraxılış işi üzrə verilmiş tapşırıq 2 nüsxədən ibarətdir. Nüsxənin biri tələbəyə verilir, ikincisi kafedrada qalır.

2. Hazırlanmış buraxılış işini tapşırıqla birlikdə tələbə DAK təqdim edir.

BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI

ÖZET

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. KONGRE TURİZMI TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.

1.2. KONGRE TURİZMİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ VE İLİŞKİLERİ

1.3. KONGRE TURİZMI VE 8P

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA KONGRE TURİZMİ

2.1. AVRUPADA KONGRE TURİZMİ

2.2. ASYADA KONGRE TURİZMİ

2.3. ABD'DE KONGRE TURİZMİ

2.4. TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCANIN KONGRE TURİZM POTANSİYELİ

3.1. METODOLOJİ

3.2. ERIŐIM (ACCESSİBLİTY)

3.3. KONA KLAMA (ACCOMMODATION)

3.4. GÖRÜLECEK YERLER (ATTRACTIONS)

3.5 AZERBAYCAN'IN KONGRE TURİZMİ ALANINDA
POTANSİYELİNİN VE SORUNLARININ ÖLÇÜLMESİNE
YÖNELİK YARI BİÇİMSEL MÜLAKATIN SONUÇLARI
SONUÇ VE ÖNERİLE

ÖZET

Turizm endüstrisinin gelişmesi sonucu turizm amacıyla seyahat eden insanların sayısı yıldan yıla artmaktadır. Bu ise uluslararası siyasi durumun iyileşmesi, ekonominin geliştirici olması ve insanların gergin emekten sonra haftasonu gezileri, m zuniyy tlarini kendileri için farklı ortamda geçirmeye eğiliminin yükselmesi ile yansır. Kültürel ve tarihi gelenekleri ile zengin olan Azerbaycan'da birçok turizm türünün gelişmesi için potansiyel var. Aynı zamanda ülkemizin gelişmiş alt ve üst yapısı, ulaşıla bilirliği, görülecek yerlerin bulunması, güvenli olması kongre turizminin gelişmesi için fırsat sunmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Azerbaycan'ın stratejik yol haritasında yer alan "MADE IN AZERBAIJAN" markasının oluşturulması çerçevesinde Azerbaycan kongre turizm potansiyelini ortaya koymak ve dünya tecrübesinden yararlanarak bu alanda Azerbaycan markasının oluşturulması imkanlarını araştırmaktır. İster Stratejik yol haritasında "Made In Azerbaijan" konseptine özel vurgu, isterse dayanıklı gelişmenin sağlanmasında turizmin rolüne devlet seviyesinde verilen önem bu araştırmanın önemini bir kez daha ortaya koyuyor. Bu çerçevede dünyada kongre turizmi birikimi ortaya konmuş, daha sonra Azerbaycan'da kongre turizmi potansiyalı tanımlanmış ve teklifler verilmeye çalışılmıştır. Araştırmamızda nitel yaklaşımı benimsemiştir. Araştırma verileri, bu alanda yazılmış bilimsel makaleler, istatistik  bilgiler ve internet kaynakları gibi ikincil bilgi kaynakları, aynı zamanda mülakat yolu ile topladığımız birincil verileri içermektedir. Verilerin analizinde

nitel analiz yöntemlerinden olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	iii
ÖZET.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ - LİTERATÜR İNCELEMESİ

1.1.KONGRE TURİZMİ TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	6
1.2.KONGRE TURİZMİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ VE İLİŞKİLERİ.....	11
1.3.KONGRE TURİZMİ VE 8P.....	15

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA KONGRE TURİZMİ

2.1.AVRUPA'DA KONGRE TURİZMİ.....	21
2.2.ASYADA KONGRE TURİZMİ.....	24
2.3.ABD'DE KONGRE TURİZMİ.....	26
2.4.TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ.....	28
2.4.1. Türkiye'nin Başlıca Kongre Şehirleri.....	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAJCANIN KONGRE TURİZM POTANSİYELİ

3.1. METODOLOJİ.....	37
3.2. AZERBAJCANIN KONGRE TURİZM POTANSİYELİ VE PROBLEMLERİ.....	38
3.2.1 ERİŞİM (ACCESSİBLİTY)	38
3.2.2 KONAKLAMA (ACCOMMODATION)	40
3.2.2.1. Kongre için Uygun Oteller.....	41
3.2.2.2. Mekanlar (Venues)	43
3.2.2.3. Özel Mekanları (Special venues)	50
3.2.3. GÖRÜLECEK YERLER (ATTRACTİONS)	52
3.3. AZERBAJCAN`IN KONGRE TURİZMİ ALANINDA POTANSİYELİNİN VE SORUNLARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK YARI BİÇİMSEL MÜLAKATIN SONUÇLARI.....	59

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Dünyada Düzenlenen Uluslararası Kongreler.....	19
Tablo 2. Uluslararası Kongrelerin Bölgesel Dağılımı(%).....	23
Tablo 3. Dünyada Uluslararası Kongre Düzenlenen Başlıca Ülkeler ve Şehirler, 2009.....	27
Tablo 4. Türkiye'ye Kongre Turizmi Amacıyla Gelen Ziyaretçiler(2009).....	30
Tablo 5. Türkiye'nin Kongre Kapasitesi (2010).....	30
Tablo 6. Türkiye'de Konaklama Tesislerinin Dağılımı (2010)	32
Tablo 7. Türkiye ve İstanbul'da Yapılan Uluslararası Kongreler.....	35

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Uluslararası Kongrelerin Düzenlendiği Başlıca

Ülkeler, 2009.....25

GİRİŞ

Turizm, istihdam ve gelir yaratan en önemli endüstrilerden biridir. Tarih boyunca farklı konularda bilgi edinme, öğrenme, tartışma, eleştirme, karar verme amacıyla toplantılar yapılmıştır. Kongre turizmi, diğerlerinin yanı sıra en seçkin turizm alternatiflerinden biridir. Özellikle 20. yüzyılın son yirmi yılında hızlandı ve aynı zamanda istihdam için büyük fırsatlar yaratarak büyük gelirler sağlamaya başladı. Kongre turizmi, etkinlik turizmi açısından daha genel bir perspektifte yer almakta olup, turizmin ve olayların sıkı bir ilişki içinde bulunduğu düzeylerden biridir.

Kongre turizminin son yıllarda hızlı gelişimi ve ülkeye katkılarından yola çıkarak hazırlanan bu araştırmanın amacı Azerbaycanın kongre turizmi alanındaki potansiyelini, problemleri və imkanları ortaya koymaktır.

Araştırma özet, giriş, üç bölüm ve sonuçtan oluşmaktadır.

Birinci bölümde Kongre Turizmi ikincil verilere dayanarak literatür incelemesi yapıldı. Burada Kongre Turizminin tarihi, ilk ne zamandan başlanmış bu işe, kongre sözcüğünün tanımı, kriterleri ortaya koyuldu. Kongre turizmini Kotler 8 p olarak isimlendirdiyi pazarlama karması değinildi.

İkinci Bölümde Dünyada Kongre Turizmi, dünya ülkelerinin bu alanda tecrübeleri, kongre turizminde önde olan ülkeler, bunu nasıl yaptıkları hakkında bilgiler ortaya koyuldu.

Üçüncü bölümde Azerbaycanın kongre turizminde potansiyeli ve sorunları, ikincil ve birincil verilere dayanılarak araştırılmıştır. Birincil veriler biçimsel mülakat yöntemi ile bu alanda çalışan ve uzman kişilerden toplanmıştır.

Sonuç kısmında toplanan birincil ve ikincil verilerden yola çıkararak Azerbaycan`ın kongre turizmi alanındaki potansiyeli ve sorunları yorumlanarak teklifler verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KONGRE TURİZMİ - LİTERATÜR İNCELEMESİ

Turizm, istihdam ve gelir yaratan en önemli endüstrilerden biridir. İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra insanlar daha önce olduğundan çok daha fazla seyahat etmeye başladılar. Yaşam standartları iyiye gidiyordu, hane halkının harcanabilir gelirleri yükseliyordu, uzun tatiller için boş zamanlar da artıyordu. Özellikle bu nedenlerden dolayı, gelişmiş ülkeler vatandaşları tüm dünyayı dolaşmaya başladı. Hava ulaşımı, 1945 yılında Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği'nin (IATA) ve 1947'de Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü'nün (ICAO) kuruluşlarının hemen ardından önemli bir yere kavuşmuştur. 2009 Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) verilerine göre, turizm endüstrisinde 210 milyon kişi istihdam edilmekte ve 5,5 milyar ABD dolarlık ciro ile, Küresel GSYİH'nın % 9,4'ünü oluşturmaktadır (Sariisik ve ark. 2011). Toplantılar, teşvik seyahatleri, kongreler ve sergiler (MICE) endüstrisi günümüzde turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen bölümlerinden biridir (Kim ve ark. 2003) ve 252 ülke bu karlı sektörden pay almak uğrunda rekabet etmektedirler (Akova ve Baynazoğlu, 2012). Son on yılda, dünya çapında düzenlenen uluslararası toplantıların (kongre ve sergi dahil) toplam sayısı, 2000 yılında 5186 olan ve %60'lık bir büyüme oranını temsil eden 2009'da 8294'e yükseldi. Asya, 2009 yılında Avrupa ve Kuzey Amerika'nın hemen sonrasında düzenlenen sözleşmelerde üçüncü sırada yer aldı (ICCA, 2009; Yee-ManSiu ve ark, 2012).

Son birkaç on yılda çeşitli turizm alternatifleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu nedenle insanlar spor, sağlık, kültür, eko-turizm ve kongre turizmi gibi farklı turizm faaliyetleri yapmak için şans bulabiliyorlar.

Kongre turizmi, diğ erlerinin yanı sıra en seçkin turizm alternatiflerinden biridir. Özellikle 20. yüzyılın son yirmi yılında hızlandı ve aynı zamanda istihdam için büyük fırsatlar yaratarak büyük gelirler sağlamaya başladı.

İş turizmi, her yıl toplantılara, kongrelere, sergilere, iş etkinliklerine, teşvik seyahatlerine ve kurumsal misafirperverliğ e katılan milyonlarca delegenin tesis ve hizmetlerinin sağlanmasıdır. Antropolojik bakış açısından, turist deneyimi her zaman insanların sıradan yaşamında özel bir olaydır. Yolcular günlük yaşamı, farklı bir aktivite ve yaşam tarzı içine girmek için terk ederler. Aslında, turistler her zamanki bağlarını değiştirmekte ve boş zamanlar veya başka amaçlar için düzenlenen yeni bir çevreyi deneyimlemektedirler (Simonicca, 1997). Aslında, etkinlik turizmi, pazarlama deneyimini ve turizm deneyimini yaşamının bir yolu haline gelen özel olayları ifade eder (Getz, 2008: 403-428). Genel olarak, etkinlik turizmi turizm talebi yaratmak ve turist ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir turist destinasyonunun çekiciliğini artırmayı hedeflemektedir. Bir diğ er hedef ise, pazardaki hedefin yerleştirilmesidir (Simonicca, 1997). Genel olarak, etkinlikler turizmi yaratmak veya turist destinasyonlarını uygulamak için itici faktörlerdir ve bunlar bir hedef pazarlama planında en önemli unsurlardır. Aslında, planlanan olaylar bir hedef rekabetçilik için kuvvet faktörüdür (D. Getz ,Tourism Management,2008, pp. 403-428). Bir kentin kentsel planlamasını yenilemek ve destinasyonların kültürel yönlerini geliştirmek için yararlı durumlar vardır. Aşağıdaki beş faktörü, başarılı olmak için gerekli şartları temsil eder. turizmde: (Tourism Western Australia,2009)

1) Erişim (Access: Turistleri, yaşadıkları yerden gelen turistleri fiziksel olarak taşımak için gereklidir.)

- 2) Konaklama (Accommodation: Başarılı konaklama geliştirme, daha önce hiç olmadığı kadar, kârlı bir bölümün ihtiyaçlarına uygun tesis türünü oluşturmaya bağlıdır)
- 3) Görülecek Yerler (Attractions: Turistik bir cazibe, tipik olarak içinde bulunduğu ya da sergilenen kültürel değeri, tarihi önemi, doğal ya da yerleşik güzelliği ya da eğlence fırsatları için turistlerin ziyaret ettiği bir ilgi yeridir. Bunlar, örneğin, dalış ve beyaz su raftingi gibi fiziksel olabilir veya pasif olabilir, güneş banyosu ve sahilde rahatlatıcı.)
- 4) Kolaylıklar (Amenities: Halka açık tuvaletler, tabelalar, perakende alışveriş, restoranlar ve kafeler, ziyaretçi merkezleri, telekomünikasyon ve acil servisler.)
- 5) Bilinçlendirme (Awareness: bir durumu/yanlış diğer insanlara anlatmak, onların da bu durumun farkına varmalarını sağlamak, hatta bu durumun değişmesini sağlamak amacıyla onları harekete geçirmek.)

Bu faktörlerin uygun bir kombinasyonunu geliştirmek, turizm planlamasının kalbinde yer almaktadır.

Kongre turizmi, etkinlik turizmi açısından daha genel bir perspektifte yer almakta olup, turizmin ve olayların sıkı bir ilişki içinde bulunduğu düzeylerden biridir(A. Simonicca, Antropologia del turismo,1997). Planlanan olaylar günümüzde araştırma ve çalışmanın birleştirici bir alanıdır. D. Getz (D. Getz ,Tourism Management,2008, pp. 403-428) 8 alanı tanımlar:

- (1) Kültürel Kutlamalar,
- (2) Siyasal ve Devlet,
- (3) Sanat ve eğlence,
- (4) İş ve Ticaret,
- (5) Eğitim ve bilimsel,

- (6) Spor yarışması,
- (7) Eğlence,
- (8) Özel Etkinlikler.

1.1. KONGRE TURİZMİ TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarih boyunca farklı konularda bilgi edinme, öğrenme, tartışma, eleştirme, karar verme amacıyla toplantılar yapılmıştır. Aslında, toplantıların tarihi insanlık tarihi kadar eskiye dayandığı varsayılmaktadır. Bu toplantılara, kongre ile aynı anlamı taşıyan konferans, seminer, sempozyum ve panel adı verilmiştir. Günümüzde, iletişim araçlarında, bilgi alışverişinde, karar vermedeki gelişimle birlikte daha kapsamlı ve iyi örgütlenmiş olarak gözlemlenmektedir. İsme bakılmaksızın, insanların toplanmasına ve yer değişmesine ihtiyaç duymaları sebebiyle, turizmin bir kolu haline gelmiştir. Daha önce nadiren görülen toplantıların sayısı (özellikle uluslararası toplantılarda) önemli artış görülürken, bu artışın büyüklüğü kongre organizasyonunun bir meslek haline geldiği ve kongre kavramının bir turizm faaliyeti olarak kabul edildiği sonucuna varmıştır. Turizm endüstrisinin önemli bir bölümü olan ve MICE (Toplantılar, Teşvikler, Kongre / Konferanslar ve Sergiler/Etkinlikler) olarak kısaca tanıtılan kongre turizmi, "seyahat, konaklama ve gezi, eğlence gibi diğer faaliyetleri içeren tüm ilişkiler" olarak tanımlanmaktadır. Uzmanlık gerektiren bilimsel konularda bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla yerel bölgelerde, çalışma yerlerinde veya diğer yerlerde toplanmanın bir sonucu olarak ortaya çıkan kongre turizmi sadece kongreleri kapsamaz, bunun yerine bu konseptin daha geniş anlamda seminerler, sempozyumlar, konferanslar ve benzeri

olayları kapsayan faaliyet olarak görülmesi tercih edilmektedir. Kongreler, amacına, olayın bulunduğu yere, katılımcı sayısına ve sıklığa göre farklı isimler altında sınıflandırılabilir. Etkinlik yeri olarak "ulusal" ve "uluslararası" kongre olarak adlandırılmakta ve ayrıca kongre turizminin en yüksek payı dünyada uluslararası kongreler üzerine düşüyor. Uluslararası kongreler, ulusal kongrelere göre daha karmaşık bir yapıya sahiptir ve son yıllarda ülkelerin turizmden gelir elde etmenin başlıca hedeflerinden biri haline gelmiştir. (Dallı, 1996; Oktay, 1997; Aymankuy, 2006)(Aktaran Ayşe Nur Timor 2011 Temmuz).

Konferans ve kongre terimleri, bölgeye veya yazarın tercihinine bağlı olarak genellikle literatürde karşılıklı olarak kullanılır. Ayrıca, kongre turizminde şu anda kullanılan birçok terim Latince. Örneğin, 'konferans' ortaçağ konferansından ve 'oditoryum'dan' gelen auditorius'dan gelmektedir. Kongreler, çoğunlukla bilgilendirme ve genel kabul görmüş klasik tam üyelik toplantısı şeklinde genel oturumlar olarak kabul edilir. Söz konusu toplantı ve kongreler, şu kriterleri içermelidir (Whitfield, 2005).

- Toplantıya en az 50 katılımcı katılmalıdır.
- Düzenli olarak planlanmalıdır (yalnızca bir defalık organize edilmemelidir).
- En az 3 farklı ülke arasında hareket etmelidir (ICCA 2010)

ICCA istatistiklerine göre, Kuzey Amerika son on yılda toplantı başına en fazla ortalama delege alan bölgedir. (1) Katılımcıların çoğunluğunu memnuniyetle karşılayan Kuzey Amerika (2) Avrupa, (3.) Asya ve Orta Doğu sıra'yı ard arda takip eden toplantı sayısındaki liderliği elinde tutuyor. Özellikle son on yılda, Asya/Orta Doğu ve Afrika'daki toplam katılımcı sayıları, Kuzey Amerika ve Okyanusya pahasına arttı. Ayrıca,

Kuzey Amerika ve Avrupa'dan Almanya, Fransa ve İtalya'dan gelen ABD, dünya çapında sıralamaya göre en iyi on listede yerlerini alıyor: ülke istatistikleri başına toplantı sayısı (ICCA raporu 2010). Asya-Pasifik bölgesindeki kongre pazarı da 1980-1996 döneminde % 124 artmıştır. Kongre çalışmaları genel olarak yer seçim faktörleri, ulusal ekonomiler üzerinde kongrenin ekonomik etkileri, katılımcı motivasyon faktörleri, karar verme süreçleri de dahil olmak üzere planlamacı sorunları, destinasyon algısı ve imaj değerlendirme ve kongre kalitesi boyutları üzerine odaklanmıştır (Hutchinson, 1997).

Kongre endüstrisinin ekonomik etkisi şu şekilde özetlenebilir (Kim ve ark 2003):

1. bir sözleşmenin delege sayısı büyüktür;
2. bir şehir veya ülkede kalan gün sayısı zevk gezginlerden başka amaçlarla uzar;
3. uluslararası sözleşme delegeleri diğer gezginlerden daha fazlasını harcamaktadır;
4. bir toplantıya katılan delegeler aynı zamanda tur öncesi veya sonrası (keyif için) katılma eğilimindedir;
5. sözleşmeden etkilenen endüstriler çeşitli ve birbiriyle ilişkilidir.

Kongre endüstrisi turizmin mevsimsel baskılarını dengeler. Konferanslar genel olarak mevsimlik turizmin zirve noktalarından kaynaklanan dengesizlikleri azaltarak düşük mevsimlerde tutulur (Var ve ark, 1985; Opperman ve Chon, 1997; Zhang ve ark., 2007). Diğer yandan denizaşırı kongre katılımcıları turizm endüstrisi için değerli varlıklardır. Genellikle daha uzun kalırlar ve diğer turistlerden daha fazla para harcıyorlar. Katılımcılar, başkalarını bir ülke veya bölgenin teklifleri ile ilgili etkilemek için iyi bir konumda bulunan kanaat önderleridir. Olumlu

yazılı-sözlü yorumlarından ötürü, ev sahibinin bulunduğu yerde olumlu bir imajla turizmin geliştirilmesine yardım ederler. Dolayısıyla, gevşek mevsimlerde ev sahipliği yapan yerin otelleri doldurmasına yardımcı olabilir (Zhang ve diğerleri, 2007).Kongre cirosunun büyük bir kısmı, oteller, kongre organizatörleri, perakende satış mağazaları, ulaşım şirketleri ve eğlence sağlayıcıları gibi ağa bağlı firmalardan elde edilmiştir. Bu, daha fazla kâr ve daha yüksek istihdam düzeyleri açısından yerel ekonomi üzerinde olumlu etkilerin oluşmasına yol açmaktadır (Opperman & Chon, 1997; Bernini, 2009). Ayrıca, toplantılar, kongreler ve ticaret fuarları yerel bir ekonomi üzerinde önemli doğrudan ve dolaylı etkilere sahiptir (Grado ve diğerleri 1998). Örneğin, 1999 yılında Las Vegas 4,1 milyardan fazla ekonomik etkiye sahip ve 3,7 milyon delege için 3847 konferansa ev sahipliği yapmıştır. Aynı yıl Orlando 4,84 milyon katılımcıyı ağırlamış ve tahmini 2.8 milyar dolar gelir elde etmiştir. 1996-1997 yılları arasında Sydney'deki konferanslara uluslararası görevliler kaldı. Kentte ortalama 6.9 gece ve Avustralya'da toplam 10 gün ve konferans kayıt ücretleri, konaklama yerleri, yerli uçak bileti, alışveriş, restoranlar ve Sidney'deki diğer masraflar için ortalama \$5722 harcadı ve bu tutar yaklaşık 7700 ABD Doları'na ulaştı.Ayrıca, Avustralya'da düzenlenen uluslararası sözleşmelere katılan yabancı delegelerin % 79'u beş ya da dört yıldızlı otellerde kalma eğilimindeydi.Ve tüm uluslararası delegelerin yaklaşık % 50'si öncesi ya da konferans sonrası tura katıldı ve ülkede ortalama 3.1 gün daha kaldı.Özellikle Avustralya'nın toplantıları ve sergileri, Avustralya ekonomisine doğrudan harcamalarda yıllık 7 milyar dolar civarında bir artış sağladığı tahmin edilmektedir.Braun (1992), konut harcamasının doğrudan aşağıdaki sektörleri etkilediğini belirtti: oteller ve diğer barınma; Yeme ve içme tesisatları; Çeşitli perakende; Eğlence

ve rekreasyon; Üye kuruluşlar; ulaşım servisleri; iş hizmetleri; sosyal Hizmetler; Yapı malzemeleri ve bahçe arzı; Sağlık Hizmetleri; Onarım hizmetleri; Müzeler, Botanik bahçeleri ve Hayvanat bahçeleri (Kim ve ark. 2003).

IMEX Group, İş Etkinliklerinin Geleceği ile ilgili "Konferans 2020" çalışmasının sonuçlarını paylaşmıştır. Araştırmanın bulguları aşağıdakilerdir: (Alderton, 2012)

- i. Ankete katılanların yüzde 71'i küresel ekonomik belirsizlik ve istikrarsızlığın dünya genelinde sektörde etkili olmasını bekliyor.
- ii. Ankete katılanların neredeyse yarısı (yüzde 49), canlı toplantı teknolojilerinin kalitesi ve maliyetindeki gelişmelerin etkisini deneyimlemeye başlayacağımıza inanıyor.
- iii. Ankete katılanların yüzde 47'si gelecek toplantılarda önemli bir rol oynamak için daha kısa ve hızlı iş döngüsü bekliyor.
- iv. Ankete katılanların yüzde 46'sı, Asya'dan gelen artan politik ve ekonomik etkiyi bekliyor.
- v. Ankete katılanların yüzde 86'sı, etkinlik tasarımcısı, öğrenme mimari ve dijital strateji uzmanının etkin roller alacağını belirtmişler.
- vi. Ankete katılanların büyük çoğunluğu (% 91) aşağıdaki ifadeyi kesinlikle kabul etti: Ekonomik döngülere karşı savunmasızlığını azaltmak için, iş etkinlikleri endüstrisi, etkinlik sahipleri, delegeler, sponsorlar, katılımcılar ve diğer kilit paydaşlar için somut yatırım geri dönüşü sağlamalıdır.
- vii. Etkinlik organizatörleri için en çok öne sürülen 3 maliyet kontrol taktikleri şöyledir: kârlı olmayan toplantıların kapatılması, daha

kısa etkinlikler yapılması ve etkinlik maliyetlerini paylaşmak için diğer organizatörlerle etkinliklerin eşleştirilmesi.

- viii. Dernekler ve ticari etkinlik sahipleri için, ek gelir elde etmek için en popüler olduğu düşünülen üç geleceğe yönelik taktikler şunlar gösterilmiştir: sponsorlar ve katılımcıları çekme konusunda spor gibi sektörlerden öğrenmek, bu etkinliği yıl boyu gelir elde etme ve premium fiyatlandırma için platform haline getirmek.
- ix. Önümüzdeki on yılda canlı etkinlikler üzerinde en çok etkiye sahip olması beklenen teknoloji gelişmeleri mobil uygulamalar, ücretsiz WiFi ve uzak izleyiciler için video akışıdır.
- x. Endüstrinin karşılaşacağı en büyük beş güçlük şunlardır: kendine özgü bir endüstri kişiliği geliştirmek, evrensel ekonomik etki modelleri oluşturmak, uygunluğu ve değeri kanıtlamak, stratejik olarak düşünmek ve hareket etmek, çevikliği ve esnekliği beslemek.

1.2. KONGRE TURİZMİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ VE İLİŞKİLERİ

Genel olarak, seyahat fırsatı, gelir artışı ve turizm gelişimini sağlayan bol boş zaman gibi farklı sosyo-ekonomik faktörler uluslararası kongre turizminin gelişimi üzerinde etkili olmaktadır. Öte yandan, gelişimi teşvik eden bazı özel nedenlerin bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Bilimsel ve teknolojik gelişmelere paralel olarak bilgi birikimi ve hızlı bir şekilde yenilenmesi, diğer yandan gelişmekte olan ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik işlerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütler, kongre ve toplantı organizasyonunun gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Birinci öncelik, bir taraftan bilimsel ve teknolojik gelişmelerin ve

uzmanlığın artırılması ve kongre merkezi veya toplantı salonu gibi mekanlara yönelik yatırımların artırılmasına paralel olarak karşılıklı etkileşim kurmak için birbirleriyle karşılıklı etkileşime girme ve toplantı yapma ihtiyacıdır. Burada sunulan hizmetler ve bu gibi ihtiyaçların karşılanması, uluslararası kongre turizminin gelişiminde önemli etkiye sahiptir. Kongre, herhangi bir mevsime bağlı kalmaksızın yıl boyunca düzenlenebilen karakteriyle turizm sezonunu genişletebilir. Bu sayede turizm yatırımları daha verimli bir şekilde kullanılabilir ve kongre turizminin diğer turizm sektörleriyle zaman-mekan açısından etkileşimi göz önüne alındığında tamamlayıcı karakteri ortaya çıkmaktadır. Her kongre, turizmde bir etkinlik yaratıyor: yüksek gelirli ve kültürlü uluslararası kongrelere katılanların, doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri öğrenme eğiliminde oldukları ve eğitimleri dışında eğlence ve sanat merkezlerine ve lokantalara da katılma eğilimi var. Bu konuda sınırlı sayıda istatistiksel ve ekonomik veri bu ekonomik etkilerin ölçülmesini zorlaştırmaktadır. Uluslararası kongrelerden kaynaklanan ekonomik etkilerin belirlenmesinde iki farklı harcama yapılmıştır: Birincisi, kongreye katılım ve organizasyon; İkincisi, kongrede ve sonrasında katılımcılar tarafından yapılan masraflar. Kongre turistleri diğer turistlere göre dört-beş kat daha fazla harcama yapabilirler. Bu nedenle, uluslararası kongre turizminin döviz kazancına katkısı küçümsenemez. Konaklama, ikram, seyahat, alışveriş, eğlence ve toplantı sırasında kongreye gelen delege ihtiyaçlarını karşılamak için farklı etkinlikler yapmak zorundadır. Bu, birçok kişinin istihdam edilmesini sağlar ve doğrudan geliri kuruluş kendine getirir. Bir diğer önemli etki, şehir veya bölgede altyapı ve üstyapı gelişimini sağlamaktır. Bütün bu ekonomik faaliyetler nedeniyle, uluslararası kongre turizmi birçok ülkede en çok desteklenen turizm türü olmuştur (Aymanıkuy, 2006).

Uluslararası kongrenin katkısı ekonomik verilerle sınırlı değildir. Diğer turizm türlerinde görülebileceği gibi, uluslararası kongre turizminin odağı insandır. Uluslararası kongre turizmi çok boyutlu bir turizmdir. Özellikle kültür turizmiyle yakın ilişki ve etkileşim içindedir. Çünkü, kongre öncelikle kültürel bir faaliyettir. Katılımcılar bölgedeki yerli halktan, sosyal ve kültürel yapıdan etkilenmekte, toplumsal ve kültürel açıdan ülkeyi ve bölgeyi etkilemektedir. Toplantılar ana amaç olmakla birlikte, toplantılardan yalnızca bir kongre programı oluşturulmamaktadır. Toplantılar dışında zamanlarda çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Katılımcılar ziyaret edilen ülke veya şehir hakkında bilgi sahibi olmak, eğlence ve spor faaliyetlerine katılmak ve alışveriş yapmak için tarihi ve kültürel mekanları ziyaret ederler. Bu nedenlerden dolayı, zengin kültürel mirasa sahip merkezler, uluslararası kongrelerin iyi geliştirilebileceği yerlerdir (Ayman, 2003). Büyük kongreler büyük gösteri fırsatlarını beraberinde getirir. Etkinlik şehri, dünyanın gündemine getirebilirler, basına yansımaları en etkin gösteri türlerinden biri olabilir. Uluslararası kongreler bir ülke için "önemli bir reklam aracı" olarak kabul edilir ve bu şekilde tüm turizm sektörünü olumlu şekilde etkiler (Eralp, 1983; Usal, 1984; Dallı, 1996; Özgüç, 2011) (Aktaran Ayşe Nur Timor 2011 Temmuz). Uluslararası kongrenin düzenlendiği kongre merkezleri, çoğunlukla gelişmiş şehir merkezlerinde veya bölgeler yakınlarında yoğunlaşmaktadır. Kongre merkezleri veya diğer toplantı binaları/salonları gibi sabit yatırımlar pahalıdır ve bu nedenle hükümet ve yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilmektedir. Tüm bu alanlar, teknik ekipman ve diğer faktörler açısından güçlü bir altyapı gerektirir. Ayrıca otel rezervasyonundan farklı transferlere, merkezin veya binanın organizasyonundan eşzamanlı yorumlamaya kadar çeşitlendirilmiş ve mesleki becerileri gerektiren

hazırlıklar içerir (Aydın, 1997). Kongreler çoğunlukla (% 43.5) kongre merkezlerinde düzenlenmektedir. Öte yandan son yıllarda otel işletmelerinin kullanımının arttığı görülmektedir. 2005 yılında kongre %35,7'si otel salonlarında yapılırken örneğin, bu oran eğitilmiş nedeniyle böyle sürekli yüksek hizmet standartları gibi nedenlerle bağımsız otel yerine zincir oteller ile çalışmayı tercih edilmiştir. Personel, esnek fiyat görüşme fırsatları, katılımcılara otel itibarının katkısı, büyük organizasyonlara ev sahipliği yapma kapasitesi ve gelir kongrenin organize edildiği yer üzerinde rol oynamaktadır. Bunu takiben, üniversitelerde toplantı salonlarında tercihler sırasındadır (% 14.9). Uluslararası kongre katılımcıları sürekli artmaktadır: bu rakam 2005 yılında 3,5 milyon iken, 2008 yılında 4.9 milyon, 2009 yılında 5,2 milyon ulaştı. Son on yılda (2000-2009) ortalama 1 kongreye katılan kişi sayısı 812 kişidir. Bu rakam 2005 yılında 602 idi ve son on yılın en düşük rakamı 2009 yılında düzenlenen kongre % 27'sinde katılımcı sayısı 593 katılımcı ile gözlemlendi. Genel olarak, Kuzey Amerika'da yapılan kongre en fazla katılımcıya sahiptir. Uluslararası kongrenin eylül ayında (% 18,3) ve Haziran ayında (%14,2) yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bundan sonra Mayıs (% 11.8), Ekim ve Kasım (% 10.9) kongreler organize edilmektedir. Bu durumda, en popüler dönem uluslararası kongrelere göre Mayıs ile Kasım ayları arasındadır. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren Temmuz ve Ağustos aylarında yapılan kongrenin kademeli olarak azaldığı, bunun aksine Mart ve Kasım aylarında yapılan kongrenin giderek arttığı görülmektedir. Bu, kongre turizmi sezon periyodunu uzatmakta olduğunu göstermektedir. 2000'li yılların başından itibaren yaşanan bir diğer eğilim, maliyetleri düşürmek amacıyla kongre sürelerini kademeli olarak kısaltmaktır. Rakamlar 1994'te 4.73 gün, 2000'de 4.45 gün, 2004'te 4.13 gün ve 2009'da 3.95

gün olarak kısaltılmaktaydı. Benzer şekilde benzer nedenlerle örgütlenme sıklığında bir değişiklik görülüyor: çoğu yılda bir kez düzenleniyor , Yılda iki kez düzenlenen kongreler kademeli olarak azalmaktadır (Weber, 2001; ICCA, 2010) (Aktaran Ayşe Nur Timor 2011 Temmuz).

