

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ

ANKARA’NIN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Kemal ENES

Ankara,
OCAK 2013

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ

ANKARA'DA KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Kemal ENES

Danışman: Doç. Dr. Ahmet TAYFUN

Ankara
OCAK 2013

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAY SAYFASI

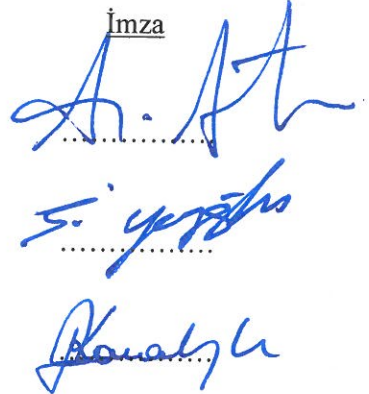
Kemal ENES'in Ankara'nın Kongre Turizmi potansiyeli başlıklı tezi 25.01.2013 tarihinde jürimiz tarafından Turizm İşletme Eğitimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı

Başkan : Doç Dr. Ahmet TAYFUN

Üye : Doç Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Üye : Yrd. Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU

İmza

ÖNSÖZ

Akademik yaşantımı adadığım turizimin, yaşadığım büyüdüğüm şehir olan Ankara'daki durumuna yönelik olarak bu çalışma yapılmıştır.

Çalışma sürecinde her daim yanımda olan ve tezimin her aşamasında desteğini esirgemeyen eşim Esra'ya, tezimin bütün sürecinde bana olan güvenini gösteren, beni motive eden ve doğru yönlendirmeler sunan tez danışmanım Doç Dr. Ahmet Tayfun'a, benim var olma sebebim olan anneme ve babama teşekkür ediyorum.

Kemal Enes

ÖZET

ANKARA’DA KONGRE DESTİNASYONU ALGISI

ENES, Kemal

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ahmet TAYFUN

Temmuz-2012,..... sayfa

Bu araştırmanın amacı Ankara’ daki kongre turizminin mevcut ve potansiyel durumunun değerlendirilmesidir.

Tarama yönteminin kullanıldığı araştırmanın materyalini Ankara’daki 5 yıldızlı 14 otel, “200 kişinin üzerinde toplantı olanağı sunabilen, 4 yıldızlı olan 4 otelin toplantı organizasyon yöneticileri”, uluslararası kongre ve toplantı birliğine üye 6 adet seyahat acentesi yetkilisi, 1 adet kongre ve toplantı merkezi yöneticisi ,kongre ve toplantı talebinde bulunan sivil toplum örgütü organizatörleri, özel kamu kurumları çalışanları, banka çalışanları, akademisyenler arasından kongre turizminde hizmet sunan ve bu hizmetlerden yararlananların eşit olarak oluşturulduğu ankete katılmayı kabul eden 51 katılımcı oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. 1999 yılında Nevada Üniversitesi, William F. Harrah Hotel Administration yüksek lisans programında yapılan “The Perception Of Korea As A Convention Destination” isimli tez çalışmasında “Sung-Ae Jung” tarafından geliştirilen anket formu Türkçeye çevrilerek kullanılmıştır. Cronbach’s Alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır. 0,709 ile 0,805 arası değerler elde edilmiştir. Önem-performans analizi ile soruların önemlilikleri ve Ankara’ nın mevcut performansı ortaya konulmuştur.

Ankara’da alışveriş olanakları ve bölgenin uygun fiyatlılığı konusu önemli olmakla beraber Ankara bu konuda yeterli değildir. Ankara için önemli olan ve Ankara’nın performansının iyi olduğu alanlar; otellerdeki servis standartları, yemek kalitesi, kişisel güvenliğin derecesi, bölgeye ulaşım olanakları, insanların konukseverliği, uluslararası standart kongre araçlarına sahip olmak ve bölgenin imajıdır. Özgün kültürel kalıntılar, doğal güzellikler ve alternatif boş zaman seçenekleri bulgulara göre önemli olmayan ve Ankara’nın performansının da düşük olduğu alanlardır.

Bulgulara dayanarak mevcut durumları koruma ve geliştirmeye yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Önem-Performans Testi, Ankara, Kongre Turizmi

ABSTRACT

A PERCEPTION OF CONVENTION DESTINATION IN ANKARA

ENES, Kemal

Master, Discipline of Tourism Management Education

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Ahmet TAYFUN

July, 2012

The porpuse of this study is to investigate the existing and potential situation of convention tourism in Ankara.

The material of the study for which survey method has been used is composed by 51 participants who accepted to take part in the survey including convention organization managers of 14 five-star hotels and 4 four-star hotels which can provide convention oppurtunity for more than 200 people, 6 travel bureau officer who are members of international congress and convention unity, 1 congress and convention center manager, representatives of non-governmental organizations who demand congresses and conventions, personel of public and private institutions, bank officers, and academics.

Questionnaire form has been used as the data collection tool of the study. The questionnaire form developed by “Sung-Ae Jung” in his thesis “THE PERCEPTION OF KOREA AS A CONVENTION DESTINATION” for the master of Arts degree in the University of Nevada, William F. Harrah Hotel Administration graduate program has been translated to Turkish and used for this study. Cronbach’s Alpha reliability test has been conducted. Rates between 0,709 and 0,805 have been obtained. The significance of the questions and Ankara’s existing performance has been revealed by

significance-performance analysis. Ankara shopping facilities and affordability of the region are important but Ankara is not enough for these matters. The areas which are important for Ankara and its performance is good at are; service standards in hotels, food quality, personal security levels, transportation, hospitality, having internationally standard convention facilities and image of the region. According to the results, authentic cultural remains, natural beauty and alternative leisure time activities are the areas which Ankara's performance is not good enough and which are not very important.

Taking into account with results, some suggestions to keep the current situation and develop them.

Key Words: Importance-Performance Test, Ankara, Convention Tourism

İÇİNDEKİLER

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI.....	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
TABLolar ve ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu	2
1.2. Amaç	2
1.3. Önem.....	3
1.4. Varsayımlar	3
1.5. Sınırlılıklar	3
2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	5
2.1. Kongre Turizmi Tanımı Ve Tarihçesi	5
2.2. Kongreler ve Özellikleri.....	7
2.3. İş Turizmi Ve Eğlence Turizmi	10
2.4. Konferans Endüstrisinin Yapısı	11
2.4.1. Alıcılar	11
2.4.1.1. Şirket Alıcıları	11
2.4.1.2. Kurum Alıcıları	13
2.4.2. Satıcılar.....	14
2.4.2.1. Kongre Yerleri.....	15
2.4.2.2. Destinasyonlar	15
2.4.2.3. Diğer Servis Sağlayıcıları	16
2.5. Kongre Turizminin Etkileri	16
2.5.1. Kongre Turizminin Ekonomik Etkileri	17
2.5.2. İstihdam Yaratıcı Etkisi.....	18
2.5.3. Turizmin Yoğun Sezon Dışına Taşınması	20
2.5.4. Gelir Yaratıcı Etkisi	21
2.5.5. Sosyal ve Kültürel Etkileri.....	22
2.6. Kongre Organizasyonu Ve Profesyonel Kongre Organizatörleri	24
2.7. Dünya’da Kongre Turizminin Gelişme Nedenleri.....	27
2.8. Türkiye’de Kongre Turizminin Gelişme Nedenleri	30
2.9. Ankara’da Turizm Ve Kongre Turizmi.....	31
2.9.1. Genel Olarak Ankara’nın Turizm Olanakları ve Arz Potansiyeli.....	31
2.9.1.1. Kış Ve Doğa Turizmi Potansiyeli	32
2.9.1.2. Doğa Yürüyüşlerine Uygun Vadiler	32
2.9.1.3. Yayla Turizmine Uygun Alanlar.....	33
2.9.1.4. Su Sporlarına Uygun Doğal Ve Yapay Göller	35
2.9.1.5. İlginç Jeolojik Oluşumlar Ve Mağaralar.....	36

2.9.1.6.	Milli Parklar Ve Tabiat Parkları.....	36
2.9.1.7.	Orman İçi Dinlenme Yerleri.....	37
2.9.1.8.	İçme Ve Kaplıcaları.....	40
2.9.1.9.	Tarihi Oluşumlar Ve Turistik Köyler.....	41
2.9.1.10.	Müzeler ve Tarihi Yapılar.....	42
2.9.2.	Ankara'daki Kongre Turizmi Mevcut Arzı.....	46
2.9.2.1.	Oteller.....	47
2.9.2.2.	Kongre, Toplantı Merkezleri ve Fuar alanları.....	52
3.	YÖNTEM.....	53
3.1.	Araştırmanın Modeli.....	53
3.2.	Evren ve Örneklem.....	53
3.3.	Verilerin toplanması.....	54
3.3.	Verilerin Analizi.....	54
4.	BULGULAR ve YORUM.....	55
4.1.	Güvenilirlik testi.....	55
4.2.	Katılımcıların Demografik Yapılarına İlişkin Bulgular;.....	57
4.3.	Katılımcıların Kongre Turizmi ile İlgili Genel Görüşleri.....	58
4.4.	Katılımcıların Ankara'nın Kongre Organizasyonlarındaki.....	61
4.4.1.	Ankara'nın Performansı.....	62
4.4.2.	Katılımcıların Ankara hakkındaki tutumları.....	64
4.4.3.	Ankara'nın Memnuniyet Derecesi.....	62
4.5.	Önemlilik – Performans Değerlendirmesi.....	67
4.5.1.	Önem-Performans Matrisi ve Matrisin Analizi.....	68
4.5.2.	Kadınların Önem-Performans Matrisi ve Matrisin Analizi.....	72
4.5.3.	Erkeklerin Önem-Performans Matrisi ve Matrisin Analizi.....	73
5.	SONUÇ VE ÖNERİLER.....	77
5.1.	Sonuç.....	78
5.2.	Öneriler.....	82
	KAYNAKÇA.....	85
	EKLER.....	92

TABLOLAR ve ŞEKİLLER LİSTESİ

Tablo 1 Uluslararası Toplantıların Aylara Göre Dağılımı	20
Tablo 2 Ankara ilindeki kaplıcaların kapasitesi	38
Tablo 3 Ankara'daki otellerin toplantı ve oda kapasiteleri.....	46
Tablo 4 Ankara İlindeki Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Ve Doluluk Oranlarının Tesis Tür Ve Sınıflarına Göre Dağılımı (2011).....	48
Tablo 5 Bölüm 1 Güvenilirlik İstatistikleri.....	56
Tablo 6 Bölüm 2 Güvenilirlik İstatistikleri.....	57
Tablo 7 Bölüm 3 Güvenilirlik İstatistikleri.....	57
Tablo 8 Bölüm 4 Güvenilirlik İstatistikleri.....	58
Tablo 9 Cinsiyet Dağılımı.....	58
Tablo10 Eğitim Durumu	59
Tablo 11 Katılımcıların Kongre Turizmi İle İlgili Genel Görüşleri	61
Tablo 12 Katılımcıların Ankara'nın Kongre Turizmi İle İlgili Genel Görüşleri.....	62
Tablo 13 Katılımcıların Ankara Hakkındaki Tutumları	65
Tablo 14 Katılımcıların Ankara'nın Kongre Turizmi İle İlgili Memnuniyet Görüşleri.....	66
Tablo 15 Önemlilik-Performans Değerleri	69
Tablo 16 Kadınların Önemlilik-Performans Değerleri	73
Tablo 17 Erkeklerin Önemlilik-Performans Değerleri	77

Şekiller Listesi

Şekil 1 Ankara Otel Konumları	50
Şekil 2 Performans Önemlilik Matrisi.....	69
Şekil 3 Kadınların Performans Önemlilik Matrisi.....	73
Şekil 4 Erkekleri Performans Önemlilik Matrisi.....	75

1. GİRİŞ

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nin 14 ana başlık altında incelediği hizmet ekonomisi doğrudan mal üretimi ile ilgili olmayan etkinlikler olarak tanımlanabilir (OECD, 2000:7). Bu etkinliklerden biri olan turizm sektörü ekonomik ve sosyal karlılığının yüksek olması sebebiyle büyük bir potansiyel haline gelmiştir. Bunun sonucunda da Sermaye sahipleri sektör içinde varolabilmek için kıyasıya bir yarışa başlamıştır. Bu yarışta kullanılan en önemli araçlardan biri de alternatif turizmi geliştirmek olmuştur (Küçükaslan, 2007).

“Alternatif”in Türkçede karşılığı “seçenek” olarak geçmektedir (www.tdk.gov.tr). Buna dayanarak alternatif turizm bilinen türlerden farklı seçeneklerde yapılabilmesine olanak sağlayan turizm çeşidi olarak tanımlanabilir. (Küçükaslan, 2007:28).

Başka bir tanıma göre alternatif turizm “ geleneksel, klasik, kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla oluşturulmuş, yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle oluşan turizm çeşididir” (Hunter and Green, 1996:8-9).

Öncelikle uluslararası pazarda daha sonra ülkemizde alternatif turizmin önemi kavranarak av turizmi, termal turizm, inanç turizmi, sağlık turizmi ve kongre turizmi gibi alternatif turizm tipleri geliştirilmeye başlanmıştır.

Alternatif turizm türlerinden biri olan kongre turizminin iletişim, bilgi alışverişi, yönetim ve karar verme aracı olarak ortaya çıkış sürecinin çok eskilere dayanmakta olduğu varsayılmaktadır. Amerika'daki ilk kongre bürosu 1896 yılında “Ulusal Ticaret ve Meslek Birliği” tarafından Detroit'te kurulmuştur (Spiller, 2002:4).

Ankara'da ise kongre turizmi kavramı dünya'ya göre yeni sayılmakla birlikte 1997 yılında Ankara İl Turizm Müdürlüğü tarafından yayınlanan “2000 li yıllara girerken Ankara'da Turizm” konulu konferans ve bunun sonucunda ortaya çıkan kitapçık ile kamu tarafından hedef olarak belirlenmiştir.

Ankara'nın Türkiye'nin başkenti olması, sanayi sektörlerini barındırması, üniversite ve devlet kurumlarının sayıca fazla olması gibi faktörler; bu şehirde kongre turizmine duyulan ihtiyacın çok fazla olduğu düşüncesini desteklemektedir

Bu varsayım çerçevesinde her geçen gün yeni kongre merkezleri inşa edilmekte, bu kongre merkezleri çevresinde yeni oteller ve cazibe merkezleri kurulmaktadır.

1.1. Problem Durumu

Ankara'da faaliyet yürüten 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerinin, acentelerin yöneticilerinin, sivil toplum örgütlerinin ve bu şehirde görevli akademisyenlerin, Ankara'nın kongre turizmi gereklerine sahip olmasına ilişkin görüşleri nelerdir?

Araştırma süresince ayrıca şu alt problemlere de yanıtlar aranacaktır:

1. Ankara'da faaliyetini yürüten otel yöneticilerinin, acentelerin yöneticilerinin ve akademisyenlerin Ankara'ya gelen kongre katılımcılarının rekreatif (boş zaman değerlendirme) faaliyetlerini gerçekleştirebileceği alanlara ilişkin görüşleri nelerdir?
2. Ankara'da faaliyet yürüten turizm işletmeleri yöneticilerinin ve akademisyenlerin Ankara'nın kongre turizmi için konaklama olanaklarına ilişkin görüşleri nelerdir?
3. Ankara'da faaliyeti yürüten turizm işletmeleri yöneticilerinin ve akademisyenlerin Ankara'daki kişisel güvenliğe ilişkin görüşleri nelerdir?
4. Ankara'da faaliyeti yürüten turizm işletmeleri yöneticilerinin ve akademisyenlerin Ankara'nın ulaşım imkanlarına ait görüşleri nelerdir?

1.2. Amaç

Bu araştırmanın amacı Ankara'daki kongre turizminin mevcut ve potansiyel durumunun değerlendirilmesi, kamu kurumlarının belirledikleri hedeflere ne kadar ulaşıldığının ortaya konmasıdır.

1.3. Önem

Uluslararası kongre ve toplantı örgütünün yayınladığı 2011 verilerine göre Kongre turizmi dünya da kişi başı geliri 561,20 dolar ortalama ve 13.747.787.985 dolar toplam geliri ile önemli bir turizm çeşididir. 1998 yılında İl Turizm Müdürlüğü'nün yaptığı bir çalışma ile turizm geliri yüksek olan kongre turizmi Ankara da turizmin geleceği olarak planlanmıştır.

Ankara Türkiye'nin siyaset merkezidir. Bu nedenle yabancı kurum ve kuruluşlar ilgi göstermektedir. Bunun sonucu olarak da toplantı, konaklama vb. ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. Ankara geçen süre içerisinde kongre ve toplantı turizmi ile ilgili olarak yatırımlar almakta ve sürekli olarak bu şekilde değerlendirilmektedir. Dünya üzerinde kongre merkezleri değerlendirilirken bazı fiziksel, coğrafi, siyasal, demografik, tarihsel vs. özelliklere sahip olması ile değerlendirilmektedir. Ankara için yapılacak bu çalışmayla Ankara'nın uluslararası değerlendirmelere olan uygunluğu belirlenerek kongre merkezi potansiyellik düzeyinin öğrenilmesi; şehrin planlanmasının daha etkin olarak yapılabilmesine olanak sağlayabilir.

1.4. Sınırlılıklar

Bu araştırmada, Ankara'da faaliyet gösteren ve kongre turizminden beklentisi olan 5 yıldızlı oteller ile 200 kişinin üzerinde toplantı kapasitesi olan 4 yıldızlı 4 otelin yöneticileri, kongre ve toplantı organizasyonu yapan "Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği"ne üye seyahat acenteleri, bunlarla aynı sayıda şehirde ikamet eden , başka şehirlere toplantı ve kongrelere giden akademik personel, kongre ve toplantı düzenleyen 2 adet sivil toplum örgütü; toplantı organizasyon görevlileri ile sınırlandırılmıştır.

1.5. Varsayımlar

Ankara'da faaliyet gösteren; kongre turizminden beklentisi olan 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticileri ile seyahat acenteleri yöneticilerinin Ankara'nın kongre merkezi potansiyeli olup olmadığını gözlemleyebilecek bilgi ve deneyime sahip oldukları kabul edilmiştir. Akademik personeller ile sivil toplum örgütleri organizasyon görevlilerinin

Ankara'nın mevcut potansiyel düzeyini doğru olarak değerlendirebileceği kabul edilmiş ve katılımcıların araştırma için verdikleri bilgilerin doğru olduğu varsayılmıştır.

2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Kongre Turizmi Tanımı ve Tarihçesi

Kongre sözcüğünün kökeni Latince "Congressus"dan gelmektedir. sözcük "toplanma, buluşma" anlamına gelir.. ABD'de parlamentonun bir bölümüne "kongre" denilmesi dolayısıyla, uluslararası alanyazında kongreler için "convention" ifadesi kullanılmaktadır (Haywood,2004:100-101).

Kongre yönetiminin tarihi incelendiğinde, insanların var olduğundan beri toplantıların da olduğu görülmektedir. Eski kültürleri inceleyen arkeologlar, kişilerin bir arada toplanarak toplumu ilgilendiren avlanma planları, savaş faaliyetleri, barış anlaşmaları gibi olayları tartıştıkları ortak alanların tarihi kalıntıları ile karşılaşmışlardır. Bu durum uygarlıkların bir coğrafik alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Her köy yada şehir ortak toplanma alanlarına sahiptir. Belirli coğrafik alanlar geliştikçe, ticaretin merkezi haline gelmişler ve bu şehirler ticaret yapmak ya da bazı sorunları tartışmak isteyen kişiler için toplanma yerleri olarak görülmeye başlanmıştır (Aymankuy, 2003:5).

Uluslararası Kuruluşlar Birliği (UİA) kaynaklarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 1681 yılında Roma'da yapılan bir tıp kongresidir. Fakat uluslararası kongreler alanyazında politik nedenlerden dolayı, 18 Temmuz 1914 - 9 Haziran 1915 tarihleri arasında yapılan Viyana Kongresi modern anlamdaki ilk ve dünyanın en uzun kongresi olarak tarihe geçmiştir. 1860 yılına kadar tüm dünyada yılda ortalama 5 uluslararası kongre düzenlenmiş ve 19.yy' ın ilk yarısında uluslararası kongrelerin sayısı yılda 100' e ulaşmıştır (Tavmergen ve Aksakal,2004:18).

Şehirler her zaman kendilerini insanlık tarihinde önemli kılan finansal, teknik ve entelektüel kaynaklara sahip olmuşlardır. Şehirler coğrafik bölgeler içinde hareketin merkezi oldukça ve ulaşım bölgeden bölgeye gelişim gösterdikçe, ortak konuları tartışmak daha da yaygın bir hal almıştır. Profesyonel, ailevi ya da dini örgütler gibi ticari birlikler de üyelikleri ile ilgili konuları gündeme getiren görüşmeler yapmaya

başlamışlardır. Bu buluşmalarda ticari anlaşmalar yapmak ya da mal ticareti yapmak toplanmak için ortak nedenleri olmuşturmuştur (Aymankuy,2003:6).

1800'lü yılların ortalarına kadar tarihsel bakımdan kökleşmiş Avrupa ile en fazla ilişki içerisinde olan Kuzey Amerika'nın doğu bölgesinde kongre, konferans ve fuar gibi etkinlikler görülmemiştir. Her alanda gelişen Amerika da ticaretin gelişmesi dostluk ve dini birliklerin kurulmasıyla birlikte ilk ticaret fuarını 1900'lerin başında düzenlemiştir (Tavmergen ve Aksakal,2004:18).

1896 yılında Detroitli bir grup işadamı katıldıkları toplantıların ve grup buluşmalarının aslında buluştukları şehir için son derece iyi bir gelir kaynağı haline geldiğinin farkına varmışlardır. Dolayısıyla yaptıkları toplantıların, fuarların aslında her topluluğun isteyebileceği cazip faaliyetler haline geldiğini görmüşlerdir. Bu iş adamları, tarihte ilk sayılabilecek toplantı bürosunu oluşturmayı düşünmüşlerdir. Daha sonra aynı faaliyetleri diğer şehirlerde göstermişlerdir (Weber and Chon,2002:4-5).

Kongre turizminin gelişmeye başlaması II. Dünya Savaşı'ndan sonra olmuştur. Bu savaştan sonra, özellikle turizmin ulaşım aracı olan uçaklar bu alanda kullanılmaya başlanmıştır. Bilimsel, kültürel ve sosyal gelişmeler, kaynakların ekonomik amaçlı kullanılması kongreleri ve kongre turizmini arttırmıştır. (Tavmergen ve Aksakal,2004:18) Dünya ticaretinin artması, ortaya çıkan yeni entegrasyonlar sonucu insanlar tartışmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için bir araya gelmeleri, kongre amaçlı seyahatleri arttırmış ve kongre turizminin gelişimini hızlandırmıştır.

1910 yılından sonra, konaklama sektörü şu an "Amerika Otelciler ve Motalciler Derneği" (AHMA - American Hotel and Motel Association) olarak bilinen Amerika Otellerini Koruma Derneği'ni kurmuştur. Tüm ülkeye yayılan toplantı büroları ise 1914 yılında "Uluslararası Kongre ve Ziyaretçi Büroları Birliği" (IACVB - International Association of Convention and Visitor Bureaus) olarak ismini değiştirmiştir. 1927 yılında "Otel Satış Yönetimi Birliği" kurulmuştur ve daha sonra "Uluslararası Otel Satış ve Pazarlama Birliği" adını almıştır. Söz konusu birlikler, konaklama sektöründe yer alan birey ve kuruluşların gelişmesi ve profesyonelleşmesi için kurulan sayısız birliğin öncüleri olmuşlardır. 1949 yılında, kongre, gösteri ve sergi endüstrisi yanında konaklama sektörünün bu bölümüyle birlikte birçok birlik de gelişme kaydetmiştir.