1.3. KONGRE TURİZMİ VE 8P

Sekiz P, Ürün, Fiyat, Promosyon, Dağıtım, Programlama, Fiziksel Unsurlar, Turizm pazarlama karmasının bileşeni olan Ortaklık, İnsan kongre turizmine adapte edildi. Dahası, karışımın zenginleştirilmesi de dahil edilmiştir. Yaratıcı turizm etkinlikleri ve dolayısıyla "Kongre Turizmi Pazarlama Karması" için bir model kongre ve toplantı hizmetlerinin satılabilirliğini etkileyen temel faktör, iş dünyası ile pazarları arasındaki ilişkilerin bir köprüsüdür. Kotler (2003) pazarlama karması "Hedef pazarı takip etmek için kullandığı pazarlama araçlarıdır."Kotler'in kongre turizmine yönelik temel pazarlama konsepti, kongre ve toplantıyı organize eden firmalara ve uygun bir pazarlama karması kullanarak müşteri memnuniyetine ulaşma hedeflerine odaklanmaktadır.Pazarlama karması, belli bir mülk, şehir ve alan için işletme bölümlerinin göreceli sıralamasını belirtir ve ortak segment sınıflamalarına dayanmaktadır (Hoyle, Dorf & Jones, 1995). Pazarlama karması, satış çabasını etkileyen her faktörden oluşur (Astroff ve Abbey, 1988). Dağıtım karması, kongre turizmi ve yaratıcı turizm açısından değerlendirilir. Kongre oteli ve kongre merkezleri hizmet işletmeleridir ve çeşitli dağıtım kanallarını kullanmaktadırlar. Bununla birlikte, her şeyden önce, müşteri ihtiyaçlarını, beklentileri ve ihtiyaçları ile dağıtım seçeneklerini belirlemeli, en uygun dağıtım sistemini kuralmalı, pratik seçenekleri, dağıtım kanallarının tasarımını ve modelini

değerlendirmelidir (İçöz 2005). İçinde Aracılar Seyahat dağıtım karması, yani otel satış temsilcileri, seyahat acenteleri, tur operatörleri, Toplantı plancıları, toplantı büroları, internet, teşvik planlayıcıları, hedef işletmeler, kongre turizmine dahil edilmelidir, böylece dağıtım karışımı oluşturulabilir. Aracılar, yaratıcılık hakkında bilgi veriyor. Turizm ve faaliyetler model uygulama yoluyla gösterilmektedir. Aracılar müşterilerine bu gibi faaliyetleri anlatır ve aynı zamanda geziler düzenleyebilir. Böylece, aracı kurumlar yaratıcı turizmi içinde bir köprü görevi görürler. Kongre veya toplantı turizm yerlerine olan talep bazı siyasi, iklimsel veya ekonomik nedenlerden ötürü bir miktar istikrarsızlık gösterebilir. Bu durum devam ederse, hedef pazarlama yöneticilerinin talebi arz ile dengelemek için bazı düzenlemeler yapmak durumundadır. Düşük mevsimlerde, yaratıcı turizm faaliyetleri talep yaratma fırsatı sağlayabilir. Düşük doluluk durumlarında fiyatları düşürmek yerine ürünün farklılaştırılması daha iyi bir alternatiftir. Ayrıca, yüksek sezon boyunca, yaratıcı turizm faaliyetleri de daha yüksek fiyatları haklı kılmak için kullanılabilir. Misafirler seçim için farklı bir şeyler ararken yaratıcı turizm, ayırt edici bir avantaj ve ayırt etmenin bir yolu olabilir. Dağıtım karışımını takiben, hedef pazarla ilişkili olarak ürün ve yaratıcı turizm deneyimleri programlanmalıdır. Bu programlama aşaması, ürün karmasının oluşturulmasını takip etmektedir. Bu aşamada, kongre turizminin ana bileşenleri olan kongre merkezleri ve kongre otelleri bir turizm ürünü olarak değerlendirilmelidir. Geleneksel olarak, bir turizm ürünü iki şekilde görünebilir. Bir ülkenin veya bölgenin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel kaynaklara bağlı olabilir. İkincisi, tüketicilerin hareket etmelerine ve tatil yapmalarına, yani tüm turistik kitle turizmine katılmalarına izin veren tüm hizmetleri içerebilir. Yukarıdaki tanımda belirtildiği üzere "turiste veya insanlara

hizmet veren işletmeler" ifadesi açısından kongre otel ve kongre merkezleri temelde turizm ürünleridir. Richards ve Raymond'a göre, ülkenin veya herhangi bir alanın tarihsel, kültürel ve sanatsal varlıkları, hedefin ve toplumunun kültürünü kapsayan yaratıcı turizm içinde kullanılır (<http://www.creativetourism.co.nz/>). Halı dokumacılığı, zeytinyağı imalatı, sabun yapma, pekmez üretimi, çanak çömlek, dokuma, yerel nakış, noktalı dantel, meyve şarabı vb gibi yaratıcı turizm için kullanılabilir etkinlikler bir turizm ürünü olarak görülmelidir. Bununla birlikte, bu ürünlerin karmaşıklığı, bunları paket olarak düşünmeye ve pazarlamaya ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca, kongre katılımcıları, planlamacılar ve organizatörler, hizmetin verildiği yere gitmelidir. Böylece, yaratıcı turizm etkinliklerine katılımları ile katılımcıların o bölgenin kültürüne olan ilgisini artırma fırsatı bulunmaktadır. Örneğin, bir kongre için İzmir'e gelen katılımcılar için düzenlenen Şirince köyü gezisinde katılımcılar yaratıcı turizm etkinliklerine katılmakta ve bölgenin kültürünü keşfedebilmektedirler. Yerel halkın ihtiyaçları ve beklentileri, kültürel uyumluluk ve turistik standartlar, herhangi bir turizm ürününün yaratılması için son derece önemlidir. Ziyaretçi ve yerli halk arasındaki temasların yüksek kalmaya devam etmesi ve ziyaretçilere catering yapmakla görevli yerli halklar için artması beklenebilir (Butler, 2006). Bir turizm destinasyonunun geliştirilmesi, yerel yönetimlerin ve toplulukların yaşam alanlarını geliştirmiş bir turizm merkezi haline getirmek ve farklılaşma stratejilerini benimsemeleri için samimi arzu ve şerefine bağlıdır (Olalı & Timur 1988). Kongre merkezlerinde ve kongre otellerinde düzenlenen uluslararası ve ulusal kongreler, varış yerinin kalitesini arttırmaktadır. Bunun nedeni, ziyaretçilerin eğitim ve kültür düzeyinin yüksek olması ve yerleşim birimlerinin yaşam standartlarına etkisidir. Bu

şekilde, yerel halkla bir şeyler paylaşan yaratıcı turizmin temel amacı da elde edilmektedir. Kongre merkezleri ve kongre otellerinde ürün olarak çalıştıktan sonra fiyat faktörü, kongre turizmi bağlamında yaratıcı turizm ile birlikte analiz edilebilir. Tipik olarak iki faktör fiyatı belirler (Goldblatt, 1997). Birincisi, etkinlik yöneticisi, olayın mali felsefesini belirlemelidir. İkinci faktör, benzer olaylardan gelen rekabetle ilgilidir. Bu iki faktör - iş yapma maliyeti ve pazar rekabet - fiyatı etkiliyor. Ayrıca fiyat, hizmet sektöründe hem ekonomik hem de psikolojik rol oynamaktadır. Fiyatın psikolojik rolü, hizmetlerde vazgeçilmez görülmektedir çünkü tüketici, diğer hizmet kalitesi göstergeleri yoksa (Zeithaml, 1988) kalitenin bir göstergesi olarak fiyata güvenir. Ekonomik rolü açısından fiyat, işletmenin gelirini belirler ve karlılığı etkiler (İçöz, 2005).

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA KONGRE TURİZMİ

Kongre turizmi olarak kabul edilebilecek ilk uluslararası toplantı, 1681 yılında Roma'da yapılan tıbbi bir sözleşmedir.Öte yandan, uluslararası kongre literatürünü göz önünde bulundurarak, 1815 yılında yapılan Viyana Kongresi, siyasi önemi nedeniyle ilk uluslararası kongre olarak kabul edilmektedir.Bundan sonra, yılda en fazla beş uluslararası kongrenin uzun süredir organize edildiği düşünülmektedir.Dünyadaki ilk kongre ve ziyaretçi bürosu, 1895 yılında Detroit'te kuruldu.

Yirminci yüzyıldan başlayarak, kongrenin çoğu Avrupa'da yapıldı ve Paris üstün geldi.Örneğin, 1900 yılında düzenlenen 232 uluslararası kongrenin 202'sini Paris'te yaptık.Kongrenin sayılarının yavaş ama sürekli olarak arttığı yönünde bir eğilim görülüyor. Küresel ekonomik krizin ve gelişmeyi etkileyen çeşitli faktörlere rağmen uluslararası örgütlerin ve kurumların ve şirketlerin kuruluş bütçesi üzerindeki baskısı da dahil olmak üzere, 1990'lardan sonra (özellikle 1993-2000 yılları arasında) yapılan uluslararası kongre sayısı, büyüme oranı ile artmıştır yıllık %2.3'lük bir oran. Günümüzde, dünyadaki kongre turizmi önemli bir noktaya gelmiştir; Doğrudan ya da dolaylı olarak dünya ekonomisindeki payı 150-200 milyar dolardır

Tablo 1. Dünyada Düzenlenen Uluslararası Kongreler

<i>Years</i>	<i>Number of Congress</i>	<i>Years</i>	<i>Number of Congress</i>
2000	5.186	2005	7.634
2001	5.187	2006	8.094
2002	5.979	2007	8.586
2003	6.198	2008	8.715
2004	7.274	2009	8.294

Kaynak:ICCA Statistics Reports, 2010.

ICCA (Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği), UIA (Uluslararası Birliği Dernekler Birliği) ve EFCT (Avrupa Konferans Birliği), dünyadaki uluslararası kongre turizm hareketlerini denetleyen, pazarın nabzını test eden ve araştırma yapan üç önemli uluslararası organizasyon var.).Bu organizasyonların her biri uluslararası kongre turizmindeki gelişmeleri farklı kriterlere göre izlemektedir. Bununla birlikte, ICCA çalışmalarıyla sağlanan kapsam ve sonuçlar en önemlisidir.ICCA, uluslararası kongrede sanayiye değerlendiren her yıl bir rapor hazırlıyor ve bu rapor dünya kongre turizmi istatistiklerinde önemli bir kaynak oldu.Bu alışmada ICCA tarafından uluslararası kongrelere ilişkin değerlendirmelerde verilen veriler kullanılmaktadır.ICCA kriterlerine uygun uluslararası kongreler sayısı2000'de 5.186'dan 2009'da 8294'e; Son on yılda% 59'luk bir artış, kongre turizmindeki iyileşmeyi büyük lde yansıtıyor. Uluslararası kongre sayısındaki artışın yanı sıra dünyanın birçok yerinde büyük kongre merkezleri kurulmakta ve katılımcı sayısı da artmaktadır. Her ne kadar uluslararası bir kongreye ortalama 500 kişinin katıldığı varsayılsa da, 5.000-10.000 hatta 20.000 üyeli kongre gerçekleştirildi (zşen, 1989; Arslan, 2009).

Uluslararası kongre turizmindeki konum faktörleri, diğer insan yapımı rekreasyon tesisleri ile aynıdır ve merkezi şehirlerde ulusal ve bölgesel lkte bir araya gelme eğilimi gösterirken belli yerlerde toplanmaktadır.Bugün şehirler tarafından yönlendirilen noktalardan biri konferanslar ve toplantılardır.Bu nedenlerle, katılımcıların normal bir turistten daha fazla vakit geçirmesi, daha fazla para harcaması ve farklı iş olanakları yaratması, kentleri bu açıdan daha fazla gayret göstermeye teşvik etmiştir.örnek vermek gerekirse, ABD'de New York, Dallas,

Chicago ve Orlando gibi şehirler yılda yaklaşık 2 milyar delegeyi ve her şehirde 1 milyar doların üzerinde bir gelir elde etmiştir.

Aslında, bu açıdan dünyanın büyük şehirleri arasında bir rekabet var. İş hacminde ve toplantı seyahatlerinde büyümek, pek çok şehri bu açıdan organize edilmeye yönlendirmiştir. Birçoğu bir kongre merkezi kurmak istiyor.Örneğin, ABD'de, 1980'lerde sayıların neredeyse iki katı olan 380 kongre merkezi var; bunların çoğu yenileniyor ya da genişletiliyor.Öte yandan otel zincirleri toplantılarla ilgili sert bir savaşa giriyor.Büyük otel zincirlerinin çoğunda cironun yarısı toplantılar ve kongrelerden oluşur (Özgüç, 2011).

Uluslararası kongreler, dünya ekonomisinin çekirdeği olarak kabul edilen ülkeler tarafından kolayca erişilebilen başkentlerde veya merkezi büyük kentlerde örgütlenmiştir. Viyana 2004 yılında başlayan saldırısına devam ediyor ve kongrenin düzenlendiği şehirler arasında birinci sırada yer alıyor.Kongre düzenindeki en fazla şehir Viyana, Barcelona, Paris ve Berlin gibi bazı Avrupa ülkeleri iken Kopenhag, Stockholm, Amsterdam ve Lizbon bunları takip etmektedir.Singapur ve Pekin, Avrupa dışındaki iki önemli kongre merkezidir.Özellikle Pekin, 2007'den başlayarak hızlı bir gelişme gösterdi ve ilk on ülkeye yerleşmeyi başardı. Son yıllarda İtalya ve İstanbul'da Roma ve Floransa belirginleşti.Öte yandan, Avrupa'daki Davos gibi siyasi temelli bazı yerleşimler, aynı özelliklere sahip olduğu için de bir kongre merkezi olarak kabul edilebilir (ICCA, 2010).

2.1.AVRUPA'DA KONGRE TURİZMİ

Uluslararası kongrenin bölgesel dağılımını incelerken, düzenlenen kongrenin en fazla bulunduğu bölge Avrupa'dır. Avrupa her zaman kongre merkezidir. Doğu Asya ve Pasifik ülkelerinin önemi ve rekabet

gücündeki artışa bağlı olarak, son yıllarda pazar payında ufak bir düşüş görülmekle birlikte, Avrupa hala cazibesini koruyor ve bu bölgede en fazla kongrenin yapıldığı görülüyor (Yaklaşık% 55) sürekli olarak.

Bunu sağlayan faktörler şöyle sıralanabilir:Kongre turizmi için gerekli altyapı ve üstyapıların gerekli nitelikleri vardır ve yeterli düzeyde;Birçok siyasi ve sosyal organizasyonun merkez ofisi Avrupa'da (WTO-Madrid, NATO, Brüksel, FAO-Roma) bulunur; Ekonomik ve politik bir birlik kurmayı hedefleyen Avrupa ülkelerinin yapısı, sık sık toplantı ve kongre düzenlemeye başlamış; Avrupa'daki çok uluslu şirketlerin merkez ofisi ve bu şirketler toplantılarını merkez ofislerine yakın yerlerde yapmak istiyor; Erişilebilirlik açısından uygundur.Kara veya demiryolu taşımacılığıyla (hatta bir gün içinde bile) birçok merkezi bölgeye ulaşmak mümkündür (Baytok,1998). Avrupa ülkeleri (en üstteki ABD'den sonra), dünyada kongreler düzenleyen ülkeler arasında üst sıralara yerleştiriliyor. Böylece, ilk 20 ülkeden 13'ü, en çok sayıda toplantının düzenlendiği ilk 5 ülkenin 4'ü burada bulunmaktadır. Aynı durum Avrupa'nın büyük şehirleri için de geçerlidir; Viyana, Barselona, Paris ve Berlin, en çok sayıda kongrenin yapıldığı şehirler sıralamasında en üst sırada yer alıyor. Bölgesel ülkeler, "uluslararası kongre pazarında kongre pazarını etkileyen başlıca ülkeler" konumundalar:Ekonomik büyüklük ve önemi, Almanya'nın uluslararası kongrede yüksek talep gören ülkelerden biri olmasının ve pazarı bir araya getirmenin ve bu konumu korumanın iki önemli nedeni.Uzun yıllar özellikle 1995'ten başlayarak, İspanya altyapı olanaklarını güçlendirmiş ve "turizmin çeşitliliğini sağlamak" ilkesine bağlı olarak önemli bir kongre merkezi olmuştur.Olumlu iklim koşulları, sahip olduğu kültürel çekim merkezleri

ve İtalya'nın çok sayıda kongre merkezi tercih edilen ülke olarak kalmasına katkıda bulunmuştur.

İngiltere, bu konuda en tutarlı ülkelerden biridir. Bir yanda Londra en sevilen kongre şehirlerinden biridir, öte yandan Glasgow ve diğer şehirler gibi şehirler yeni pazarlama yöntemleri ve stratejileri ile pazar varlığı kurarlar (Baylar, 1995).İngiltere kongre organizasyonlarının en fazla olduğu ülkeler arasında altı sıradaydı.Bu ülkedeki uluslararası kongre ve toplantılar için önde gelen destinasyonlar arasında Paris, Lyon civarındaki Rhone-Alpes bölgesi ve Fransız Rivierası ve Marsilya'yı kapsayan Provence-Alpes-Coted'Azur bölgeleri bulunmaktadır.Bu bölge aynı zamanda ülkenin kongre merkezi altyapısının% 40'ının yoğunlaştığı bir yerleşim alanıdır.Avusturya, Hollanda, İsviçre, İsveç, Danimarka ve Belçika gibi diğer Avrupa ülkeleri, en fazla kongrenin düzenlendiği yirmi en iyi ülke arasında yer almaktadır. Ayrıca, Macaristan, Romanya ve Yunanistan da diğer önemli rakiplerdir. Öte yandan, Doğu Avrupa ülkelerinin gelişmiş bir kongre altyapısına sahip olduğunu söylemek hala mümkün değildir (Davidson, 2003; Arslan, 2009)

Tablo 2. Uluslararası Kongrelerin Bölgesel Dağılımı(%)

Regions	2003	2005	2009
Europe	60.0	59.0	54.4
Asia/Pasific	15.1	18.1	23.1
North America	13.0	10.6	10.6
Latin America	6.1	6.4	7.1
Avustralia	3.4	3.5	2.4
Africa	2.5	2.4	2.4
Total	100.0	100.0	100.0

Kaynak: ICCA Statistics Reports, 2010.

2.2. ASYADA KONGRE TURİZMİ

Asya / Pasifik bölgesi, uluslararası kongrenin dünyadaki dağılımında önemli bir yere sahiptir ve önemi sürekli olarak artmaktadır. Bölgenin turizm faaliyetlerinin genel faaliyetlerinde olduğu gibi kongre turizminde ilerleme göstermesinin farklı sebepleri var: Küresel tur turizminde yeni eğilimlerden biri, katılımcıların farklı, bilinmeyen ve merak uyandıran mekanları görme arzusudur ve buna göre daha fazla kongre bölgede organize edilmiştir; 1980'lerden sonra bölgede yaşanan ekonomik ilerleme bu bölgeye dünyanın ilgisini çekmiştir; Bölgedeki ülkeler, bölgedeki ekonomik gelişmelere paralel olarak turizme yönelik altyapı ve üstyapı yatırımları geliştirmişlerdir; Çokuluslu şirketlerin yatırımları artmıştır; Dünyadaki büyük zincir oteller bölgede yeni tesisler kurdu ve nitelikli bir şekilde konaklama tedarikini mümkün kıldı; Bölge, turizm açısından zengin tarihi ve doğal kaynaklara sahip, ayrıca ulaşım maliyeti önemli ölçüde azalmıştır. Bu bölgede bulunan Japonya ve Çin, dünyadaki ilk on ülke arasındadır. Özellikle Çin, doğal zenginlikleri ve kültürel mirası, güvenli turizm ortamı, yabancı şirketlerin yaklaşık yarım milyon şubesi ve çok büyük kongre merkezleri inşaatı sayesinde uluslararası kongre turizmindeki yerini hızla artırıyor. Kesin olarak, "2008 Pekin Olimpiyat Oyunları" ve "Şangay Dünya Fuarı", Çin'in kongre turizminde hedef ülke olması için bir rol oynamıştır. Ayrıca, bu ciddi kurşunun süreceği ve ülkenin kongre turizminde dünyanın önemli ülkelerinden biri olması bekleniyor.



Şekil 1. Uluslararası Kongrelerin Düzenlendiği Başlıca Ülkeler, 2009

Singapur, Kore, Tayvan, Endonezya, Avustralya ve Malezya son yıllarda önemli yatırımlar yapmıştır. Özellikle Singapur ve Malezya, uluslararası kongre pazarında daha iyi pozisyonlara sahiptir. Singapur Turizm Komisyonu, kongre turizmini teşvik etmek ve pazarlama desteği sağlamak için "Make It Singapore" adlı bir kampanya başlattı. Bu kapsamda, turizmin hükümet ve özel sektör tarafından kongrelendirilmesine destek sağlanmıştır; Ücretsiz konaklama, organizasyon ve diğer hizmetlerde % 30'a kadar indirim ve özel havayolu nakliye tarifelerini içermektedir. Bu şekilde, 1997'deki Asya ekonomik krizinden sonra pozisyonu olmasına rağmen, Singapur'un kongre turizmi içindeki konumu önemini tekrar kazanmaktadır (Voohar, 2004). Malezya'nın pazar konumu hızla gelişiyor; Son yıllarda turizmi kongre amaçlı çeşitli teşvik önlemleri uygulanmış ve sanayi destekli yeni yatırımlar (ör. "Kuala Lumpur Uluslararası Kongre Merkezi") tarafından desteklenmektedir. Bir bütün olarak, bölgede güçlü dernek ve kurum

eksikliği yaşanmaktadır.Ancak bu eksikliğin hızla kaldırılacağı ve potansiyel gücü ortaya çıkması beklenmektedir (Baytok, 1998; Davidson, 2003; ICCA, 2010) (Aktaran Ayşe Nur Timor 2011 Temmuz).

2.3. ABD'DE KONGRE TURİZMI

En çok sayıda kongrenin düzenlendiği ülke, uluslararası kongrenin bölgesel dağılımında Avrupa'nın hakim önceliği ve Asya / Pasifik Bölgesi'nde hızlı bir gelişim olmasına rağmen Amerika Birleşik Devletleri'dir.Ülkenin siyasi ve ekonomik önemi ve Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ve IMF gibi kurumların bulunduğu yerler kongre pazarı için oldukça önemli faktörlerdir.ABD, kongre turizm pazarında en üst sırada yer alıyor.Pazar payının merkez ofislerin çoğundan dolayı düşme eğilimi vardır ve yaklaşık 8.000 uluslararası dernek karar alıcıları Avrupa'da bulunmaktadır ve bu üstünlüğün kademeli olarak artma eğilimi; 1992-2005 yılları arasında bu payın% 30 civarında düştüğü tahmin edilmektedir.Öte yandan, uluslararası kongrelere göre en çok tercih edilen ülke hala ABD'dir. Uluslararası birlikten biri yıllık toplantılarını Washington, New York, Chicago, San Francisco, New Orleans, San Diego, Atlanta ve Orlando gibi ABD şehirlerinde gerçekleştirdi.Amerika'da bir bölge olarak, Kanada, Arjantin, Brezilya, Meksika ve Şili ABD'den sonra gelir.Kanada ve Arjantin, ilk yirmi ülkede (sırasıyla 13. ve 19. sırada) dünyada uluslararası konferanslar düzenleyen ülkeler arasında yer almaktadır.ABD'nin uluslararası bir konferans düzenleyen ilk yirmi kenti göz önüne alındığında, ABD'nin tartışmasız bir üstünlüğü olsa da Arjantin'in Buenos Aires'ten ve Brezilya'nın Sao Paulo'ndan başka bir şehri yok.Aslında, son yıllarda Latin Amerika ülkelerinin kongre turizm altyapısını geliştirdikleri ve

yeni kongre merkezleri ve kongre oteller kurdukları gözlemleniyor. Bununla birlikte, bu yatırımların çoğunun muhtemelen bölgesel ve yerel pazara hizmet edeceğini belirtmek gerekmektedir (Mutschlechner, 2006; UIA, 2010).

Tablo 3. Dünyada Uluslararası Kongre Düzenlenen Başlıca Ülkeler ve Şehirler, 2010

Rank	Country	Number of Meeting	Rank	City	Number of Meetingi
1.	USA	595	1.	Viana	160
2.	Germany	458	2.	Barcelona	135
3.	Spain	360	3.	Paris	131
4.	Italy	350	4.	Berlin	129
5.	UnitedKing.	345	5.	Singapore	119
6.	France	341	6.	Kopenhag	103
7.	Brazil	293	7.	Stockholm	102
8.	Japan	257	8.	Amsterdam	98
9.	China	245	9.	Lisbon	98
10.	Austria	236	10.	Beijing	96
11.	Holland	236	11.	Buenos Aires	90
12.	Switzerland	214	12.	Seoul	90
13.	Canada	213	13.	Budapest	87
14.	Sweden	184	14.	Madrid	87
15.	Korea Rep.	176	15.	Prag	86
16.	Avustralia	169	16.	Londra	83
17.	Portugal	168	17.	İstanbul	80
18.	Denmark	151	18.	Sao Paulo	79
19.	Argentina	145	19.	Bangkok	76
20.	Belgium	130	20.	Athens	75

Kaynak: ICCA Statistics Reports, 2010.

Dünyadaki uluslararası kongrelere göre en üstte yer alan ülkeler kendi yerlerini genel olarak korurlar. Örneğin, 2000'li yıllardan başlayarak ABD en üst sıralarda yer alıyor ve Almanya, İspanya, İtalya ve İngiltere, aralarında birkaç yıl içinde yerini alarak (pazar payında herhangi bir dalgalanma görmeksizin) hala güçlü ülkeler olarak kaldı. Buradaki ilginç nokta, o zamanlar ilk ülkelerde ilçelerin gösterdiği hızlı gelişmedir. Daha fazla olay düzenleyerek pazar payını arttıran ve büyümüş olanlar ülkeler arasında zorlu bir rakip görülüyor. En hızlı gelişmekte olan ülkeler Çin

Halk Cumhuriyeti, Kore Cumhuriyeti, Portekiz, Polonya, İsviçre, İsveç, Türkiye ve Arjantin olarak listelenebilir. Benzer şekilde Malezya, Tayland, Güney Afrika, Macaristan ve Orta Amerika'daki Belize ve Panama, kongre organizasyonlarına göre gelişme gösteren ve potansiyele sahip yeni ülkelerdir (ICCA, 2010).

2.4. TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ

Türkiye, uluslararası plaj turizmi talebiyle uluslararası kongre turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir ve hatta belli yerlerde, coğrafi konumu, zengin tarihi ve kültürel değerleri, doğal güzellikleri, iklim koşullarını, kalifiye konaklama tesislerini yoğun bir şekilde artırıyor. Kongre merkezleri ve toplantı salonlarının sayısı ve konaklama tesisleri. Bu ülkenin, bu kongrelere katılan potansiyel kişiler veya gruplar için ilgi, merak, heyecanla ziyaret edileceği açıktır. Bunlara ek olarak, gelişmiş ülkeler veya alternatif yerler ile karşılaştırıldığında maliyet etkinliği avantajı eklenecektir. Türkiye'yi uluslararası kongrelerle tanıştıran 1969'da İstanbul'da yapılan iki kongre ile başladı. Bunlar "Uluslararası Dünya Kızıl Haç Kongresi" ve "Uluslararası Dünya Ticaret Odaları Kongresi". Kongre ve toplantı faaliyetleri, daha sonraki zamanlarda, zaman ve katılım ile ilgili olarak bugüne göre daha uzun aralıklarla ve sınırlı katılımı organize edilmeye devam edilmektedir. Öte yandan, önemli bir faaliyet alanı olarak uluslararası kongre turizminin öne çıkması ve daha fazla önem kazanması için 1996 yılında İstanbul'da yapılan "HABITAT II" adlı organizasyonla başarıyla düşünülmektedir. Aslında Türkiye, Son yirmi yılın en büyük organizasyonu olarak bilinen ve 1 Haziran - 15 Haziran 1996 tarihleri arasında düzenlenen "Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşim Konferansı, HABITAT II" konferansına ev sahipliği yaparak uluslararası kongrelere

adım attı. Bu organizasyona 25.000 kişi katıldı; Birleşik Devletler'in resmi delegeleri UNESEF, UNESCO, UNIDO, sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler, özel sektör ve sendikaların temsilcileri ile akademisyenler katıldı. Bu şekilde, bu devasa organizasyondan sağlanan motivasyonla önemli mesafeler geçti ve uluslararası kongreler, Türk turizm endüstrisinde uzmanlaşma alanı olarak yerini aldı. Öte yandan, Türk turizm acentelerinin görüşünü değiştirdi ve endüstriye yeni yaklaşımlar getirdi. Türkiye için en önemli gelişmelerden biri, aynı yıl en büyük kongre, konferans ve sergi salonu olan "Lütfü Kırdar Kongre Merkezi" nin açılmasıdır. Bundan sonra, kongrelere, dünyanın bir çok ülkesinden, çoğunlukla İstanbul'da düzenlenen bilim adamlarının katılımıyla ev sahipliği yapmaya başlandı. 2003 yılında İstanbul'da düzenlenen "Uluslararası Kemoterapi Kongresi", 6.000 kişilik katılım, "Dünya Hemofili Kongresi" ve "Osteoporoz Kongresi" (5,000 katılımcı) ve Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası Valileri Toplantıları olarak sıralanabilir. Bu gelişmelere bağlı olarak Türkiye'nin önde gelen ülkelerinde Türkiye kongre turizminde yer alan sıralamada artış olmuştur: 2003 yılında 53, 2004'te 33, 2005'te 28, 2009'da 25 olmuştur. Son on yıl içinde Türkiye'ye "toplantı, konferans, kurs, seminer" için gelen ziyaretçilerin sayısındaki önemli bir değişiklik olmamasına rağmen sayı sürekli artmış ve 2001'de 278.855 iken 2009'da 847.963'e yükselmiştir.

Kongre turizminde en önemli ve temel faktör, organizasyonların yapıldığı tesislerdir. Bu tesisler, kongre merkezleri, oteller, tatil kampları ve üniversiteler, tanımlanmamışlar ve özel sertifikalı tesisler de dahil olmak üzere "öteki" adı altında yer alan diğer tesisleri içermektedir. Türkiye'de, 5-, 4-, 3-yıldızlı oteller, 1. ve 2. sınıf tatil köyleri, özel

belgeli tesisler ve üniversitelerde toplam kongre ve toplantı merkezlerinin kapasitesi 570.000'dir.

Tablo 4. Türkiye'ye Kongre Turizmi Amacıyla Gelen Ziyaretçiler(2009)

Years	Total Visitors	Visitors Coming for Meeting/Conference/Course/Seminar	Share (%)
2001	11.618.969	278.855	2.40
2002	13.256.028	279.702	2.11
2003	14.029.558	347.933	2.48
2004	17.516.908	392.378	2.24
2005	21.124.886	506.997	2.40
2006	19.819.833	535.135	2.70
2007	23.340.911	793.590	3.40
2008	26.336.677	756.236	2.90
2009	27.077.114	847.963	3.13

Kaynak: TC Kültür ve Turizm Bakanlığı

Kongre merkezlerinin sayısı sadece şu anda 8 olup, sadece iki şehirde (İstanbul ve Antalya) bulunmaktadır. Ancak, kongre merkezleri ile ilgili noktaları vurgulamalıyız: Birincisi, mevcut kongre merkezleri, özellikle son yıllarda açık olan kongre merkezleri, tüm uluslararası kongrelere, toplantıya ve benzeri etkinliklere hizmet verecek şekilde tasarlanmış ve farklı salonları. İkincisi, kongre turizmi açısından hedefler doğrultusunda yeni kongre merkezleri inşa ediliyor: Bunlar, Aydın'da Türk Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB), Ankara Ticaret Odası Kongre Merkezi (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB)) liderliğindeki Kuşadası Kongre Merkezi (10.000) 5.000) ve Ankara Büyükşehir Belediyesi Kongre Merkezi (3.200) ve Edirne'de Edirne Kongre Merkezi (2.500).

Tablo 5. Türkiye'nin Kongre Kapasitesi (2010)

Facility	Capacity	Antalya	İstanbul	İzmir	Ankara	Other	Total
5-Star Hotel	Num.of Halls	427	331	127	58	235	1.178
	Cap. (person)	94.401	63.293	151.455	13.823	44.474	367.719
4-Star Hotel	Num.of Halls	93	163	35	37	190	518
	Cap. (person)	16.311	15.218	5.267	7.629	28.193	72.618
3-Star Hotel	Num.of Halls	32	17	20	12	117	198
	Cap. (person)	9.637	1.265	2.260	940	16.010	30.112
Cong. Center	Num.of Halls	2	6	-	-	-	8
	Cap. (person)	4.475	18.047	-	-	-	21.317
Other	Num.of Halls	75	45	9	10	69	208
	Cap. (person)	10.430	5.785	1.558	19.900	11.701	49.374
Total	Num.of Halls	629	562	191	117	611	2.110
	Cap. (person)	134.049	103.608	160.540	42.292	100.651	571.140

Kaynak: Arslan 2009, TURSAB ve Türkiye Cumhuriyeti Bakanlığı
Kültür ve Turizm

Kongre merkezlerinin yanı sıra, kongre atmosferi için gerekli fırsatları sağlamak için toplantı ve konferans salonları veya merkezleri geliştirildi. Konferans merkezleri, yalnızca otel genelinde buluşma amacıyla tasarlanan toplantılara uygun olacak şekilde, yeterli ve gerekli ekipmanlarla döşenmiş alanlardır. Türkiye'deki konferans merkezleri çoğunlukla İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara ve Muğla'daki otellerde bulunmaktadır. Tabii ki oteller, kongre turizmi açısından konaklama imkânları ve kapasiteleri ile büyük önem taşıyor. Bu nedenle, kongrenin yeri olarak seçilen bir şehir veya bölge için yeterli sayı ve kapasiteye sahip konaklama tesisleri ve kongre otellerinin olması ön koşuldur. Ayrıca kongre kenti için sadece lüks ve 4-5 yıldızlı oteller değil aynı zamanda farklı gelir ve sosyal gruplara sahip kişilerin katılımını sağlayan orta sınıf otellere de ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye'de, yatırım belgeleri (772), iş yeri ve belediye (7.064) olan tesisler de dahil olmak üzere toplam 10402 aktif konaklama tesisi bulunmaktadır. Ülke genelinde (özellikle metropolitlerde) ilerleme kaydedilmiş olsa da, bölgesel ve kentsel dağılımları göz önüne alındığında, bu merkezlerin Akdeniz, Ege ve Marmara bölgesinde, başka bir deyişle İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya gibi belirli turizm merkezleri. Konaklama tesisleri bile genellikle tatil ve dinlenme amacıyla kullanılır, kongre gibi farklı organizasyonlara cevap verebilirler (Doldur, 2005; Türsab, 2010) (Aktaran Ayşe Nur Timor 2011 Temmurz).

Tablo 6. Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Dağılımı (2010)

	<i>Number of Facilities</i>	<i>Number of Bed</i>
İstanbul	1.085	122.177
Antalya	1.784	432.666
Muğla	1.379	187.203
İzmir	617	60.476
Aydın	580	61.119
Other	4.957	359.483
TOTAL	10.402	1.223.441

Kaynak: TURSAB ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Kongre turizm tesislerinin ardından, organizasyonla ilgili profesyonel planlama hizmeti veren kurumlar ikinci önemli faktördür. Gerçekte, kongre turizminin gelişmesi için çok sayıda ve kaliteli kongre merkezi ve toplantı salonu bulunması yeterli değildir.