Dolayısıyla, kongre, sergi ve fuarlar ile ilgili bilgi akışını sağlayabilecek merkezi bir Kongre Konseyi'nin oluşturulması gündeme gelmiştir (www.ahla.com).

Kongreciliğin boyut olarak artışı 19. yüzyılda başlamıştır. 1900 yılında dünya genelinde toplam 232 kongre düzenlenmiştir (Çizel ve Çizel,2002:593). UIA verilerine göre uluslararası kongre sayısı 1910 yılında 200' e, 1950 yılında 1272 'ye, 1970 yılında 4000' e, 1990' yılında ise 8500' e yükselmiştir (Tavmergen ve Aksakal,2004:19). 1900' lü yıllarda gerçekleşmiş uluslararası kongrelere ait birçok istatistik olmakla beraber, bu istatistikler birbiriyle uyum içinde değildir. WTO (Dünya Turizm Örgütü)' nün değerlendirmelerine göre 1970' te 4000 uluslararası kongre düzenlenmiştir. 1974 yılında yapılan kongrelerin sayısı 6000 iken, bu sayı UIA' ya göre 4500' dür (Çizel ve Çizel,2002:593). 19. yüzyılda yapılan kongrelere, Avrupa özellikle de Paris ev sahipliği yapmıştır. 1900 yılında dünyada yer alan kayıtlara girmiş 232 uluslararası kongrenin 202' si Paris'te düzenlenmiştir (Tavmergen ve Aksakal,2004:19).

2.2. Kongreler ve Özellikleri

Kongre Kavramını geçici bir toplantı olarak düşünebiliriz (Karasu,1985;10). Bu geçici toplantılarda kendi yapılış amaçlarına göre aralarında ayrılır. Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) kongrelerin konularını 18 ayrı grupta toplamıştır (Özen,1986:12).

1. Bibliyografya, Doküman, Basın
2. Din, Atik
3. Sosyal Bilimler, Hümanist Çalışmalar
4. Uluslararası İlişkiler
5. Politik
6. Hukuk, Kamu İdaresi
7. Sosyal Yaşam Seviyesi
8. Meslekler, İşverenler
9. Ekonomi, Finans
10. Ticaret, Sanayi
11. Tarım
12. Ulaşım, Seyahat
13. Teknoloji

14. İlim
15. Sağlık
16. Eğitim, gençlik
17. Sanat, radyo, sinema
18. Spor, eğlence

Bu konular için kongreler düzenlenmektedir. Ayrıca katılımcı sayısına göre kongrelerin sınıflandırması şu şekilde olmaktadır (Aymanıkuy,1997:4-5).

Katılımcı Sayısı 50 delegeye kadar olanlar ;

Seminer, kolokyum, workshop, panel, panel toplantıları, denetim kurulu toplantıları

50-300 delege arası olanlar;

Genel kurullar, konferanslar, sempozyumlar, zirve

300 Delege Üzeri ;

Kongreler, genel kurullar

Bu toplantı türlerini şu şekilde açıklayabiliriz;

Toplantı: Birden fazla insanın ortak amaçlarla bir araya gelmeleridir. Meeting; İngilizcede toplanma, toplantı anlamına gelen bir kavramdır. Günümüzde bu kavram çok farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Örneğin; siyasi partilerin ve liderlerinin düzenledikleri açık hava toplantılarına meeting (Türkçede miting) denilmektedir. Bazı grup ya da sendikaların bir olayı kınamak veya kutlamak gibi amaçlarla düzenledikleri toplantılarda miting olarak adlandırılmaktadır. Yine otelcilik alanyazınında departman yöneticileri tarafından düzenli ya da düzensiz olarak personeli bilgilendirme ya da kontrol veya başka amaçlarla yapılan toplantılar da meeting olarak ifade edilmektedir

Konferans: Kongreye çok benzemekle birlikte, kongreye göre daha fazla tartışma ve katılmayı ifade etmektedir. Kongre kavramı güncel yaşamda sık sık ve düzenli olarak yapılan toplantılar için kullanılmaktadır. Konferans deyimi ise, daha çok teknik ve bilimsel alanlarda yapılan ve düzenli bir dönem göstermeyen toplantılar için kullanılmakla birlikte, ticari alandaki toplantılar için de kullanılmaktadır. Anlambilimi (semantic) bakımından iki kavram arasındaki fark, yapılış tarzından kaynaklanmaktadır. Konferans çoğunlukla özel problemler ya da gelişmelerden ve küçük çalışma gruplu ya da grupsuz toplantılardan meydana gelmektedir. Konferanslar küçük veya büyük katılımı olabilirler.

Forum: Bir yönetici başkanlığında panelistlerin bir konu hakkında ayrıntılı bir şekilde yaptıkları tartışmalardan oluşan toplantılara verilen isimdir. Dinleyiciler (katılımcılar), sorulan soruların konuşmacılar tarafından tüm yönleriyle açıklanmasını beklerler. İki yada daha fazla panelist birbirleriyle zıt yönlü görüşlere sahip olabilirler. Konuşmacıların amacı birbirlerinden daha çok katılımcılara seslenmektir. Bu tür toplantılarda konuşmacıların konuşmaları sonrasında oturum yöneticisi konuyu ya da konuşmayı özetler ve tartışma sonra başlatılır.

Sempozyum: Şekil olarak foruma çok benzemekle birlikte, aralarındaki en önemli fark, sempozyumun foruma göre şekilsel şartlar bakımından daha zengin ve katı kurallara sahip olmasıdır. Sempozyum birçok uzmanın bir

konu ile ilgili bildiriler sunduğu toplantılardır. Sempozyumlarda dinleyicilerin katılımları foruma göre daha azdır.

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

Workshop: Genel toplantılar içerisinde yalnızca belli bir konu üzerine yoğunlaşmış olan problem ve konular ile ilgili olarak yapılan küçük grup toplantıdır. Workshoplarda kişiler konuları küçük gruplar halinde ayrıntılı bir şekilde ve yüz yüze tartışılır.

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

Zirve: Yüksek seviyedeki resmi görevlilerin (Dışişleri bakanları, devlet başkanları vs.) katıldıkları toplantılardır.

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

Konvansiyon: "insanların içinde yaşadıkları toplumdan bireysel veya küçük gruplar halinde ayrılarak ortak bir amaç için belirli bir yerde başka yüzlerce ya da binlerce insanla bir araya gelmeleridir. Konvansiyonlar ile kongreler (konferanslar) birbirinden ayrılırlar. Çünkü konvansiyonlar daha geniş bir katılımcıya hitap eden olaylardır. Bazen gidilen yerde katılan kişilerin sayısı öyle fazladır ki, kendilerini yerli halktan daha üstün görebilirler ya da yerli halk bir işgal hissi içerisinde kapılabilir. Böyle durumlarda bir takım olumsuz sosyal olaylarla karşılaşılabilir.

Yukarda belirtilmiş olan konular için kongreler düzenlenmektedir. Ayrıca uluslararası dilde genel olarak kullanılan ama ufak farklılıklarla tanımdan ayrılan konferans, kongre, convention ve toplantı tanımlarının ayrıldığı durumlara bakmak istersek;

Konferans tartışma, gerçeği bulma, problem çözme ve danışma için tasarlanmış, katılımcı toplantı olarak tanımlanmaktadır. ikinci bir tanım olarak da tanışma ve görüş alışverişinde bulunmak, bir mesaj iletmek, bir tartışma açmak veya belirli bir konuda bir fikri bir alana reklam vermek için herhangi bir kuruluş tarafından düzenlenen bir olay, bir gelenek, süreklilik ya da zamanlamaya denilmektedir (www.conventionindustry.org).

Konferanslar genellikle belirli hedefleri ile kısa süreli olup, genellikle, kongre ya da convention' lardan daha küçük bir ölçekte olmaktadır. Kongre birden fazla gün süren birden fazla eş zamanlı oturumları olan büyük grupların genelde belirli bir konuyu

konusmak üzere düzenli olarak bir araya gelmesi olarak tanımlanmaktadır (Tavmergen Aksakal, 2004:38). Birçok uluslararası kongre, her sene düzenli olarak yapılmaktadır.

Convention ise ortak bir amaç doğrultusunda dile getirilen ortak özelliklerin eğitimsel oturumlar, komite toplantıları, sosyal fonksiyonlar ve yönetsel alanda iş organizasyonu yapmak olan delegelerin, temsilcilerin, üyelerin ya da sanayi kuruluşu üyelerinin bir araya gelip toplanması olarak tanımlanmaktadır (www.conventionindustry.org).

Toplantıların birincil amacı katılımcıların sosyal fonksiyonları olan eğitimsel oturumlara, tartışmalara ve diğer şeylere katılmak olan organize edilmiş etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (www.conventionindustry.org).

Kongre ile ilgili tanımlar arasındaki tanım farklılıkları genel olmamakla birlikte mesleki terim olarak bazı bölgelerde ve işletmelerde kullanılmaktadır.

2.3. İş Turizmi ve Eğlence Turizmi

Kaynakların büyük bir bölümünde turizm, iş turizmi ve eğlence turizmi diye iki ayrı alana ayrılmakta ve bu iki alan birçok ortak noktayı paylaşmaktadır.

İş turizmi belirlenmiş değerli boş zamanı içerir (Weber and Chon,2002:40). Konferans delegeleri, ziyaretçiler, dâhili iş gezginleri, rahatlamak için yerel restoranlara geziler düzenleyebilirler. Yerel turlar ile çalışma günü sonunda rahatlamak isteyebilirler. Gruplar için sosyalleşme iş turizmi deneyimin önemli bir parçasıdır, katılımcı ve delegelere birlikte rahatlamaları için fırsat verir ve daha az ciddi bir ortamda diğer katılımcıları tanıyabilmelerini sağlar. Bundan dolayı önerilen konum ve konseptler boş zaman, sportif faaliyetler, sosyal olanaklar iş turizminin yapılacağı yer seçiminde önemlidir. Örnek olarak Kıbrıs'daki Coral Beach Hotel & Resort ü hem iş hem de eğlence turizmine aynı anda karşılayarak bir nish pazar yaratmasını gösterebiliriz (Roger,2003:352-353);

Otel 300 odası ve 4000 metre kare toplantı alanı ile Kıbrıs'ın en büyük otellerinden biri olarak 1993 yılında hizmet vermeye başlamıştır. 2000 yılında oda sayısını 424 e ve toplantı alanını 7500 metre kareye çıkartarak kapasite artırımına gitmiştir. Ayrıca hotel içinde spor salonu, güzellik merkezi, 6 restoran, 4 bar, sanat ve el sanatları merkezi, çocuk kulübü 4

tenis kortu, squash kortu, kapalı yüzme havuzu, 2 açık yüzme havuzu ve kendine ait liman ve marinası bulunmaktadır. 2004 Atina olimpiyatları sırasında otel spor turizmi için büyük fırsat olabileceğini gördü ve yüzme havuzuna en gelişmiş elektronik ölçüm cihazları ile donattı ve olimpik standartlara uygun hale getirdi. Ve komşu şehri Peyia daki diğer spor imkanlarına izin veren stadyumla uyumlu hale getirildi. İngiliz olimpiyat komitesi ile 10 yıllığına anlaşma imzalayarak, soğuk kış şartlarında sıcak bir ortamda antrenman yapmalarını sağladı.

Coral beach hotelin ardından Thalassa Boutique Hotel & Resort ve Akamas International Conference centre açılarak bu bölgenin uluslararası pazarda kongre ve spor aktivitelerinde ortak olarak tercih edilmesine ve ortak bir pazar yaratabilmesini sağladı.

2.4. Konferans Endüstrisinin Yapısı

Konferans endüstrisinin yapısı alıcılar ve sağlayıcılar için bir hayli karışık ve çeşitlilik göstermektedir. Birçok organizasyon isteyen organizatörler (Alıcılar) için konferansların organizasyonu ve benzeri olaylar sadece işlerinin bir kısmıdır. Genellikle kısıtlı eğitim almış ve geçici sorumluluğa sahiptirler. Sağlayıcılar ise konferans merkezleri, hedef ve konaklama hizmeti verenler, transfer firmaları, acenteler ve sözleşme uzmanlarından oluşur. Bütün alıcılar ve sağlayıcılar birbirleri ile bütünleşik haldedirler. Ulusal devlet kurumları, ulusal medya ve eğitim kurumları tarafından desteklenirler. (Fawzy and Samra ,2008:120)

2.4.1. Alıcılar

Konferans endüstrisinde de diğer sektörler gibi alıcılar ve satıcılar vardır. Alıcılar konferans organizatörleri ve toplantı planlayıcıları gibi konferans bütçeleri olan, kendi etkinlikleri için hizmet ve araç isteyenlerdir. Çoğu yerde iki şekilde tanımlanır: “Şirket” ve “kurum alıcıları” ayrıca bu gruptan farklı olarak “kamu sektörü” alıcıları da bulunur ama bu grup kurum alıcıları kategorisi altında dikkate alınır (Roger,2003:34).

2.4.1.1. Şirket Alıcıları

Şirket alıcıları, şirketler için çalışan konferans organizatörleri olarak tanımlanır. Birincil amaçları finansal gelir ve kârların kendi çalışanlarına geri dönüşümü amacıyla şirketler tarafından kurulan yapılardır. Bütün sektörlerde yoğun olarak görülmesi de şu sektörlerde yoğun olarak görülmektedir (Roger,2003:35).

1. Yağ, gaz ve petrokimya
2. İlaç ve medikal
3. Bilgisayar ve telekomünikasyon
4. Motor üretimi ve yan sanayi
5. Finans ve danışmanlık
6. Yiyecek, içecek ve tütün
7. Seyahat ve taşımacılık

2.4.1.1.1. Şirket Alıcıların Karar Alma Süreçleri ve Konferans Sebepleri

Şirket alıcılarının konferans düzenlenmesi ile ilgili karar alma süreçlerini inceleyecek olursak genelde şirket içinde kurulan kendi kongre departmanı, yöneticileri tarafından ya da yöneticilerin oluşturduğu bir grup tarafından alınır. Aşağı yukarı hızlı ve açıkça alınır (Weber and Chon,2002:58). Bir sürü farklı türde etkinlik vardır, ama genel olarak etkinliklerin sebebi şunlardır (Roger,2003:37);

1. Yıllık genel toplantılar
2. Kurul toplantıları ve emeklilikler
3. Şirket konukseverliği ve eğlence
4. Sergi ve fuarlar
5. Teşvik gezileri
6. Turne
7. Ürün yemekleri
8. Satış konferansları
9. Eğitim kursu ve seminerleri
10. Teknik konferanslar
11. Takım çalışması etkinlikleri
12. Sempozyumlar

2.4.1.1.2. Şirket Alıcılarının Delege Tipleri

2006 yılında İngiltere de 300 şirket organizatörü üzerinde yapılan bir araştırmanın sonucuna göre (Weber and Chon,2002:25-26);

1. 2005 yılındaki yaş ortalamaları 38 dir.
2. % 64 ü erkek ve yılda ortalama 3 etkinliğe katılmaktadırlar.
3. Delegelerin % 60'ı üst düzey ya da orta düzey yönetici, satış ve pazarlama uzmanı. % 16'sı muhasebe ile ilgili organizasyonlardan sorumlu % 16 sı genel yönetimle ilgili bölümlerde çalışmaktadır.
4. Şirket için çalışan konferans organizatörlerinin yaptığı ankete göre katılımcıların % 83'ü katıldıkları konferanslardan memnun kaldığını belirtmiştir.
5. En çok karşılaşılan şikayet ise % 24 ile yiyecek içeceklerden olan şikayetlerdir.

2.4.1.2. Kurum Alıcıları

Bu başlık birçok kuruluşu temsil etmektedir. Bunlara örnek gösterilebilecekler (Roger,2003:40);

1. Profesyonel ticaret kuruluşları ya da enstitüleri
2. Gönüllü topluluklar ya da dernekler (katılımcıların birincil amaçlarının hobilerini geliştirmek olan kuruluşlar)
3. Bölgesel hayır kurumları
4. Dinsel organizasyonlar
5. Politik partiler
6. Ticaret birlikleri

2.4.1.2.1. Kurum Alıcılarının Karar Verme Süreci ve Konferans Sebepleri

Kurum alıcılarının karar verme süresi şirket alıcılarının karar verme sürecinden farklıdır. Her ne kadar bu işi yapmak için birçok kurum adanmış olsa da seçimle gelen bir komite tarafından organizasyonun nerde yapılacağı, etkinlikler vb. şeylerin kararı verilir. Konferans organizasyonunu yapanın daha fazla araştırma yapması gerekmektedir. Komitenin seçebilmesi için benzer destinasyonların ve konferans merkezlerinin kısa bir listesinin yapılması gerekmektedir. Komitenin de destinasyon konferans merkezlerinden ya da bunları bir araya getiren profesyonel konferans organizatörlerinden gelen fiyat önerilerini soruşturması gerekmektedir. Bütün süreç komite tarafından kontrol edilir (Weber and Chon,2002:59-60).

2.4.1.2.2. Kurum Alıcılarının Delege Tipleri

Delegelerin katıldığı konferansların bazı karakteristik özellikleri vardır. Bunlar (Roger,2003:41);

1. Genelde dernek ve kurumlar tarafından düzenlenen konferansları tercih ederler aksi durumda kendi astlarını gönderirler.
2. Katılmaları için masraflarının ödenmesi gerekir. Konferansa katılımın yüksek olması için konferans organizatörünün konferans bedelini çok düşük tutması ya da ücretsiz olması gerekir. Bazı durumlarda da katılımcıların günlük harcırahlarının ödenmesi gerekir.
3. Beş yıldızlı otelden ucuz pansiyonlara kadar, çok farklı türden konaklama imkanlarını kapsaması gerekir.
4. Birçok delege geleneksel yıllık önemli konferanslara dikkat ederler. Bunların katılımcı sayıları binlere ulaşabilmekte ve medyanın konferanslara ilgisi yüksek seviyede olabilmektedir.
5. İngiltere de 2006 yılında yapılan bir araştırmaya göre katılımcıların ortalama yaşı 40, % 55 i erkek ve etkinlik katılım ortalaması yıllık 1,7' dir.

2.4.2. Satıcılar

Kongre merkezlerini, destinasyonlarını ve diğer profesyonel servislerin harici olarak kiralanabilmesini sağlayan ve gerçekleşmesi mümkün olmayan şeylerin gerçekleşmesini sağlayan satıcılardır. Geçen yıllar içinde birbiri ardına büyüyen birçok kuruluş olmuştur. Konferans endüstrisindeki satıcıları 3 başlıkta gruplandırılabilir (Fawzy and Samra ,2008:133)

1. Kongre yerleri,
2. Destinasyonlar,
3. Diğer servis sağlayıcıları,

2.4.2.1. Kongre Yerleri

Günümüzde kongre merkezleri, otellerin kongre salonları ve yakınında konaklama olanağı olan ve büyük sayıları ağırlayabilen, esnek, farklı kullanım olanaklarına izin verebilen yerler tercih edilse de etrafında konaklama imkanı olan bütün yerleri kongre merkezlerine dönüştürülebilmesi fikri dünyada yaygınlaşmaktadır. Tarihsel yerler, eski binalar, büyük sayıdaki insanları içinde barındırabilecek hemen hemen bütün alanlar bu kapsama girebilmektedir.

Otellerin sahip olduğu toplantı ve kongre merkezleri genel olarak bir bölgenin sahip olduğu kongre ve toplantı merkezlerinin büyük kısmını oluşturur (Weber and Chon,2002:4-5).Günümüzde özellikle büyük zincir oteller toplantı ve kongreler için çok ağır ve kullanışlı toplantı donanımlarına sahiptir.

Oteller dışındaki toplantı mekanlarının sahibi olan yerlere bakarsak bunlar (Roger,2003:57-58).

1. Kongre amaçlı inşa edilmiş mekanlar,
2. Kolej, üniversite ve akademik toplantı mekanları,
3. Belediye'ye ait toplantı mekanları,
4. Sıradışı toplantı mekanlarına örnek olarak futbol statları, basket sahaları, tarihsel mekanlar, kaleler, tarihi kalıntıların olduğu yerler, vb. diye sınıflandırabiliriz.

2.4.2.2. Destinasyonlar

Konferans organizatörleri mekan seçiminde destinasyonun (kasaba, köy ,şehir vb.) önemi, diğer bütün ölçülerden önce gelir (Weber and Chon,2002:57). Her destinasyonun ülkenin de, belediye sınırları içinde kalan destinasyonların da, kongre merkezlerine, imkanlarına, destek servislerine ve altyapı harcamalarına ihtiyacı vardır ve buna göre değerlendirilir. Bunlara dikkat eden ve bu konuda gelişmiş olanlar, ülkeler için destinasyon bölgesi olabilir. Örnek olarak İngiltere' ye hizmet eden 65 kayıtlı lider destinasyon bölgesi vardır. Bunun 23' ü şehir, 15' i kasaba, 20' si ilçe, 3'ü ada ve 4' ü ülkedir (Roger,2003:59).

2.4.2.3. Diğer Servis Sağlayıcıları

Konferans endüstrisi kendi hizmetlerini tamamlayan çok farklı servis sağlayıcılardan faydalanır. Bu anahtar sağlayıcılar şunları içerir (Roger,2003:50)

1. Ses ve görüntü hizmetleri sağlayıcıları,
2. Telekomünikasyon sağlayıcıları,
3. Transfer operatörleri (hava alanı transferi, araç kiralama, taksi firmaları, deniz yolu taşıyıcıları, demiryolu taşıyıcıları),
4. Çevirmen ve tercüman sağlayıcıları,
5. Yemek sonrası konuşmacıları, eğlendirme hizmetleri sağlayanlar, spor ve açık hava faaliyetleri gibi boş zaman faaliyetleri,
6. Özel yemek hizmetleri veren firmalar,
7. Çiçek hizmetleri sağlayıcıları,
8. Fuar sergi sağlayıcıları,
9. Özel bilgisayar programları geliştiren firmalar (etkinlik yönetim programları veya mekan bulma programları, internet programlaması yapan firmalar)

2.5. Kongre Turizminin Etkileri

Kongre turizmi, önemli bir turizm çeşidi olması nedeniyle, genel olarak turizmden beklenen tüm etkileri bünyesinde barındırmaktadır (Aymankuy,2003;25). Kongre turizminin etkileri diğer turizm çeşitlerine göre daha fazladır. Bunun sebebi ise kongre turizmine katılan kişilerin gelir ve kültür seviyesinin normal turiste oranla daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Dünya turizm gelirlerinin % 30' unun kongre turizminden elde edilmesi ve bir kongre delegesinin ziyaret ettiği herhangi bir ülkeye sağladığı girdinin normal turistin getirdiği gelirden üç kat daha fazla olması, kongre turizminin tüm dünyada giderek en karlı turizm etkinliklerinden biri olmasını sağlamıştır (Aydın,1997:19). Diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi kongre turizminin odak noktası insandır. Delegeler bir taraftan gittikleri bölgelerdeki yerel halktan, sosyal ve kültürel yapıdan etkilenmekte, öte yandan gittikleri ülke ve bölgeleri sosyal ve kültürel açıdan etkilemektedirler (Çizel ve Çizel,2002:20).