Bugün, kongre ve ziyaretçi büroları bir gereklilik haline geldi; ve sayıları 5000'den fazladır. Bu bürolar, ülkelerinden veya şehirlerinden uluslararası kongre pazarına tanıtım ve pazarlama yapmakta ve zaman ve mekan açısından yapılacak toplantıların dağıtımını yönlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu amaçla seyahat acenteleri, tur operatörleri, organizatörler, kongre merkezleri, havayolu şirketleri ve konaklama tesisleri gibi farklı kurumlarla işbirliği içinde etkinlikler gösteriyor. Bu temel hizmetleri yerine getirmek amacıyla ICCA (Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği), ACE-int (Uluslararası Konferans Yöneticileri Birliği), AIPC (Association) gibi kuruluşlara üye olarak uluslararası kongre pazarına katılmaya çalışmaktadırlar. International de Palais de Congress), APACB (Profesyonel Kongre Organizatörleri Asya Pasifik), IACVB (Uluslararası Konferans ve Ziyaretçi Bürosu), PCO (Profesyonel

Konferans Düzenleyicileri), INCOM (Uluslararası Kongre Birliği GMBH). Öncelikle, kongre ve ziyaretçi büroları, hükümet tarafından finanse edilen ve başta hükümet tarafından yönetilen örgütler olarak ortaya çıktı. Yapılan çalışmalarda, kamu yönetiminin hedef yönetim pazarlama faaliyetleri üzerindeki rolü hala devam etmektedir. Çünkü hükümet, kongre ve ziyaretçi büroları tarafından ihtiyaç duyulan finansman kaynaklarının tahsisinde belirleyici faktördür ve bu nedenle kamu gelirlerinden tahsis edilen paylar çok önemlidir. Bununla birlikte, farklı alternatifler de uygulanabilir: Kamu egemen organizasyon modeli Bu, Almanya, İtalya, Portekiz, bazı Afrika ve Güney Amerika ülkeleri ve New York tarafından tercih edilmektedir. Bu modelde, hükümet ülke veya şehrin marka imajını geliştirir ve pazarlar, altyapıyı geliştirir, katılımcıların haklarının korunmasını sağlar, fiyat ayarlamaları yapar, seyahat acenteleri ve tur operatörleri için düzenlemeleri hazırlar ve işgücü becerileri. Kamu ve özel sektörün birlikte hareket ettiği örgüt modeli, çoğunlukla gelişmiş ülkelerde uygulanmaktadır. Özel sektör hem küçük ölçekli hem de büyük ölçekli organizasyonları kapsamaktadır. Bu kabul gören görüş, hedefleri en iyi şekilde yönetmek ve teşvik etmek için bir kamu-özel ortaklığı veya işbirliği kurmaktır. Birçok Avrupa ülkesi (İngiltere, Fransa, Danimarka), Avustralya ve Kanada bu modeli tercih etmektedir. Özel sektörün hakim olduğu organizasyon modelinde, özel sektör liderliğinde girişimciler var; Hükümet, stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması için koordinasyon işlevine sahiptir (Aslant, 2009)

Aynı zamanda, kongre pazarını teşvik edici ve pazarlayacak şekilde merkezi ve ulusal düzeydeki profesyoneller tarafından atanan kurum ve kuruluşların olması gerekiyor. Bunlar kongre ve ziyaretçi büroları³ ve seyahat acenteleri. Türkiye'de artık İstanbul, Antalya ve İzmir'de kongre

ve ziyaretçi acenteleri bulunmaktadır. Antalya Kongre Bürosu (ACB), 1997 yılında İstanbul Kongre ve Ziyaretçiler Bürosu (ICVB), 2007 yılında İzmir CVB kurulmuştur. Seçilen Ankara, Bursa, Konya, Mersin ve Kapadokya'da gerekli organizasyonların sağlanması planlanmaktadır. kongre turizmini geliştirmek için birincil iller olarak. Ayrıca, uluslararası kongre turizminin yeniden canlandırılması amacıyla, İstanbul'da merkezi olan bir tüzel kişilik ve bağımsız bütçeye sahip olacak "Türk Kongre ve Ziyaretçi Bürosu" nun kurulması planlanmaktadır. Seyahat acentelerinin dağıtımları kongre ve ziyaretçi bürolarıyla büyük benzerlikler göstermektedir: çoğu İstanbul, Antalya, Ankara ve İzmir gibi kongre şehirlerinde faaliyet göstermektedir. 2010 yılı itibarıyla sayıları 5.987'ye ulaşmıştır (5.571 A grubu). Seyahat acentesinde ilerleme ile birlikte kongre organizasyonları kolaylaşmış ve bunun kongre turizmi üzerinde olumlu etkileri olmuştur (Hacıoğlu, 2000; Ersun ve Aslan, 2009; Türsab,20032010).

2.4.1. Türkiye'nin Başlıca Kongre Şehirleri

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin merkez merkezlerine göre dağılımını inceleyerek% 30.5'inin Antalya'yı tercih ettiğini ve% 27.7'sinin İstanbul'u tercih ettiğini görüyoruz. Bu iki şehrin genel turizm hareketindeki öncelikleri aynı zamanda kongre turizmi için de geçerlidir. Gerçekte, son yıllarda uluslararası kongre turizminde gözlenen önemli harekette İstanbul ve Antalya'nın ön plana çıktığı görülmektedir. İstanbul son yıllara kadar uluslararası nitelikte kongre, sempozyum ve sergilere ev sahipliği yapan önde gelen bir şehir haline geldi. İstanbul'un kongre turizmi açısından birçok avantajı var; coğrafi konumu, doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri, dinamik sosyal ve ticari yaşamı, uluslararası karakteri olan iki havalimanı, birçok Avrupa ülkesinden 2-3 saat erişim

süresi ve kongre turizminin en büyük pazarı olan şehirler ve 75.000'den fazla yatak kapasitesi sağlar kongre merkezleriyle yüksek bir potansiyel. Dahası, son yıllarda yapılan başarılı düzenlemeler ve restorasyonlar ile yerçekimi kuvvetini arttırmak için önemli adımlar atmıştır.

Tablo 7. Türkiye ve İstanbul'da Yapılan Uluslararası Kongreler

<i>Years</i>	<i>Turkey</i>	<i>İstanbul</i>	<i>%</i>
2000	37	29	78.4
2001	52	35	67.3
2002	53	35	66.1
2003	64	47	73.4
2004	81	52	64.2
2005	97	59	60.8
2006	104	76	73.1
2007	120	79	65.8
2008	114	82	71.9
2009	118	80	67.8

Kaynak: ICCA İstatistik Raporları, 2010.

Sadece 400-500 katılımcı ile kongrelere ev sahipliği yapabilen, 1980'lerin sonuna kadar 5 yıldızlı otellerin balo odalarında düzenlenen ve 1998'de en büyük uluslararası kongre organizatör şehirleri sıralamasında 49. sırada yer alan İstanbul uluslararası adıyla duyurulabiliyor büyük kongre. 2004 yılının İstanbul için uluslararası kongre pazarının kilometre taşı olduğu kabul ediliyor. Aynı yıl NATO, İslam Konferansı Örgütü, Dünya Gazeteciler Cemiyeti, Dünya Mimar Kongresi gibi büyük uluslararası kongrelerin başarıyla tamamlanması İstanbul'a olan güvenini arttırdı ve büyük kongre organizasyonunu başlattı. 2006 ve 2007 yıllarında 2003 yılında yaşanan terör saldırıları hissedilirken 2008 ve 2009 yılları arasında parlak bir sonuç alınmış ve İstanbul Kongre ve Ziyaret Ofisi "İstanbul Olmak İçin Kongre Temsilcisi Olun" adını verdiği bir kampanya başlatmış ve İstanbul'u "2010 Avrupa Kültür Başkenti"ne önemli uluslararası toplantı ve organizasyonlara ev sahipliği yapmaya başladı. Bütün bu gelişmeler,

İstanbul'un önde gelen uluslararası kongre merkezlerinden biri olarak gelişmesine katkıda bulunmuştur. Dünyanın uluslararası kongre turizminden alınan pay bile yüksek değildir; İstanbul, son yıllarda gerçekleştirilen büyük kongrelerle dikkat çekiyor.

İstanbul'un kongre turizmi ile ilgili bir başka özelliği, Lütfi Kırdar Kongre Merkezi ve Harbiye'de Rumeli Salonu, güneyden Hilton Kongre Merkezi, batıdan Harbiye Görevlisi Kulübü ve Askeri Müze, Harbiye Açık Hava Tiyatrosu ve Taşkışla Caddesi'nin doğusundan ve uluslararası karakteristik lüks otelleri kapsıyor. Şehrin yeni açılan kongre merkezlerinden biri olan (Muhsin Ertuğrul Tiyatrosu ile aynı komplekste bulunan) İstanbul Kongre Merkezi bu bölgede yer almaktadır. İstanbul Kongre Merkezi, 2009 yılında Dünya Bankası Uluslararası Para Fonu (IMF) toplantılarına 20.000 kişinin katıldığı toplantılara ev sahipliği yapmış ve 2009 yılında İstanbul'da yapılmıştır. Bu merkez, 7 tanesi yer altı, 5 tanesi de yer üstünde olmak üzere 12 kattan oluşmaktadır ve tüm uluslararası kongre, zirvelere, farklı etkinliklere ve organizasyonlara hizmet verebilen çok amaçlı toplantı salonlarına sahiptir (3,500 kapasiteli konferans salonu İstanbul'daki en büyük toplantı salonlarından biridir) Diğer kongre merkezlerinde görülemeyen bir diğer önemli karakter de ulaşımı kolaylaştırmak için trafiği yer altına alıp, Taşkışla Caddesi'ni merkezle bir tünelle bağlayarak Kongre Vadisi'ne entegrasyonunu sağlıyoruz.

Yeşilköy'de CNR EXPO Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi ve Büyükçekmece'deki TÜYAP Kongre ve Fuar Merkezi zaman zaman uluslararası kongrelere ev sahipliği yapıyor. Son yıllarda, Şişli'deki Grand Cevahir Otel ve Kongre Merkezi, Pendik'teki Green Park Pendik Otel ve Kongre Merkezi ve Yeşilköy'deki WOW Hotels & Convention

Center gibi kongre salonlarına sahip otellerin kapasiteleri ve sayısı artmaktadır. WOW Hotels & Convention Center, şehirde Kongre Vadisi'ne rakip olan bir bölge ile bulunur. İkitelli, Güneşli, Yenibosna ve Yeşilköy Atatürk Havalimanı'nı kapsayan bu bölge, hızla artan yeni otel yapıları ve mevcut olanlara yeni açılan otellerin (Radisson SAS, Polat Rönesans) yanı sıra İstanbul'un İkinci Kongre Salonu olarak adlandırıldı (Crown Plaza, Çınar Otel ve Holiday Inn). Bu bölgedeki yatak kapasitesi şu an 5.000'e ulaştı ve her yıl gerçekleştirilen uluslararası kongre sayısı düzinelerce dile getirildi.

Antalya, mevcut altyapı ve toplantı / kongre salonlarıyla İstanbul'dan sonra ikinci sırada yer alıyor. Antalya, ülkemiz turizmde önemli bir konum ve role sahiptir: barınma kapasitesinde% 30 (toplam yatak kapasitesi 550.000'e ulaşmıştır; bunlardan 430.000'i belgelidir),% 33'ü gelen turist sayısı ve Turizm gelirlerinde% 60. Ayrıca uluslararası kongre turizmi ile ilgili ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilecek önemli bir merkezdir. Avrupa'daki diğer önemli kongre merkezlerini, doğal turistik mekanları, çevredeki tarihi ve arkeolojik çekim merkezleri, altyapı tesisleri, ulaşım araçları, geniş eğlence yelpazesi göz önüne alınarak, olumlu iklim koşulları ile kongre turizmi açısından büyük bir avantaj ve rekabet gücüne sahiptir. fırsatlar, kongrenin öncesi ve sonrası faaliyet yelpazesi. Antalya'daki büyük oteller, yılda 8-13 uluslararası kongreye ev sahipliği yapıyor. Özellikle Belek'teki otel ve tatil köyleri, kongre turizmi konusunda önemli bir kapasiteye sahiptir; Bu alanda 60.000 m2 kongre ve toplantı alanı bulunmaktadır.

İlk kongre merkezi 1997'de Antalya'da; Cam Piramit Sabancı Fuar ve Kongre Merkezi, "Altın Portakal Film Festivali" nin organizasyonu sırasında 1 Eylül 1997'de açıldı ve hemen sonra "X. Dünya Ormancılık

Kongresi" ne ev sahipliği yaptı. Divan Talya Kongre ve Konferans Merkezi, her yıl toplam 3.500 kapasiteli salonlarla her yıl farklı kongrelere ev sahipliği yapmaktadır.Kamu turizminin gelişimi açısından Antalya bölgesinde son yıllarda kayda değer gelişmeler gözlenmiş, konaklama tesisleri revize edilmiş ve kongre turizmi için gerekli altyapı ve üstyapı yatırımları yapılmıştır büyük otellerdeki bilardo salonlarına takılan kongreler, bu yeni açılan kongre merkezlerine ve otel odalarına transfer edildi Kongre, yeni inşa edilen otellerde başlangıçta kongre merkezleri planlanmaktadır. gelişmeler, congres sayısında% 10'luk bir artış gözlemleniyor ses organize etti. Antalya Kongre Ofisi, 2010 yılında kentte toplam 86 konferans düzenlendiğini ve 40 tanesi uluslararası kongrede (ancak kaç tanesinin ICCA kriterlerine uygun olduğunu açıkça belirtmediğini) belirtti. Öte yandan 120.000 kişilik oturma kapasitesine sahip Antalya'nın kongre turizminden pay alamayacağını ve mevcut tesislerin daha fazla ve daha büyük kongrelere ev sahipliği yapma potansiyeline sahip olduğunu belirtmek zorundayız.

Uluslararası kongreler çoğunlukla İstanbul ve Antalya'da toplanmış olmakla birlikte, diğer bölgelere veya şehirlere yapılan yatırımların hızlandığı gözlenmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara'da, İzmir'de, Bursa'da, Konya'da ve Mersin'de ve "İstanbul ve Antalya" dışında birincil iller belirledi. (Türkiye Cumhuriyeti'nde kongre turizminin geliştirilmesi ve kongre turizminin yaygınlaşması amacıyla Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006). Öte yandan, özellikle Kapadokya ve Kuşadası, Denizli, Trabzon, Kayseri, Gaziantep ve Manisa gibi farklı bölge ve kentlerde yeni kongre merkezleri açılması için dikkate değer çalışmalar yapılmıştır.

İzmir tarihi çevresi, kültürel mirası, doğal güzellikleri, iklim koşulları, antik kentleri (Bergama ve Efes) ile yakın çevresinde uygun bir çevre sağlar. Bu açıdan İzmir yeni bir kongre kenti olabilir. Ancak şu anda kongre merkezi bulunmamaktadır ve uluslararası kongreye ev sahipliği yapmak için yeterli yatak kapasitesine ve donanımına sahip kongre otellerinin sayısı sınırlıdır. Bu nedenle çoğunlukla ulusal ve bölgesel toplantılara ev sahipliği yapar. Ayrıca, ABD ve Avrupa'nın birçok şehrinde doğrudan uçuş yapılmamakta ve şehir merkezinde kongre turizminin katılımcılarının ihtiyaçlarını karşılamak için sınırlı sayıda yer olması, kongre turizminin gelişimini olumsuz etkilemektedir. İzmir'de kongrelere yeterli donanımına sahip salonların bulunduğu en önemli tesislerden biri, 2.000 kişiye hizmet verebilen Sheraton Çeşme Otel ve Kongre Merkezi'dir. Bu nedenle, kongre salonlarına ve yeterli donanımına sahip olan yeni konaklama tesislerinin inşası, İzmir'i kongre turizmi açısından cazip hale getirecektir.

Kongre turizminde egemen olmaya çalışan şehirlerden biri **Ankara**'dır. Gerçekte, Ankara'yı turizm merkezi haline getirmek için, önemli girişimcilerin üstlenilmesi gereken uluslararası kongre turizmi ana nokta. Bu bağlamda sınırlı sayıdaki temel kaynak ve ilgi çekici nokta olmasına rağmen, tarihi eserler için önemli bir şehirdir ve Ankara çevresindeki yerler, kongre öncesi ve sonrası turlarla (ör. Hattuşaş, Gordiyon) ziyaret edilebilir. Bununla birlikte, Türkiye'nin en büyük avantajı, başkent olmak ve bu nedenle büyükelçilik ve konsolosluk gibi siyasi kurumları içeriyor. En gelişmiş ülkelerin başkentlerini de dikkate alarak bir kongre kenti, Ankara'da uluslararası kongre turizmi geliştirmeye çalışılıyor. Ankara'da 3-4 ve 5 yıldızlı otellerde 100'e yakın salonda 23.000'e yakın kapasite bulunmaktadır. Otellerin yanı sıra, üniversiteler (ör. ODTU,

Ankara ve Hacettepe Üniversiteleri) ve bazı kamu kurumları (örneğin DSİ, MTA) toplantı ve konferans salonlarına da sahiptir. Ankara, başkent kimliğiyle kamu kurumları ve bilim kurumları ile ilgili birçok toplantı ve kongrenin yapıldığı şehirdir. Bununla birlikte, 5.000 ve daha fazla kapasiteye sahip büyük kongre salonları ve merkezlerin bulunmaması ve kongre altyapısının yetersiz olması, uluslararası kongrenin İstanbul'a veya Antalya'ya taşınmasına neden olmuştur. Büyük ve yeni kongre merkezlerini şehre getirmek için önemli gelişmeler sağlandı.

Ayrıca, Anadolu'nun diğer kentlerinde uluslararası kongre turizmine öncelik verilmese de, zaman zaman uluslararası kongrelere ev sahipliği yapmaktadır. Bu kongreler, o şehirde bulunan üniversiteler tarafından organize edilmiştir (örneğin, Eskişehir Anadolu Üniversitesi tarafından 17 Haziran 19 Haziran 2009'da Eskişehir'de düzenlenen "Uluslararası Anadolu Ekonomi Konferansı" ve Kocaeli Üniversitesi tarafından Kocaeli Üniversitesi tarafından düzenlenen "Uluslararası Deprem Sempozyumu" aynı günlerde düzenlenmiştir) (Kırat, 2006).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAJCANIN KONGRE TURİZM POTANSİYELİ VE PROBLEMLERİ

3.1. METODOLOJİ

Araştırmanın amacı Azərbaycanın kongre alanındaki potansiyelini, problemləri və imkanları ortaya koymaktır. Bu çerçevede bölümün birinci kısmında ikincil veri kaynakları kullanılmış, ikinci kısmındaysa biçimsel mülakat yöntemi ile konunun uzmanı ve bu alanda çalışan sekiz kişiden veri toplanmıştır. Literatür incelemesi yapılarak konun boyutları ortaya konulmuş ve uzman hocalarla görüşerek sorular hazırlanmıştır. Veriler nitel analiz yöntemlerinden olan betimsel analizi yapılarak yorumlanmıştır.

Giriş

Azerbaycan, turizm endüstrisinin gelişimi için zengin kaynaklara sahiptir. Bu her şeyden önce, çok olumlu ekonomik-coğrafi bir konumdur. Öyle ki, Azerbaycan iki dünya uygarlığının kavşağında Transkafkasya ulaşım koridorunun ortasında bulunmaktadır ki, tüm infrastruktur- Avrupa'yı Kafkasya ve Orta Asya ülkeleri ile birleştiren hava ve deniz taşımacılığı, karayolu otomobil ve ulaşım yolları buradan geçmektedir. 86,6 bin metrekare Km. km arazisi ve 9 milyon nüfusu olan Azerbaycan Cumhuriyeti ender doğal-iklim özelliklerine sahip bir ülkedir. Yeryüzündeki 11 iklim tipinden (V.V.Keppenə göre) 8-inin burada olduğu tespit edilmiştir. Bazardüzü (4466 m), Şahdağ (4243 m), Babadağın (3629 m) yüksek zirveleri, Büyük Kafkasya'nın güney eteklerinden akan ırmaklar, birçok şelaleler, şeffaf Gök-Göl, Maral göl, Qobustanın sert ve aynı zamanda manzaralı çamur volkanları,

Lenkeranın nadir qoruqları , Abşeron ve Nabran bölgesinin tedavi önemli narin kumlu plajları Azerbaycan'ın zengin turizm potansiyelinin önemli parçasıdır.Azerbaycan'ın flora alemi kendisinin parlaklığı ve deseniyle buraya teşrif buyuran turistleri meftun olur.

Azerbaycanın farklı kılan nedenler:

- Güvenli ve Toleranslı
- Benzersiz Konferans Mekanları
- Uluslararası Marka oteller
- Sıcak iklim ve sahil yeri
- Kolay erişilebilir
- Üstün Misafirperverlik & Mutfağı

(http://www.azerbaijans.com/content_891_az.html).

3.2. AZERBAYCAN KONGRE TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

3.2.1 ERİŞİM (ACCESSIBILITY)

Vize

2017 Ocak ayında, ASAN vize portalı Azerbaycan'da başlatıldı. 30 güne kadar ülkede kalış süresi boyunca, portaldan tek seferlik bir elektronik vize alınabilir ve ödeme yapıldıktan sonra 3 iş günü içerisinde kullanılabilir ve doğrudan başvuru sahibinin e-postasına gönderilir. Vize için devlet ücreti 20 ABD dolarıdır. Portal üzerinden elektronik vize başvurusu, bireyler, aileler (en az 2, en çok 10 kişi) ve gruplar (en az 10, en fazla 300 kişi) içindir. Vize işlemlerinin sadeleştirilmesi, turistlerin ülkeye akışı üzerinde olumlu bir etki yaratmıştır. Elektronik vizelerin

piyasaya sürülmesinden sonra, 2016 yılında Azerbaycan'a gelen turist sayısı yüzde 11 arttı. Azerbaycan'ın uluslararası havalimanlarında Birleşik Arap Emirlikleri vatandaşlarına yönelik vize işlemlerinin Kasım 2015'ten bu yana basitleştirildiği ve Şubat 2016'dan beri Kuveyt, Katar, Umman, Suudi Arabistan, Japonya, Çin Halk Cumhuriyeti, Bahreyn, Güney Kore, Malezya, Endonezya ve Singapur. Elektronik vizelerin piyasaya sürülmesinden bu yana, Avrupa ülkelerinden gelen turist sayısı da artmıştır. Buna ek olarak, istatistiklere göre, ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 70'i Azerbaycan ile vizesiz bir rejimin tadını çıkaran devlet vatandaşlarıdır.(<http://azerbaijan.travel/en/visa>)

Belarus, Gürcistan, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova, Moğolistan, Rusya, Tacikistan, Ukrayna ve Özbekistan vatandaşları için vize gerekmemektedir. Maksimum konaklama süresi 90 gündür, on gün içinde kayıt yaptırmanız gerekmektedir. Vatandaşların vizesi için vize Türkiye (30 gün) ve İsrail (60 gün) ve çok az sayıda başkaları için, çoğunlukla özel statülü veya çok yüksek düzeyde davetli ziyaretçiler.

(http://www.aquamice.com/en/azerbaijan_0)

Uçuş (Flight)

Azerbaycan'ın ne kadar iyi bağlandığına şaşırabilirsiniz. Başkentin 20 km doğusundaki Bakü'deki Haydar Aliyev Uluslararası Havaalanı (GYD), Azerbaycan'ın ana geçidi. Büyük AB şehirlerine, Rusya ve BDT ülkelerine 20'den fazla ülkeye, ayrıca Türkiye, Körfez ve Orta Doğu bölgelerine birçok noktaya doğrudan bağlantı sağlamaktadır. İstanbul, Londra üzerinden global ağlara kesintisiz bağlantılar sayesinde seçenekler büyük ölçüde artmıştır.Frankfurt, Paris, Doha, Dubai, Tahran, Moskova, Riga veya Kiev. Çin'e doğrudan uçuşlar ve New York'a giden

uzun mesafeli rotalar da var. Pekin, Azerbaycan'a uçuşlar için Asya merkezidir.

Heydar Aliyev Uluslararası Havalimanı'nda yeni açılan yolcu terminali, dünyanın en güzel ve konforlu terminallerinden biridir. Görünümü, tasarımı ve altyapısı en üst düzeyde yapılmıştır. Terminal, yılda 6 milyona kadar yolcuya sahip. Kompleksin toplam alanı 65.000 m2'dir. Terminalde 30 adet yürüyen merdiven ve 20 adet yolcu asansörü bulunmaktadır. Yeni tesis, söz konusu akıllı havalimanı modeli de dahil olmak üzere, uluslararası havacılık alanındaki en yeni bilimsel ve teknolojik başarılarla dayanmaktadır.(http://www.aquamice.com/en/azerbaijan_0).

3.2.2. KONAKLAMA (ACCOMMODATION)

Azerbaycan'da 150'si Bakü şehrinde bulunan yaklaşık 500 otel bulunmaktadır. Oteller fiyatları mevsime ve yıldız oranına bağlıdır. Bakü'deki otel fiyatları 50 manat (30 \$) kadar düşük bir fiyattan başlar. İlk otel patlaması sırasında şehirde birçok beş yıldızlı ve dört yıldızlı otel inşa edildi. Bugün, “ekonomi sınıfı” turizminin geliştirilmesi için koşulların yaratılmasına özel bir öncelik verilmektedir. Böylece, Bakü'de ve bölgelerdeki bütçe bariyerinin açılması aktif olarak teşvik edilmektedir. Burada 10 manattan başlayarak en düşük fiyatlarda kalabilirsiniz. Oda ve yatakların yanı sıra tur operatörleri aracılığıyla ve doğrudan otel ile rezervasyon yapılabilir. Otel personeli çeşitli dillerde müşterilere yardımcı olabilecektir, ancak çoğunlukla otel çalışanlarının İngilizce, Rusça, Türkçe ve Arapça bilmeleri muhtemeldir. Varıştan önce konaklama rezervasyonu yaptırmanız şiddetle tavsiye edilmektedir, çünkü Azerbaycan şu anda turizmde bir patlama yaşamakta ve oteller

genellikle rezervasyon yaptırmaktadır(
<http://azerbaijan.travel/en/accommodation>).

3.2.2.1. Kongre için Uygun Oteller

JW Marriott Absheron Bakü

Beş yıldızlı lüks, zahmetsiz bir tarz ve müşteri memnuniyeti, şehrin en iş dostu adreslerinden birini oluşturmak için Baku's JW Marriott'da bir araya geliyor. Kentin az sayıdaki manzarası, Marriott'un seçkin iş salonundan veya penceresinin en üst katındaki spor salonundan Azadliq Meydanı'ndaki alacakaranlıkta görüldüğü gibi Bakü'nün körfezini ve silüetini karşılaştırır. Otelin içinde, her oda ve süit geniş bir düzen, bol doğal ışık ve daha harika manzaralarla süslenmiştir. Otelin yiyecek-içecek olanakları arasında Bakü'nün en iyi restoran ve konferanslarının yanı sıra yaklaşık 1500 m2 genişliğinde 13 esnek toplantı alanında son teknoloji görsel işitsel teknolojiden faydalanabilirsiniz. Bunların arasında 7 metre tavana sahip Baku'nun en büyük balo salonu ve yaklaşık 1000 konuk kapasiteli tatili için ideal olan muhteşem bir açık teras.

Oda sayısı 237 ,toplantı odaları 13 , 1000 kişilik tiyatro salonu, 600 kişilik ziyafet salonu, 1000 kişilik kokteyl salonu bulunmaktadır.

Boulevard Hotel Bakü

Süper boyutlu konferanslar için muazzam ölçüde düşük olan Boulevard Hotel, 800'den fazla şık ve modern konuk odası ve bin katılımcıyı idare edebilen muhteşem 1300m2 sütunlu bir balo salonu ile bariz bir ilk seçimdir. Doğal gün ışığıyla dolu Tagiyev balo salonu, çarpıcı iç bahçe, ön-foyer fuayesi ve aynı boyutta çeşitli büyüklüklerde altı ara odası ile tamamlanmış iki eşit parçaya bölünebilir. Ve evet, Hazar'ın hemen

yanındasınız - yolun karşısına geçmeksizin bayside gezinti yoluna doğru yürüdüğünüz tek büyük Bakü şehri oteli. Havaalanına kolay erişim sağlayan şehir merkezinin doğusundan arabayla kısa bir mesafededir.

Otelin oda sayısı 818, toplantı odaları 13, 1300 kişilik tiyatrosu, 600 kişilik ziyefet salonu, 900 kişilik kokteyl salonu bulunmaktadır.

Fairmont Bakü

Ne zaman uyuyabilir ve Baku'nun temel mimari ikonlarından biri olan büyüü “Alev Kuleleri” nin içinde buluşabilirsiniz. Sanatsal ekstralar ve Baku'nun en iyi caz çubuğu ile beş yıldızlı kalite bekliyoruz. Şaşırtıcı olan 'Alev Kuleleri', “ateş toprağı” için uygun bir sembol oluşturan üçlü bir gökdelenler gökdeleni. Hazar Denizi ve eski kentin muhteşem manzarasına sahip olan Fairmont, bu 36 katlı başyapıtlardan birini 299 muazzam döşenmiş, büyük boyutlu konuk odaları, 19 servisli daire ve yaklaşık 3500 m2'lik ESPA markalı spa tesisleri ile doldurmaktadır. Yaklaşık 1000 kişilik bir düzine toplantı salonu, pansiyon odaları ve bölünebilir balo salonları ile mükemmel konferans tesisleri, yaklaşık 2500 m2'lik çok kullanımlı toplantı alanı sağlar. The Jazz Club'da canlı performansları ve özel kokteylleri kaçırmayın.

Toplantı Kapasiteleri

Otelin oda sayısı 318, toplantı odaları 16, 1000 kişilik tiyatro salonu, 600 kişilik ziyafet salonu, 600 kokteyl salonu bulunmaktadır.

Pullman Bakü

Pullman, 280 şık oda ve suite çağdaş tasarımın en iyisini sunarken, Azerbaycan misafirperverliğini yansıtan bir ortam sağlamayı amaçlamaktadır. Tiffany tarzı cam tavanlı lobisinde yaratıcı bir tarza farklı bir dokunuş katıyor. Orada sekiz konferans salonu artı büyük, üstü

açılabilir çok kullanımlı balo salonu ve 525 koltuk tutan bir oditoryum vardır. Tesis, 5 yıldızlı bir iş otelinin tüm özelliklerini bir araya getirerek 4000 m2 büyüklüğündeki Aqua Park, 6 havuz ve 3 su kaydırağının da bulunduğu bir üst sınıf tesisin tüm özelliklerini bir araya getiriyor. Odalar, Türk hamamı, saunalar, buhar odası ve dinlenme bölgesi.

Oda sayısı 28, toplantı odaları 9, 525 kişilik tiyatro salonu, 350 kişilik ziyafet salonu, 480 kişilik kokteyl salonu bulunmaktadır.

Four Seasons Bakü

Bakü'de mi yoksa Paris'te mi? Muhteşem Four Seasons'ta şüphe duyamayacağınız gibi, Beaux Arts taş işçiliğinin ve çiçek dolu iç mekanın ihtişamı, klasik zarafetle sızma. Bakü'nün UNESCO listesinde bulunan Eski Kent'in yanında, Hazar'ın önündeki gezinti yolunun hemen karşısında yer alan, rakipsiz merkezi bir konumda bulunan Four Seasons Hotel, 171 görkemli oda ve suite şehrin en klasik zarif konaklama birimleri sunmaktadır. Üç lüks restoran ve barın yanı sıra, bir Tuscan fantazi filmi için bir set gibi hisseden Jaleh Spa ve atrium havuzunun özel yerleşim bölgesi bulunmaktadır. Altı lüks toplantı alanı, avizeleri, tavan kalıpları ve yaldızlı Korinth sütunlarıyla Segah Balo Salonu'nu içerir: bu salonda sadece 330 kişiye kadar olan ziyafetler veya 500 kadar resepsiyon bulunabilir.

Otelin Oda sayısı 171, toplantı odaları 7, 500 kişilik Tiyatro, 297 kişilik ziyafet salonu, 500 kokteyl salonu bulunmaktadır.(<http://meetinbaku.com/cat/hotels>).

3.2.2.2. Mekanlar (Venues)

Bakü Kongre Merkezi

Bakü Kongre Merkezi, açık bir şekilde yapılandırılmış, ancak hareketli odalar ve zarif dalga koruyucusu ile çevrili geniş bir kamusal alana sahip, çok işlevli bir binadır. Uluslararası Konferans Merkezi'nin kalbi 15 konferans salonu, kayıt merkezi, ofisler, fuaye / sergi alanı, medya merkezi, kafe, personel için sırt çantası, açık halk ile oditoryum. Alan: 30,000m2 Konferans veya sempozyumlar, ticaret gösterileri ve sergiler, tiyatro, banket veya aynı anda birkaç önlem için perde ve cep bölümleri ile bölünen izleyiciler, hareketli oturma ve döner taban sistemi sayesinde birçok amaç için kullanılabilir. Üst kat ofisler ve medya merkezi ana girişe ve ayrı girişlere bağlanmaktadır. Çeşitli yürüyen merdivenler ve asansörler, konukların oditoryum, konferans salonları ve ofis alanlarına rahatça erişebilmelerini sağlar. (www.azerbaijan.tourism.az)

Haydar Aliyev Merkezi

Heydar Aliyev Merkezi, Bakü'nün 57.500 metrekarelik arazisine sahip olan Iraklı bir İngiliz mimar olan Zaha Hadid tarafından inşa edildi ve kendine özgü ve akıcı mimarisini keskin açılardan uçan dalga tarzında gösterdi. Merkez, bir ana salon (konferans salonu), bir galeri salonu ve bir müzeden oluşmaktadır. Şehir merkezinin yakınında bulunan Bakü'nün yeniden inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Haydar Aliyev Merkezinde 41. Dünya İzci Konferansı'nda öğle yemeği düzenlenecektir. Öğle yemeğinde helal, vejeteryan, Koşer ve glutensiz yemekler servis edilecektir. (www.azerbaijan.tourism.az)

Çoğu zaman, Haydar Aliyev Merkezi'nin mimari projesini ilk gördüğünde, sadece mucizeler yapabileceğini düşündü. Bu sıradışı, karmaşık binanın inşası teorik olarak gerçekçi olmaktan uzaktı. Merkezin 2007 yılında inşa edilmesi 10 Mayıs 2012 tarihinde, ulusal lider Haydar Aliyev'in 89. yıldönümünde görevlendirildi. Dünya mimarisinin

incilerinden sayılan Haydar Aliyev Merkezi'nin binası, modern Bakü'nün sembollerinden biri olarak kabul ediliyor. Yapı projesinin yazarı, Pritzker mimarlık ödülü sahibi dünyaca ünlü bir mimar olan Zaha Hadid'tir. Dünya çapında bir dizi inşaat kompleksinin mimarı olarak bilinir. Merkez binasının projesinde hiçbir düz çizgi kullanılmamıştır. Binanın yapısı - yerden yukarı gökyüzüne doğru yükseliyor ve daha sonra yeryüzüne dönüyor, sadece postmodern mimari tarzı değil, aynı zamanda süreklilik ve sonsuzluk. Binadaki çizgiler de geçmiş ve gelecek arasında bir bağlantı kurmaktadır. Binanın iç ve dış tasarımı arasındaki uyum ve etkileşim bu alanı birbirine yaklaştırıyor. Çünkü merkez, yaş, ırk, din veya cinsiyete bakılmaksızın herkesi kendi fikirleri etrafında birleştirmeyi amaçlıyor. Binanın inşası sırasında toplam 90 km uzunluğunda bir demir yapılar ağı inşa edildi. 40 000 m² çatı kaplama alanı farklı boyutlarda ve farklı geometrik şekillerde kullanılmıştır - üçgenler, dikdörtgenler, trapezler ve paralelkenarlar gibi özel şekillere sahip 12 027 panel.