2.5.1. Kongre Turizminin Ekonomik Etkileri

Turizm olayı özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, ihtiyaç duyulan yabancı döviz kazancını yaratan, istihdam olanaklarını artıran ve çağdaş bir yaşam tarzını bu ülkelere getiren bir olay olarak görülmektedir (İçöz ve Kozak , 2002:166). Kongre turizminde meydana gelen gelişmelerin nedenlerinden bir tanesi, dünya ticaret hacmindeki genel artıştan kaynaklanmaktadır. Buna göre kongre turizminden beklenen sosyal, kültürel ve politik faydaların bile temelinde ekonomik beklentiler bulunmaktadır (Aymankuy,2002:25). Tüm dünyada, turizmin moda ile bağlantılı olması, tüketici istek ve arzularındaki değişim, talebin çok esnek olmasından dolayı turistik ürün çeşitlendirmesine gidilmiştir. Ülkelerde geliştirilecek turizm modellerinin hem ülkelerin arz imkanlarına uygun olması hem de kar sağlarken minimum zarara neden olmasına dikkat edilmektedir.

Bu açılardan değerlendirildiğinde kongre turizmi önemli bir turistik ürün çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın,1997:36). Kongre turizminin temel amacı, ekonomik nedenlere dayanmaktadır. Kongre turizmi ülkedeki turizm olayını çeşitlendirerek bütün bir yıla yayma amacının dışında, ülke turizmine ve ekonomisine fayda sağlamaktadır. Kongre turizminin ekonomik etkileri arasında, döviz kazandırıcı etkisi, istihdam yaratıcı, turizmin yoğun sezon dışına taşınması gibi gelir yaratıcı etkileri yer almaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin çoğu döviz sıkıntısı nedeniyle ekonomik kalkınmalarını finanse etmekte güçlük çekmektedirler. Bu amaçla ihracatlarını geliştirmeye ve ithalata da sınırlamalar getirmeye çalışmaktadırlar. Özellikle dış ticaret bilançosu kronik açıklar veren az gelişmiş ülkelerin ekonomileri açısından döviz girdileri önemli bir konudur. Turistik hareketler sebebiyle ülkeye gelen yabancılara, mal ve hizmetlerin satılması sonucu elde edilen döviz, turizmi görünmeyen ihracat şekline getirmekte ve ödemeler dengesindeki açığın kapatılmasına katkıda bulunmaktadır (Aydın,1997:20).

Gelişmekte olan ülkelere turistik dövizin ülke ekonomisine enjeksiyonu (turistik harcamalar ya da yabancı sermaye yatırımları olarak) ülke ekonomisi üzerine oldukça önemli etkiler göstermektedir. Bu etkiler, özellikle gelir dağılımında

dengelesizliğin giderilmesi, istihdam olanaklarının arttırılması, kişi gelirlerinin artması, ödemeler bilançosu açıklarının kapatılması gibi olumlu sonuçlar vermektedir (İçöz ve Kozak , 2002:167).

Kongre turizminin en önemli yararı delegelerin yüksek orandaki harcamalarından kaynaklanmaktadır. Kongre turizminde ve iş seyahatlerinde yapılan harcamalar, diğer turizm çeşitlerinde turistlerin yaptığı harcamaların iki veya üç katıdır (Davidson and Cope ,2003:14). Tatil turizminde kişi başına 600-700 dolar harcanırken, kongre turizminde kişi başına yapılan harcama 1675 dolara ulaşmaktadır. Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği (ICCA) tarafından hazırlanan rapora göre, uluslararası kongrelere katılan delegeler 2003 yılında kişi başına yaklaşık 1.830 dolar harcamışlardır (Yücel,2005:4). Amerika Birleşik Devletlerinde iş amaçlı seyahat edenlerin % 47'si son seyahatlerinin toplantı, ticari gösteri ya da kongre ile ilgili olduğunu ifade etmişlerdir (Weber ve Chon, 2002: xix) ICCA'nın yapmış olduğu araştırmaya göre toplantı sürelerinin uzaması ile birlikte delege başına bırakılan döviz miktarında da artış gerçekleşmektedir (ICCA,2011:16).

2.5.2. İstihdam Yaratıcı Etkisi

1950 yılından itibaren 2. Dünya Savaş'ının da bitmesi ile istihdam için hizmet sektörü ön plana çıkmaya başlamıştır. Amerika bu konuda ilk olarak istihdamın % 50' den fazlasını hizmet sektöründe yapan ilk ülke olmuştur. Bu değişim sonucunda hizmet ekonomisi ve hizmet toplumu kavramı doğmuştur (Atik,2000:33) turizm genel olarak emek yoğun bir sektör olduğundan dolayı hizmet sektöründe istihdamı destekleyen en önemli ayaklardan biri olmuştur.

Turizm sektöründe ve ülke ekonomisinde, turizm sayesinde artan üç tip istihdam vardır. Bunlar (İçöz ve Kozak , 2002:223);

1. Otel, motel,restoran gibi turizm sektöründe yer alan tesislerdeki turist harcamaları nedeni ile bu tesislerde yaratılan doğrudan istihdam,
2. Turizm sektörünün arz bölümünde yer alıp, turistik harcamalar sonucu oluşmayan, fakat turizm ile ilgili, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam,

3. Bölge halkının turizmden kazandığı gelirin yeniden harcanması sayesinde ortaya çıkan ek ya da uyarılmış istihdamdır,

Kongre organizasyonu için ülkeye ve şehre gelen delegelerin konaklama, yeme-içme, seyahat, eğlence ve toplantı sırasındaki ihtiyaçlarının karşılanması için çok sayıda işin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu durum sonucunda çok sayıda iş gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Kongre organizasyonu çok sayıda insanın istihdamına yol açmaktadır. Kongre turizminin istihdam yaratma olanağı üç aşamada incelenmektedir: Kongre organizasyonu sırasında kongre merkezinin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli personel doğrudan istihdam yönü olarak açıklanmaktadır. Delegelerin ülkeye veya şehre ulaşımını sağlayan seyahat şirketlerinde, delegelerin konaklamasını sağlayan otellerde, yeme-içme ihtiyacını karşıladığı restoranlarda, eğlence merkezlerinde ve hediyelik eşya dükkanlarında çalışan kişiler ise kongrelerin dolaylı istihdam yönü olarak açıklanmaktadır. Üçüncü aşamada ise, bu tür iş yerlerinin ihtiyaçlarını karşılayacak malzemeleri üreten diğer iş kollarında çalışan kişiler yer almaktadır, bu da uyarılmış istihdam yönü olarak açıklanmaktadır (İçöz ve Kozak , 2002:225).

Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Bir ülke ya da bölgede turizm talebi ne kadar artarsa, o ülkede ya da bölgede doğrudan ve dolaylı istihdam etkileri o kadar fazla olacaktır. İstihdam artışı, talep artışına paralellik gösterecektir. Örneğin, kongre turizminin gelişmesine paralel olarak, kongre merkezli tesis yatırımlarının artması iş gücü talebini de artıracaktır (Aymanıkuy,2003:24).

Günümüzde turizm sektöründe söz sahibi ülkelerin durumu incelendiğinde, toplam işgücü miktarının % 10 ile % 20' sinin doğrudan ve dolaylı bir şekilde turizm sektörü tarafından tam ve yarı zamanlı olarak istihdam edildiği görülmektedir. Türkiye'deki, toplam istihdam oranı % 3,1'dir. Yan sektörlerle birlikte toplam istihdama oranı % 6,3'tür (www.turizmdebusabah.com).

2.5.3. Turizmin Yoğun Sezon Dışına Taşınması

Turizm faaliyetlerinin belli bir sezon üzerinde yoğunlaşması, var olan kapasitenin yeterli derecede değerlendirilememesine neden olmaktadır. Ayrıca bu yoğunlaşma hizmet kalitesinde düşüşe yol açarken ulaştırma ve çevre koruma alanlarında sıkıntıya yol açmaktadır. Yoğun sezonlardaki doluluk oranlarının yüksek, diğer aylarda düşük olması olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Yoğun sezon dışında işletmeler atıl kalarak verimsizleşmektedir. İşletmeler sezon içinde elde ettikleri karları yıl içinde geçen boş ayların giderlerine harcamaktadırlar. Böylece yatırım kaynakları da boşa harcanmaktadır (Aydın, 1997:24).

Turizmin mevsimlik özelliğinin sakıncaları personel konusunu da etkilemektedir. Sezon başında işe alınıp yetiştirilen personel sezon sonunda işten çıkarılmak zorunda kalınır. Çünkü sezon dışında kapalı olan konaklama tesislerinde çalışan kalifiye personele ücret ödenmesi karlılığı daha da düşürecek, personele bu aylarda ücret ödememek ise personeli işletmeden uzaklaştıracaktır (Ayman,2003:33).

Turistik ürün çeşitlerinde kongre turizminin mevsim uzatıcı etkisi diğer turizm çeşitlerine göre oldukça yüksektir. Çünkü kongre turizmi faaliyetleri genellikle sezon dışı olarak ifade edilen zaman diliminde gerçekleşmektedirler. Türkiye gibi turizm faaliyetlerini bütün bir yıla ve tüm bölgelere yayamamış ülkelerdeki turizm işletmeleri için toplantı ve kongre turizmi önemli bir açığı kapatma işlevi görmektedir (Yıldırım ve diğerleri ,2005:116).

Kongre düzenleyicilerinin çoğunlukla ılıman iklimleri seçmeleri ve iş ilişkileri açısından en uygun aylar olduğu için kongreler çoğunlukla ilkbahar ve sonbahar aylarında düzenlenmektedirler. Kongre turizmini tatil turizminden ayıran en önemli özelliklerden biri budur. Üç ya da dört aylık sezon için inşa edilen konaklama tesislerinin hem işletmelere hem de bölgeye yeterli kârı sağlamayacağı, kalifiye personelin üç ay çalıştırılıp sezon sonunda işine son verilmesinin bölgedeki istihdama yeterli derecede katkıda bulunmayacağı açıktır. Kongre turizmi otellerin doluluk oranları açısından önemlidir. Özellikle yaz sezonunda hizmet veren Güney’ deki ve Ege’ deki oteller kongre organizasyonları sayesinde yıl boyunca yapılan konaklamaların

sayısında % 20-25 artış kaydetmişlerdir. Tesisler dört mevsim hizmet vermeye başlamış, kış mevsiminde personeli işten çıkarmak zorunda kalmamışlardır (Tavmergen Aksakal, 2004:18).

Uluslararası kongreleri yoğunlaştığı aylara göre incelenecek olursak kongre turizminin turizm sezonunu uzatıcı özelliği daha rahat anlaşılacaktır.

Tablo 1 Uluslararası Toplantıların Aylara Göre Dağılımı

AYLAR	%
Ocak	3,55
Şubat	4,16
Mart	6,61
Nisan	9,32
Mayıs	10,93
Haziran	12,56
Temmuz	7,41
Ağustos	7,05
Eylül	13,51
Ekim	11,38
Kasım	9,62
Aralık	3,90

(Tavmergen Aksakal, 2004:45)

Yukarıdaki tabloya göre “Nisan, Mayıs, Haziran” ayları ile “Eylül, Ekim, Kasım” ayları kongrelerin en yoğun olduğu aylardır. Bu sayede, turizm sezonunun başlangıç ve bitiş tarihleri uzatılarak sezonun daha geniş bir zaman dilimine yayılması sağlanmaktadır.

2.5.4. Gelir Yaratıcı Etkisi

Ekonominin diğer alanlarında olduğu gibi turizm endüstrisinde de satın alınan mal ve hizmet bedeli olarak; turistlerin, kamu kuruluşlarının ve özel sektörün yaptıkları harcamalar gider kalemi oluşturmaktadır. Bu tip mal ve hizmetlerin satıcısı olan

ulaştırma ve seyahat firmaları, konaklama ve restoran işletmeleri, eğlence yerleri, hediyelik eşya satıcıları gibi arz kuruluşları da gelir elde etmektedirler (Aymanıkuy,2003:26-27).

Yerli ve yabancı turistlerin seyahatleri sırasındaki ihtiyaçlarının karşılanması, turistik mal ve hizmetlerin turistlere belli bir fiyat ile satılmasıyla gerçekleşmektedir. Turistlerin bu amaçla yaptıkları harcamalar, söz konusu mal ve hizmetlerin üretici ve satıcıların gelirlerini oluşturmaktadır. Turistik tüketimden doğan harcama-gelir akımı turistlerin belirli bir ulaşım aracıyla hedef ülkeye gelmesiyle başlayıp, ülkeden ayrılmasına kadar devam etmektedir (İçöz ve Kozak,2002:209).

Turistik tüketim harcamaları sonucunda ortaya çıkan gelir ilk olarak otel, restoran, alışveriş mağazaları gibi işletmeler tarafından elde edilir. Elde edilen bu gelirin yarattığı ekonomik etkiler birincil etkiler olarak kabul edilir. Ülkede ve bölgede kalan para ikinci aşamada daha ileri düzeyde ekonomik etkiler yaratır. Otellerin, mağazaların, restoranların çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için harcadıkları paralar sayesinde ikincil etkiler ortaya çıkar. Turizm sektörü sayesinde gerçekleşen istihdam artışı ile kişilerin gelirleri yükselir ve harcamaları artar, böylece bölgesel iş hacmi genişler (Aymanıkuy,2003:26-27).

Kongre turizminde de kongre organizatörlerinin ve delegelerinin harcamalarının etkisi bölgedeki işletme sayılarının artmasını sağlayarak, şehrin ekonomik yönden gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bunun sonucunda ekonomik yönden gelişen bölgedeki yerel halk yeni istihdam alanlarına kavuşmakla birlikte, gelirlerinde ve satın alma güçlerinde de kayda değer bir artış gerçekleşmektedir. Kongre turizminin bir diğer ekonomik etkisi de kongre turizmi yatırım harcamalarının ekonomi içerisinde harcama-gelir etkisine yol açmasıdır. Bölgede kongre merkezlerinde, kongre salonlu otel sayılarında meydana gelen artış toplam aktif talebi de etkileyeceği için bölgesel ve ulusal gelirden artışlara yol açacaktır (Erdoğan, 2006; 51-52).

2.5.5. Sosyal ve Kültürel Etkileri

Turizm olayının temelini insan ve insan toplulukları oluşturmaktadır. Turizm olgusu, insandan insana ve insandan topluma geçen bir sosyal olaydır. Turistler ve/veya

yabancı ziyaretçiler başka yerlere giderek, oralarda yerli veya yabancı insanlarla ve toplumlarla ilişki kurarak, farklı sosyal ilişkiler kurmaktadır (Aymankuy, 2003:32).

Turizmde iki yönlü bir etkileşim söz konusudur. Turistler bir taraftan gittikleri yerlerdeki insanlardan, sosyal ve kültürel yapıdan (çevreden) etkilenmekte, öte yandan gittikleri ülke ve bölgeleri sosyal ve kültürel bakımdan etkilemektedirler. Bu iki yönlü ilişkiden, turizm bir kültür taşıyıcısı olarak insanlar ve insan toplulukları arasındaki bağları güçlendirmektedir. Turistin, dünyada çeşitli davranışlar, inanışlar ve anlayışlar bulunduğunu öğrenmesi hoşgörü duygusunu geliştirmekte ve bir arada yaşama anlayışını güçlendirmektedir (Sezgin ve Acar, 1991:19).

Turizmin tanımında, turizm için “ sosyo-ekonomik bir olaydır” ifadesi kullanılmaktadır. Bu da açıkça ortaya koymaktadır ki, turizmin ekonomik olduğu kadar, sosyal ve kültüre bir alış-veriş yönü de bulunmaktadır (Aymankuy, 2003:32).

Yabancılarla diyalog olanağı bulan yerli halk, özellikle gençler yabancı dil öğrenme isteğine girerler. Yerli halkın davranışlarında da farklılıklar görülür. Yabancılarla benzeme duygusuna kapılırlar. Ayrıca turizmin etkilediği yerli halkın modayı takip etme, iyi giyinme gibi davranışlarında da değişimler olmaktadır. Kişilerde daha fazla seyahat etme, gezip görme, öğrenme istekleri artmakta ve bunları başarabilmek içinde çok çalışmak, daha çok kazanma hırısı doğmaktadır (Özen,1986:57).

Bir ülke veya bölgede turizmin gelişmeye başlamasıyla (özellikle kültüre, sanata oldukça ilgili kongre delegelerinin katılımıyla meydana gelen kongre turizminin gelişmesiyle) ülkedeki ve bölgedeki tarihsel ve kültürel eserlerin korunması, bakımı ve onarımı gibi işler daha çabuk ve daha titizlikle yapılır (Aymankuy, 2003:32).

Kongre turizmi oldukça düzenli ve gelişmiş alt ve üst yapıya sahip yöreleri tercih eden sosyo-ekonomik bir olaydır. Bundan dolayı kongre turizminin geliştiği bölgelerde, diğer bölgelerde görülen alt ve üst yapı ile trafik ve diğer alandaki olumsuzluklar görülmemektedir veya minimize edilmişlerdir (Aymankuy, 2003:32).

Ulusal ve uluslararası kongrelerin gerçek yararlarını % 90'ı çoğu kez göze çarpmaz. Önemli olan pek çok şey buz dağları örneği gibi yüzeyin altındadır. Tüm

dünya ülkelerinden delegelerin katılımı ile gerçekleştirilen uluslararası kongreler, tüm dikkatlerin kongre kentinde toplanmasını sağlar. Bu türden kongreler, kongre şehrinin, dünya şehirleri içerisindeki önemini artırır (Özen,1986:57).

Bir ülkeyi gezerek ve görerek tanıyanlar, o ülkenin kültürel değerlerini de öğrenme olanağına kavuşacaklardır. Uluslararası kongrelere katılanlar aynı zamanda potansiyel turist olarak da adlandırılırlar (Aker,1986:4).

Kongre turizmi, farklı ulusları birbirlerine yaklaştırarak, tanımlarına katkıda bulunur. Kongre delegelerinin, alanlarında söz sahibi kişiler olmaları, aynı zamanda eğitim, sosyal ve kültür seviyelerinin üst sınırdaki olması gibi nedenlerden dolayı kongre turizminin meydana geldiği bölgede yaşayanları sosyal ve kültürel yönden olumlu etkilemektedir. Bu nedenle kongre turizmi, sosyal gelişmelere, bölge halkının kültürünün artmasına ve dünya görüşlerinin değişmesine olumlu katkılarda bulunmaktadır (Aymanıkuy, 2003:33).

2.6. Kongre Organizasyonu ve Profesyonel Kongre Organizatörleri

Profesyonel kongre organizatörleri, bir kongre organizasyonunda tüm işleri koordine eden, rehberlik yapan ve tüm insan kaynakları, teknik işleri, finansal kaynakları harekete geçiren kişi ya da kuruluşlardır. Profesyonel kongre organizatörleri kongre içerisinde yer alan tüm faaliyetleri kapsayan paket programlar hazırlar ve bu programları uygularlar (Aymanıkuy, 2003:43). Bunlar kongre organizasyon firmaları ya da bu işte uzmanlaşmış seyahat acenteleri de olabilir.

Profesyonel kongre organizatörleri görevleri şu şekilde sıralanabilir: (Swarbrooke and Horner,2007:43)

1. Organizasyon komitesinin çalışmalarına yardımcı olmak (teklif hazırlamak)
2. Ön bütçe hazırlanmasına yardımcı olmak,
3. Gelir ve gider bütçesini hazırlamak,
4. Finans danışmanlığı yapmak,
5. Sponsor aramak,
6. Kongre merkezi için anlaşma yapmak,
7. Organizasyon yapısını belirlemek,

8. Hizmet sağlayıcılarla bağlantı kurmak,
9. Sekreteryaya ve ofis faaliyetlerini planlamak,
10. Kayıt sistemi kurmak,
11. Bilimsel ve teknik programları desteklemek, bildirileri takip etmek,
12. Konuşmacı bağlantılarını yapmak,
13. Pazarlama ve halkla ilişkiler sağlamak,
14. Havayolları ile bağlantı kurmak,
15. Delegelerin ulaşımını sağlamak.

Profesyonel kongre organizatörleri şu hizmetleri kendileri sağlayabilecekleri gibi dışarıdan da alabilirler (Swarbrooke and Horner ,2007:43).

1. Kongre imajının dizaynı,
2. Sigorta hizmetleri,
3. Dekor ve sahne hizmetleri
4. Simültane tercümeler,
5. Video ve konferansa hizmetleri,
6. Konaklama rezervasyonları,
7. Tur programları.

Günümüzde Profesyonel kongre organizatörlerinin yanı sıra seyahat acenteleri de kendi bünyelerinde kongre organizasyonu departmanı kurarak kongre organizasyonu yapmaya başlamışlardır. Acentelerde kurulan kongre departmanları salonların hazırlanması, sosyal ilişkiler, banket organizasyonları gibi çeşitli faaliyetler düzenlemektedirler. Kongrelerin başarılı olabilmesi için büyük rol sahibi olan seyahat acenteleri havaalanından karşılama, transfer, şehir turları, delege eşleri için geziler ve kongre sonrası turlar gibi konuları da üstlenmektedirler.

Profesyonel Kongre Organizatörleri ile çalışan seyahat acentelerinin ilgilendikleri konu başlıkları şunlardır (Erdoğan, 2006: 67-68):

1. Yer seçimi,
2. Toplantı salonlarının belirlenmesi,
3. Taslak, bütçe çalışmaları ve kaynakların belirlenmesi,
4. Sponsorluk hizmetleri,
5. Otel, konaklama,
6. Kayıt işlemleri,
7. Yönlendirme işlemleri,
8. Ulaşım,
9. Transfer,
10. Teknik donanımın temini,
11. Basılı materyaller ve postalama hizmetleri,
12. Destek personelinin temini.

Bahsedilen bu konular dışında acenteler ihtiyaç olabilecek her türlü özel ihtiyacı da karşılayabilecek şekilde esnek olabilmeli ve katılımcıların memnuniyeti kongrenin düzenlendiği şehrin imajına olumlu bir katkı sağlayabilmelidir. Bunları gerçekleştirirken ev sahibinin bütçesine olabilecek en düşük şekilde yansıtılmalıdır.

Kongrelerin başarılı olabilmesi, genellikle iyi planlanmış bir ön çalışmanın varlığına bağlıdır. Organize edilecek kongrenin konusu, büyüklüğü , genel yapısı ve yeri, katılımcı sayısı gibi faktörler her kongrede değişiklik gösterse de bir kongrenin operasyonu sırasında kullanılan organizasyon şemasındaki temel birimler fazlaca değişiklik göstermez. Bir kongre operasyonu sırasında düzenleme yapmayı gerektiren işler dört bölümdür (Akın,1995:41).

1. Kongrede karşılama masalarının verdiği hizmetler,
2. Toplantı hizmetleri,
3. Sergi hizmetleri,
4. Banket ve ziyafet (yiyecek-İçecek) hizmetleri

Kongrelerin gereklerine göre her birim kendi arasında alt dallara ayrılabilir. Bu ayrılan dalların birbirleri ile koordineli şekilde çalışmaları gerekir. Aksi taktirde toplantı ile ilgili sorunlar yaşanacaktır. Örneğin kongre hizmet masaları departmanının bir alt bölümü olan kongre kayıt bölümü ile banket ve ziyafet bölümü arasında sıkı bir iletişim sisteminin kurulmuş olması gerekmektedir. Katılımcı sayılarının sağlıklı bir şekilde tutulması durumunda banket ve ziyafet bölümüne kişi sayıları ile ilgili bilgi doğru verilmelidir.

Organizatör, kongre hazırlığında yapılacak gerekli faaliyetleri bir bütün halinde görmek zorundadır. Birçok birim arasında aracı görevi görmesi de gerekir. Kongre ancak bu şekilde başarıya ulaşabilir. Bu birimler şu şekilde sıralanabilir (Akın,1995:42);

1. İşletmelerin kongre komiteleri,
2. Resmi otoriteler,
3. Oteller,
4. Kongre binası ya da salonu,
5. Dille ilgili hizmet birimleri,
6. Seyahat acentaları,
7. Matbaacılar.