Toplam alan 15.93 ha

Bina alanı 101.801m²

Park (manzara alanı) 13.58 ha

Binanın en üstünde 74.1 metre

Karmaşık temel bina, yeraltı otoparkı ve park alanı içerir. Bölgede 2 adet dekoratif havuz ve yapay göl bulunmaktadır.

Binanın beyaz rengi sadece geleceğin sembolü değil, aynı zamanda buradaki özel unsurlar. Beyaz renk sayesinde, ışık ışınları projenin seçilen kısımlarına odaklanarak binanın yüzeyine taşınır.

Ana bina 3 bölümden oluşmaktadır:

1. Haydar Aliyev Müzesi bölümü.
2. Sergi salonları bölümü. Bu 9 katlı binada sergi salonları, idari ofisler ve kafeler bulunmaktadır.
3. Auditorium bölümü. Bu 4 katlı binada Auditorium, 2 konferans salonu (çok amaçlı salon), toplantı ve toplantı odaları ve Media Center bulunmaktadır.

(http://www.heydaraliyevcenter.az/#3_Memarliqsimvolu)

Gulustan Palace

"Gulustan" sarayı, ulusal lider Haydar Aliyev'in inisiyatifiyle 1979-1980 yıllarında inşa edildi. Tasarımlar Nazim Hacıbayov ve Hafız Amirhanov tarafından mühendis ve Novruz İsmayilov ve Kamil Karimov tarafından tasarım mühendisleri olarak hazırlandı. Azerbaycan SSR Bakanlar Konseyi başkanı Alish Lambaranski. Tofiq Akhmadov inşaat işinin amiri oldu. Söz konusu kişilerin tamamı, projenin başarılı bir şekilde tamamlanması için Azerbaycan SSR Devlet Ödülüne layık görülmüştür. Saray, konserler, halk resepsiyonları, konferanslar, sergiler ve diğer popüler kutlamalar gibi şehir ve ülke çapında etkinliklere ev sahipliği yapacak şekilde tasarlanmıştır. Şehrin dağlık kesiminde yer alan "Gulustan" sarayı, Bakü Körfezi ve silüetinin büyüleyici manzarasını sunuyor. Yerdeki zemin alanı, düzlükleri batıdan doğuya doğru farklılaştırmaktadır; bu, bu projenin kurucularının ustaca yararlandığı bir özelliktir. Gulustan projesinin önde gelen inşaatçıları, sarayın üzerinde eşsiz ve ince bir oryantal çekicilik bırakarak, çerçeveli kemerli sıralı balkonlar gibi birçok Ermeni mimarisine ait geleneksel motiflerle doludur. Balkonlar, ışık ve gölgeler oyununu yeniden yaratan, böylece incelik ve zarafet izlenimini uyandıran birinci kat qua konsollarıdır.

"Gulustan" sarayı zemin katıyla tamamlanan iki ana kattan oluşmaktadır. Birinci katta doğaçlama bir sahnede bir disko kulübü, masa oyunları için odalar, bilardo salonu, sunum odası ve 40 oturma alanı ve 75 oturma alanı bulunan bir çocuk kafesi bulunmaktadır. Tüm gastronomi tesisleri popüler kültürel etkinliklerdir. Zemin katta ayrıca geniş bir vestiyerle birlikte bir hediyelik eşya dükkanı ve ulusal mağazalar bulunmaktadır. İkinci katta iki büyük geçit merdiveni yer alıyor ve 960 kişi kapasiteli iki katlı. Büyük salonun sahnesi, entresol katındaki rampalarla sanatçıların odalarına bağlanır. 179 ziyaretçi ile süslenmiş bir restoran ve 149 kişilik ziyafet salonu bulunan kapılar. Binanın inşaat hacmi 79.424m²'ye eşittir ve kullanılabilir alan 8,525m³'dir.

(http://gulustansarayi.az/about_en.html)

Baku Expo Centre

Bakü Fuar Merkezi, en yüksek uluslararası standartlara uygun olarak tasarlanmış ve inşa edilmiş çok amaçlı bir etkinlik mekanıdır. Endüstri sergileri, konferanslar, ürün tanıtımları, seminerler, toplantılar, iş ve eğlence amaçlı kurumsal etkinlikler için ortak bir zemin. Kompleks, toplam 20 hektarlık bir alana yayılmış toplam 10 hektarlık bir alana yayılmış olup, toplam alanı 20.000 m²'nin üzerinde olan 3 hektardır. En geniş konu yelpazesinde sergiler düzenlemek için iyi donanımlı üç pavyon var. Ayrıca tesiste konferans salonları, toplantı salonları, iş merkezi, yemek alanları ve diğer destek hizmetleri sunulmaktadır. Konukların hoş bir şekilde dinlenebilmesi için tüm koşullar, 4.000 m²'lik alanı kaplayan lobide yaratılmıştır. Kompleksin önünde 500'den fazla arabaya sığabilecek geniş park alanı, ziyaretçilerin rahatı için de sunulmaktadır. Fuar Merkezi, havaalanına yakın ve şehir merkezine

arabayla sadece 20 dakika mesafede yer almaktadır.
(<https://bakuexpocenter.az/en/about.php>)

Bakı Biznes Mərkəzi

Seaside Milli Parkı'nda inşa edilen Bakü İş Merkezi, 12 Mart 2010 tarihinde yapıldı. Aynı gün burada "Azerbaycan Cumhuriyeti bölgelerinin 2009-2013 yıllarında sosyo-ekonomik gelişimi Devlet Programı" nın icrasının birinci ilinin sonuçlarına ilişkin yapılmış konferans yapıldı. Açılış törenine Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyev de katıldı. Ekonomik Kalkınma Bakanı Şahin Mustafayev, 2009 yılında bölgelerin sosyo-ekonomik kalkınması da dahil olmak üzere son yıllarda bölgenin başarılarını yansıtan sergi hakkında Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'e brifing verdi. Bakü Biznes Merkezinin 1. katında bulunan 300 kişilik büyük konferans salonu, 2-ci mertebesinde bulunan 70, 20 ve 12 kişilik toplantı odaları tedbirlerin uygulanması için en modern taleplere cevap veren kaliteli ekipman ve teknik levazimatlarla dahil multimedya projektörü, ses ekipmanları, mikrofonlar , yüksek hızlı İnternet Wi-Fi, simultane çeviri ekipmanları. Bakü İş Merkezi Hazar denizine açılan 300 kişilik "Şam Bulvar" restoranında hem etkinlikler sırasında, ayrıca sıradan günlerde katılımcılar için kahve molası, fırsat ve her türlü kahvaltılık yemeklerini organize etmek mümkündür. Bakü İş Merkezi'nin 1. katında büyük bir sergi salonu bulunmaktadır. Sergide toplantı katılımcılarına ülkemizin ekonomik gelişimini, enerji, altyapı, bilişim teknolojileri, sanayi, tarım sanayi, çevre, turizm, kültür, sağlık, eğitim, spor, sosyal ve diğer alanlarda elde ettiği başarıları yansıtan göstergeler, fotosergi, video çarklar, ayrıca Azerbaycan'da farklı ürün çeşitliliği gösterilmiştir. Sizleri, Bakü Ticaret Merkezi'nde yaratılan fırsatlardan ve iş ortamından

yararlanmaya davet ediyoruz.Baku İş Merkezi - Harika planları gerçek hayata dönüştürmek için ideal bir yer! (<http://bbm-az.com/index.php?sid=1&l=az>)

Congress Gabala

Her geçen gün gelişen ve gittikçe güzelleşen Azerbaycan küresel konferans ve toplantı sektörüne dahil olmakta kararlıdır. Değeri milyonlarca hesaplanan çeşitli modern veya mimari binalarda çok sayıda kongre merkezleri görmüş iş dünyası birincilerini şaşırtmak o kadar da kolay değildir. Fakat doğanın mevcut 11 iklim kuşağından 9-nun mevcut olduğu Azerbaycan'ın eski şehri Arnavutluk'un başkenti olmuş Qəbələdə (Karaçay kıyısında) en son modern teknoloji ile donatılmış Haydar Aliyev Kongre Merkezi bu sektörde kendi adını altın harflerle yazacağı iddialıdır. Merkez kapılarını büyük projelere ve küresel kararların verildiği görüşlere açtı.Doğanın çok cömertçe pay verdiği eski şehirde yoğun ve yemyeşil orman üzerinden yapılmış bu muhteşem binada en son teknolojilerle kurulmuş çok fonksiyonlu kullanım olanakları, entelektüel tekniği, zengin mutfağı ve profesyonel personeli ile Haydar Aliyev Kongre Merkezi'nin sizler için stratejik ortak ve Azerbaycan'da düşündüğünüz toplantı ve etkinlikler için aradığınız mekan olacağına inanıyoruz.Haydar Aliyev Kongre Merkezi'nin takımı olarak, biz geçireceğiniz tedbir ve görüşlerde size qu- sursuz çalışma koşulları, yüksek profesyonel hizmet ve tadından doymayacağınız yemekler vaat ediyoruz. Kaliteli hizmet veren ve yeniliklere esnek entegre komandamızla sizi ve değerli misafirlerinizi karşılamaktan çok memnun oluruz.

Etkinlik Planlamacıları, Banket Catering İkramları ve emrinize tahsis edilmiş özel ofislerimizin yanı sıra, 2 adet balo salonu, 17 toplantı odası,

18 kişilik bir sinema salonu ve 3 farklı fuayesi bulunmaktadır. Saray atmosferinde, mükemmeliyet ve tecrübenin dokunuşuyla şık ve ayrıcalıklı düğünler, toplantılar, konferanslar ve kişisel organizasyonlar planlanabilir. Son teknoloji ile tasarımı toplantı, ileri teknoloji ve profesyonel ekip, dünya standardı standartlarında hizmet ve yemek servisi ile tüm beklentilerinizi karşılayacak. Tüm yeni fikirleri ve modern teknolojiyi bir araya getiren toplantı merkezimizin büyüklüğü 5461 metrekaredir. 2 balo salonu, 12 toplantı salonu, 18 sinema ve 3 farklı fuaye bulunmaktadır. Otelimiz özellikle küçük diyet organizasyonları, özel yemekler, spor ve boş zaman aktiviteleri için organizasyon yönetimine kesin bir çözüm sunmaktadır. Ziyafet takımı ve teknik uzmanlar, kuruluşunuzun düşündüğünüz gibi mükemmel olmasını sağlamak için ellerinden geleni yapacaklardır. (<http://hacongressgabala.az/>)

3.2.2.3 Özel Mekanları (Special venues)

Buta Palace

Bakü'nün uluslararası havalimanı olan Buta Palace, geleneksel Azerbaycan tasarımının stilize unsurlarıyla çağdaş ziyafet ve konferans olanaklarını bir araya getiren bir mekandır: Buta'nın kendisi bu ülkenin ulusal bir simgesidir. ateş, Paisley kumaş arabesque anımsatıyor. Bölünebilir ana salon, eski bir Kervansarayı uyandırmak için tasarlandı ve 1570m²'nin üzerindeki en büyük formatında 2000'e yakın ziyaretçiyi ağırlayabilir. Daha küçük olan 650m²'lik salon, kuruma göre 400 delegeye ev sahipliği yapabilir. Bakü'nün merkezindeki önemli bir otoyolda yaklaşık 20 dakikalık sürüş mesafesinde siteye kolayca ulaşılabilir.

Mekanın 1200 kişilik tiyatro salonu, 1000 kişilik ziyafet salonu, 2000 kişilik kokteyl bulunmaktadır.

Büyük Saray

Klasik beyaz cephenin ardında yer alan Büyük Saray, 21. yüzyıldan kalma bir Versailles gibi hissedilen avize aydınlatmalı büyük bir iç mekana sahiptir. Bu glitz festivali ünlü ünlüler için iyi bilinen özel bir adres, ama aynı zamanda lüks bir konferans ya da toplantı yeri olduğu ortaya çıkıyor. Saray kompleksi yaklaşık 2000 misafir ağırlayabilir. Neftchiler banliyösünde, şehir merkezinin yaklaşık 8 km doğusundaki çok sayıda düğün mekanıyla ünlüdür.

Mekanın 1500 kişilik tiyatro salonu, 1000 kişilik ziyafet salonu, 2000 kişilik kokteyl salonu bulunmaktadır.

Elektra Events Hall

Elektra Events Hall, Baku'nun çeşitli türlerdeki profesyonel canlı müzikler için en önemli mekanı olduğu gibi, Body-Building'den stand-up komediye ve DJ Contests'in gösterilerine de ev sahipliği yapıyor. Mükemmel akustik ve ses ve görsel efektler için en üst düzey teknolojik sistemlere sahip bir konser tarzı mekan arıyorsanız, bu, belirli kurumsal etkinlikler, kongre ve sergiler için bir fikir seçimi olabilir. Bakü Bulvarı'nın güney ucundaki deniz kenarı, bir başka cazibe merkezidir.

Mekanın 800 kişilik tiyatro salonu, ziyafet 300, 2000 kişilik kokteyl salonu bulunmaktadır.

Baku Crystal Hall

Stadyum büyüklüğünde kalabalıklar bekliyor, ancak kapalı bir arena istiyorsanız, Kristal Salonu'nu düşünün. 2012 Eurovision Şarkı Yarışması'nın finallerine ev sahipliği yapmak için inşa edilen çok amaçlı

spor ve konser alanında 27.000 seyirciyi ağırlayabilir. Onun adı, gece boyunca bir dizi benzersiz aydınlatma etkisi yaratan dinamik LED ışık dizileriyle kaplanmış olan elmaslı dış cepheden gelmektedir. Arena çevresindeki koridor, her tarafta 15 giriş ile iki simetrik bölüme ayrılmıştır, iki ulaşım erişim noktası ve içecek tedarik etmek için birkaç içecek ve ikram kabini vardır.

Mekanın 25000 kişilik tiyatro saolunu bulunmaktadır.

Elite Events Hall

Elite Events Hall'u farklı kılan, at yarışlarına, binicilere ve binicilik derslerine ev sahipliği yapan büyük bir atlı merkezdeki konumu. Çok geniş, modern balo salonu tarzı salon yaklaşık 1500 kişi ağırlayabilir ve daha önce Miss (ve Mr) Azerbaycan güzellik yarışmaları dahil olmak üzere yüksek profilli etkinliklere ev sahipliği yaptı. Restoran hem yerel hem de Avrupa mutfağı ile ünlüdür ve 30, 50 ve 150 kişilik toplantı alanları sunabilen daha küçük alt odalar bulunmaktadır. Konum, şehir merkezine yaklaşık yarım saat mesafede, Bakü'nün uluslararası havaalanının doğusundan on dakikadan daha kısa bir mesafededir.

Mekanın 1500 kişilik tiyatro salonu, 1200 kişilik ziyafet salonu, 1500 kişilik kokteyl salonu bulunmaktadır (<http://meetinbaku.com/cat/venues/>).

3.2.3 GÖRÜLECEK YERLER (ATTRACTIONS)

Azerbaycan, 1991'de Sovyetler Birliği'nden bağımsızlığını ve ülkedeki petrol patlamasını kazandığı zamandan beri bölge, büyük bir turizm merkezi olarak hızla gelişmektedir. Ülkenin her kentinin, bölgenin antik tarihine odaklanan kendi ilgili referansları ve deneyimleri vardır. Ayrıca zamanla, yeni inşaat projeleri, gelişmiş teknolojiyle birlikte çağdaş

hizmetlerin ve eğlencenin ve klasik Azerbaycan kültürünün ve tarihinin harika bir karışımını sağlamak için bir araya geliyor (<https://www.azerbaijan.com/v/attractions/>).

Şirvanşahlar Sarayı

Bakü'de bulunan Şirvanşahlar Sarayı, 15. yüzyılda Şirvanşah hanedanlığı tarafından inşa edilmiş bir UNESCO Dünya Mirasıdır. Bu anıt, Şirvan-Abşeron şubesinin altındaki en büyük mimari yapıdır ve ana bina olan Diwan Khana, Türbesi, Saray Camii ve Saray Hamamı'nı kapsamaktadır. Sarayın inşası, Şirvan hanedanının İbrahim I yönetimi altında başlatıldı. Saray 10:00-17:00 saatleri arasında ziyarete açıktır (<http://whc.unesco.org/en/list/958>).

Kız Kulesi

Kız Kulesi, belirsiz tasarımı ve onu çevreleyen hikayeleri nedeniyle en baskın mimari parçalardan biridir. 12. yüzyılda Hazar Denizi kıyısında inşa edildiği söylenen (daha sonra arazi ıslahı nedeniyle, kule Hazar Denizi'ne yakın değil), bir saat kulesi olarak hizmet vermesi gerekiyordu. Ancak inşaat ve mimari, iğneyi yaklaşık 2,500 yıl öncesine işaret ediyor. Bu, ülkenin para birimi notlarında ve diğer belgelerinde yer aldığı düşünüldüğünde, Azerbaycan tarihinin önemli bir parçası ([https://en.wikipedia.org/wiki/Maiden__Tower\(Baku\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Maiden__Tower(Baku))).

Ataşhah

Bakü yakınlarındaki Surakhani'de bulunan Atashgah Ateş Tapınağı veya Ateş Tapınağı bulunmaktadır. Bu kale tarzı tapınak, 1998 yılında Dünya Mirası Alanı statüsüne aday gösterilmiş ve 2007 yılında Azeri Devlet Başkanı tarafından kararname ile bir tarihi mimari rezerv ilan etmiştir. Sanskritçe ya da Pencap dilinde yazıtlar, yerin aksine, ibadet yerine bir

Hindu ibadet yeri olduğunu belirtmektedir. bunun bir Zerdüşt Ateş Ateş Tapınağı olduğunu belirtti. Bugün bir müzeye ev sahipliği yapıyor ve artık bir tapınak olarak kullanılmıyor.

Yanar Dağ

Yanar Dağ, “yanan dağ” olarak tercüme edilen Bakü'nün, yıl boyunca sürekli yanan yangın alevleri olan ve 1000 yıldan beri süren bir süreçtir. Dağın kenarlarındaki doğal gaz delikleri, yağmur yağmasına uzun yıllardır yanıyor.

Petrol Kayalar

Azerbaycan petrol rezervleri nedeniyle ekonomisinde ilerleme kaydetmiştir. Bu yüzden Bakü yakınlarındaki kompleksi petrol kayalar birçok kişi için cazibe merkezi haline geldi. Ancak kompleksi görmek için Azerbaycan Devlet Petrol Şirketi'nden önceden izin alınması gerekmektedir.

Hamamlar

Hamam Orta Doğu kökenli bir sauna türüdür. Bakü'de, ana "hamam", kentin en eski hamamı olduğu için Bakü Sovyet Metro İstasyonu'nun yanında yer alır. Hamam Mahallesi olarak bilinen, kadınlar ve erkekler için günler ve kadınlar için Pazartesi ve Cuma günleri ile kadınlar ve erkekler için farklı günler ayrılmıştır. Başka bir hamam, sadece erkekler için, eski kentte yer alır ve Teze Bey Hamamı adıyla bilinir. Bu hamam, Türk, Fin vb. Gibi çeşitli banyolar sunuyorlar(<https://www.azerbaijan.com/v/attractions/>).

İçeri Şehir

Bakü'deki ortaçağ Icherisheher ve kentsel yaşamın gelişimini anlamak, günümüzün bugünkü ekonomik, maddi ve manevi kültürünü anlamak

için anahtardır.Tarihsel ve arkeolojik malzemeler, Bakü'nün, diğer birçok Azerbaycan kenti gibi, ekonomik olarak gelişmiş ve yoğun nüfuslu bir antik yerleşimin büyümesi sonucu ortaya çıktığını göstermektedir. Petrol ve tuz gibi kaynaklar, Bakü'nün küçük bir yerleşim yerinden gelişmekte olan bir şehre doğru büyümesi için kilit faktörlerden biriydi.Eski zamanlarda Bakü, sadece Güney Kafkasya'da değil, Ortadoğu'da da en yoğun nüfuslu şehirlerden biriydi. Elverişli iklim, doğal ve coğrafi koşullar, doğal kaynakların bolluğu ve dünya ticaret yolları üzerindeki yeri, Bakü'nün ekonomik gelişimini kolaylaştırdı. Hafif iklim, verimli topraklar ve zengin su kaynakları, yüzyılın başından itibaren başlayan ekonomik gelişme için temel faktörlerdi. Greko-Roma döneminin başlangıcında, coğrafyacı Claudius Ptolemy (70-147AD), “Coğrafya” çalışmasında Arnavutluk topraklarında 28 kasaba arasında Baruka veya Gaytara olarak Bakü'den söz etti.Bakü'nün “kutsal” bir ateş alanı olarak tanınması tarihinin önemli bir rol oynamıştır. Hıristiyanlık, putperestlik ve itfaiyecilik, Arap fetihleri ve Azerbaycan'ın çeşitli yerlerinde bulunan türbeleri öncesinde yayıldı. Eski Bakü, aynı zamanda, kutsal ibadethanenin kutsal yerlerinden biriydi. Kaynaklar ayrıca Bakü'nün MS 624 yılında Bizans İmparatoru Iracly (MS 610- 641) tarafından işgal edildiğini ve işgal sırasında birçok kutsal anıtın tahrip edildiğini de içermektedir.Icherisheher kendi kaderini içeren bir varlıktır. Bazı şehirler askeri ve siyasi olayların dışına düşmüşken, diğerleri tarihsel olayların yoğunluğuna kapılmışlardır. Bazı şehirler yağmalama, feodal çatışmalar ve doğal afetlere dayanamadı. Bakü'de olduğu gibi, elverişli iklim koşulları, güçlü ekonomi, ticaret ve el sanatları zaman içinde gelişmesini sağlamıştır.Icherisheher'in farklı mimarisi, usta mimarların ve ustaların işçiliğini gösterir ve geçmişe geri dönmemizi sağlar.Günümüzde hala var

olan dar, çarpık sokakları ve Icherisheher meydanlarını gördüğümüzde, yüzyıllar boyunca şehirde meydana gelen kademeli değişiklikleri izleyebiliriz. Duvarları içinde geçmişe doğru zamanda yolculuk yaptığımızı hayal edebiliyoruz. Kentsel planlama geleneklerini “kültürel katmanlarda” izleyerek, burada yaşayan ve çalışan insanları ve onların el sanatları ve geçimine olan bağlılıklarını neredeyse görüp duyabiliyoruz. Kalabalık pazar meydanları, kalabalık sokaklar ve büyük bölgeler Icherishher'de ortaya çıktı. Öncelikle bir ekonomi merkezi olarak geliştirilen iç topluluk (mahalla) yapıları vardı. Özellikle, yerel yönetim konut sakinleri ve komşu yerleşim birimlerinin hane halkı ve ekonomik faaliyetlerinde kilit bir rol oynamış ve yakın ve uzak bölgelerle yakın ekonomik ve kültürel bağlar sağlamıştır. Bakü'nün gelişmiş bir şehre yükselmesinin en önemli etkenlerinden biri, ülkenin el sanatları merkezlerinden birine dönüşmesiydi. Burada çeşitli el sanatları sektörleri geliştirildi. Bunların arasında, yöre halkına çeşitli gerekli malları sağlayan çanak çömlek, metal ve cam eşyaların üretimi de yer alıyordu. Kent ekonomisinin önemli faktörlerinden biri de değerli malların üretimi oldu. Su temini kurulması ve bakımı, sıhhi ve kanalizasyon sistemleri ve dikim işleri kentin gelişiminde önemli rol oynamıştır. Bu kamu çalışmaları projelerinin çoğu Bakü ortaçağ döneminde gerçekleştirildi. Amfityatro şeklinde yüksek bir tepe üzerine inşa edilen şehir, alt kısımda denize maruz kalmaktadır ve üst kısımdaki Kafkas Dağları ile çevrilidir. Üçlü sığınak duvarları, Kız Kulesi ve diğer tahkim tesisleri ile Icherisheher etkileyici bir sığınak gibi görünüyordu. Diğer ortaçağ kentleri gibi, Icherisheher (Surlu Şehri - Şeyhtan) kale duvarları içindeki tüm yapılar, taktiksel ve stratejik işlevleri bakımından savunma amaçlıydı. Kentin kentsel düzeni gerçek bir labirent önerdi. Büyük meydanlar ve geniş sokaklar yavaş yavaş

daraltı ve sakinlerin savunma faaliyetlerine tam katılımını sağlayan geometrik bir tasarıma büründü.Şehir surları ya da savaşçılar düşmana karşı koyamazken, vatandaşlar savunma eylemlerine katılacaktı. İlk olarak, süvari dar sokaklara ve kör sokaklara giremezdi çünkü geri dönmek ya da atları bu dar sokaklara sürmek imkansızdı. Icherisheher'e giren düşman birlikleri, bu sokaklarda bir tuzağa düşmüş gibi kayboldu. Daha sonra sakinler, yetişkinler ve çocuklar, düşmanlara katran veya kaynayan suyu döker veya onlara taş atarlar. Bu şekilde, vatandaşlar düşmanlarına karşı kendi ülkelerini ve şehirlerini korumak için cesaret gösteren düşmana karşı birlikte durabildiler.Şimdi bile, ulusal ordu ve silahlı kuvvetler atalarımızın savunma yeteneklerini inceliyorlar. Icherisheher ve onun savunma kaleleri vatanseverlik sembolleri ve büyük bir gurur ve onur kaynağıdır (<http://www.icherisheher.gov.az/static,39/lang,en/>).

Ganja Şişe Evi

Ganja, Azerbaycan'da yerel bir simge olan Bottle House, bu sentezin mükemmel bir örneğidir. Görünüşte tamamen cam şişelerin dışında inşa edilmiş bir ev, bu yer, hiç görüleceği gibi değil.Parıldayan renklerle, yaz güneşinde saydam olan Şişe Evi, bir pencerede bir prizma gibi duvarlarının içinden geçen ışığı yansıtır ve kırar. Duvarlarını kaplayan binlerce şişe, binanın her bir karesinde portreler, kelimeler ve tasarımlar oluşturan mozaik sanat eserleri yaratmak için özenle yerleştirilmiştir.Şişe evi özel bir rezidanstır - bir göz atmak için herhangi bir ücret yoktur, ayrıca saat veya resmi rehberli turlar da yoktur. Bu sayede pek çok ziyaretçi ve yoldan geçenler, onu yaratmak için kullanılan hem mühendislik hem de yaratıcılığın gücüne hayret etmekten alıkoymaz. Onu bir koleksiyon olarak adlandırın ya da bir sanat eseri olarak

adlandırın, ama bu evin en yakın açıklaması her ikisinin de olmasıdır(<https://www.atlasobscura.com/places/bottle-house-ganja>).

Yanar Bulag Ateş Yayı

Azerbaycan'ın güneyindeki Astara kentine yakın olan yanardağ Yanar Bulag (yakıcı bahar Bu fenomen sadece yeterli başlar. Su, özellikle sıra dışı görünmeyen küçük bir köşkün içindeki metal bir stand-borudan geliyor. Fakat daha hafif veya başka bir ateşleme kaynağına suya değdiğinde, sıvının kendisi de alev alır. Suyun bu eşsiz ve eğlenceli özelliği, eşsiz yüksek metan içeriğidir.Sudaki metaneye rağmen, ilkbaharda su yerliler tarafından iyileştirici özelliklere sahip oldukları söyleniyor. İnsanlar baharın sularını toplamak için tüm bölgeden geliyorlar. Benzer şekilde, turistler için, suyun ağzını almak için neredeyse bir geçit ritmi haline geldi ve borunun üst kısmı alevlendi.Ateş baharı, Azerbaycan'ın ülkenin yüksek doğalgaz ve petrol rezervlerine atfedilebilecek çok sayıda garip bölgeden biri. İlginç bir cazibe olmanın yanı sıra, yangın baharı da, ateş ve suyun ritüel saflığı ajanları olarak kabul edildiği bir din olan Zerdüştlük ruhunu çağrıştırıyor.a dönüşen), iki elementi ateş ve suyla birleştiren sıra dışı bir kaynaktır(<https://www.atlasobscura.com/places/fire-spring-yanar-bulag>).

3.3 AZERBAJCAN'IN KONGRE TURİZMİ ALANINDA POTANSİYELİNİN VE SORUNLARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK MÜLAKAT ARAŞTIRMASININ BULGULARI

Paşha Travel

Incoming and MICE Director

Bahruz Asgarov

Soru1: FAaliyyət göstərdiyiniz kurum və faaliyyətləriniz haqqında bilgi verin. Kongre turizmi alanında hansı işlər görüyorsunuz və/vəya görməyi planlayırsınız?

Cəvab: Pasha Travel 2003'tən bəri fəaliyyətdədir və Azərbaycan'ın tanınmış şirkətlərindən biridir. Biz kəndi xidmətlərimiz kəpsamında biletlərin planlaması, çeşitli təkinliklərin hazırlanması, səyahətlərin planlanmasını görüyoruz. Son yıllardır, bizim xidmətlərimiz arasına kongress xidmətlərinidə ilavə etdik. Aynı zamanda bunu Azərbaycan'da profesyonel şəkildə gören şirkətlərdən biriyiz və uluslararası kongress və sözleşmə örgütünün Azərbaycanda yegane üyesiyiz. Bizim kongress hissəmizi kontrol eliyən təkimin adı Pasha kongressdi və Pasha kongress Pasha travelin tüm kongress fəaliyyətinini gerçəkləştirir. Bu içərir bəkinin hərhangi kongress için adaylığının sürülmesi, onun için büyük kitabın hazırlanması, tüm mali tabloların hazırlanması, bütçənin kurulması, bütçəyə kontrol tüm bu gelişmeleri gerçəkləştiriyoruz ilk müşterilerimiz için ve ayrıca olarak kongress Azərbaycana təsdik olunursa transport xidməti, uçuş xidməti, təsərim xidməti , tədbirin konseptinin hazırlanması, marketingi digər tüm xidmətləri biz kəndi yolunda göstəriyoruz. Kongress turizm alanında gördüğümüz şeylərdən biri odur ki, Azərbaycanı və özəlliklə Bəkinı bu alanda tanıtdırmaq.

Çünkü Bakü kongresslər haritasında teesufki hala çokta iyi tanınmıyor. Bakü'ye var rakipler buna yakın coğrafyada bakarsak Antalya, İstanbul, Kiev, Dubai, Abudabi gibi şehirler Bakü için ciddi rakipler kongress alanında.Eğer merkezi Avrupa bölgesine bakarsak burada Budapes, Prag gibi şehirler ile çok ciddi şekilde rekabet Bakı. Biz kendi faaliyyetimiz çerçevesinde Bakını tanıtmaya çalışıyoruz çünkü Bakü'de son yıllarda çok iyi altyapıya var. Kongressləri getirebilir bilmemiz için hali hazırda Bakı kongresslər merkezinin açılmasından 3500 kişilik kongressi Azerbaycana getire biliriz ve biz elimizde olan altyapısı yurtdışında tanıdırıq.Bunu çeşitli sergiler vasıtasıyla hayata geçiririk. Eyni zamanda üye olduğumuz kurumlarda Bakü'nün propogandasını aparırıq. Biz Azerbaycanda faaliyyetde olan Bakü kongresslər bürosu ve Azerbaycan kongresslər bürosu ile çok ciddi şekilde çalışıyoruz ve her ikisinin üyesiyiz. Onlarda sırayla Bakü'nün bu kongresslər haritasında yerini bulmasına yardım ederler.

Soru2:Hansı mövzularda konferans və fuarlar organize ediyorsunuz?

Cevap:Biz Pasha kongress olarak özel niş konferanslara fokslanmışıq. Biz esasen association conference biznesine bakıyoruz. Çünkü bildiğiniz gibi dünyada aşırı ziyade kurumlar var ve bu kurumlar her yıl kendi önlemlerini geçirirler. Burası onların yıllık toplantıları içerebilir veya iki yılda bir düzenlenen toplantıları içerebilir bölgesel toplantılar içerebilir ve yaxudda daha geniş çapta toplantılar giriş bilər. Biz esasen bilimsel, tıbbi ve teknoloji alanında olan konferanslara çok ciddi şekilde ilgi gösteriyoruz ve Azernaycana getiriyoruz .Aynı zamanda bu toplantıları beraberindeki sergileri düzenliyoruz. Örneğin 2017 yılının Haziran ayında WAML (World Association for Medical Law) toplantısını

Azerbaycan'da organize elemişik bu konferans kriminal tıp üzerine kurulu.Daha sonra 2019 yılında organize edecik yaklaşık 3.000 misafirin gelmesini bekliyoruz. APASL Single Topic Conferences örgütünün konferansını Azerbaycana getiriyoruz. Çok özel bir konuyla bu konferansın propagandasını yapmışız Azerbaycana qazandırmışız ve Bakü'ye getiriyoruz. Ayrıca olarak THESIS2018 konferansı var teknoloji alanındadır. Avrupa'da bu sahada en eski örgütün düzenlediği konferans. Biz onu Azerbaycana getiriyoruz. Gelecek hafta daha bir konfransımız var bu dünya limanları birliinin Bakü'deki Konferansı'dır. 8-11 Mayıs arasında yapılacak. Konferansa yurtdışından misafirlerin gelmesi bekleniyor yaklaşık 800 kişilik konferans. Aynı zamanda konferansın kendisinin sergisi var. Yani dediğim gibi bizim düzenlediğimiz sergiler işte o konferansın konusuna uygun olur ve konferansın bir parçası olur. Biz ayrı sergi organize etmiyoruz bu bizim iş modelimizde değil. Biz genellikle konferans düzenliyoruz ve bu konferansın üzerinde sergi düzenliyoruz. Ve bunlardan ek olarak Tarih konusunda konfransımız bekleniyor Eylül ayında onun üzerinde çalışıyoruz.

Soru3: Konqrede iştirak edenlere tedbir erzinde və tedbir sonrası hansı hizmetleri (ilave hizmetlerde de dahil olmaqla) təklif ediyorsunuz?

Cevap : Belirttiğim gibi Pasha Travel içerisinde Pasha Congess fəailiyyət göstəriyor. Konferans öncəsi biz Teklif danışmanlık ve hazırlık (Bid consultation and preparation) ile meşgul oluyoruz. Yani Bakü adaylığını sürüyor herhangi bir tedbir için. Kurumların çeşitli tedbirleri var.Bakü, Prag, Budapeşte, TIBLISI ve diğer şehirler istiyor ki, bu tip etkinlikler onların ülkelerine gelsin. Bu ülkeleri getirmek için bu işte yardım

ediyorlar Convention bürolar yani Azerbaijan Convention Bureau ve Baku Convention Bureau.

Eğer adaylık ileri sürüləndə artık biz diyoruz ki, Bakü bu tedbire maraqlıdı o zaman biz onun bidbookunu hazırlamalımız. Ve o yüzden biz tedbirden önce Bid consultation and preparation hazırlıklarını yapıyoruz kendi müşterilerimiz için. Ondan sonra biz (Request for proposal (RFP) procedures) Bakü için teyit edilebilir veya uygun olan bir kongressi araşdırırıqki, onun Bakü'de yapılması ne kadar uygundur.Çünkü burası altyapı meseleleri girer. Örneğin bu konferansa uygun otel var mı, öyle bir konferans olabilir bilərki mutlak şekilde isteğe bilərki, biz istiyoruz örneğin 1500 misafirimiz geliyor hepsini bir otelde yerləşdirilsin. Bu durumda Azerbaycan'da sorun oluşur. Azerbaycanda ele bir otel yoktur Azerbaycanda maksimum 800 odalı otel var.Örneğin diyebilirler ki, biz venue istiyoruz kongress için yüksekliği 9 metreden aşığı olmamalıdır. Biz o zaman axtarıırıq öyle venue mı. Sonra biz baxırıqki, yeteri kadar trasport mı yeteri kadar lojistik mı bu tedbirin uygulanması için. Bu planlama süreçlerini tēdbirdər önce keçirdirik. Daha sonra mali raporu (Financial planning and mangement) yapıyoruz.Finansal tablo hazırlaması kongressin bütçesinin hazırlanması ve izlenmesi. Toplantı katılımcılarının kayıt yapılması ve adminstrasiyası hizmetleri gerçekleştiriyoruz. Çeşitli konferans mekanlarını arıyoruz bu konferans için öneriyoruz ve onun için görüşmeler yapıyoruz. Fiyat alınmasında ve yaxudda hizmetlerin gözləntilərər uyarlanmasından. Konferansın sekretaryatını kuruyoruz ve sekretaryatına danışmanlık yapıyoruz. Meselçün herhangi bir kongress Azerbaycana gelmek istiyor onun organizasyon komitesini biz host edebiliyoruz kendi şirketimizde. Ondan ek olarak her herhangi bir sanayi fuarlarını organize ediyoruz. Kongress

için sosyal programı hazırlıyoruz. Örneğin ziyafetlerin düzenlenmesi herhangi bir özel tedbirin düzenlenmesi konferansın çerçevesinde. Bilimsel konferanslarda abstrac manegment ediyoruz yani özel referatlar verilir konferansın bilimsel şurasına onlar seçiyorlar onun arasından mərəzələriki konferans zamanında çıxış elesinler. Sözcü managmentllə meşgul. Konferans için her herhangi bir özel Spikerlerin bulunması ve getirilmesi ile meşgul oluyoruz. Ve konferans öncesi konferans sonrası turların düzenlenmesi ile meşgul oluyoruz.

Soru4: Pazarlama alanında neler yaparsınız?

Cevap: Bakü'nün pazarlama alanında günümüzde aktif olduğumuz pazarlarda Bakü'nün çok ciddi şekilde propagandasını yapıyoruz. Bunun için çeşitli araçlar hayata geçiririz. Onlardan biri sergilerde yer almaktır. İşte Sırf bununla ilgili olarak biz her yıl Azerbaycan'ı Frankfurt'ta düzenlenen IMEX-de tanıtırız. Bizim orda stendimiz olur. Biz genellikle oraya gittiğinde kendi diğer partnyorlarımızıda yapıyoruz. Bunlar bizim otel ortaklarımız olabilir ve yaxudda bu alanda bize yardımcı olan başka partyorumuz olmalı. Biz orda stendin sergisinde sergi stendini alıyoruz orda Azerbaycanı takdim eliyirik ve Azerbaycan'ın propagandasını yapıyoruz. Digər halde çeşitli ünlü kurum varki onların Bakü'deki üyesiyiz ve biz onların üyesi olduğumuz için onlar kendi nöbəsində Bakını savunur kendilerinin aktif olduğu piyasalarda. Örneğin Azerbaycan'da Ovation Network-un tek stratejik partnyoruyuk eğer ovation Network sitenin girsəz görərsizki, bu alanda aktif faaliyyet gösterirler. Aynı zamanda biz kendimizde çeşitli çap ve promosyon matrealları hazırlıyıriq ve bunları kendi maliyyəmiz aracılığıyla gerçekleştiriyoruz baskı yapıyoruz bunlarla propaganda yapıyoruz. Örneğin Azerbaycan hakkında bizim özel bir kitabımız varki

Azerbaycan'da bulunan turizm noktaları, altyapısı, Oteller, konferans mekanları hakkında bilgi veriyoruz ki, Azerbaycanda hangi tür konferansların uygulanması ile ilgili bilgi olsun ve Bakü aday bilsin bu buzarlarda. Yani pazarlama alanında özellikle bunlarla meşgul oluyoruz.

Soru5: Faaliyetinizde hangi sorunlarla karşılaşyorsunuz?

Cevap: Baxmayaraqki Azerbaycanda belirtildiği altyapılar var fealiyetimizde bazen sorunumuz onunla bağlanabilir bilərki bazen hemen bizim ortakları bu tip işe hazır olmasın misalçün bizde oteller məşquldu esasen turizmle məşquldular ama kongress işi biraz farklı biznesdi orda olan mekanizmalar kurallar ümumiyyətlə biraz ile farklı. Biz bu iş dünyasında piyasaya bakınca görürükki daha az bilgisizlik var. Hansıki bu alanda aktif olan kurumlar mariflenderme çalışmaları yapılmalıdır, treningler teşkil eləməlidirki bilgiler versinler bu iş hakkında bu nasıl çalışır. Kongesslər işi partner iş bu birkaç yıl sonra gerçekleştirilen biznesdi. Örneğin Bakü hakkında 4 yıl önce karar verirler ve sadece 4 yıl sonra bu kongress Bakü'ye geliyor. Yani bu durumda biz sürekli olarak MARIFLENDİRME aparmalıyıqki tanınsın bu iş nasıl çalışır fərlidi bu iş dünyasında odalar vb. Birde Azerbaycan'ın tanıtımı ile ilgili problem yaşayabilir bilərikki turizm alanında evet çok ciddi adımlar atıyoruz turizm alanında yeteri kadar tanınıyor ama işte kongess alanında yapılması gereken işler var biz bunları hayata geçirmeye çalışıyoruz.

Soru6: Azerbaycan'ın kongre turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Baxmayaraqki Azerbaycan'da en büyük potansiyel 2 destinasiya arasındadı Azerbaycanda hansıki Bakü ve Gebele. Diğər bölgeleri ise biz sadece EDON gibi ekliyoruz Bakı ve Bakı etrafı Gebele ve Gebele

çevresi kendi programımıza dahil eliyə biliyoruz. Çünkü böyle deyim kongress turizmini getirmek için ne lazımdı? Lazımdı birinci şekilde vize şərtləriki son yıllarda rahatlaşdırılıb ve gerçekten biz aydınlığa çoklu tedbirler getirmek için bizim için büyük üstünlükdü. İkinci Accesibilti Bakü'ye birkaç ülkeden uçuş var Bakı birkaç ülkeye çok iyi şekilde bağlanıb.Ondan ek olarak Otel ve altyapı meselesi Azerbaycanda Oteller var ancak hangi büyüklükte oteller lazımdı ve ayrıca konferans için mekanlar ne kadardı onlar ne kadar adam kabul edebilelim ve s. Bu konuları dikkate alırsak yani 2 ciddi potansiyelli bölgemiz var, hansıki biri Bakıdı biri Gebele. Ama diğer bölgələrimizdədə potansiyel görüyoruz daha küçük ölçekli konferansların gerçekleştirilmesi için.

Soru7: Azerbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap: Azerbaycan'da kongress turizmi alanında MARIFLENDİRME işi yerine getirilmelidir. Çünkü kongress turizmini Bakü'ye getirmek için bizim alt yapıda var, bizim ortaklarımızdan var, bu alanda bilgisi olan bizim ortaklarımızdan var. Sadece propaganda yapılmalıdır. Gerçekten kongress odaklı propaganda yapılmalıdır. Kongress biznesini getirmek istiyorsak çünkü bu çok büyük biznesdi ve turizm işinden ile farklı bunun için ayrıca bir tebligat yapılmalıdır.

Soru8:Azərbaycanda kongre turizminin gelişmesi için hangi önlemler alınmalıdır?

Cevap:Mutlak şekilde bu alanda Azerbaycan genelinde marafləndirmə yapılmalıdır. Bu işi anlamak lazımdı bu iş nasıl yapılır. Azerbaycan dışında propaganda aparılmalıdırki Bakını kongress destinasiyısı gibi telkin bilek. Daha sonra altyapı iyileştirilecektir bu alanda daha çok konferans venue-ları hazırlanmalıdır. Özellikle anlatırdım 3-4 yıldızlı otellerin sayısı artırılmalıdır. Çünkü bu tip Kongrese gelen insanlar özel

bir bütçe ile gelirler. Hansıki genellikle kendi şirketleri ödüyür bu parayı örneğin 5 yıldızlı oteller daha pahalı olabilir onlar için o zaman 3-4 yıldızlı otellere bakmak gerekir. Aslında ümulikdə alırken kongressə gelen para harcama kabiliyeti olan insanlardı ve bu tip insanları Azərbaycana getirmek Azərbaycan için çok elverişlidir.

Soru9:Kongre turizminde hangi ülkeleri model olarak görüyorsunuz? Neden?

Cevap: Kongre turizminde yeteri sayıda ülkeler varki hansıki model olarak alınabilir örneğin Avusturya çok güzel modeldi aynı zamanda Çek Cumhuriyeti, Budapeşte eğer bizim katogoryada baxırıqsa çok güçlüdür Amerika yani Amerika'daki olan kongress işi yani bunlar hepsi bu alanda kendi sözünü demiş ülkelerdir. Ve yeteri kadar güçlüdürler kendi çerçevesinde burda model olarak bunların hamsin modelleri farklı aslında. Yani model olarak diye bilmerikki ben bu modeli görüyorum bu en uygun ama bu bahsettiğim ülkelerde kurulan altyapı kongreslərin bu ülkelere getirilmesi çok güzel elverişli ortam sağlar. Burda hem altyapı yönünden diyorum hem orda olan şirketlerin profesyonallığı yönünden diyorum ve bu alanda mariflənmiş örgütleri var. Bu uzun bir yılların gerçekleştirdiği bir prosesdi ve dikkate alsaqki Azərbaycan kongress alanında 5 yıldır aktifdir ona kadar Azərbaycan kongress işi yönünden çalışmalar görmüyordu. Eğer bakarsak görərikki Azərbaycanda kongreler bürosunun oluşturulması 5 yıl önce oldu ve aynı zamanda konferans için yapılmış çeşitli mekanlarda bu süre içinde yapılmış. Ama halbuki bu ülkelere bakarsak bu Altyapı daha önceden vardı, meselçün Azərbaycan kongress merkezi bu yıl açıldı ama oysa dediğim ülkelerde minimum 20 yıldır var bu merkezler. Ve bu kongress merkezinin olması

artık Azərbaycan'a 1000-2000 kişilik kongress getirende onları yerleştirmek gibi avantajları var.

Azərbaycan Devlet İktisat Universitesi

Türk Dünyası İşlətmə Fakultesi

Ferruh Tuzcuoğlu

Soru1: Faaliyyət göstərdiyiniz kurum və fəaliyyətləriniz haqqında bilgi verin. Konqre turizmi alanında hansı işlər görüyorsunuz və/vəya görməyi planlıyorsunuz?

Cəvab: Buradakı sorulardan ilki fəaliyyət olduğunuz kurumda fəaliyyətlər haqqında bilgi verin diyor. Ben biliyorsunuz Sakarya Üniversitesi öğretim üyesiyim. Normalde burada İktisat Üniversitesi, Türk Dünyası İşletme Fakültesinde misafir olarak iki buçuk üç yıldır bulunuyorum. Burada biz tabii normal eğitim, öğretimin yanı sıra zaman-zaman ya ulusal, ya uluslararası beynelxalq konferanslar, kongreler düzenliyoruz. Bizim kongrelerimiz tabii sosyal bilim kongreleri olduğu için iktisat biliminde, sosyal bilimlerde konqrenin nasıl olması gerektiğini zaten hepimiz biliyoruz. O şekilde düzenliyoruz. Biz sanatkar olmadığımız için tabii sergimiz olmadı.

Soru2: Hangi mövzularda konferans və fuarlar organize ediyorsunuz?

Cəvab: Konferanslar genellikle bizim iktisat, işletme, maliye, uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi, çevre sorunları, şehircilik gibi konularda yoğunluk kazanıyor. Ama bunun yanısıra bizim düzenlemiş

olduğumuz kongrelerde diğer sosyal bilimlerden de katılanlar oluyor. amma özellikle bizim ilgi alanımız iktisadi ve idari ihtisaslardır.

Soru3: Kongrede iştirak edenlere tedbir arzinde və tedbir sonrası hansı hizmetleri (ilave hizmetlerde de dahil olmaqla) təklif ediyorsunuz?

Kongrede katılımcılara ek hizmet sunmaları sorulmaktadır. Tabii bazen kongreler düzenlenirken bunların kongreye yurtdışından yada yurtiçinden katılacak olanların kalacakları yerler, yeme içmeleri bu gibi durumları düşünüyoruz, bunları organize etmeye çalışıyoruz, ama tabii bu iş bizim uzmanlık alanımız olmadığı için zor. Bir iş yani genellikle biz artık bu işlere yani işte kaç kişi kongreye gelecek kaç kişi hangi otelde kalacak bunlar havaalanından aeroportan nasıl gelip gidecekler ya da kaldıkları otellerde nasıl gelip gidecekler bunları düşünmek lazım, biz bunları daha çok profesyonel turizm firmalarına veriyoruz. Mesela burada yapmış olduğumuz kongrelerde o şekilde turizm firmaları ile çalıştık, bunlar kalacak yeri, uçak biletleri temin ettiler. Şehir içinde, yani havalimanından kongre yapılacak olan yere ya da otellere dağıtımına sağladılar. Katılımcılara ayrıyetten biliyorsunuz küçük te olsa bir takım hediyelik eşya türünde şeyler yapılıyor. İşte kongre çantası geleneyi var biliyorsunuz. Çantanın içinde defter, dosya, kalemlik ve birkaç parça bişey oluyor. Bunlar sağlanılmaya çalışılıyor.

Soru4: Pazarlama alanında neler yaparsınız?

Cevap: Daha önceden tecrübeli birinin kongre düzenlemesi çok önemli. Mesela biz diyoruz ki bazen bu kongreyi işte şu kişi düzenliyor, demek ki orada problem yaşamayız bu adam bu işi biliyor deriz. Tecrübe çok önemli. Kongre düzenlenirken konum (yer) da çok önemli. Mesela ben her hangi bir konferansa gittiyim zaman bakıyorum. İngiltere,

Japonya ben bu ölkeleri görmüşüm diyorum. Nerede kongre var benim görmediyim mesela Kambolşa gidiyorum. Yer de çok önemli.

Soru5: Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

Cevap: Bizim sorunumuz her zaman değil de, bazen katılımın düşük olmasıdır. Kongre giderlerini karşılayamıyor olabilirsiniz. Dünyanın dört bir yanından insanlar gelirler. Az gelirlerse kongre giderlerini karşılayamazsınız. Ya da kongrelerin ayakta durabilmesi için çeşitli şirketler tarafından ya da devlet kurumları tarafından sivil örgüt toplulukları tarafından desteklenmesi, sponsor olması lazım. En büyük problemlerden bir tanesi budur. Sponsor, finansman olmayınca da bir şey olmuyor. Takdir edersiniz ki, önemli kişileri getirmek için, uçak biletlerini almamız lazım. Belki bazı insanlar sırf o gelecek diye geliyorlar. Bir kaç tane bilim adamı çağıracaksınız. Finansman en önemli problemdir. Kongre turizminin sorunları iyince yetişmiş eleman azdır. Ben bu konuda Cenap Prezidente bir mektup yazmayı düşünüyorum. Burada gördüğüm bir takım şeyler var. Değerlendirdiyim, mesela şöyle olursa daha iyi olur, şuna üstünlük verilirse daha iyi olur şeklinde düşüncelerimi dile getirmek istiyorum. Bazı işleri bilen elemanlar çok az. İşleri bilen bir eleman bulamıyoruz.

Soru6: Azerbaycan'ın kongre turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Azerbaycanda kongre turizmi konusunda çok yeri görmediyim için bir şey söyleyemem ama, mesela ben zannediyorum ki, iktisat üniversitesinin bir mekanı var oraya gitmişdim.

Orası mesela çok güzel, Ben oraların resimlerini de facebookta paylaştım. Duyurdum ki, gelin kongrelerinizi burada yapın. Burasının

tabiatı çok güzel. İçinde olimpik yüzme havuzundan tutmuş tranajor zalına orada çok güzel kış tesisleri de vardır. Aradaki kayak mesafesi 1saat bile diyil. Şahdağa yakın.

Soru7. Azerbaycan’da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap: Azerbaycanda konqre konfransı düzenlemek de çok zor. Üniversiteler şöyle bakıyorlar, nasıl olur. Çokdüşünüyor, taşınılıyor. Azerbycanda gördüyüm sorunlardan bir tanesi şöyledir. Bütün iş bir ve ya iki kişiye kalıyor. Ekip çalışması yapamıyorlar. Hemin insanlar bile konferansın ne zaman başlayacağını işin içinde kendisi olmazı gerekirken bize soruyor. Biz ise bu sorunu hall etmişiz, biz ekip çalışması yapa biliyoruz. Bir ekip oluşturması gereken birini bulmakda sorun yaşıyoruz. Yani bu konuda talebeler, öğretmenlerden daha fazla yardımcı olmaya çalışıyorlar.

Soru8: Azərbycanda kongre turizminin gelişmesi için hangi önlemler alınmalıdır?

Cevap: Kongre turizmi ile alakalı Azerbaycanı daha iyi tanıtmamız lazım. Cenap Prezidentimizin mükemmel siyaseti, islam hemreylık oyunları, Formula 1 bunlar müthiş ölkeyi tanıtıyorlar. Bazı aylarda Bakunun merkezinde addim atacak, otellerde kalacak yer bulunmuyor. Turizm için eleman yetiştirmemiz lazım. Benim en fazla dertlendiyim problemlerden bir tanesi iletişim çok rahat her yerde her çeşit taksi var. Amma bunları da eğitmek gerekiyor. Mesela turist söylüyor ki, Tehsil idaresine gidecem, taksiçi adamı Tehzil nazirliyyine götürüyor. Siz diyorsunuz buraya gidelim adam alakasız bir yere götürüyor. Taksiçilerini de sertifika eğitimine tabe tutulması lazım. Onlara iki haftalık eğitim vermek gerekiyor. Coğrafi bilgi sistemleri çok zayıf. Bence taksiçi olmak isteyenler 2 hafta ders verelim, daha sonra onları

imtihan edelim, sorular soralım. Mesela ben sahilden birinci fahriye yabana gideceksin hangi yolu izlersin? Ben taksiye bindiyimde yolun tarifini bana soruyorlar, ben bu konuda onlardan daha bilgili oldum. Taksiçileri, insanları eğitmek şart. Biraz kamu spotları yapmamız lazım. Gençleri halka dönük ... 14 30 davranışlar zaman-zaman ortaya çıka biliyor. Özellikle 15-25 yaş arası gençler yerlere çok tükürüyorlar. Bu uzaktan hoş gözüküyor. Bakıyorsunuz üniversite talebesi su içiyor, onun kabını fırlatıyor gidiyor. Kamu spotlarını geliştirmemiz lazım. İçerişeherde her yerde asmak lazım. Çöpünüzü çöp kutusuna atın, yerlere tükürmeyin. Bunlara insanları alıştırmak lazım. Genel olarak bir eğitim işi var.

Soru9: Kongre turizminde hangi ülkeleri model olarak görüyorsunuz? Neden?

Cevap: Amerikada, Avrupada güzel kongreler düzenleniyor. Bura Türkiye de dahil. Bu konuda güzel işler görüyorlar. Biz kardeş ülkeyiz. Biz bazı meseleleri Azerbaycandan öyreniyorlar. Bize bir birimizden fayda var. İşbirliyi olması lazım. Xarici ülkeler tektarafli menfaat olarak görüyorlar, oysa biz kardeş ülke olduğumuzdan bir-birimize bildiyimiz şeyleri anlatmalıyız diye düşünüyorum.

Azerbaijan Convention Bureau

Head of Tours and Travel Department

Tamar Akhalbedashvili

Soru1: Faaliyyət göstərdiyiniz kurum və faaliyyətləriniz haqqında bilgi verin. Kongre turizmi alanında hansı işlər görürsünüz və/vəya görməyi planlıyorsunuz?

Cevap: Azərbaycan kongreler bürosu bildiyiniz gibi Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde çalışan bulunan bir kurumdur. Bu kurumun işi kongre ve mice turizmini cazibe etmekten ibarettir. Bildiyiniz gibi Azərbaycan'da bunun için çok büyük bir potansiyel var. Kafkas ülkeleri içerisinde en büyük potansiyel bizdedir ki, biz bir dönemde 3500 insanı bir mekana toplaya bilip önlem keçirde bilerik. Azərbaycan Kongreler Bürosu esas işi turizmle bağlıdır. Buraya turizmi geliştirmek, dış kongresləri, mice hizmetlerini burada keçirtmək ve çekmek içerir.

Hemin bu sergileri ve turistleri buraya çekmek için biz fuarlarda yer alıyoruz. Bildiyiniz gibi Mayıs ayında Frankfurt IMEX Fuarı olacak, Hindistan'ın Mumbai kentinde olacak. Biz Azərbaycan'da rout gösterisi gibi etkinlikler düzenliyoruz ve hem Azərbaycan, hem de Tarket ülkelerinde, örneğin, Rusya'da, Hersinkdə, Mumbai vb. dünyada düzenlenen tüm fuarlarda yer alıyoruz ve Azərbaycan'ı orda temsil ediyoruz. Tüm dünya ülkelerinde insanları dahil ediyoruz. Azərbaycanı tanıtdıraraq getiren demektir ki, azərbaycana gelsinlər burda fuarlarını, konferanslarını keçirsinler. Ve size gösterdiğimiz gibi kitapta sergiler aracılığıyla turistleri buraya getiren demektir. Bizim otellerde, Haydar Aliyev merkezinde, Bakü kongre merkezinde olan potansiyeli gösteriyoruz açıklıyoruz ki, buraya gelip fuarlarını rahat keçirtsinlər.

Gedikkə Azərbaycan'da gelişme olur ve Azərbaycan'ın potansiyelini onlara ulaştırarak getiren demektir. Bunların hepsi sergiler aracılığıyla olur. İCCA örgütü uluslararası örgüttür ve tüm görüşmelerde burda onların logosu var. Dünyada tüm görüşler ilgili konferanslar ve sergilərnən bağı kuruluşlar orda yer alıyor. Onların üzvləridir. azərbaycanda convershin Rout bu örgütün üyesidir. Ve biz Azərbaycan hakkında tüm bilgileri oraya verdik. Orda ihale şeklinde yapılır. Yani, bir kaç ülke katılıyor. Azerbaycanda o potansiyelin olup olmadığını gösteriyoruz bu örgüte ki, yaklaşıp gelip kendi konferanslarını Azerbaycanda keçirsinler. ICCA aracılığıyla bunu çok rahat ediyoruz.

Soru2: Hangi mövzularda konferans və fuarlar organize ediyorsunuz?

Cevap: Marketinqlə bağı neynirik Azərbaycan'ı dünyada tanıdırıq yani bu reklam ediyoruz. Azerbaycan hakkında kitapçık ettiriyoruz ve onu tüm konferanslarda paylayırıq ki, Azerbaycanı tanısınlar. Azərbaycanı tanıtan Reklam rolıklərini dünyaya gösteriyoruz. Ayrıca yılda iki kez Bakü şopinq festivali keçirdirik. Turistleri çekmek için yapılır bu Bakı şopinq festivalını dünyada reklam ediyoruz ki, turistlerin geliş artsın.

Kafkasya'da ilk kez şopinq festivali Azerbaycan'da yapıldı. Marketinqlə bağı çeşitli ünlü blogerləri Azerbaycana gətizdiririk. Azerbaycanı onlara tanıdırıq.

Dünyada ünlü şirketleri gətizdirik azərbaycanı onlara tanıdırıq. Ayrıca tanınmış gazetecileri, muhabirleri gətizdirir azərbaycanın potansiyelini onlara tanıdırıq. Her şeyi Azerbaycan convention büro ediyor. Haftada iki kez fan triplər keçirdirik. Fantripdə para biz yandan ödenir ve onlara Azerbaycan'ın turistik yerlerini, konferans salonlarını tanıdırıq. Biz

onlara tanıdırıq ki, onlar da bizi dünyada tanıtınsınlar. Kendilerinin de muhabirleri makale yazsınlar, kendi bloqlarında reklam etsinler.

Soru3: Faaliyetinizde hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

Cevap: Azərbaycan'da bildiğiniz gibi servis çok yüksek seviyededir. Fakat bazı durumlarda olur ki, taksi sürücüleri turistleri görürler, onlara yanlış bilgi verirler. Servis alanına ait olan sürücüler para kazanmak için onları kandırırlar. Fakat biz Azərbaycan kongreler bürosu tarafından Azərbaycan'a gelen turistleri məlumatlandırırıq, hoşə gelmez hallerin önlemeye çalışırıq. Bizim için esas amaç odur ki, turistler bizden memnun gitsinler. Memnun gitmiş turist bilinmektedir ki, başka turistleri de buraya yönlendirir. Bu konferanslara da aittir. konferans üst düzey geçsin diye biz elimizden gelen her şeyi yapıyoruz, ama bazen servis sahəsində bizə ait olmayan insanlar hoşə gelmez durumlar yaratmaya çalışırırlar ve biz bu eylemlerine karşı onları bilgilendirerek alıyoruz.

Azərbaycan'da konferansların gelişimi için sadece Bakü'yü kastetmiyoruz. Azərbaycanın bütün bölgelerinin gelişimi ile ilgili de biz tedbirler görüyoruz. Bizim o kitapta gördüğünüz gibi Azərbaycan'ın bölgelerinde bulunan konferanslarımızdan yansıdı. Bu kitaba düşmeyi için her bölgede 55 kişiyi yerleştirebilir bilen konferans salonu olmalıdır. Kitapta bu bölgelerdeki zallar hakkında çok net bilgi de gösterilir. Temel amacımız tek Bakü değil, bütün Azərbaycanda konferans alanını geliştirmektir.

Soru3.1: Bölgelerde olan kurumlar sizinle bağlı olarak çalışırırlar, yoksa nasıl?

Cevap:Kitapta anlatılanlar bizim üyeler. Butun bilgiler bu kitapta yansıdı. Örneğin kitapta Şahdağda olan otel gösterilip, onların konferans

odaları ve tüm bilgiler verildi. Biz bu kitabın üstünde çok ciddi çalıştık. Gerçekten, burada konferansların yapılacağı mekanlar hakkında bilgi var.

Soru4: Konferansta hangi sorunlar yaşanıyor? Konferansa gelen kişiler bir sorun yaratıyor mu? Konferans sırasında hangi teknik sorunlar yaşanıyor?

Bizde teknik sorun asla yaşanmadı, çünkü Azerbaycan'da servis hep yüksek seviyede olur. Biz kongreler bürosu olarak da tüm meselelere kontrol ediyoruz ki, organizatörler tarafından da hiçbir hoşnutsuzluk olmasın. Ama en büyük sorun vize. Organizatörler istiyorlar ki, Azerbaycana gelmek rahat olsun. Konferans oluşturuyorsa tek bir ülke yok, bir nasıl ülkelerden insanlar katılıyor. Büyük konferanslarda 10 ülke yer alıyor. Onların hepsinin rahat gelmesi için ise viza.az sitesi var. Orada liste sınırlıdır, bazı ülkeler oradan vize almak için çok acı çekiyorlar. Tabii ki, bu girişimcileri için çok önemlidir. Çünkü turistlerin buraya gelişinin rahat olması önemlidir.

Azerbaycan'ın olumlu taraflarından bir de ki, burası güvenli yerdir. Buraya gelen turistler kendini güvende hissediyor, hiçbir korku yoktur. Konferanslarımızdan kaç turist qarşılamişiq ve çok memnun gitti. Gece ve gündüz olmasından bağımsız olarak kendilerini güvende hissediyor.

Ben kendim Türkiye'de kaç kongrede katıldım. Orada sadece bir kaç yabancı turist görebilirsiniz. Ancak bizde böyle değildir. Biz ise kongrede yabancıları gətizdiririk. Azerbaycan'da ayda en az 5 uluslararası konferans yapılıyor. Türkiye ise bu açıdan kendisini tasdik etmiş bir ülkedir. Fakat Azerbaycan'da ise bu alan halen gelişmektedir. Bizim temel amaçlarımızdan biri odur ki, Azerbaycanı bazı yabancı ülkelerde tanıtalım. Türkiye'ye ise bu gerekmez. Burada Ankara,

Bodrum vb. hem dinlenmek için hem de kongre için uygundur. Bu nedenle, Türkiye bizden önde ve Azerbaycan'la karşılaştırmak doğru değildir. Biz Azerbaycan'ı Meqapolislə kıyas etmemiz doğru değil. Azerbaycan'la Gürcistan'ı kıyaslarsak, Azərabaycanın potansiyeli daha üstündür. Lakin Gürcistan 15 yıldır, konferansların yapılması ve geliştirilmesi ile meşguldür. Fakat Azerbaycan ise tezeliğe başladı. Yakın 5 yılda Kafkasya'da gerçekleştirilen 70% toplantıları Azerbaycan teşkil edeceğini düşünüyorum. Biz bu alanda çok çabuk gelişir.

Soru5: Peki uçak fiyatları ile razıyınız mı? Azerbaycan'a misafirler geldiğinde hem keyfiyyət, hem de fiyatlar açısından sorun yaşıyorlar mı?

Cevap:Azerbaycan'da hizmet kalitesine gelince, hiç Kafkas ülkelerinde böyle hizmet yok. En pahalı veya en ucuz yere de getsez Azerbaycanda hizmetin kalitesine söz olamaz. Uçak biletleri gelince, düzdür, fiyat ucuz değil. Bizde ucuz fiyata bilet yok. Fakat bu zamanla bu mümkün olacak, o zaman daha rahat gidip gelmek olacaktır. Bizde servis yüksek düzeyde olduğu için fiyatlar ucuz değil. Azerbaycan'da gösterilen servis gerçekten çok mükemmel. Turistler kendilerini vip misafir gibi hissediyor. Hiçbir ülkede böyle bir şey yoktur.

Turistleri Azerbaycana çekmek için esas olan kriterler güzel hizmettir ve onlar kendilerini Azerbaycan'da güvende hissetmeleridir. Bunların hepsi Azerbaycan'da var. Ülke kendisi de ilginç ülkedir ve turistlere gösterilecek çok şey var. Devalvasiyaya sonra bizim fiyatlar da diğer ülkeler gibidir, yani o kadar da pahalı değil.

Soru6: Azerbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?

Cevap:İlk önce Azerbaycan dış ülkelerde tanıtırmak gerekir. Info turlar, pres turlar sızıntı, temsilcileri davet etmek, ücretsiz de olsa onları karşılamak gerekir. Örneğin olabilir, konferans salonu ücretsiz teşkil edilsin. Birkaç kez böyle yaparak yabancı ülkelerde Azerbaycanı tanıtırmak olur.

Soru7: Yabancı ölkelere oranla Azərbycanın alt yapısı onlar için kabul edicidir mi?

Cevap: Bizde altyapı çok gelişmiştir. Azerbaycan 800 kişilik misafirleri davet edebilir. Örneğin, Bulvar Otel'de 800 oda bulunuyor. Azerbaycan'da maksimum 3500 kişilik konferans salonu var. Transport bizde çok ucuzdur. Bizde çok büyük otobüsler var. Bu turistlerin gidip gelmesi için çok uygundur.

Soru8: Siz konfranslarınızı hangi kongre salonlarında geçiriyorsunuz?

Cevap:Konferans 10 kişilik veya 3000 kişilik olabilir. Turistlerin sayıdam bağlıdır. En son konfransımız 100 kişilik For Season Otel'de olup.

Soru8.1: Öyle bir mekan var mı ki, sizin işbirliğiniz var ve fuarları işte burada geçiriyorsunuz?

Cevap:Azerbaycan kongreler bürosunun birkaç oteli var. Bu otellerde müşterinin isteğine bağlı olarak, onların sayısına bağlı olarak konferans keçirdirik. Bize dışarıdan bir sorgu geldiğinde çalıştığımız travel şirketlerine aynı soruları gönderiyoruz. Onlardan cevap bekliyoruz. Bizim bir takım kriterlerimiz vardır ve tercih ettiğimiz şirketler buna uygun olmalıdır. Sırf Star travel yok biz butun şirketlere gönderiyoruz tendrá düzenliyoruz yutan da tedbiri alıyor. Hangi tüm telabatı qarşılıya

durumunda o seçilir. Azerbaycan'da ne kadar konferans için yerlere varsa bizim onlarla ilişkimiz var. Biz ticari kurum değiliz. Bizim temel amacımız Azerbaycan'ın konferans turizmini mice turizmine çekmektir. Biz burada hiçbir menfaat güdmürük.

Soru9: Kongre turizminde model olarak hangi ülkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?

İtalya, çünkü 20-30 bine yakın katılımcı konferans keçirde bilirlir. Hem de çok görülmeli yerleri var. Turistler tarafından çok sevilen bir ülkedir. Servis de yüksek seviyededir. Tabii ki, bu benim şahsi fikrimdir.

Soru10: Eklemek istediğiniz herhangi bir şey varsa, buyrun.

Size başarılar diliyoruz. Bu alan için dil bilmek çok önemlidir. Bu yüzden size dil öyrənməyinizi arzuluyoruz.

Baku Convetion Bureau

Executive Director

Sevda Aliyeva

Soru1: Faaliyyət göstərdiyiniz kurum və faaliyyətləriniz hakkında bilgi verin. Konqre turizmi alanında hansı işlər görüyorsunuz və/vəya görməyi planlıyorsunuz?