2.7. Dünyada Kongre Turizminin Gelişme Nedenleri

Genel olarak turizmin gelişmesine yol açan nedenlerle, kongre turizminin gelişmesini sağlayan nedenler aynıdır. Bunlar seyahat formalitelerinin basitleştirilmesi veya kaldırılması, kişilerin boş zamanlarının artması, kişilerin ve ülkelerin gelirlerinin çoğalması, kitle iletişim ve ulaşım araçlarında meydana gelen iyileşmeler sonucunda konforlu ve süratli ulaşım imkânlarının sağlanması gibi etkenlerdir. Kongre amaçlı seyahatlerin de artarak gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Bunların dışında doğrudan kongre turizmi ile ilgili olarak bilim ve teknolojiye meydana gelen gelişmeler ve artan uzmanlaşma ihtiyacı, kişilerin gerek yeni teknolojileri öğrenmek, gerekse bilimsel çalışmalarını açıklamak ya da tanıtmak ve bilgi alışverişinde bulunmak amaçlarla bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Ayrıca toplantıya katılan delegelerin, seyahat, konaklama, katılım ücretleri, hatta diğer harcamalarının bir kısmının mensubu

bulunduğu kurum ya da kuruluşlarca ödenmesi kongre turizminin gelişimini kolaylaştıran nedenler arasında sayılmaktadır.

Kongre turizminin gelişmesini sağlayan diğer etkenler, arz ve talep açısından olmak üzere aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir (Aymanıkuy,2003:24-25):

Talep açısından

1. Gerek ulusal, gerekse uluslararası kurum, kuruluş ve şirketlerin sayısında her geçen gün meydana gelen artışlar ve bu kuruluşların değişik nedenlerle toplantı yapma ihtiyaçları,
2. Bilimsel, teknolojik gelişmelerin (çalışmaların) ve mesleki alandaki uzmanlaşma ihtiyaçlarının artması, farklı veya aynı alanlarda çalışanların bilgi alışverişi ihtiyacı,
3. Gelişen teknoloji ve değişen tüketici alışkanlıklarına paralel olarak üretilen yeni ürünleri ve üretime devam edilen mevcut ürünlerin pazarlanması ve tanıtım amacıyla yapılan sergi ve fuar gibi etkinliklerle birlikte, işletmenin farklı yerlerde, farklı türde toplantı düzenlemesi,
4. Aynı veya farklı sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki ilişkiler, toplantı düzenlemesini arttıran bir özellik taşımaktadır. Aynı iş kolunda faaliyet gösteren işletmeler bazen sektörle ilgili sorunları tartışmak, bazen de hiçbir neden olmadan olağan toplantılar düzenlemesi,
5. Aynı veya farklı meslekteki kişilerle tanışma isteği,
6. Bilimsel işbirliği yapma bilimsel araştırma sonuçlarını öğrenme,
7. Toplantı-kongre vesilesi ile yeni yerler görme isteği,
8. Toplantı ile tatil sürelerinin çakıştırılarak, toplantı öncesi ve sonrası tatil yapma isteği.

Arz açısından

1. Kongre sarayları ve toplantı salonlarına yönelik yatırımların artması. Dünya genelinde kongre düzenlemeye elverişli kongre ve konferans merkezlerinin sayısının her geçen gün artması. Bu gelişmenin artarak sürmesi,
2. Ülkelerin kongre büroları kurmaları,
3. Toplantı düzenlemeye uygun salonları bulunan kongre otellerinin, kongre organizasyonu içerisinde verdikleri hizmetleri geliştirmeleri,
4. Kongre organizatörlerinin hizmete hazır olmaları,
5. Havaalanlarında toplantı salonları ve konaklama tesisleri gibi hizmetlere yer verilmesi,
6. Kongrelerin, turistik çekim merkezlerinde düzenlenmeleri, turlarla birleştirilerek, turistik bir olgu haline getirilmeleri,
7. Turizm sektöründe hizmet veren seyahat acentaları, konaklama işletmeleri ve ulaştırma şirketlerinin kongrecilik ile ilgili çalışmalar yapmaları, hatta bazı acentaların kongre organizasyonu alanında uzmanlaşmaları.

Dünya ekonomisinde turizm sektörü önemli bir role sahiptir. Günümüzde uluslararası turizm, dünya ticaretinin yaklaşık % 7-8' ini oluşturmaktadır. Turizm ve hizmet sektörü dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Kongre turizmi de uluslararası turizm pazarında önemli bir paya sahiptir. Yapılan çeşitli araştırmalara göre kongre turizmi dünya turizm gelirinin % 30' unu kapsamaktadır. Uluslararası toplantı ve kongreler birliği (ICCA) tarafından hazırlanan rapora göre, 2010 yılında dünyada yaklaşık 9 bin 120 adet uluslar arası toplantı organize edildi. ICCA ölçütlerine uyan bu toplantılara yaklaşık 5 milyon 400 bin delege katıldı. Bu toplantıların yapıldığı en popüler ülke 623 toplantı ile A.B.D. olurken bunu sırası ile 542 toplantı ile Almanya, 451 toplantı ile İspanya ve 399 toplantı ile İngiltere takip etmektedir. Türkiye ise 160 toplantı ile 20. sırada kalmaktadır. Şehirler olarak baktığımızda en fazla toplantı 154 toplantı ile Viyana, 148 toplantı ile Barselona, 147 toplantı ile Paris, 138 toplantı ile Berlin olarak görülmektedir. Aynı listede İstanbul 109 toplantı ile 7. sırada Antalya ise 23 toplantı ile 79. sırada bulunmaktadır.

Aynı rapora göre yapılan bu kongrelerin % 52' si Avrupa'da ve yoğunluklu olarak gelişmiş ülkelerde yapılmaktadır. Söz konusu ülkelerde her türlü altyapı ve üstyapı bulunmaktadır. Kongre turizmi sadece teknolojik olarak imkanların gelişmiş olduğu yerlerde gelişebilmektedir.

Aynı rapora göre kongrelerin dağılımı olan aylara baktığımızda "Mayıs" ile "Kasım" ayı, kongrelerin en yoğun gerçekleştikleri aylardır. "Eylül" ayı ise tek başına en fazla yoğunluğun olduğu aydır. Kongrelerde ortalama gecelemlere baktığımızda 3,8 gün olarak gözükmekte ve son 10 yıllık durumla kıyasladığımızda giderek da azalmaya devam etmektedir.

Aynı rapora göre 2005 yılında fuar merkezleri en popüler mekanlar olarak göze çarpmakta iken şimdi buralardan vazgeçilmekte ve otellerin toplantı salonlarının kullanımı kongre merkezlerin kullanımına göre giderek artmaktadır. Oteller toplantı tesislerinin kullanımının son on yıllık ortalaması % 34,9 iken, yaklaşık % 43 ile 2010 yılında yerini sağlamlaştırmıştır. İkinci en popüler mekan olan konferans / sergi merkezleri % 37,4 den % 26,3 ile on yılda azalmıştır

Aynı rapora göre konu bakımından medikal ve ilaç sektörü %17,5 ile son on yılda olduğu gibi hala başı çekmekte ama yüzde olarak giderek azalmaktadır. İkinci ve yükselen bir değer olan bilim ile üçüncü yükselen değer olan teknik sürekli olarak artmaktadır.

Yine aynı rapora göre toplantılarda olan harcamalar 2005 ve 2009 yılları hariç hep düzenli bir artış göstermiştir. 2010 yılındaki harcamalar ise 2008 yılından sonraki en yüksek harcama yapılan yıl olmuştur. Toplam 13.829.949.143 \$ harcama yapılmıştır.

2.8. Türkiye’de Kongre Turizminin Gelişme Nedenleri

Türkiye’nin uluslararası kongrelerle tanışması 1969 yılında gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin uluslararası kongrelerle tanışması 1969 yılında gerçekleşmiştir. Turist Seyahat A.Ş. tarafından "Dünya Kızılhaç Kongresi" (1300 yabancı delege) ve "Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi" (1200 yabancı delege) Vip Turizm Seyahat Acentesi tarafından organize edilmiştir (Arslan,2008:25).

Türkiye için en önemli gelişmelerden biri 1996 yılında Lütfi Kırdar Kongre merkezinin hizmete açılması olmuştur. Açıldığı dönemde Türkiye'nin en büyük konferans ve sergi sarayı olan bu merkez 2400 kişilik fuayesi, 25 adet toplantı salonu ve 12 dilde anında tercüme yapabilen simültane sistemleri, audio-visual prodüksiyon ekipmanları ile çağdaş teknolojinin tüm olanaklarını sunmaktadır (www.icec.org).

Uluslararası kongre konusunda Türkiye en büyük atılımını 1-15 Haziran 1996 tarihleri arasında İstanbul'da düzenlenen ve son 20 yılın en büyük uluslararası organizasyonu sayılan "Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı" "HABİTAT II'ye ev sahipliği yapmak suretiyle gerçekleştirmiştir. HABİTAT II Konferansı ile Birleşmiş Milletler üyesi ülkelerin resmi delegasyonlarının yanı sıra bu sistemi oluşturan UNICEF, UNESCO, UNIDO gibi örgütler, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, özel sektör ve sendikaların temsilcileri ve akademisyenlerin katılımıyla 25000 insan İstanbul'da 2 hafta süre ile konaklamışlardır (Arslan,2008:25).

2004 yılı, uluslararası kongre pazarında İstanbul için bir dönüm noktası olmuştur. Düzenlenen kongrelerin büyük bir başarı ile gerçekleştirilmesi İstanbul'a olan güveni artırmış ve ilerdeki dönemlere yönelik kongre taleplerine de öncülük etmiştir. Özellikle Haziran ayı boyunca, sırasıyla Dünya Gazeteler Birliği ve Dünya Editörler Forumu, ardından OECD (Uluslararası Ekonomi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), KOBİ'lerden sorumlu Bakanlar Konseyi,İslam Konferansı Örgütü Bakanlar Konseyi ve

NATO Zirve Toplantısı için İstanbul'a onbini aşkın delege ve basın mensubu gelmiştir (Arslan,2008:25).

2004 yılında kongrelerin % 8,3'ü seyahat acenteleri, % 48,8'i oteller, % 31,2'si ise profesyonel kongre organizatörleri tarafından düzenlenmiştir (Arslan,2008:26).

Ülkemizde başta İstanbul olmak üzere İzmir, Ankara ve Antalya kongre turizmi merkezleri haline gelmiştir. Uluslararası kongrelerin % 68' i İstanbul'da yapılmaktadır.

Ulusal kongrelerde ise Antalya ağırlık kazanmaktadır. Antalya, coğrafi ve mimari yapısı, birbirinden güzel ve temiz koyları, kitle turizmi olması, havaalanına yakınlığı, önemli şehirlere uçuşların ve bağlantıların olması, iklimin uygunluğu, teşvik ve ödüle dayalı toplantılarda eğlence ihtiyacına fazlasıyla yanıt verebilmesi gibi yararlarından dolayı kongre turizmi açısından yeni bir destinasyon olma yönünde hızla gelişmektedir (Arslan;2008,27).

2.9. Ankara’da Turizm ve Kongre Turizmi

Ankara, çoğu kişi için bozkır topraklar üzerinde kurulmuş, bürokrasi ve siyasetle harmanlanmış bir yer olması nedeniyle eğlenceli olmayan bir kent gibi algılanmaktadır. Bu nedenle, dış turizmde sadece turistik kentlerimiz değil, turizm yönü çok ön planda olmayan şehirlerimiz bile Ankara'dan daha fazla turist çekmeyi başarmıştır (Arslan,2008:65).