Cevap: Biz Baku Convention büro. Bu yeni təşkilatdı hansıki Pasha Travel insiyatifi ile yeni oluşan qurumuq. Siz galiba bilirsinizki bizden başka Azərbaican Convention Burou faaliyyət göstərməkdədir. Sadəcə onlar Turizm və Kültür Bakanlıği bünyesinde faaliyyət göstəriyir. Biz ize onlardan ayrı Pasha Travel içərisində çalışırıqki Azerbaycan kongress turizmi gelişsin. Kongress turizmi Azerbaycan için yeni sferadı. Amacımız oduki tüm dünyaya göstərəkki bizde ne var. Azərbaican

Convention burou genel Azerbaycan'ı dünyada tanıtmaqdır biz ise ancak bakının tanıtılması ve imkanlarının sağlanması ile meşgul. Bizim işimiz 4 ilkeye ayrılır.

1. İlk önce biz bakmalıyız bakıda ne kadar Otel var ne kadar restoran var ne kadar özel mekanlar var. Bu veritabanını müəyyənleşdirəndən sonra baxmalıyıqki biz hangi kongressləri Azerbaycana gətizdirə biliriz. Biz onları inceliyoruz Azerbaycanda potansiyalı hangi kongresslər için uygundur.

2. Sonra biz baxırıqki dünyada ne kadar organizasyon var. Onlarla ilişki saklıyoruz. Bunu onlara arayarak, mail yazarak iletişim saxlamaga çalışıyoruz.

3. Marketing hangi broşürleri, hangi web sitelerle, çıkış edirik. Promo video hazırlayalım, burada otelleri kongress salonları, uçuşlar ve altyapıya gösterilmelidir.

4. Satış işi ile meşgul oluyoruz. Bunu dünyada mice ait olan etkinliklerde yer alıyoruz ki, orda Azerbaycanı takdim eliyek.

Soru2: Hangi mövzularda konferans və fuarlar organize ediyorsunuz?

Cevap: Tıp, Enerji, bilime, makine qayırmaya ait konularda konferans ve sərgilərimiz olur.

Soru3: Kongrede iştirak edenlere tədbir ərzində və tədbir sonrası hansı xidmətləri (ilave xidmətlərdə də dahil olmaqla) təklif ediyorsunuz?

Cevap:

- ✓ Kongre ve toplantı taleplerinin analizi

- ✓ Ulusal ve yerel devlet kurumları ile ilişki
- ✓ Teklif hazırlama ve destek
- ✓ Konum arayışları
- ✓ Sitede denetim tedbirleri
- ✓ DMC / PCO seçiminde yardımcı
- ✓ Konferans yerleri ve oda ayrılması için rezervasyonlar
- ✓ Sosyal olaylar, talimatlar, geziler ve transferler ile yardım (Şirvanşah palace, Old Town, Kız Kulesi, Alev Kuleleri, Dağüstü park, Nizami küçesi fantan, Tarqovu, Bulvar, Modern Sanat Müzesi, Halı Müzesi, Çamur volkanı, Ateşgah, Yanar dag, Gobustan Haydar Aliyev merkezi).

Soru4: Pazarlama alanında neler görüyorsunuz?

Cevap:Şu anda yeni bir katalog hazırlıyoruz. Bu dizin meeting skyner planner denir çok yenilikçi ilginç olacak henüz hazır değil 1 ay sonra hazır olacak. Ayrıca biz broşürler hazırlamıştık. Bu broşürlarla şimdi artık İmexdə ve başka etkinliklerde yer alıyoruz. Azerbaycan hakkında küçük bir broşür onlara takdim eliyoruk. Web sitemiz hazırda oda gayri adidi ve innovativdi.Üzərində çalışdıqki çekici olsun. Bunlardan başka video rolik hedefliyoruz. En sık zamandada onuda hazır Edeciyik. Biz isteyirikki cürbə-tür dergilerde, televizyonlarda Azerbaycan meeting destinasiyası gibi tanıtılsın.

Soru5: Azerbaycan'ın kongre turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap:Azerbaycan'ın potansiyeli kongre turizminde potansiyeli büyük. Bölgələrimizə bakarsak Qəbələdə digər bölgelere göre daha fazla potansiyel var. Genellikle alırsak en yüksek potansiyel, Bakü'de, burada dünyanın en büyük 9-cü havalimanı var. Daha sonra Congress Center iyi

vəziyyətdədir burada 3500 dələgəyə kadar konress sızıntı olur. Otellerde burada büyük rol oynuyor. Azərbaycan Dünyada 99. yerdədi Bakı olarak 135-ci yerdeyiz gerçektende bu çok zayıf sonuçtur. Azərbaycan'da şimdiye kadar 7 uluslararası kongress keçirilib.Bunlar:

Asya Kalkınma Bankası Yönetim Kurulu yıllık toplantısı

Bakü Uluslararası İnsani Forumu

BM Medeniyetler İttifakı'nın Küresel Forumu

Dünya İzci Konferansı

Dünya Kültürlerarası Diyalog Forumu

IAPH Dünya Limanları Konferansı

Karaciğerin çalışma için Asya Pasifikler Derneği (APASL) Tek Konu Konferansı

Soru6: Azərbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap:

- 1.Təşkilatlar zayıftırlar biz onları təşvik ediyoruz onlar ise pasif faaliyyət göstərirlər.
- 2.Profesional kongress organize edenlər çox azdı.
- 3.Aeraport sorunu, doğrudan uçuşlar çox azdı.
- 4.Bizdə limit var 3500 den fazla delege sayısı olan kongressləri Azərbaycana getire bilmiyoruz, çünkü maksimum 3500 kişilik Bakü Congress Center var.
- 5.İki ve üç yıldızlı otellerin sayısı azdı.
- 6.Viza problemi.
- 7.Azərbaycanın tanınma sorunu var.

Soru7: Azerbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?

Cevap:

1.Təşkilatlar daha aktif faaliyet göstərsinlər. Yurtdışındaki kuruluşlarla yəğun ilişkiyə olmalıdırlar.

2.Profesional kongress organizatorların sayı artırılmalıdır.

3.Aeraportdan doğrudan reyslərin sayısı artırılmalıdır. Bu sefer fərkli ölkələrə olmalıdır.

4.Kongress sektöri için yeni özəl mekənlər inşa edilməlidir və tüm donanımlarla donatılmış olmalıdır.

5.Normal xidməd göstərən 2 və 3 yıldızlı otellər inşa edilməlidir. Və daha böyük otellər inşa edilməlidir hansıki kongress turizmi için uygundur.

6.Viza sorunu çözülməlidir. Vize almək dahada kolaylaşdırılmalıdır.

7.Və ən böyük sorunumuz Azerbaycan yurtdışında tanıtılmalıdır və göstərilməlidirki Azerbaycan'ın hangi imkanları var.

Soru8: Kongre turizminde model olarak hangi ölkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?

Cevap: Ülke olarak ABD, şehir olarak ise Viyana, Barselona, Prag, Frankfurt model olarak görebiliriz. Onlar kendilerini tanıtmaqla ve kongressləri yüksek olarak teşkil etmėkle gelişme ettiler. Onlar uzun illerdirki, ICCA- nın üyesidirler ve bizden çok daha önce bu işe başladılar.

BF Travel
Incaming \$ Mice Senior Ajennt
Tural Sadikhov

Soru1.Faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetler hakkında bilgi verin. Kongre turizminde ne yaparsınız ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?

Cevap: Bizim şirketimiz BF Group MMC-dir. Grup şirketlerdir. Yani esas şirket Travel şirkettir. Bir de var treninq merkezi. Danışmanlık ve konstrakşın ve taze taze açılıp Konsier. Yine de dediğim gibi temel şirket Travel şirkettir. Seyahat de incaming deportamenti ve mice deportamenti var. Esasen kesinlikle incaming ve mice fikir verilir. Biz çalışıyoruz ki, daha çok farklı iventlör yapalım, mitingler, insentivlör ve konferanslar geçirelim.

2. Konferans ve sergileri hangi konularda düzenliyorsunuz?

Cevap: Çok sayıda fuarlara gidiyoruz. Ace of Mice İstanbul'da Şubat'ta yapılır. IIB tiem Barselona'da yapılır. IMEX Frankfurt'ta, Micenin en önemli sergisidir. Moskova'da Mitt sergisi yapılır. Biz esasen fuarlara gidiyoruz. Fuarlara ve formlara. Mayın axrina Antalya'da MICE forum keciriləcək. Bizim şirketten ben iştirak edeceğim. IWF sergisi, yani yurtdışında mais ve düğün şenliklerinin yapılması sergisi, yani böyle bir eylem.

Esasen farmakoloji konusunda olur. Bizde, Arap ülkelerinden Dubai'de farmakoloji forumlari yapıldı. Daha sonra geçenlerde planlaşdırmışiq Kazakistan'dan Pfizer şirketi ünlü farmakolojik şirkettir bizim apteklerde de ilaçları satılıyor, onların forumu yapılacaktır. Konferansın konusu "Pnevkokk vaksinasiasının zorlukları ve sorunları" dir. Yani, esasen konferanslardan söz konusuysa bu konferanslar farmakoloji ile ilgilidir. Şubat'ta biz organize etmişik ADİZES üniversitesi ile birlikte dünyanın

çeşitli ülkelerinden gelmişlerdi, 50 civarında idi, onların insentivi geçirilmişti burda, onu biz organize etmiştik. Geçen yıl BMW nin Rusya nüməyəndiliyinin önlemini keçirmişdik, onlar 224 kişi idiler. Sonra "ENERGOMERA" şirketi var, onların kompaniyasının doğum günüydü, onların tedbiri vardı, yoğun-team building-master klass biçiminde, kendi önlemini biz Azərbaycan'da organize ettik. "ENERGOMERA" Rusya'nın enerji alanında büyük şirketlerinden biridir.Ümumiləşdirsək, tıp amaçlı tedbirler daha fazlaydı. İkinci yerde şirketlerin doğum günleri ve özel tedbirleri belirtebiliriz. Üçüncü yerde bilim-əğitim amacıyla universitetlerin düzenlediği eylemler durur.

Soru3: Kongrede katılımcılara hangi hizmet sunumları (ek hizmetler dahil) sunulmaktadır?

Cevap:Esasen geziler düzenliyoruz. Hem Bakü, Abşeron ve Qobustana, hem de eğer vakitleri olursa diğer bölgelere, özellikle, Guba, Şeki, Gebele ve sair, yakın bölgelere geziler düzenliyoruz. Master sınıfları geçiriyoruz. Bu içerir gastronomik masterklasslar-örneğin düşbere, qutab pişirmek ve sair. Örneğin, ADİZES universitesi için Sabir Çopuroğlu var, bilmiyorum tanıyırsız mı, petrolle resim çekiyor, onun masterklassını keçirmişdik. Kendisi de bunu İşçi caddesinde Nobellərin villası var "Villa Petroleum" da keçirmişdik. Buraya konuya uygun yerdi ve çok ilginç keçmişdi.Team buildinglər, kvestər geçiriyoruz. Kvestlər esasen İçərişeherde keçirilir.Əsasən sorğu geldiğinde, yabancı şirketlerden, onlar diyorlar ki, biz bu tarihte burda konferans geçirmek istiyoruz ve dah sonra bu kadar boş vaktimiz kalıyor. Artık ben bu yüzden onlara teklifler eleyirem ki, bunlar var ve onlar kendileri seçiyorlar ki, neyi isterler, neyi yok. Çünkü, Maiz öyle bir şeydir ki, burda birden bire gelin bunu yapalım demek olmuyor. Çünkü, burda bir iki kişilik grup değil ki, individual təklif edilsin, bunlar 50-60 kişilik

grup olurlar ve her şey önceden planlaşdırılmalıdır. Burda hem de kendimizin teşkil etmediği Maiz ve konferanslardan da bize ekstra gezi veya etkinlikler için öneriler geliyor. Shopping turları geçirmiş, hatta Sədərəyə de yaptık onları bu zaman onlar rehber de veriyoruz, çünkü orası büyüktür ve yabancı vatandaşın kaybolması çok kolay, hem de kılavuz onlara neyin nerede satıldığını gösteriyor. Böyle sorunlar olur ki, yabancı kişilerin pahalıya satmak istiyorlar ve biz onlara bu konuda ikaz ediyoruz. Illeri, esasen Gebele ve Şekiye yapıyoruz. Orda, örneğin, Qəbələdə, Nohurgölə, Tufandağ, tarihi xoşlayırlarsa, Çukurca-Qebeleye, orda Nic kendindeki, kiliseye yapıyoruz. Şeki'de ise Han Sarayı, Kışmədiyə, Karvansaraya yapıyoruz. Orda halvaçılardan Ali Ahmed var, tek o, gösteriyor ki, helva nasıl hazırlanır. Şamahı'ya yaptık. "Sakin Göl" oteline yaptık. Orda, bu gölün etrafında evler var. Onlara tilov vermiş ki, balık tutsunlar ve sonra o balıkları restoranda pişirip verdik ki, yesinler. Yani, çok ilginç geçti. Bölgelerde pazar götürmeyi tavsiye görmüyoruz. Çünkü, örneğin Qəbələdə turist çok olduğu için, özellikle, Arap ve buna göre de bahaçılıqdır olur. Ama, bizim turistler Avrupa, Rusya, Kazakistan'dan olur ve onlara almanın kiloqramını 15 lira demek düzgen değil, yani bu dengeyi korumak gerekir. Ama, örneğin Şəkiddə yapmışız ve orda çerezlerden almışlar.

Soru4: Pazarlama alanında neler görüyorsunuz?

Cevap: Doğrusu bizde şirkette marketoloq yok, ama biz arıyoruz, hatta birkaç aday gelmişti, onlarla danışmışız. Biz arıyoruz internetdə yeni parnyorlar ve onlar vasıtası ile pazarı araştırıyoruz ki, nasıl geliştiğini edebiliriz. Ama, profesyonel Marketoloq bu biraz zordur. Kendimizi tanıtmak için ise esasen sergilerden kullanıyoruz, yani fuarlara gidiyoruz. Bir de sosyal ağlarda kendimizi tanıdırıq. Bu sergilerden göre İstanbul'da "Ace of Mayz", Berlin'de ATB de Rusya'da, Pekin'de

düzenlenen sergilerde katıldık. İndidə planlaşdırmışığıq yakın zamanlarda Şanghay ve Frankfurt'ta düzenlenen sergilerde yer yapalım. Azərbaycanda ise şöyle sergi bir kez yapıldı. "ITF" sergisi idi. Biz orda katılmışıqtık, stendimiz de vardı. Bu sergiyi bakanlık düzenlemişti. O da çok küçük sergi ve her yıl daha da çox teesüf ki, daha küçük miktarlarda yapılır ve bu da kötüdür. Ama, Azərbaycan'da travel şirketleri bu tür sergiler teşkil etmiyor. Biz esasen konferans ve forumlarda keçirilməsini düzenliyoruz. Ayrıca olarak da bu ədbirlər Zamanı ek talep olursa geziler ve diğər eventlərin geçirilmesini düzenliyoruz.

Soru5. Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşılıyorsunuz?

Cevap: Sorunlar, özel olarak böyle büyük sorunlarla karşılaşmıyoruz. Ama, bazen engeller olur. Örneğın, bir kez müşteri bizden istemişti ki, Başak Kalesi'nin üstünde lazer gösterisi oluşturalım. Hatta İçərişəhər kontrolünden izin de almıştık. Artık muqavile bağlayan zaman dediler ki, olmaz. Yani, böyle sorunlar oluyor. Böyle diyelim bu tür kontroller yardım elemirler ki, bizde turizm daha da gelişsin. Men demezdim ki, ciddi bir sorun ortaya çıkar, genellikle Azerbaycanlı öyle insandır ki, her türlü problemden çözüm yolu bulur. Na göre de sorunlar oluyor, ama bunların yüzde 90'ı çözülecek meselelerdir. Taksilerin pahalıya aprmaq sorunu olabilir. Onda da biz misafirlerimize sunuyoruz veya mor renkli-london taksiləri- denilen taksilerden istifade etsinler, ki, onlarda sayaç var veya taksi firmalarının numaralarını veriyoruz, özellikle 189, çünkü orada İngilizce konuşabilen operatörler var, bunlardan istifade etsinler ki, problem olmasın . Bazen teknolojik sorunlar olur. Büyük otellerde değil, bazı alt düzey yerlerde bu tür küçük teknolojik sorunlarla karşılaşılıyoruz. Örneğın Bakü İş Merkezi'nde böyle bir problemlerle üzləşmişdik, ama kısa sürede çözdük. Sadece böyle yerlerde eğer bu ekipman sık sık işlənirmirsə bunu periyodik kontrol etmek gerekir.

Mesela benim babam Jiquili sürüyor, artık 35 yıldır. Ama son zamanlarda azar azar sürüyor. Buna rağmen yine de her sabah gidip makinesi çalıştırıyor ve 10-15 dakika çalıştırıyor ki, akkumlyator ölmesin. Texnolijik olarak esasen projektör, mikrofon, tercüme sistemlerinden istiaade ediyoruz. Bunlarda hemen sorun olmuyor. Ama, bazen olur ki, müşteri yemek molası sırasında herhangi bir müzik teşkil olunmasını istiyor, bunu organize ederken sesgüclendirici makinelerde sorunlar olabiliyor. Bazen tercüme sistemlerinde gecikme olur. Bizde böyledir ki, paralel tercüme olur. Mühazirəçi konuşuyor ve kabinde tercüman onu tercüme ederek sisteme aktarır ve herkes özel kulaklık vastəsi ile buna kulak asar. Bu arada bazen olur ki, tercüman zamanında tercüme ediyor, ama sistemde gecikmeler olabiliyor. Tercümanları de biz buluyoruz. Sag olsun, diller üniversitesi, bizim çevirmenler iyi çalışır. Çok iyi bir durumdur ki, vize ile ilgili hiçbir zaman sorun olmuyor. "KOLAY VİZE" ile siteden çok rahat vize işlerini çözüyoruz. Hatta orda yazilib ki, 3 iş günü içinde verilir, ama, biz 2 iş günü ve daha sık süreliğine vizalarımızı alabiliyoruz. Önce şöyle idi ki, belgeleri yığırdıq ve Dışişleri Bakanlığı'na verirdik ve bir haftadan fazla cevap için bekliyorduk. Şimdi ancak pek kolay çözüdür. Bazı ülkelerden gelen turistler havaalanında bunu çok kısa süreliğine çözüyorlar, örneğin Türkiye, İsrail ve Arap ülkeleri. Ama, diğerlerine ne olduğunu, vize lazım olur, onlar bize pasaportlarının hızlarını gönderirler, bizde bu siteden form dolduruyoruz ve vizeyi alıyoruz. Fiyatı da normaldir, 40 lira 80 kuruş. Orda gösterilip bazı yasaklanan ülkeler, ki, vize verilmeyecek, buraya bazı Afrika ve Asya devletleri içerir, yani bunlar için müarciət gerekmez, zaten yasaktır.

Soru6: Azerbaycan'ın turizm turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Bakü için mükemmel. Oteller de var, onların konferans salonları da var ve her türlü ortam olur. Bakü'de istediğin şekilde konferans, forum, team building ve sair geçirmek olur. Ama bölgelerde azdır. Örneğin Qəbələdə koşullar uygundur 8otel var, Haydar Aliyev kongres salonu var, böyle yeşil bina, tiyatroya benziyor. Çoklu restoranları var, hatta tezeliğe iki tane hindistan mətəbxli restoranda açıldı. Yani, Qəbələdə potansiyel var. Şeki'de, örneğin Kvest geçirmek olur. Orda İcerişeher formatında yerler var. Orda Kvest geçirmek olur. Düzdür Şəkiddə hiç geçirmemiş Kvest, ama Bakü'de İçerişeherde keçirmişik. Bunun biçimi öyledir ki, sorular verilir ve katılımcı soruya cevabı bularak bu yere gitmeli ve orda bir sonraki soruyu bularak o sorunun gösterdiği adrese gidiyor ve böylece hem şehri tanıyor, hem de eğlenceli vakit geçiriyor. Master sınıfları için her yerde ortam var. Team buildinglər aksine bölgelerde daha iyi yapılabilir. Çünkü, bunlar esasen açık hava koşullarında yapılan oyunlardır. Burda amaç öncelikle katılımcıların kendilerini bir takım gibi hissediyor elemesi. Çünkü, burda birbirlerine gösterdikleri yardım ile aralarındaki ilişkiler daha da güçleniyor ve sonra işte de kollektivde bu ilişkilerin iyileşmesine ve birbirlerine yardım etmeye sebep olur. Bu da işin kalitesini artırır. Qəbələdə bu tür koşullar var. Ayrıca biz Şahdağda hentbol oyunu organize etmiştik, çok ilginç geçmiştir. Yani, bölgelerde de potansiyel var, ama çalışıp bunu daha da artırmak gerekir. Bunu başlatmalıdır otellerin sayısını artırmaktan. Örneğin Qəbələdə 8 otel, Şeki'de 4 otel, Kuba'da 3 otel, Lənkəranda 3 otel var. Ama bu bes değil. Diğer bölgelerde de oteller olsa iyi olur. Genel olarak, esasen böyle turizm için ilginç olan yerlerde asgari 5-6 iyi şəraitli otel gerekir. Kendisi de bunlar çeşitli 3,4,5, yıldızlı oteller olmalıdır ki, gelen turistler ceplerine uygun otel bulmak bilsinler. Örneğin Qax, Zaqatala, Lənəkran, Lerikdə

otellerin sayısı fazla olsa iyi olur. Ayrıca Gence'de 3 otel var, orda da daha çok otel olsa iyi olur. Biz Gence'de tabir geçirmeyi teklif elemişik müşterilere, ama istememişlerdir. Çünkü, hem uzak, hem de yolu sıkıcıdır. Nahçıvan'da biz önlem hemen geçirmirik. Çünkü, onların kendi turizm şirketleri var, biz orda bir tane Duzdağ oteli ile ilişkimiz var, oraya sanatoriyaya. Diğer konular ise hep oradaki turizm şirketleri ile çözüyoruz. Ümümiyyətlə Bakü'den herhangi şirketin kongre veya başka önlem geçirdiğini eşitmemişəm, kendi turizm şirketleri geçirir mi, bilmiyorum.

Soru7. Azerbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap: Bizim ülkemiz ne yazık ki, biraz geridedir. Ben her zaman komşumuz ve dostumuz Türkiye'ye bakıyorum. Orada turizm neredeyse 40 yıl önce başlayıp, yaklaşık 1980 yılları idi Turgut Özal turizmin gelişmesine başlamışdır.Biz ise 2010-2011 yıllardan turizme başladık. 2003 de Paşa travel oluşmuştur. Şirketler vardı, ancak oteller, lizenziyalı kılavuzlar, trasport yoktu. 2009-2010 yıllardan ise gelişmeye başladık. Azerbaycan'da potansiyel büyüktür, gerilik ise zamanla ilgilidir. Bir süre sonra bizde de turizmde hiçbir problem olmayacak. Olacayıq Türkiye gibi, her şey böyle saat gibi işleyecek. Sorunumuz şudur ki, daha çok oteller inşa edilmelidir. Siz biliyorsunuz Azerbaycan'da toplamda 4500 yatak bulunmaktadır Azerbaycan'da günümüzde genelde otellerde 35000 yatak bulunmaktadır. Türkiye'de ise 500000-600000 yatak bulunmaktadır. Turizmi geliştirmek için öncelikle yatak sayısını çoaltmalıyıq. Çünkü ne kadar çok otel oldu, o kadar çok yatak olacak. Nevruz'da, yaz aylarında, yeni yılda o kadar oluyor ki, turistler gelip biz demişiz otellerde yer yok onlarda çıkıp gedibler. Daha düşünübler ki, bir de buraya gelmeyelim. Başka ülkeye gidecek, o sabah dostuna da komşusuna da diyecek ki, Azerbaycanda bir şey yok. Hiç kalmaya yer

bile yok. Bu nedenle turist kaybedilir. Örneğin bize müracaat ettiler ki, Mice ile ilgili anketler geldi ki, 800-1500 kişilik grup aynı zamanda gelsin. Biz de ise ancak Bulvardaki otelde var ki, 812 oda numarası var. Yani bulvar olmasa başka otellerde bu mümkün değil. Bulvarda hep boşuna kalmıyor ya. Her defa orada da odalarda misafirler olur. Yani biz böyle grupları kaybediyoruz, onlar da gidiyorlar Türkiye'ye, Dubai'ye ya da başka bir turizmde gelişmiş mekanları tercih ediyorlar. Diğer bir problem de lisanslı bələdçilerdir. Bir birkaç kılavuz vardır ki, lisansı yoktur. Turizm şirketleri genellikle gidiyorlar ki, neynirəm ona 50-80 lira verdi. Az miktarda para vermek için lisans kılavuzlar getiriyor. Lisans kılavuz ise çok olumsuz bir durumdur. Çünkü o misafirlere ne ulaştıracak misin. Çünkü o misafire yanlış bilgi verilirse, gidip pisləyəcək Azərbaycanı. Yine de dediğim gibi turist ülkesine dönerken başka insanlar pisləyəcək. Biz 1 turistin sözüne göre 10-30 kişi turist kaybedebilir biliyoruz. Bu çok büyük bir sorundur. Açığı deyim ben bu işe bələdçiliklə başlamışım. İlk 2 yıl men lisans olmuşam, sonradan lisans aldım daha sonradan ise geçmişim ofis ajansı. Şimdi gerçekten anlıyorum ki, lisans kılavuz çok kötüdür. Bakanlık beledçilere lisans vermelidir, lisansı olmayan beledçilerin işlemesine izin verilmemelidir. Bu belli ki, yeni başlayan bir alandır. Ülke açısından onu ayarlamak için ciddi, sırf hizmet ve turizmle ilgili okullar kurulmalıdır. Vize sistemini kontrol edip, incelemek ve kolaylaştırmak gerekir. Hizmet seviyesine de kontrol edilmelidir. Çünkü bazı restoranlar yemeklerin fiyatını turist oldukları için onlara pahalıya satıyor. Zaten turistler onun fiyatının ne kadar olduğunu sonra öğrenirler. Bu nedenle bu alana profesyoneller dahil edilmelidir. Turizm eğitimi geliştirilmelidir. Bu alanda çalışan insanlar bilmelidirler ki, hangi hizmetler var, nasıl hizmet göstermek gerekir ve sair. Bu alanda devlet desteği olmalıdır. Örneğin bizim komşu

ve kardeş ülke Türkiye'de turizmin seviyesinin nasıl yukarı olduğunu biliyoruz. Bu alanda devletin desteği çok büyüktür. Buna sebep nedir? Çünkü, onlar bunun ile bütçeye ek gelir elde ediyorlar. Bizde ise turizmin olumlu sonucunu taze görmeye başladık ve bunun nəcür olumlu bir iş olduğunu henüz tam anlamayız. Bizde ise her şeyi sahibkarlardan bekliyorlar. Ama burda devlet desteği olmalıdır. Devletlerarası bazı müqavilələlərin olması gerekir ki, belgeler ve diğer konular asanlaşsın. Yeni pazarlar bulmak gerekir. Örneğin, biz Kore'den turist çekmek istiyoruz, ama buna hazırız mı? Biz biliyoruz mi, onların turistleri ne istiyor? Çünkü, her bir ülkenin turistinin kendi spesifikası ve isteği var. Onların kendi mutfakları var, bunu dikkate almak gerekir. Bir misal çekim, komşu Türkiye. Batı Avrupa'da Almanya, Avusturya, İsviçre'de sık sık görebilmek oluyor ki, küçük tur opertorlar Türkiye'ye turizm bileti satıyorlar. Onlara bir sorsan ki, bu bukletleri ve flayerləri sana kim verdi diyecek ki, devlet verdi. Çünkü, devletin doğrudan ilgisi var ki, turist gelsin ve ülkede para harcasın. Demiyorum bizde de o düzeyde bir destek olsun, çünkü bizim o seviyeye çatmağımıza daha çok var, ama bizde de bir şeyler düşünmek gerekir. Biz Baku Congress Center ile işbirliğinde oluyoruz. Ama büyük salonda değil, çünkü onlar 400 kişi olacaklar. Orda bir büyük zaldır, 3500 kişilik ve birkaç 200-250 kişilik zallar var. Bu zallar birbirine birleşir ve 400-500 kişilik salon gibi kullanılabilir. Eğer düz deyirsiniz, onlar turizm acenteleri ile az çalışıyorlar, çünkü, genellikle mayzlarda gruplar gelip kaldıkları otelde tedbiri keçirdirler. Bulvar, Marriot, Hilton otellerde, bunlarda 500 kişiye kadar çok rahat tedbir sızıntı olur. Ama 1000-1500 ve daha fazla katılımcı için artık Bakü kongre merkezinde sızıntı olur. Ayrıca Buta Palas, Bine binicilik merkezinde sızıntı olur. Orda da yaklaşık 1500 kişilik salon var. Bakı iş merkezi balacadır, yaklaşık 300 kişilik yer var.

Haydar Aliyev Merkezi'nde de maksimum 300 kişilik yer var, çok yoktur. Ama Baki kongre merkezi iyidir, orda 200 kişiden 3500 kişiye kadar tedbir geçirmek olur ona göre de başka yer aramaya gerek yok. Onlar bu konuda enteresan. Tedbir geçirmek isteyenlere ortam oluştururlar, sadece bizde gruplar o kadar büyük olmadığı için öyle otelde geçirtmeye tercih ediyoruz. Birde deyim ki, onların fiyatları da çok da pahalıya deyil. Men sorulduğunda metrekaresi 13 manata idi. Örneğin, 250 kişilik salonu 120 kare. 120 karesi da vurursan 13'e oldu 1560 lira. 13 manatın da içine mikrafon, tercüme sistemleri hepsi dahildir. Bir tane kulakçık dahil değil, çünkü o birdəfəlikdir. Samalyotdakı gibi paketin içindedir. Açıyor, takıyor, kullanan kimi tullaırlar. Bir tanesi ise 50-70 kuruş arasındır. O tercümeçini duymak içindir. Örneğin konferans Rusça veya İngilizce dilindədirsə ve herkes anlıyorsa, bu zaman qulaqcığa gerek yok. Bir tane mikrafon, projektör işledirsən bunun tamamı 13 manatın içindedir. Tercümanları ise kendimiz oluşturuyoruz.

Soru8: Azərbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?

Cevap: Sorunlar çözüm durumunda, gelişme olacaktır. İnanın bana basit turizm gelişme etmese, kongre turizmi gelişemez. Bunlar bir -Biri ilgilidir. Belirli müzik festivalleri organize edilebilir. Örneğin komşu Gürcistan'da elektronik müzik festivali keçirdilib, Cem fest İbizadakı gibi. Neden Azərbaycan'da olmasın? Elektronik müzik zamanı yani farklı farklı ülkelerden DJLER gelir, 5-6 gün arka arkaya festival keçirdilir. 250 kişilik yeni bir şirkettir. Azərbaycan'da onları çekecek bir şeyler olmalı ki, gelsinler. Ancak sırf dediğiniz gibi grup, kongre o zaman onları çekmek gerekir. Zamaneye uygun bir festival keçirdilməlidir, orada 1 hafta hem müzik hem de işimizle ilgili kongre

keçirtmeliyiz ki, onlara ilginç gelsin ve onlar burayı görmeye gelsin. Desinler ki, orada müzik festivali var, gidelim hem orayı gezelim, hem de müzik dinleyelim. İşte o kongrelerde teşkilatçılığını kendi üzerine alabilir. Örneğin, tıp ile ilgili kongre yapılsın ve orda söz konusu tıbbın son yıllardaki nailiyetlerinden olsun veya başka bir tıba ait konu. Ama bunda hem de, devlet kurumları da ilginç olmalıdır. Turizm asosiasiası, seyahat acentesi ve sair. Bu ajans taze çıktı. Biz turizm işi ile uğraşan insanlar sık sık görüşüyoruz ve böyle bir fikir var ki, o ajansta çok şey bekleniyor. Çünkü, orası çok genç kadrolar dahil edilmiştir, inanıyoruz ki, bu ajans turizmin gelişmesine olumlu etkileyecektir. Yeni kongre biasının inşa edilmesine gerek yoktur. önemli olan inşa edilen binaların, salonların turist ile doldurulmasına çalışmak gerekir. Bakü genellikle normal gelişir. Bu tür altyapı gelişimi bölgelerde götürmek gerekir. Örneğin bazı bölgelere giden yollarımız iyidir, Astara yolu, Kazak yolu, Ankara yolu, ve sair. Ama, Kaka, Zaqatalaya giden yollar öyle de iyi değil. Ayrıca Guba ile Qebele-Şeki arasında daha kısa ve yeni yol çekilmesi iyi olurdu. Çünkü, her iki bölge turistik bir yerdir, ama, ben turist Qubadan Qebeleye gitmek için gerek tekrar Bakü'ye qayıtım sonra gideyim. Örneğin Trump tover var Bakü'de boş kaldı. Otel olmalıydı, olmadı. Onu bir şey kullanmak gerekir. Mayz işi kendisi farklıdır. Örneğin, diğer ülkelerden turist çekmek için seçiyorsun bir ülke gidip turizm şirketleri ile görüşüyorsun ve işbirliği teklif ediyorsun, ama mayzda bile değil. Gerek seni tanısınlar ve teklif etsinler. Bu nedenle birçok sergilerde ve forumlarda yer almak gerekir. Birde bir şeyi anlamak gerekir ki, bize mice için Çin'den, Japonya'dan, Kore'den gelmeyecekler. Çünkü, hem uzak ve maliyeti, hem de onların ülkelerinde mayz için her bir ortam var. Bize mayz için gelenler esas bizim komşularımız. BDT, Rusya, Kazakistan, Ukrayna şimdi Ukrayna iç

problemlerine göre zayıflayıb. Kongrenin düzenlenmesi için gelen misafirler için kalmaya yer olmalıdır. Bunun için otellerde yatak sayısı artırılmalıdır ki, rahat turistler tedbir için gele bilsinler. Hatta ixtisasın adına da dikkat etmeliyiz. Turizm ve otelcilik, Yani oteller olmasa turizm olamaz. Bazı turist diyorsa ki, mənimk kalmaya yerim de var sadece ulaşım ve kılavuz gerekir. Biz ona da elimizden gelen yardımı sağlıyoruz. % 99 ise bizden otel istiyor. Şimdi Azərbaycan otel sorunu o kadar da çok değil. Örneğin, Qəbələdə var. Diğer yerlerde de olmalıdır. Özellikle istirahət tipi (resort) otellere ihtiyaç var. Lənkəranda, Nabranda, Kuba'da, Gence'de böyle oteller inşa edilmelidir. Şemkirde oteller var, ancak orada az turist var. Turistler bölgeyi iyi bilmiyorlar, tanımıyorlar. Eğer sohbet Araplardan gidiyorsa, onlara Qəbələni, Qubanı tanıdıblar ve onlar oraya gidiyorlar. Örneğin, Şahdağı onlara tanıtmaya gerek yok.

Soru9: Kongre turizminde model olarak hangi ülkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?

Cevap: Türkiye, Almanya. Turizm için Türkiye çok güzel. Türkiye turizm 40-50 yıldır başlayıp, artık onlarda turizmin her alanı saat gibi çalışır. Her şey planlanmış şekildedir. Bizde ise her defasında herhangi sorular, problemler çıkıyor. Biz bu soruların cevabını buluyoruz, problemleri çözüyoruz. İnaniyorum ki, biz de bir gün Türkiye'nin seviyesine ulaşılacaktır, hiçbir sorun yaranmayacaq. Tüm bu sorunlar çözülecektir. Kararlı, tren gibi durmadan ileri gidecek. Benim aklıma gelir, 1982'de İstanbul'da bir kez makale görmüştüm. Başlıkta şöyle yazıyor: "Hoş kalan turist kendisi ile turist getirir". Bu öyle-böyle bir şey değil. Bu halkı başa düşürmektir ki, onlara yumuşak davranmak gerekir. Bugün o buraya gelirse hoş münasebetle karşılaşırsa yarın kendi arkadaşı ile gelecek. Bu çok önemli bir şeydir.

Mice.az

Mice Department Sales Specialist

Aynur Umarlı

Soru1: Faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetler hakkında bilgi verin. Kongre turizminde ne yaparsınız ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?

Cevap: MICE- meeting, incentive, conference, event kelimelerinin birleşimidir. Kurumsal etkinliklerin düzenlenmesi, bizim şirketimizin faaliyetinde önemli bir yer tutar. Biz tedbirin organizasyonu tüm ilk işi yapıyoruz: katılımcı heyetini analiz ediyoruz, farklı coğrafi yönleri, otelleri ve programlar sunuyoruz, alternatif seçeneklerin hesabını yapıyoruz ve en iyisini sunuyoruz. Bizim hizmetlerimiz hakkında daha fazla ayrıntılı bilgi elde etmek, önlemler ve referanslardan tanımak için bizim layihəmizsin sitesinde inceleyebilirsiniz (www.mice.az) .Mice aynı zamanda ülkeyi tanımaya hizmet eder. Burada herhangi etkinlikler, iş toplantıları geçirirler. Hem ülke ile, hem de kültürüyle, hem de mutfakları ile tanışırılar. Azerbaycan'da bir takım tedbirler yapılır. Eurovison, Formula1 bunlar Azerbaycanın tanınmasında mühim rol oynuyor. Azerbaycan elverişli bir yerdir ve buranın nüfusu çok mehribandır. Bu turistleri de memnun ediyor. Bizi güleryüzle karşılıyorlar, acılamırlar. Turistlere çok iyi ilişki beslenilir. Şirketlerin çoğunluğu buraya gelip kendi kesimlerine uygun otel bakıyorlar. Fiyatları öğrenirler, piyasayı araştırıyorlar. Bize müracaat ediyorlar ve biz onlara gereken yardımı gösteriyoruz. Sunduğumuz, onlar da kendi bütçələrinə göre tercih ediyorlar. Oteli, gezi tercih ediyorlar ve buraya geliyorlar. Konferanslar motivasyon şeklinde olabilir, yani buraya en iyi danışmanlar getirirler. Sunum geçiriyorlar, onları ne ise hediyeler

verirler, mukabele ediyorlar. Çoğu durumda böyle bir şey olur, ya da genel olarak herhangi bir şirket 100 yıldönümünü kutluyor ve buraya geliyorlar. Kendi işçilerini de getirirler.

Soru2: Konferans ve sergileri hangi konularda düzenliyorsunuz?

Cevap: Konu farklı olabilir. Burada çerçeve yoktur. İstenilen konuda konferans keçirirler. Onlara ne maraqlidirsa o alanda olur. Bura istenilen şirket gelebilir. Örneğin ikt, devletin bilgi güvenliği vb. Ev aletleri, tıp alanı, üretim, arxitekturalar, tıbbi tekniklerle, pazarla maraqlanırlar.

Soru3: Kongrede katılımcılara hangi hizmet sunumları (ek hizmetler dahil) sunulmaktadır?

Cevap: Biz bir ajans olarak onların qalmağından tutmuş, taşıyla Azerbaycanda taşınmasından tutmuş aeroportdan karşılanmasına kadar her şeyine biz hem kontrol ediyoruz, hem de düzenliyoruz. Öylesi var diyor ki, benim burada nümayəndəm var. Yemeğimi teşkil edecek siz lütfen aeroportdan transfer, geziler teşkil edin, bize kılavuzluk edin. Onlar için bilet alıyoruz, onları yerleştiriyoruz. Uçaktan düştükleri andan geri dönünceye kadar tüm süreçleri kontrol ediyoruz. İstiyoruz ki hem bizden razı kalsınlar, hem de ülkemizden memnun kalsınlar. Öyle turistler olur ki, grup şeklinde gelir, daha sonra aileleri ile gelirler. Ekskursiyalarda çoğu durumda en görmek istedikleri yer İceriseher. Bakı etrafı tanımak istiyorlar. Otobüste dolaşıyorlar. Ana birkaç noktada duruyorlar resim çektiriyorlar. Örneğin, Fahri Xiyaban, Halı Müzesi, eski domsavet, Haydar Aliyev merkezi vb. Bakü'de bizde hem de gece gezileri var. Fahri Mezarlığı bilirler ki, çok tanınmış insanların kabirleri. Burada resim de çektiriyorlar. Haydar Aliyev merkezine gidiyorlar oraya ile ilgileniyorlar. Halı müzesine giderler, orada ateşgah, Kız Kulesi onlara ilginç geliyor. Burada masterklaslarda katılırlar. Buranın mutfağı

ile ilgileniyorlar. Kebap, düşbere pişirmeyi öğrenmek istiyorlar. Biz düzenliyoruz kendileri pişirmekte katılırlar. Daha sonra onları dadırlar. Biz onlar için bu tür ortamlarda kuruyoruz ki, onlar yakından olsunlar. Galata birkaç tür masterklaslar var. Orada hem halı hem de kilden çömlek kaplar yaparlar. Tëndirdə ekmek bişiririrlər onlara bakıyorlar ve ilginç geliyor. Rus pazarı pırlanta ve ruxa. Bir kısım BDT ülkeleri burada resim çekiyorlar. Dahi Nikulin burda olup orada da resim çekiyorlar. Flow tower yanında resim çektiriyorlar. Dağüstü park, Kristal salon ile ilgileniyorlar. Azerbaycan üzere seyahate çıktığında birçok yerlere gidiyorlar. Şeki Han Sarayı, Göygöl, Maralgol, Merdekandaki kala, Şeki'de Şişeler biriken bir ev var onunla da ilgileniyorlar. Seyahat eğer uzun süreyi kapsıyorsa bölgeleri de dolaşıyorlar, yok 2-3 gün ise Bakü'nün esas yerlerini geziyorlar. Biz ise maksimum derecede neyi görebiliriz ona bakıyorlar. Rusça veya İngilizce hangi gerekiyorsa bilen rehber de gönderiyoruz. Gösterirler başa salırlar resim çektiriyorlar. Gerçekten turistler burayı çok beğendi. Azerbaycan sakin, rahat ve güzel bir ülkedir. Vize almak için eğer müşteri bize müracaat ediyorsa yardım gösteriyoruz. Biz genellikle her müşterinin her sorusuna evet cevabı veriyoruz. Çalışıyoruz yok demeyelim. Bize ait olmasa bile dolaylı olarak yardım edelim, danışmanlık verelim.

Soru4: Pazarlama alanında neler yaparsınız?

Biz temel pazarlama stratejisi oluşturmak 30 52 .. yönü, hem de Mice üzere yeni ürünler hazırlıyoruz. Bu yıl 4 sergide biz katıldık: Moskova, Berlin, Kazakistan ve Dubai'de. Orada biz hem yeni ortaklar arıyoruz, hem deki eski partnerleriyle ilişki saklıyoruz, çalışmalarımızı devam ediyoruz. Yeni ürünlerimiz hakkında hem şirketlere hem de Ortaklar bilgi veriyoruz. Mail aracılığı ile gönderiyoruz. Rusya, Ukrayna, Avrupa

ölkələri, Kanada vb. biz bunlarla çalışıyoruz. Her yıl otellerle yeni anlaşmalar kapatıyoruz. Bizim ortaklarla hem ulusal, hem de uluslararası müqavilələrimiz var. Bizim 3 sohbet var ve site uzrə de çalışmalar yapıyoruz. Sitede turlar, şirket, tüm promo gösterileri hakkında bilgiler güncellenir.

Soru5: Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

Biz daha ilginç olsun diye yeni yerler arıyoruz. İlginç geziler organize etmeye çalışıyoruz. Örneğin bazıları var diyor ki ben balık tutmak istiyorum. Bu Azerbaycanda mümkün değil, gerek Bakü'den kenara çıkasan. Diyor ben Bali olduğum sürede isteyirem. Bakıda kenarda istemiyorum. Bize daha da geliştirilmesi gerekmektedir. Turizm alanlarını yok, sırf çeşidi büyütmek gerekir. Bize çok sayıda yaxtalarla bağlı müraciət ediyorlar. Fakat azərbaycanda yat yoktur. Yatlar gezi istiyorlar, balık tutmak istiyorlar, yatta kahvaltı, kahvaltı istiyorlar. Bunlar ise bizde alınmıyor. Yaxta neredeyse bizim yaralı yerimizdir. Bize zaman gerekir, bence, bu geleceğin işidir. Çünkü Turizm şimdi daha da gelişir. Ancak biz bundan fazlasını yapabiliriz. Bundan artık ilginç yerler de var, bunları geliştirmek gerekir her zaman.

Soru6: Azerbaycan'ın kongre turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bakü ve Qebelenin bu sferada imkanları var. Ancak diğer bölgələrimizdədə potansiyel görüyorum yani geliştirmek olur. Potansiyel gerçekten de çok büyüktür. Çünkü burada hem yeşillik, hem de kuruluk, hem de dağlık olan bölge da var. Doğa zengin olduğundan bir çok şeyler organize etmek olur. Sadece büyük gruplar için koşullar yaratmak gerekir.

Soru7: Azerbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap: Örneğin 500 kişilik grup geldiğinde otellerde yerleştirmek olmuyor. Gerek onları birkaç otelde yerleşdirersen. 500-600 kişilik kapasitesi olan araziler seçim açısından çok azdır. Bazen turitler geniş bir salon istiyorlar konferans için, şadlıq sarayını kabul etmiyorlar. ilginç bir toprak istiyorlar. Hem konferans hem de misafirlere yemek vermek istiyorlar. seçim ise şimdi o kadar yok. Kalmak açısından açısından da sorun olur. Eğer biz MICE danışırıqsa, öyle olur ki, 3 veya 4 yıldızlı oteller istiyorlar burada ise seçim azdır. Böüyük gruplar için 4 yıldızlı oteller çok azdır. 3 yıldızlı oteller. hemen hemen yoktur. Bölgelerde de Bakıda olduğu gibidir. Birkaç büyük oteller var ki, orada barındırabilir. Örneğin, Marxal, Şahdağdakı Zirve, Qəbələdə Kafkas oteller ağı vb. burada turistleri yerleştirmek olur. Lerikdə, Lənkəranda ise bu mümkün değil. Lenkeran relax otel de tam uygun değil, bir takım sorunlarla karşı karşıyadır .. Turistler için her şeyin rahat olmayı bölgeler için pek mümkün olmuyor. Hem kontrol, hem de hizmet açısından pek çok sorun var. Servise alışmamış, bunun için bize 10 yıl zaman gerekir. Bizim yurttaşlarımız kimseye hizmet etmeye iyi iş gibi bakmıyorlar. Hazıra Bakan meslesi. Ancak böyle olmuyor, gerek çalışasan eziyet çekesen ki, devamı gelsin. Qəbələdə oteller fazladır ve orada konferanslar sızıntı olur. Olimpiyat merkezleri de var ki, orada bir şey yapmak olmuyor.

İsimlerini sadalamayacam çünkü sorunlu yerler de var, sorunsuz yerler de. Sizce Mice tedbirlerini hangi mekanlarda geçirmek olur? Bizim ülkeninin her yerinde görmeli yerler var. Örneğin, Şeki'de böyle mekanlar fazladır. Qəbələdə kongre merkezi var ve büyük gruplar için uygundur. 30-50 kişi iken sevinç Sarayı tipi yerlerde konferans sızıntı

olur. Modern ekipmanları olan mekanlar çok azdır, bunun için bize zaman gerekiyor.

Soru8: Azerbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?

Cevap: Mekanlar oluşturulmalıdır, servis hizmetinin düzeyi artmalıdır. Üstelik kapasiteli olan yerler olmalıdır. Değil sadece Azerbaycan hatta bölgeleri de biz her zaman içinde geleceğe umutla bakıyoruz, ben de düşünüyorum ki Azerbaycan turizmi o kadar gelişecek ki, tüm bölgeler de büyük grupları da sağlamak mümkün olacak. Şu anda bu ancak Bakü'de mümkündür. Çünkü benim elimde hem teknik ekipman, mekanlar-restoranlar var. Grup 3-4 gün kaldıklarında onları farklı yerlerde yedizdirmeli, içizdirmelisen. Sabah, öğle ve akşam yemekleri ferli mekanda olmalıdır. Bu ise bölgelerde mümkün değildir. Büyük şehirlerde MICE grupları organize edilebilir, sadece ortam çok azdır. Şahdağda açık havada, 150 kişilik grup rahatlıkla geçirdik. Gezibler, oxuyublar, Azerbaycan danslarını, kebab yapmayı öğretmiştir. Konferans geçirirler, gece kaldılar. Ertesi gün geri qayıdıblar. Ortam açısından böyle araziler çok azdır. Bazen gelen grup istiyor. Aynı zamanda onlara 6-7 zal verilsin, bu ise mümkün olmuyor. Azerbaycan'da büyük gruplar için 3 yıldızlı, 4 yıldızlı oteller inşa edilmelidir. 5 yıldızlı otellerimiz de var. 5, 10, 15, 100, 200 kişilik salonları olan oteller Azerbaycanda da azdır. Böyle otellerin sayısını parmakla numaralandırmak olur. Ulaşım çeşitliliği yönünden sorunlarımız yoktur. Büyük gruplar için Restoranlarımızda da çok azdır. Çoğu durumda şadlıq sarayları.

Soru9: Kongre turizminde model olarak hangi ülkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?

Cevap: Türkiye. Bize gelen ülkelerin çoğunluğu ihale edir. Rusiyada da turizmde gelişmiştir. Türkiye bu alanda daha çok gelişmiştir, ama orada terör olduğuna göre oraya giden grupların sayısı hayli azaldı. Onlarda ilke olarak terör olursa çalışanlarını oraya güvenlik açısından göndermirlər. Buna göre de Azerbaycana gelenlerin sayısı arttı. Rusya'da ise Soçiyə gönderirler. Gürcü bazraı da ilginç geliyor. Kıbrıs, Yunanistan. Biz model olarak en iyisini yapacağız ve biz de ondan almalıyız. Türkiye'de her şey iyidir, turistler oradan bəh- behle dönerler. Her ülkenin kendi eksigi olabilir. İnsanların zevkleri de farklıdır. Birinin beğendiğini biri beğenmeyebilir. Bu göreceli bir şeydir. Organizasyon açısından daha mükemmel olan, daha gelişmiş ülkelere yönelmek gerekiyor ve biz onlardan iyi şeyleri almalıyız. Çünkü biz hele yeni yeni addımlayırıq. BMT ülkeleri daha çok yabancı ülkelerde toplanırlar özellikle de Amerika'da. Avrupa ülkelerinde. Wanted olan yerde hem rekabet, hem de gelişme var. Bizde ise talep yeni yeni artıyor. Şirketler artıyor, ortam, mekanlar artıyor. Ferli geziler yapmak istiyorlar. Hem ilginç olsun, hem de maddi yönden elverişli olsun. Rekabet olan zaman da büyüme devam eder. Hara turist akını büyük model olabilir. insan beğenmediği yerden beh-behle getirmez.

Sizce onlar bu seviyeye ulaşmak için hangi işleri görmüşlerdir?

Zaman gerekiyor ve deneyim çünkü pratik olarak biz her şeyi görüyoruz, soruyoruz duyuyoruz Sen işi görmeyince öğrenemezsin. Ancak tecrübe ve bakış açısı gerekir. Deney ve bakış açısı ise, her şeye elde edilebilir. Üstelikdə bir yerde oturmaya, bakmak, araştırmak, tanıtmak gerekir. Kalpten gelen çalışmalar yapmak gerekir. Şehrimiz de çok güzeldir. Neden olmasın? İstek, deneyim ve savad mutlaktır.

Soru10: Eklemek istediğiniz herhangi bir şey varsa, buyrun.

Ben düşünüyorum ki, insanlar daha da yetkin olmalıdır. Savad olan yerde basılmaz vatan.

Net Travel

General Manager

Tural İbrahimov

Soru1: Faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetler hakkında bilgi verin. Kongre turizminde ne yaparsınız ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?

Faaliyet gösterdiğimiz kurum NET şirketler grubudur. Bunun temelinde Natravel şirketi kuruldu. Şirketimiz 3 aydır faaliyet gösteriyor. Yeni şirket olsak da piyasaya büyük tecrübe ile girmiş. Bundan daha önce birkaç farklı ülkelerde şirketlerimiz olup buna göre de turizm hakkında büyük tecrübemiz var. Bizde yeni Bakü kongre merkezi inşa edildi, açılışı oldu. Esasen, Rusya'dan, Türkiye'den ve Hindistan'dan gelen büyük Mice projelerinin büyük şirketlerin kooperatif tedbirlerinin yapılması ile ilgili önümüzdeki sonbahar mevsiminde onlar esasen av sezonunda, kış aylarında yönelirler bazı planlarımız var. Paketler hazırlıyoruz. Bizim kongre merkezi bile tedbirlerin paketlerini hazırlıyor. Ortaklar gönderilir. Sergide görüntülenir. Ordaki Ortaklar açıklıyoruz ki, Bakü'de kendi konferanslarını, fuarlarını gösterebilirler. Azerbaycan'ın en büyük kardioloji merkezi inşa ediliyor. Bu inşaat sona erer. Dünyadan tanınmış doktorlar gelecek. Planda daha çok sağlık turizmine ait konferanslar geçirilecek. Hindistan'da Kardiologiya merkezi var, burada profesyonel kalp cerrahları var ve oraya bu alanda daha çok tanındı. Ona göre onlar çok büyük konferanslar eliyirler. Küçük küçük olsada, dünyanın bir sıra yerlerinden yigisib esasi Hindistan'da bulunan, bir ucu

gelip bizde cixan 50-100 kişilik tedbirler ederler. Biz bu tedbirleri tebi ki, hele otellerde ediyoruz. Bu alanda çalışacıq, yani faaliyyetimiz daha çok bu sahede olacak.

Soru2: Konferans ve sergileri hangi konularda düzenliyorsunuz?

Cevap:Daha çok tıbbi, medical turizim. Biz turizim sirketi olarak, turizim umumiyetce yakalanan bir alan ki çok şey kastedilmiştir. Turizim tarihe ait olabilir, örneğin arxioturizim, çeşitleri çok. Sualti arxiologiyasi hem de tarihle turizimin integrasiyasi eynidi. Çünkü gelen turist bir ülkenin kültürünü, tarihini gormeye, oyrenmeye gelir. Ferqi yoxdu bunlar hangi amaçla gelibler: istirahet ucun ve ya da konferans ucun gelibler. En axirda konferansta bittiğinde onlar çıkıp şehirde yeni bir sey görmek istiyorlar. Buna gore de men fikirlesirem ki bir çok alanda, sergiler ve ya konferanslar teşkil edeceğiz. Bunların en büyük kısmı elbette ki bizim için mice olacak. Hazır qurumların team buildingleri, yeni bir sirketin 500 esas görevlisinin burdaki toplantıları bu konuda, bu yonde daha çok hedefliyoruz.Az faizli teşkil ettiğimiz, bize başvuruyorlar. Farklı farklı ülkeler olan Şirketler oz oturumunu burada geçirmek istiyorlar. Team buildingini geçirmek istiyorlar veya hansisa bir portniyorla gorus kecirtmek isteyirler. Azerbaycandaki turizim şirketleri ile tanışliq kecirtmek isteyirler. Örneğin, bir çay şirketi Azerbaycan pazarına girmek istiyor. Azerbaycandaki çay şirketlerine kendi çayını teqdim etmek ucun bir konferans yaradir. Bele şirketler çoxdu, ürünler çok. Büyük konferanslardan danışıriqsa elbette ki, bizim şirkette dediğim gibi, tıp alanında. Bir çok defalar biz hekimlerin, professorların konferans düzenlemiş. Beklentilerimiz, örneğin ikili konferanslar olup, bilmirem esitmisiz ya yok? Turkiye ile Azerbaycan arasında. Bizim profesörler burda konferans kecirdir, Turkiyeli

Profesörler buraya gelirler. 3-4 günlük programları olur. Daha sonra aynı şey Türkiye'nin şehirlerinde oluşur. Buna misal getire bilirim: her yıl düzenlenen Dede Korkut festivalini. Türkiyeli profesörler toplanır gelirler buraya, Bakıda 3 gün kalırlar ondan sonra bizim bilimsel profesörler giderler Türkiye'nin Bayburt şehrine konferans keçirtmeye, şenlikler teşkil ederler ve s. Yani bu tür konferanslar, bu tür sergiler devam edecek ve mence bundan sonra artacak.

Soru3: Kongreye katılımcılara hangi hizmet sunumları (ek hizmetler dahil) sunulmaktadır?

Cevap: Elbette ki ilk sayıda bizim oteller, BBD sistemi olduğuna göre, en birinci qıdadi. Konferansa gelen kişiler çoğu zaman konferansta olduğuna göre onlar çay ve kahve arası götürür. Bezen lanch'da götürürler ancak çok zaman qonaglarımız dış olduğların göre konfransi günün birinci yarısında salib aslında lanch'a giderler. Lanch'dan sonra devam edeceklerdir konferansların ve ya eğer bu qonaglar örneğin Hindistan'dan ve yahut da Pakistandandisa onlar daha çok öz metbexlerine üstünlük gösterdikleri için sadece kendi metbexlerindeki yemekleri yemeye alışmış olduğu için başka yemekler yemiyorlar. Çünkü orda vejetaryenler, veganlar ve s var. Bu insanlar birinci yemeye üstünlük verir. İkinci en çok onlara sattığımız, sunduğumuz şey odurki, elbetdeki bizim teqdimatimiz satis uzerine kurulu, ona göre birinci satis sozu aglimiza gelir. Demeli bu tür paketlerdi: hem bilgilendirici, hem yaratıcı, bu konfranstan sonra, yarım günlük konfranstan sonra, tam günlük konfranstan sonra gezi gösteriyoruz seher Baki bir başka cürdü, gunorta bir başka türlü, aksam bir başka cur. Biz onlara imformativ seher turu keciririk, biz onlara 8km lik bulvarimizi gosteririk. Tarihimizi gosteririk, tarihi abidelerimizi gosteririk, elbetdeki her gelen misafire

mutleq Şehidler Hiyabanini gosteririk. Çünkü bizim Sehidler Hiyabani dogurdanda cox benzersiz bir yerdi. Yegane bele deyerdim xiyabandiki orda huzur var, oraya gezmeye gelirler. Normalde dünyanın hiçbir yerinde, insanlar bele duz cixmir qebirsanliga gezmeye gitmiyor. Ama bizim benzersiz konseptsiya ondan ibaretdiki insanlar gelir hem orda gezirler, hem bizim tarihimizi gorurler, hem biz çok hoşgörülü ülke olduğumuz gore onlara oz tolerantdigimizi gosteririk, abidelerimizi gosteririk. Hemde gelirler ordan Bakinin gozel manzarasına baxirlar. Bu tur paketlerden ziyade, gosterdiyimiz paketler aktiviter yaratici olabilir misalcun bovinq, çeşitli timbelding oyunları, golf kulüpleri golf oyunları vb. düzenliyoruz.

Soru3.1: Turistler gelene kadar hangi tedbirleri görüyorsunuz?

Cevap:Bunlar konferansın yerine, hacmine, bütçesinden asılı olan şeylerdir. Gelen misafir bilet istiyorsa, bu nadiren olur sadece Azerbaycan'ın havaalınında uçuş noktalarına grup halinde biletler alabiliyoruz. Onlara bilet qiymetini uçuş paketinin kapsamında sunuyoruz. Çok zaman ise kendileri farklı farklı şirketlerde uçak bileti alırlar. Grup büyük oldukça Samalyot hacminin 100de% 80-90, çoğu zaman 100% ni tuttukları için şirket onlara özel fiyat sunuyor. Şimdi vize almak o kadar da zor değil. Fakat bazı durumlarda insanlar kendi pasaportlarını verir ve biz onlar için alıyoruz. Elbette ki, turistler gelen zaman otel hazırlanmalıdır. Önceden konuşulan yemekleri, herhangi bir aktivite önceden öngörüldüğü onun gözden geçirilmesi vb. aşamalar var. Bizim için müşteri memnuniyeti esastır. 3-5 kişiyi yola gətirmek zor olmuyor, fakat 200-300 kişilik grubu bir karar getirmek çok zor olur. Her biri farklı bir şey istiyor.

Soru4. Pazarlama alanında neler görüyorsunuz?

Cevap: Dünyanın en büyük şirketlerinde biri olan Tesla başta olmak üzere Elon Musk kendi pazarlama takımının etkinliğini artık 2 senedir durdu. Bizim gördüğümüz her iş pazarlama, bu geniş bir alandır. Elon Musk bu alanda çok tecrübeli biri. Onun pazarlama stratejisi, marketin takımının boş advertisement-lerden daha güçlü produksiyanı pazarlamaya çıkarmak için çalışırlar. Bu adam 2 yıldır, pazarlama takımını kapatıp, sadece 1 ay önce dünyanın en büyük pazarlama videorolikini sundu, kendi modelini uzaya gönderdi. Bu dünyanın en büyük, indiyənə kadar pazarlamaya xərclənmiş olan yatırımdır. Bunu Elon Musk etdi. Bununla nə demək istəyirəm? Yəni ki, sənin məhsulun nə qədər güclüdürsə, o qədər az marketingə ehtiyac duyursan. Güclü produksiyanın təqdimata ehtiyacı yoxdur. Bizim produksiyamız Azərbaycandır. Biz destinasiya satırıq, biz Azərbaycana turist cəlb edirik. Onların başqa ölkələrdə tapdığı servisi çalışırıq ki, biz də onlara göstərək. Konfrans üçün daha çox Avropaya gedən turistləri Azərbaycana cəlb etməyə çalışırıq, oradakı xidməti onlara göstərməyə çalışırıq. Otellerimiz taze olduğuna görə, fiyatlardan digərlərinə görə ucuz olmasından dolayı, büyük turist kitlesini Azərbaycana getire biliriz. Bizim şirketin pazarlama planı çok basittir. Biz de produktumuzu güçlü tutup, turistlere kendi hizmetlerimizi nasıl olduğunu gösteriyoruz. Böyle bir logo ile pazara çıkıyoruz. Burada çeşitli sistemler var, ki, bu marketin planına destektir. Örneğin, internet üzerinden olan pazarlama stratejisi, web sitesi üzerinden iş, be to be üzere iş, reality programlar üzerinde çalışmak vb. Bir takım faktörler ki, pazarlama günden güne geliştiriyor. Ana servis, kalite ve değer. Çok piyasalar bunlara fikir verir. Fiyatı ve servisi güçlü olan şirketler her zaman ileridedir.

Soru5: Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşılıyorsunuz?

Cevap: Elbette ki, biz istiyoruz ki, turizm alanı gelişsin. Lisansın giderilmesi ile Azerbaycan'da 2000-3000 civarında turizm şirketi var. Bu rakam bizi korkutuyor. Lizenziya iptal olunmamışdan önce 500 e yakın turizm şirketi vardı. Şimdi bu rakam 6 kez arttı. Bu piyasada kendi negatif etkisini göstermektedir. Çünkü her açılan şirket kimseye kötü servisini gösterebilir. Bunlar devlet tarafından hiçbir standartlar qoyulmadığına göre yurtdışında bulunan patnyor şirketlerde anlamıyorlar ki bu taze şirkettir matketinq veya satış stratejisine uygun değildir. Kendini çok iyi anlatamadık bilir. Daha sonrada müşterileri aldatıyor, müşterilerde negatif eğilimi Azerbaycan'daki ajansları hakkında veya Azerbaycan hakkında genellikle zihninde kalıyor. Gerçi böyle durumlar azdır, ama gelip karşılanmayan oteline istediği odası almayan turistlerde oluyor.

Soru5.1. Konfyum nədir?

Cevap: Onaylanan paket. Örneğin: Misafir 3 kez yemek yiyeceği hakkında paket onaylar ve onun parasını öder ve gelir görür ki, sadece kahvaltı. Sorunlar çıkıyor vb. Ondan sonra konuk kendisi öder ve gidip şikayet dilekçesi yazıyor. Gelen kez bu konuk dost tanıdığına akrabalarına diyor ki, defasında aynen böyle şeye fikir verin. Yani bu gibi olumsuz durumlar durumlar olur. Biliyorsunuz turist bir kişi değil, turist o kişidir ki, seyahat ettikten sonra kendi gördüğü izlenimleri dost-tanıdığı ile paylaşır. Başka adamları buraya çekmektedir. Elbette, bu öyledir ki var. Ona görede sorunlardan biri bizim lisanslar ortadan kaldırılırsa da belli bir standartlar olmalıdır. Hangi şirketler o standartlara cevap vermelidir. Bakanlığımız tarafında bu standartlar yakın bir zamanda uygulanacak. Bu gibi sorunlar ortadan kaldırılacak. Ben bu sorunları başka şirketlerde gördük. Bizim şirkette böyle bir şey

olamaz. Sadece ne sorunu yaşıyoruz? Bizim Aeraport taksileri MaşaAllah çok aktiftirler. Aeraport taksilerinden başka orda başka taksilerde var ve müşteri tutmak için birbirlerini neredeyse qıralar. Başka ülkelerde gördüğümüz tendensiyaya esasen aeraprot taksileri ayrı, şehir taksileri ayrı olur. Bence, bizim havaalanında bir taksi durağı bulursa ve tüm taksiler servisleri oradan istifade edebilsinler. Örneğin, uber gibi taksi servisleri olsun. Geride kalan ise bizim qarşılacağımız misafirler için başka ülkelerde olduğu gibi, içeri tarafta yok dış tarafta bələdşilər için yer ayrılısın, kontuarlar olsun. Kontuar ayrıca seksiyalardır. Her ajans ordan yer alabilir bilsin ve gelen konuk kendi şirketini bulup oraya yaklaşp seyahatini böylece devam etsin. Bu size dediğim örnek birçok ülkede var. Uzağa gitmeden kardeş ülke Türkiyədə -Antalyada en büyük turist mekanlarından biridir. Antalyada siz havaalanından inerken orda her şirkətrin temsilcisi kendi şirketinin logosu ile dış tarafta diyanir iç tarafta yok, iç tarafta durmalarına izin yok, yasak var. İstanbul'da ise böyle değildir, ama Antalya'da öyledir. Turistler dışarı çıktıktan sonra o adamlara çıkıyorlar o adam diyor ki, 57 numaralı kontore yaklaşın. Orda da bin tane kontör var 57 ye yaklaşın. Burada ad soyadını kutluyor, buna transfermen diyorlar. Onun gideceği otobüse veya ayrıca vip transfere, ekonom trensferə makineye yönlendirir. Onun transfermeni karşılıyor. Ona tur geçiyor, onu otele gibi götürüyor. Otelde ise artık onu otelin görevlisi karşılıyor. Bu prosedür çok güzeldir. Yıllardır Türkiye'de çalışıyor. Ben çok beğeniyorum. Ben çok isterdim ki, bizde de bu uygulama olunsun.

Soru6: Azerbaycan'ın kongre turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: Potensialımız büyüktür. Qəbələdə yanılmıyorsam konqre için mekan var. Bizim henüz Azərbaycan'ın herhangi bir bölgesinde konfransımız olmayıp. Ama belki de bize böyle bir ortam oluşturulsa, bize bundan da kullanırız. Benim bölgeler hakkında bilgim azdır. Başka bölgelerde kongre merkezinin olup olmamasından haberim yok. Gelen misafirler de Bakü'ye tercih ediyor. Bizde henüz böyle bir istek olmamış ki, bizde bu konuyu biraz inceleyelim ki, bizim rayonlardaki kongre merkezlerine paket hazırlayalım.

Soru6.1: Potansiyel olarak hangi bölgelere potansiyel görüyorsunuz. Gelecekte bu bölgelerde inkişaf ettirelim?

Cevap: Potansiyel demeli bizde gelen turizm yeni yeni, yıl-ile yürürlüğe giriyor. Elbette ki, potansiyel büyüktür. Ama rayonlarımıza bu ne derecede etkileyecek onun hakkında üzgünüm ki, hiç bir bilgim yok. Bu konuda benim aklımda hiçbir fikir formalaşmayıb. Gelecekte eğer bizim bölge altyapıları daha da gelişirse elbette ki, bu istek her geçen gün artacak. Ama en gelişmiş turizm altyapısı Gebele rayonundadır. Gence'de konferanslar elemişik. Ama konfrenslar otelde olup. Ramada oteli Gence'de bulunmaktadır. Orda Gürcistan deleqasiyası gelip, Alman deleqasiyası geldi. Gence şehrinde Yuenbitionun toplantıları yapıldı. Başka bölgelerde hele ki, bizim hiçbir konfransımız olmayıp. Belki başka turizm şirketleri bu bölgelere yönelirler, ama bizde Gence, Gebele ve Bakü'den başka henüz hiçbir bölgede konferans baş tutmayıb. Potansiyel elbette ki büyüktür. Çünkü günden güne bölgelerde oteller inşa ediliyor. Bu otellerde turistlerin kalması için ortam oluşturuluyor. Biz de çalışıyoruz ki, ilçeleri da turistlərimizə sunalım. Çünkü gelen turistlerin hepsi şehir hayatından bezmiş insanlardır. Bu yüzden de onlara şelaleler, göller vb. bizim diyarlarımız onlar için çok alıcı.

Şehirlerden daha çok rayonlarımızda kalmak istiyorlar. Şehirlerimiz de MaşaAllah Avrupa ülkeleri gibi güzel parklar, bulvar var. Bunu da gören turist hem bölgede kalır, hem Bakü'de kalmak istiyor.

Soru7. Azerbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap: Esas sorun o idi ki, bizde kongre merkezi yoktu. Şimdi yeni yeni yapılmaya başlar ve faaliyet azdır, çünkü yenidir. Gelen turistler sadece bizim sergi salonlarımız var hangi yemek Fuarı, turizm fuarı yapılır. Bu ekpolar sadece bir yerde yapılır. İlden ile artıyor. Şimdi kongre merkezi inşa edildi ve bu alanda potansiyel her geçen gün artıyor. Ama sorunların önemlisi o idi ki, bizde kongre merkezleri yoktu. Kendiniz bilirsiniz ki, yeni inşa ediliyor. Ben başka bir problem görmüyorum. Samalyot biletlerin kolay bulunması, büyük mesafeden gelen turistlerin rahatlıkta Bakü'ye gelmesi, Samalyot fiyatlarını farklı olması çözümlenmelidir. Örnek: Dubai'ye gitmek istiyorsunuz. Dubai'ye gitmek için şimdi karşı yeterli şirketler var, fly dubai, Azerbaycan hava yolları, Buta every ways vb. Şimdi Dubai'ye seyahat eden 4 farklı havayolu şirketi var. Her şirketin farklı fiyat var. Dubai'ye gitmek isteyince de, oradan buraya gelmek isteyen insan farklı farklı fiyatlar seçe bilir. Hem ekonomik yönden de bütçesi az olan insan artık uçabilir ve bu alanda ciddi adımlar atılmalıdır. Nitekim, Gürcistan'da biz 30-40 evro Avrupa'ya uça biliyoruz. Burda da lokoster samalyotlarının katılımı çok önemlidir. Bu Avrupa'daki turistlerin buraya gelme potansiyelini artırır. Erişilebilirlik 2'nci aşaması vize. Bizde e-vize ve misafirler gelip bir başa vizeyi alabiliyorlar. Burada hızlı bağlantı birimleri oluşturulmalıdır. Birçok ülkede artık bir kez ziyaret eden insan elektornik vize alırsa, örneğin Birleşik Arap emirlikleri Dubai'de siz vizeyi bir kez alırsızsa gelen geldiğimde skayner pasportunuzu sistemde denetler sizin burada vizanız oldu mu, olmuşsa

orada kabine gibi bir yerdi kapı açılır siz giriyorsunuz orası sizin şeklinizi çekiyor ondan sonra sizi bırakır. Yani hiç bir işçiye ihtiyaç kalmıyor. Hem güvencilik açısından da yüksek derecededir. Hızlı geçiş noktaları bizde var, sadece düşünüyorum ki gəlizdə vizesi alan misafirler bazı sorunlarla karşılaşrlar. Bu ise novbenin fazla olmasıdır, vize sürecinin daha çok zaman alması bu konular da təkmilləşməlidir. Zor meseleleri biraz kolaylaştırmak gerekir ki, gelen konuk hava alanında çoğu zaman itirmesin. Biz hazar denizi civarında bulunan, ancak burada bulunan resort oteller azdır. Başka ülkelerde ise sahil çevresinde daha çok resort oteller var. Resort oteller daha da fazla olabilir. Yaz aylarında da şeraitimiz çok güzeldir, qiymətlərimiz uygundur. Turistler neden de buraya gelmesin? Hazar Denizi güzeldir, ancak ortam yoktur.

Soru7.1: Turistler konferans keçirdibler ve daha sonra yemek yemelidir. Gerçi az gelince yerleştirerek rahat olur, ancak çok gelince sorun oluyor. Siz bu zaman ne yapıyorsunuz?

Biz bu zaman düğün saraylarına yönəlmeli oluyoruz. Çok şükür ki, sevinç Saraylarımız fazladır. Bizde miting yerleri de az değil. Örneğin, Buta palace, Electro hall büyük etkinlikler burada yapılabilir. Bizim otellerin konferans salonu da geniştir. En büyük konferans salonu bizde Bulvardaki resort oteldir. Oradaki tiyatro odasına 1000 kişi bulunmaktadır. Büyük grup olanda yemek için biz şadlıq saraylarına yüz tutuyoruz.

Soru8: Azerbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?

Cevap:Bazı mekanlar var ki, sırf konferans içindir. Odada baza ve sistemler olur. Bu bir tür bizim Bulvardaki otellere benziyor. Turistler çinumum fiyat ve maksimum kalite istiyorlar. Bazı oteller ağı var, bunlar

2 yıldız 3 yıldızlı olmasına rağmen, hizmet öneriyorlar. Fiyatları çok da ucuz değil, sadece yerleşimleri iyidir. Konferans mekanına çok yakın olurlar. Bizde henüz böyle bir şey yok. Bizde konferans, İş otellerin inşa edilmesi gerekiyor. Hilton, For season otelleri, bulvar otelleri hepsi 5 yıldızlı. Şehrin merkezinde, şehrin merkezine yakın konferans otel yok, tek tanıdığım konferans otel Tiflis caddesinde bulunan Kafkas city otelidir. Bu otel tam konferansa gelenler içindir. Oda sayısı azdır ve konferans salonu yoktur. Zal çok küçüktür ve çok az sayıda turistleri kabul edebiliyor. Konferans otelleri var, hangi biznesmenlerin kısa süre içinde yaşamak için tasarlanmıştır. Bazen olabiliyor ki, turist sadece konferans için geldi, elinde çantası ve ancak sırtındaki kostümü var. Sadece gelip ki, toplantısı yer alsın ve gitsin. Bu turiste ise internet, kahve makinesi, yumuşak yatak gerekir. Ona kanepeler, koltuk, geniş balkon vb gerekmez. Sadece bilgisayar masası olsun ve o kendi işlerini bilsin.

Soru9: Kongre turizminde model olarak hangi ülkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?

Örneğin, Biz Dubai kendimize örnek olarak alabilir. Diğer Avrupa ülkeleri de buna örnek olabilir. Ancak ben çok isterdim ki, biz Dubai'den örnek alalım. Çölde inşa edilen bir şehir, 20 yıl içinde bu kadar çabuk gelişti. Bu da petrol üzerinde kurulan bir şehirdir. Bu ülke sadece kongre alanında, turizmin pek çok alanında gelişmiştir. Orada 50 derece sıcak olmasına rağmen insanlar oraya seyahat ediyorlar. Yerel nüfusun sadece 1-2 milyon olmasına rağmen, oradaki turistler kendilerini evdeki gibi hissediyorlar. Biz öyle bir ülkeyi örnek almalıyız ki insanları oraya çekmek için güzel stratejileri olsun, konferanslar için mekan olsun. Öyle bir yere ki çok misafir gidiyor, konferanslarını keçirde bilir. Dubaya

seyahat eden insan çabuk uyum. Her yer yüksek binalardır. Azerbaycanı biz servis hakkında Dubai'ye benzetmeli.

Soru9.1: Dubai bu alanda gelişmek için hanı tedbirler görüp?

Orada Arap Seyahat marketi kurumu var, dünyanın ünlü bir sergisini orada keirdibler. Her yıl keçirdirler. Azerbaycan da kendi aktif faaliyetini burada gösteriyor. Bu yıl 50- ye yakın şirket burada katıldı. Bunun için ülke konferansların yapılması için salonlarında, konferans merkezlerini fiyatını pahalı tutmuyor. Onlar için oteller meyynlşdiriler ve özel paketler öneriyorlar. Gelen misafirleri buraya transfer yapabilirler. Gelecekte onlar daha da gelişme edecekler. Bir lke turistik ve ona şamil olan projeler yapılır. Örneğin Dubai'de Fuar 2020 hazırlıkları gidiyor. Bu dönemde turist beklentisi 2 milyondur. Bu kk bir rakam değil. Turist katılımı 6 ay içinde 32 milyondur. Bizde de 2025 Ekspo yapılacak, eğer biz galip gelirsek, biz de yapılacak inşAllah. Bu da bizim infrastuktumuzun çabuk gelişmesini gösteriyor.

Soru10: Eklemek istediğiniz herhangi bir şey varsa, buyrun.

Biz çok çalışıyoruz ki, Azerbaycandan memnun gitsinler. Eğer memnun giderse başkalarına da bu lkeyi tavsiye edecektir. Bizim amacımız kendi şirketimize yok, Azerbaycana turist çekmektir.

Your Event Solution

Direktor

Elmar Rəhimov

Soru1: Faaliyette olduğunuz kurum ve faaliyetler hakkında bilgi verin. Kongre turizminde ne yaparsınız ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?

Cevap: Kurumun adı "Your Event Solution" dır. Şirketin adından da bellidir ki, biz herhangi bir tedbirin teşkilinde önemli yer tutuyoruz. Onun öncelikle çözümünü gösteriyoruz ve kongre, konferans, form veya diğer herhangi bir önlem olanda onun kavramının, etkinliğinden bağlı olarak yardımcı gösterilir, organizasyon meseleleri hepsi çözülür. İlk önce bizim işimiz tedbirin planlaşması, mekanın seçilmesi, kavram ve kurulmasından başlar, daha sonra onu gerçekleştirmek için önemli tedbirler almaya başlıyoruz. Toplantı sırasında logo yoxdusa yazılır, herhangi örgütün tedbirinin teşkilinde de lojistik meselelerinden brendləşdirmək promo ürünleri ortaya çıkarılması gibi, teknik destek sağlıyoruz.

Teknik destek de genişdir. İçinde audio-video aygıtlarından tutmuş ulaşımaya kadar içerir. Dışarıdan misafir gelirse, onların otelde konaklama, boş zamanının planlanması, banket, çeşitli sunumlar, konferans ve etkinliklerin içinde eğer sergiler olursa, sergilerin düzenlenmesi içerir. Yani çok büyük bir iştir ve çok zaman gerektirir. Bu bir kişinin işi değil, büyük bir kolektifin işidir. Bazı büyük bir olay güneşin görülmesi için büyük iş görülüyor. Şu anda Bakü'de kongre mərkəsində tedbir gidiyor. O tedbirin hemen bazı lojistik sorunları bizim şirketimize tahsis edildi. Kayıt, promo ürünler, giyim ve teknik hisse buraya dahildir. Aynı

zamanda etkinlikler şehirde olursa, misafirlerin boş zamanının planlanması da firmamız tarafından yapılmaktadır.

Soru2: Konferans ve sergileri hangi konularda düzenliyorsunuz?

Cevap: Bizim için fark etmez. Verilen siparişe göre biz hizmet gösteriyoruz. Fuarlar çeşitli alanlarda olur, örneğin: tıp, sanayi, eğitim veya iş toplantısı.

Soru3: Kongrede katılımcılara hangi hizmet sunumları (ek hizmetler dahil) sunulmaktadır?

Cevap: Bizde Lojistik, her şeyi içerir. Kongreye gelenlerin boş zamanını oluşturur, önleme girdiklerinde hediyeler sunuyor ve kongrede olan forsmajor meseleler olursa, onları çözüyoruz. Öncelikle vize, Azerbaycan'a girdiğinde onun transferi, gerektiğinde avia biletleri düzenliyoruz. Bu da konsepte, siparişe bağlıdır. Bazı otelde yerleştirilmesi, onların boş zaman gezintiler, banket düzenlemek da içerir. Daha sonra tedbir bitenden sonra dış qonaqdırsa onların geri dönmesini sağlamak, yerel qonaqdırsa tedbirin öncesinde kayıt, hediyelerle sağlamak, tedbir Zamanı beslenme sorunları, herhangi bilgilerin iletilmesi vb. ile meşgul oluyoruz.

Soru4: Pazarlama alanında neler görüyorsunuz?

Cevap: İlk növbede biz kendimizi reklam yapmıyoruz, çünkü gerek yok. En büyük reklam kaliteli çalışmadır. Çünkü insanlar sora sora ozlerine lazım olan şirketi tercih ediyorlar. Bizde genellikle referans üzere gidiyor. Bizi tavsiye ediyor onun temelinde de bizim çalışmamız devam ediyor. Ayrıca biz marketing elemirik iş bulalım. Bizim işimiz bizim yerimize bize iş bulup getiriyor.

**Soru4.1: Sizin kurumun sitesinde tedbirler hakkında bilgi verilir mi?
Bu pazarlama planlarınıza dahil mi?**

Cevap: Bizim hakkımızda yes.com.az sitesinde kısa m lunmat var. Bize başvuran insanlar tabii ki, öncelikle sitedeki çalışmalarımıza bakıyorlar. Bu site sadece bilgi karakterlidir. Biz kendi sitemizi uzmanlarla danışarak yarattık. Bundan başka bir Şey değiliz. Google arayışında da biz birinci sayfada geliriz. Google adver programından sitesi yeni aınca kullanarak ettik. Şu anda ise site kaliteli yığıldığına göre bize kazanç getirir. Azerbaycan'da bulunan önemli etkinliklere biz de belirli işler yaptık.

Soru5: Faaliyetinizde ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

Cevap: Piyasada anlayışı olmayan insanları gözlemci olarak gönderirler. Bu insanların profesyonelce olmalarından dolayı m zdarip. Onlari izah edene kadar ki, bu bele olmalıdır, çok zaman kaybına neden olur. Azerbaycan'da da bazı devlet kurumları da tahsis olunan insanlara işi görmek için onların karar kabul elemeyi cesareti catmir. Hamisi isteyir ki, ondan daha büyük bir reis gelsin tasdik elesin, hansi ki bu onun işi değil. Azerbaycan'da en büyük mesele budur. İnsanlar karar vermeye korkuyorlar. Tedbirlerin gidişatına gecikmeler oluyor. Organizasyon komitesi tarafından gönderilen insanların sivil peşekardırlar. Onlari qınamıram, kavramları yoktur karar verebilir de bilmiyorlar ama bizim tekliflerimizi dinl mirler. İsteyirler ki, en son anda her Şey alınsın, ancak plana uymak istemiyorlar. Biz de bekliyoruz ki, ondan büyük reis gelsin tesdiqlenin. Ola da bilir ki, bu kişi mezuniyyetde. Biz beklemek zorunda oluyoruz ve o süre kayba gidiyor.

Soru6: Azerbaycan'ın kongre turizmindeki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cevap: İlk önce onu qeyd edim ki, bölgelerde kongre geçirmek için mekan gerekir. Bizde kongre merkezi Qəbələdə mevcuttur. Bəzi böyük şəhirlərdə, örneğin Gence'de "Ramada" otelində küçük salon var, Şemkirde, Şahdağda "Pik Palace" otelində salon var. Bölgələrdə böyük kongre için değil, küçük tabirler için mekan var. Dünyanın sayılan kongre merkezlerinden biri Bakı kongre merkezidir ve çök böyük imkanlara sahiptir. Bu merkezle işleyenin sayısının az olması onun yeni açılması ile ilgilidir.

Kongre turizminin geleceği çök parlaktır. Bakü'de işte bu kongre bir takım tedbirlere ev sahipliği yapabilir. Bu kongreler kazandırıcı olur, kongrede yer etmek için para ödüyorlar. Azərabaycanda bu kongre merkezində bir takım tedbirlerin geçirilmesi bekleniyor. Çök fonksiyonel bir yapıdır ve burada farklı kongreler keçitmək mümkündür.

Soru6.1. Haydar Aliyev merkezinin bu alanda potansiyeli nedir?

Bu merkezin kurulmasında ilk amaç aydınlanma idi. İçinde konser salonu, çök funksional salon var. Aynı zamanda tecrübe de gösterir ki, burada kongreler yapılır. Unikallına göre Bakü'de böyle ikinci bir bina yok. Burada iyi faaliyetler düzenlemek olur.

Soru6.2: Sizin Haydar Aliyev ya da başka merkezlerde geçirdiğiniz kongre oldu mu?

Cevap: Evet, biz tam tedbiri organize etmesekde sadece bir takım görevler bizim üstümüze düştü ve biz onları hayata geçirmiştir.

Soru7: Azerbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?

Cevap: Sorun demedim, sadece zaman gerekir ki, aralık olsun. Şu anda bu alanda iş gidiyor. Tecrübe gösterir ki, Azerbaycana gelen korporativ müşteriler daha fazladır. Oysa, burada formlarda, kongrelerde katılırlar.

Sorun bence yoktur. Sadece daha fazla insan almaya çalışmalıdır. Örneğin biraz önce kendiniz sadaladınız ki, bölgelerde kongre merkezleri çok küçüktür. Bu meseleyi ortadan kaldırmak için ne yapmak gerekir? Sermaye konulmalıdır ki, bölgelerde konferanslar için mekan ve çok amaçlı oteller inşa edilmelidir. Bu ise iş yok, devletle ilgili olan bir konudur.

Soru7.1: Sizce, geniş imkanlara sahip mekanların olmaması sorun değil mi?

Cevap: Hayır, bu iş meseleleridir. Eğer onlara maraqlıdırsa iş adamları karar verir ve yatırım yapıyor otel tikirler ve her türlü tedbirlerin keçilirmesine imkan yaratılır.
Şu anda Azerbaycan Hindistan'dan en az 2-3 grup gelir. Gelip konferanslar, sunumlar keçirdirler, bunun ozu de pazarlama. Kendileri ile dışarıdan adamlar gelir. Kavram dışarıdan gelir, ancak mekan ise Azerbaycan olur.

Soru7.2: Azerbaycan'da vize sistemini sorun olarak görüyor musunuz?

Cevap: Hayır, 3 gün boyunca kolaylıkla online satın alabilirsiniz.

Soru8: Azerbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?

Cevap: Problemler giderildikten sonra kongre turizmi gelişiyor. Kalkınma için çok fonksiyonlu otel tikmek gerekir. Kongre turizminin gelişmesini artırmak ucun hemin mekanları sergilerde tanitmaq gerekir.

Soru9: Kongre turizminde model olarak hangi ülkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?

Cevap: Öncelikle bize yakın olan Türkiye'dir. Türkiye'deki bölgelere baktığımızda, Antalyanı örnek gösterebiliriz. Burada bir dizi çok

fonksiyonlu oteller var. İstatistiklere da baktığımızda görürüz ki, burada hanısa tedbire göre oteller bağlanır. Türkiye bize bir okul olmalıdır biz o seviyeye chatsaq yeterlidir. Öncelikle uygun oteller yaratmışlardır ve tedbirlerin uygulanmasını ortam yaradıblar. Hem de onların bu alanda deneyimleri var. Başarılarının sebebi budur.

Soru10: Eklemek istediğiniz herhangi bir şey varsa, buyrun.

Cevap: Sadece tanımladığım sorunlar çözülrse iyi olur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya genelinde turizmin önemi git-gite artmaktadır. Turizmin hem ekonomik hemde sosyal alanda etkili olmasıyla yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır. Bu turizm türlerinden birincisi ülkeye büyük fayda sağlayan kongre turizmidir. Bu araştırmamızın ne kadar önemli olduğunu gösteriyor. Ekonominin her dalında görülebileceği gibi, yeni çağın yeni dönemiyle birlikte kongre turizminde yeni eğilimler görülmektedir. Endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçişteki hızlanma, teknolojideki hızlı değişimler, iletişim ve ulaşım, turist profilinde ve isteklerde yeni eğilimler turizstler için yeni seçimlerde çeşitlilik getirdi. Bu eğilimin mevcut durumla devam ettiğini düşünürsek, dünya kongre turizminde bazı önemli değişiklikler görüleceği tahmin edilmektedir. Her şeyden önce uluslararası kongre turizminin büyüklüğü genişletilecektir. Kongre zaman aralıkları giderek azalmakta ve maliyetleri düşürmek için sınırlı bir süre tamamlanmaya çalışılmaktadır, ulaştırma endüstrisindeki (özellikle havayollarındaki) gelişmeler, kısa süreli seyahatleri artıracak ve kolaylaştıracaktır. Kongre katılımcıları daha fazla teknoloji istiyor, bu nedenle elektronik teknoloji, kongre yerinin seçiminde en önemli unsur haline gelecektir. Büyük kentlerin sorunlarının giderek artması nedeniyle kongreler büyük şehirlerden veya başkentlerden küçük şehirlere aktarılıyor. Daha ucuz, daha az yorucu ve daha fazla hizmet kalitesi olan bu küçük şehirler, kongre katılımcıları tarafından daha çok tercih edilen şehirler haline gelmiştir.

Azerbaycan, turizm endüstrisinin gelişimi için zengin kaynaklara sahiptir. Bu her şeyden önce, çok olumlu ekonomik-coğrafi bir konumunun bulunmasıdır. Öyle ki, Azerbaycan iki dünya uygarlığının kavşağında Transkafkasya ulaşım koridorunun ortasında bulunmaktadır

ki, tüm alt yapısı- Avrupa'yı Kafkasya ve Orta Asya ülkeleri ile birleştiren hava ve deniz taşımacılığı, karayolu otomobil ve ulaşım yolları buradan geçmektedir. Son dönemlerde devletin qayri-neft sektörlerine özellikle turizm sektörüne büyük yatırım yapması bu konunun araştırılmasının ne kadar önemli olduğunu bir daha göstermektedir. Azerbaycanın kongre turizminde potansiyelini ortaya koymak için yaptığımız araştırmanın sonucu olarak söyleye biliriz ki, Azerbaycan bu konuda büyük potansiyele sahiptir. Azerbaycanın kongre turizmi için önemli hususlardan birincisi ulaşılabilirliği son dönemlerde yapılan asan viza, 6 uluslararası havalimanı bunlardan biri Haydar Aliyev havalimanı dünyanın 9-cu en güzel ve konforlu havalimanı teminalının burada olması, uçuş alanında büyük Avrupa Birliği şehirlerine, Rusya ve Bağımsız DevletLER Topluluğu ülkelerine 20'den fazla ülkeye, ayrıca Türkiye, Körfez ve Orta Doğu bölgelerine birçok noktaya doğrudan bağlantı sağlamağı, bunun kanıtıdır. Uçuş sisteminde bir çok şirketin piyasada olması konuklara seçim imkanı sunmaktadır. Ulaşım fiyatlarının düşük olması ve kısa sürede ulaşılacak istenen yere varılması yine bu konuda avantajlarımızdır. İkinci önemli husus konaklama alanında uygun otellerin(JW Marriott Absheron Bakü, Boulevard Hotel Bakü, Fairmont Bakü, Pullman Bakü, Four Seasons Bakü,), mekanların(Bakü Kongre Merkezi, Haydar Aliyev Merkezi, Gulustan Palace, Bakü Expo Centre, Bakı Biznes Mərkəzi, Congress Gabala,) ve özel mekanların(Buta Palace, Büyük Saray, Elektra Events Hall, Elite Events Hall) bulunması, kongre turizmi için büyük avantaj sunmaktadır. Bu otellerde bulunun salonlar kongre düzenlemek için uygun olmaktadır. Üçüncü önemli husus görülecek yerler Azerbaycanda çok fazla ve turistlerin bu yerleri görmek için kongrelerini Azerbaycana organize edecek yerlerin bulunmasıdır. Bunlardan bazıları(Kız Kulesi,

Şirvanşahlar Sarayı, Atashgah, Yanar Dağ, Petrol Kayalar, Hamamlar, İçeri Şehir, Ganja Şişe Evi, Yanar Bulag Ateş Yayı) kongreye katılanlar tarafından sık ziyaret edilmektedir. En önemli dördüncü husus Azerbaycan güvenli ve toleranslı yer olmasıdır. Kongre katılanların en önde gelen isteği güvenlidir. Azerbaycanın kültürel ve tarihi zenginlikleri, doğal kaynakların ve sıcak iklim koşulları, milli parklar, göller ve nehirlerin bulunması, misaferperverliği ve özel mutfağı Azerbaycanın turizm potansielinin diğer göstergeleridir.

Yine Azerbaycanın kongre turizminde potansiyeli olduğu kadar sorunları da vardır. Bunu yapılmış mülakatlardan yola çıkarak bu konuda uzman kişilerin verdiği cevaplara dayanarak söylemek olur.

Sorunlar:

- Azerbaycanın dünyada tanınma sorunu var.
- Kongreye katılmak isteyen konuk son anda karar verirse kongreye katılacağını bunu gerçekleştirmez çünkü en kısa yoldan asan viza 3 gün süre içerisinde isteği cevaplamaktadır.
- Kongre için uygun daha küçük 2-3 yıldızlı oteller çok az.
- Azerbaycanda doğrudan uçuş sayısı az.
- Bölgelerde alt ve üst yapı sorunu.
- Azerbaycanda 3500 delegeden artıq kongre geçirtmek için mekanın olmaması.
- Azerbaycanda konaklama alanında yatak sayısı az.
- Profesional kongre düzenleyen şirketin yetersiz olması.
- Taksilerin konukları dolandırması.
- Resmi kurumların geç karar vermesi.
- Bölgelerde kongre için özel mekanların olmaması.

- Kongre bilincinin az olması.
- Teşkilatların bu alanda passif fealiyeti.
- Sertifikasız turizm kurumlarının sayının fazla olması.
- Kongre turizmini gelişimini sağlayacak kadr azlığı.
- Turizm mektepleri yok denecek kadar az.

Yaptığımız araştırmaya Azerbaycanın turizm potensiyeline ve dünya tecrübesine bakarak aşağıdaki öneriler verilebilir.

- Azerbaycan dünyada kongre sferasında tanıtılmalı.
- Azerbaycan kongre alt yapısı geliştirilmeli.
- Daha büyük kongre otelleri inşa edilmeli.
- Kongre için uygun 2-3 yıldızlı oteller inşa edilmeli.
- Azerbaycandan doğrudan uçuşların sayı artırılmalı
- Azerbaycanda Kongre için delege sayı 3500-den fazla olan özel mekanlar inşa edilmeli.
- Profesyonel kongre organize edenlerin sayının artırılması için yabancı ülkelerden profesyoneller davet edilmeli.
- Azerbaycanda kongre turizmi bilincinin artırılması için özel çalışmalar yapılmalı.
- Taksilere Devlet tarafından husisi uygulama getirilmeli.
- Turizm teşkilatları sertifikaya tabi tutulmalı.
- Bölgelerde kongre turizmi için uygun alt ve üst yapı çalışmalarının yapılması.
- Turizm mektepleri açılmalı.
- Kongre turizmini gelişimi için Turizm agentliğinde kongre turizmine özel yer verilmeli.

- Dünyadaki zincir otelleri Azerbaycanda yatırım yapması   n teŐfik etmek.
- Kongreye katılanlara ücretsiz ulaşım, indirimli organizasyon ve diğer hizmetler sunmak.
- Büyük kongre merkezleri inşa etmek.

Tez araştırmamızın sonucu olarak söylene bilirki Azerbaycanda kongre turizmi geliŐtirilebilirliđini söylemek mümkündür ve kafkasyada düzenlenen kongrelerin %70 Azerbaycanda organize edilebilir. Bunun için sorunlara  z m bulunmalı ve ciddi çalışmalar yapmak lazımdır. Bu  alıŐmanın Azerbaycanın kongre turizmi alanındaki çalıŐmalara katkı sağlayacağı umulmaktadır.

KAYNAKÇA

Sariisik, M., Turkey O. and Akova, O. 2011, "How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies, Elsevier Ltd, pp. 1-9

Kim, S.S., Chon, K. and Chung, K. Y. 2003 "Convention Industry in South Korea: An Economic Impact Analysis", *Tourism Management* 24, pp. 533–541.

Yee-ManSiu, N., Wan, P.Y.K. and Dong P. 2012. "The Impact of the Servicescape on the Desire to Stay in Convention and Exhibition Centers: The Case of Macao", *International Journal of Hospitality Management*, 31, pp. 236–246.

A. Simonicca, *Antropologia del turismo. Strategie di ricerca econtesti etnografici*. Roma: La Nuova Italia Scientifica, 1997.

D. Getz, "Event tourism: Definition, evolution, and research", *Tourism Management*, Vol.29, Issue 3, 2008, pp. 403-428.

Dallı, Ö., (1996). "Alternatif Turizm Modeli Olarak Kongre Turizmi", I.Bilkent Forumu, Ankara.

Ayşe Nur Timor *International Congress Tourism: Overview In The World And Turkey*

Whitfield, J.E.,2005,*An Analysis and Critique of an Evolving Conference Industry within the U.K. From Post-war to the Present Day*, Doctoral thesis, Bournemouth University, pp. 37

Hutchinson, J. 1997. *Tourism-Getting It Right for the Millennium*. Sydney: SCVB.

ICCA, 2010,“Statistics Reports, The International Association Meetings Market Abstract for non-members” pp.17-20

Oppermann, M.,& Chon, K.S. 1997. Tourism in Developing Countries. International Thomson Press, London

Alderton, M. , 2012 ‘IMEX 'Power of 10' Study Reveals Future Challenges, Opportunities for Meetings
<http://www.successfulmeetings.com/Conference-News/Research-White-Papers/Articles/IMEX--Power-of-10--Study-Reveals-Future-Challenge>

Aymankuy, Y., (2006). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara

Eralp, Z., (1983). Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları 3, Ankara.

Aydın, Ş., (1997). ‘Kongre Turizmi ve Türkiye’nin Kongre Turizmi Potansiyeli’, 18 Mart Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.

Weber, K., (2001). ‘Meeting Planner’s Use and Evaluation Convent,on and Visitors Bureaus’, Tourism Management No.22.

Hoyle, Leonard H, Dorf, David C. & Jones, Thomas J.A. 1995 Convention Management and Service. Michigan: Educational Institute American Hotel & Motel Association.

Butler, Richard W. 2006 ‘The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources’. In Richard W.Butler (Ed.): Aspects of Tourism: The Tourism Area Life Cycle Applications and Modifications. USA: Channel View Publications

Zeithaml, Valerie A.1988 “Consumers Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence”, Journal of Marketing, 52(3):2-22.

İçöz, Orhan 2005 Hizmet Pazarlaması. Ankara: Turhan Kitabevi.

Tourism Western Australia 2009 (Types of Tourism Bisenesses)

<http://www.creativetourism.co.nz/> (Erişim Tarihi: 20.07.2017)

Özşen, U., (1989). “Kongre Turizmi ve Ülkemizdeki Durumu”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Arslan, K., (2009). Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No:2008-34, İstanbul.

Baytok, A., (1998). “Türkiye’de Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejisi Kapsamında Kongre Turizminin Geliştirilmesi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Baylar, H., (1995). “İngiltere’de Kongre Turizmi”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Davidson, R. (2003). “The EIBTM 2003 Industry Trends & Market Share Report”, Reed Travel Exhibitions, May.

Voohar, R., (2004). “Asian Cities Coming on Strong”, Traveltrade 2-25.

7. UIA, 2010. News & Publications –Statistics Reports.

Özgüç, N., (2011). Turizm Coğrafyası –Özellikler ve Bölgeler, Çantay Kitabevi, İstanbul.

Doldur, H., (2005). “Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Bölgesel Dağılımı ”, 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Türk Dünyası’nda

Sosyal Bilimler: Kuram, Yöntem ve Uygulama, 07-09 Haziran 2005, s.1008-1020, Celalabad, Kırgızistan.

ICCA (International Congress and Convention Association). (2010). News & Publications –Statistics Reports.

Ersun, N. ve Aslan, K., (2009). “Kongre Turizminin Geliştirilmesinde Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Önemi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:8, Sayı:15, s.89-114.

Aymankuy, Y. ve Sarıoğlan, M., (2008). “Kongre Turizmi”, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Ed. Necdet Hacıoğlu, Cevdet Avcıkurt, s.239-254, Nobel Dağıtım, Ankara.

Kırat, Ö., (2006). “Ege Bölgesi Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Kongre Turizmi İçin Bölgesel Pazarlama Modeli”, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

http://www.azerbaijans.com/content_891_az.html (Erişim Tarihi: 10.04.2018)

<http://azerbaijan.travel/en/visa> (Erişim Tarihi: 10.04.2018)

http://www.aquamice.com/en/azerbaijan_0 (Erişim Tarihi: 11.04.2018)

<http://azerbaijan.travel/en/accommodation> (Erişim Tarihi: 12.04.2018)

<http://meetinbaku.com/cat/hotels> (Erişim Tarihi: 17.04.2018)

www.azerbaijan.tourism.az (Erişim Tarihi: 20.04.2018)

www.azerbaijan.tourism.az (Erişim Tarihi: 20.04.2018)

http://www.heydaraliyevcenter.az/#3_Memarliqsimvolu (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

http://gulustansarayi.az/about_en.html (Erişim Tarihi: 28.04.2018)

<https://bakuexpocenter.az/en/about.php> (Erişim Tarihi: 29.04.2018)

<http://bbm-az.com/index.php?sid=1&l=az> (Erişim Tarihi: 29.04.2018)

<http://ha-congressgabala.az/> (Erişim Tarihi: 01.05.2018)

<http://meetinbaku.com/cat/venues/> (Erişim Tarihi: 01.05.2018)

<https://www.azerbaijan.com/v/attractions/> (Erişim Tarihi: 02.05.2018)

<http://whc.unesco.org/en/list/958> (Erişim Tarihi: 02.05.2018)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Maiden__Tower\(Baku\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Maiden__Tower(Baku)) (Erişim Tarihi: 03.05.2018)

<https://www.azerbaijan.com/v/attractions/> (Erişim Tarihi: 03.05.2018)

<http://www.icherisheher.gov.az/static,39/lang,en/> (Erişim Tarihi: 03.05.2018)

<https://www.atlasobscura.com/places/bottle-house-ganja> (Erişim Tarihi: 04.05.2018)

<https://www.atlasobscura.com/places/fire-spring-yanar-bulag> (Erişim Tarihi: 04.05.2018)

Azərbaycanda Kongress (konfrans) Turizminin Hazırkı Vəziyyəti və Potensialı

Sayın katılımcı *bu anket, "Made in Azerbaijan: Kongre Turizmi" konulu lisans tez (bitirme ödevi) üçün Azərbaycan Dövlət İktisat Universiteti, Türk Dünyası İşletmə Fakültesi, Turizm və Otelçilik ixtisası, 4-cü kurs telebesi Ali Aliyev tərəfindən hazırlanmışdır. Araştırmanın məqsədi, Azərbaycanın konqre turizmi üzrə potensialini, bu alandakı problemləri və imkanları ortaya koymaktır.*

Katkılarınızdan dolayı təşəkkür edəriz.

SORULAR:

1. Lütfən fəaliyyətdə olduğunuz qurum və fəaliyyətlə+r haqqında bilgi verin. Kongre turizmində ne yaparsınız ve / veya yapmayı planlıyorsunuz?
2. Konferans və sergileri hangi konularda düzenliyorsunuz?
3. Kongrede katılımcılara hangi hizmet sunumları (ek hizmetler dahil) sunulmaktadır?
4. Pazarlama alanında neler görüyorsunuz?
5. Fəaliyyətinizdə ne gibi sorunlarla qarşılaşıyorsunuz?
6. Azərbaycan'ın turizm turizmindəki kapasitelerini (bölgeler dahil) nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Azərbaycan'da kongre turizminin sorunları nelerdir?
8. Azərbaycan'da kongre turizmi gelişimi için ne gibi önlemler alınmalıdır?
9. Kongre turizmində model olarak hangi ülkeleri değerlendiriyorsunuz? Neden?
10. Ekləmək istədiyiniz herhangi bir şey varsa, buyrun.