2.9.1. Genel Olarak Ankara’nın Turizm Olanakları ve Arz Potansiyeli

Ankarada faaliyet gösteren sektörler düşünüldüğünde turizm insanların aklına ilk olarak gelen alanlardan biri değildir. Birçok alanda imkanlara sahip olmasına rağmen bunların hiçbiri alt ve üst yapı olarak gelişimini sağlayamamıştır. Eğer Ankara’daki turizm arz potansiyeli oluşturan yerlere bakılırsa çok farklı çeşitlilikler göstermektedir. Bunlara örnek olarak:

2.9.1.1. Kış ve Doğa Turizmi Potansiyeli

2.9.1.1.1. Elmadağ Kayak Pisti

Ankara şehir merkezine yakın Elmadağ ilçesinde bulunan Elmadağın kuzey yamaçlarında bulunmaktadır. 1855 m. Yüksekliğindedir. Kayak sezonu ocak-mart arasında olup, kar kalınlığı 30-60 cm'dir. Ankara'ya Olan uzaklığı sadece 18 km dir. Alanda kayak evi ile bir otel ve iki restoran bulunmaktadır. 548 m. uzunluğunda, saatte 720 kişi kapasiteli bir adet teleski bulunmaktadır. derecelerindedir (Mutluay, 2009; 581).

2.9.1.1.2. İdris Dağı

Ankara'nın Kalecik ilçesinin doğusunda bulunmaktadır. 1992 metre yüksekliktedir. (Ankara İl Haritası,2007;E12) Ankara'nın en yüksek dağlarından biridir. Kış turizmine uygun pistleri olmasına rağmen tesisleşme konusunda herhangi bir yapı bulunmamaktadır.

2.9.1.2. Doğa Yürüyüşlerine Uygun Vadiler

2.9.1.2.1. Kirmir Çayı Vadisi

Sakarya nehrinin en önemli kollarından birisi olan Kirmir Çayı , Güdül İlçesi yakınlarında, Köroğlu Dağlarının eteklerindedir. Kayalıkların arasında derin menderesler çizerek yol alan çay yaklaşık 40 km.'lik bir vadi oluşturur. Çayın geçtiği Yeşilöz Köyünde, 40 m. yükseklikte dört katlı mağaralar sistemi özellikle trekkingciler için ilgi çekicidir (ankara.bel.tr).

2.9.1.2.2. Pazar Çayı Vadisi

Kızılcahamam'ın güneybatısında bulunan Kurumcu dağının kuzey yamaçlarında bulunur. Derin ve sarp bir vadidir. Zengin ağaçlardan oluşmuş bitki örtüsü bulunmaktadır.

2.9.1.2.3. İlhan Çayı Ağan Deresi Vadisi

Zengin bir bitki örtüsüne sahiptir. 22 km lik peyzajı yapılmış yürüyüş parkuruna sahiptir (ankaralilarvakfi.org.tr).

2.9.1.2.4. Çubuk Çayı Vadisi

Çubuk çayı üzerinde oluşmuş bir vadidir. Dar bir yapısı bulunmaktadır. Kısa doğa yürüyüşlerine uygundur (ankaralilarvakfi.org.tr).

2.9.1.3. Yayla Turizmine Uygun Alanlar

2.9.1.3.1. Karaşar-Eğriova Yaylası

Bey pazarı'nın kuzeyinde, ilçeye 55 km. uzaklıkta , Karaşar beldesine 20 km. uzaklıktadır. Belenova, Kuyucak, Sarıalan, Çukurören ve Eğriova yaylalarını kapsayan Eğriova Yaylası 650 hektardır. Yayla turizmi, doğa yürüyüşleri, çadırlı camping ve günübirlik dinlenme gibi rekreasyon faaliyetleri için Ankara'nın en elverişli ve en güzel yaylalarından biridir. Alabalık ve çay balığı türlerinin bulunduğu gölet, sportif balıkçılık için olanak yaratmaktadır (ankaralilarvakfi.org.tr).

2.9.1.3.2. Çamlıdere-Benli Yaylası

Çamlıdere ilçesinin doğusunda, ilçeye 40 km. uzaklıktadır. Yaylanın etrafı zengin çam ormanları tabanı ise çayırlarla kaplıdır. Yayla evleri genellikle ahşaptır. Yayla turizmi, doğa yürüyüşü ve çadırlı kamp kurmaya elverişlidir (camlidere.bel.tr).

2.9.1.3.3. Nallıhan – Ömer Şeyhler Yaylası

Nallıhan'ı 11 km geçtikten sonra Sakarya nehrinin yakınındaki yayladır. Yukardan doğa manzarasına sahip sık ormanlarla kaplı bitki örtüsü vardır. Tesisleşme olarak herhangi bir yapısı bulunmamaktadır (nallihan.gov.tr).

2.9.1.3.4. Nallıhan-Andız Yaylası

Nallıhan ilçesine 30 km. uzaklıktadır. Köylülerin hayvan otlatmak için kullandıkları yaylada altyapı yoktur. Orman idaresi tarafından yapılmış bir çeşme mevcuttur. Etrafı karaçam ormanlarıyla kaplı olan yayla, doğa yürüyüşü ve çadırli camping için oldukça elverişlidir (ankaralilarvakfi.org).

2.9.1.3.5. Kızılcahamam-Ulucak Yaylası

Kızılcahamam ilçesinin doğusunda, ilçeye 40 km. uzaklıktadır. Yayla, haziran-eylül aylarında hayvan otlatmak amacıyla kullanılmaktadır. Altyapı yoktur. Yayla turizmine, dağ ve doğa yürüyüşlerine uygundur (kizilcahamam.bel.tr).

2.9.1.3.6. Kızılcahamam-Başköy Yaylası

Kızılcahamam ilçesine 45 km. uzaklıktadır. Çevresi çam ormanlarıyla kaplı olan yayla haziran-ekim aylarında hayvan otlatmak amacıyla kullanılmakta olup dağ ve doğa yürüyüşlerine elverişlidir (ankaralilarvakfi.org).

2.9.1.3.7. Kızılcahamam-Salın(Maden) Yaylası

Kızılcahamam'a 35 km. uzaklıktadır. Yaylanın çevresi çam ormanlarıyla kaplıdır. Yaylada hiçbir altyapı yoktur. Ancak su kaynakları boldur ve su çeşmelerden sağlanmaktadır. Salın yaylası yayla turizmi, dağ ve doğa yürüyüşü için elverişli olup, çadırli camping için uygun alanlar vardır (kizilcahamam.bel.tr).

2.9.1.3.8. Güdül-Sorgun Yaylası

Güdül ilçesinin kuzeyinde, ilçeye 23 km. uzaklıktadır. Sorgun köyü halkının yaz aylarında hayvan otlatmak amacıyla çıktığı yaylada, 1976 yılında yapılan bir de gölet bulunmaktadır. Etrafı zengin çam ormanlarıyla kaplıdır. Güdül ilçesinin en güzel yaylası olan Sorgun Yaylası, dağ ve doğa yürüyüşü, çadırli kamping, günübirlik dinlenme ve sportif balıkçılık gibi çok amaçlı turizm potansiyeline sahiptir. (ankaralilarvakfi.org)

2.9.1.4. Su Sporlarına Uygun Doğal Ve Yapay Göller

2.9.1.4.1. Moğan Gölü

Gölbaşı ilçesi sınırları içerisinde, Ankara'nın 20 km. güneyinde bir tatlı su gölüdür. Mogan gölü toplam 561 hektar alana kurulmuştur. Gölün uzunluğu 11 kilometreyi bulmaktadır (Hengirmen,2002;88).

Sonbahar sonunda ve ilkbahar öncesinde aralarında macar ördeği, pasbaş patka ve sakarmekenin de bulunduğu çok sayıda su kuşu gözlenir. Alanda üreyen diğer türler arasında küçük batağan, bahri, kızılboyunlu batağan, kara boyunlu batağan, küçük balaban, boz ördek, yeşilbaş, saz delicesi, sakarmeke ve uzunbacak sayılabilir. Bu nedenle alanda Kuş Gözlem evleri yapılmış, yaya olarak ulaşım sağlamak amacıyla karadan 13. km uzunluğunda ahşap yürüme yolu inşa edilmiştir (ankara.bel.tr).

Balık türleri; turna balığı, pullu sazan, kadife balığı, yayın balığı, gümüş balığı ve kerevit.

2.9.1.4.2. Eymir Gölü

ODTU döner sermaye işletmesi tarafından işletilen gölün arazisi ODTÜ'ye aittir. ODTÜ kürek takımı çalışma alanıdır. Takıma ait bir kayıkhanesi vardır.

Eymir Gölü'nde kürek ve su sporları, balık avlama (olta ile) ve piknik gibi etkinlikler yapılabilmektedir. Ayrıca gölün etrafında 6 km yürüyüş ve koşu parkuru bulunmaktadır.

2.9.1.4.3. Karagöl

Çubukta bulunan göl Ankara'ya 74 km uzaklıktadır. Çevresi ormanla kaplıdır. Küçük bir krater gölüdür. Çevresinde piknik yapılabilecek masalar bulunmaktadır. Ayrıca olta ile balıkçılık yapılabilmektedir.

2.9.1.4.4. Baraj Gölleri (Çubuk 1, Çubuk 2, Bayındır, Eğrekkaya, Çamlıdere, Asartepe, Sarıyar, Kesikköprü, Akyar Barajı, Kavşakkaya)

Baraj gölleri balıkçılığa elverişlidir. Sarıyar Barajı ve Çamlıdere Baraj Gölü rüzgâr sörfü yapmaya elverişlidir. Ayrıca baraj gölü çevreleri doğa yürüyüşleri ile piknik dinlenme ve kamp yapma ihtiyaçları için uygundur.

2.9.1.5. İlginç Jeolojik Oluşumlar ve Mağaralar

2.9.1.5.1. Haymana Demirözü Mağarası

1987 yılında mağara araştırma derneği tarafından haritalanmıştır. 974 metre uzunluğu ile Ankara'nın en uzun mağarasıdır. 150 metrede erken hristiyanlık dönemine ait kalıntılar ve su sarnıcı bulunmaktadır (humak.hacetepe.edu.tr).

2.9.1.5.2. Tuluntaş Mağarası

Ankara'ya 15 km. uzaklıkta Gölbaşı ilçesindedir. İncek, Hacılar ve Tuluntaş köyleri arasındaki Karayatak tepe mevkiinde bulunmaktadır. Uzunluğu 5 km., genişliği 1-1.5 km., yüksekliği 30-40 m. olan büyük bir kireç taşı bloğunun içinde, kimyasal erimeler sonucunda oluşan mağarada görülmeye değer dikit, sarkıt ve sütunlar bulunmaktadır (ankaralilarvakfi.org).

2.9.1.5.3. Şingirdaklın Mağarası

Ayaş'da bulunan mağara temel mağaracılık eğitimleri, başlangıç düzey mağaracılık ve TİT (tek ip tekniği) için uygundur. (sat.metu.edu.tr)

2.9.1.6. Milli Parklar ve Tabiat Parkları

2.9.1.6.1. Soğuksu Milli Parkı

Kızılcahamam bölgesinde Ankara merkeze 80 km uzaklıktadır. Arazisi volkanik bir sahadır. Bu nedenle içerisinde bol miktarda sıcak ve soğuk su kaynakları bulunmaktadır ve bunlar kaplıca turizmi açısından da kullanılmaktadır. Milli Park alanının 800 hektarı ormanlık saha, 250 hektarı ise açıklık olarak bulunmaktadır. Milli

Park alanında ayı, çakal, yaban domuzu gibi hayvanlar ve 35'in üzerinde kuş cinsi yer almaktadır (kizilcahamam.bel.tr). Ayrıca soyu tükenmekte olan kara akbaba da Milli Park içerisinde koruma altına alınmıştır. Parka bağlı olarak kurulmuş üretme çiftliğinde ise kınalı keklik, çim keklik, şahin, sülün, bıldırcın ve güvercin bulunmaktadır (Mutluay, 2009; 581)

Tesisleşme olarak park içerisinde 16 kilometrelik çevre yolu, idare binası, misafırhane, gazino, memba suyu işletmesi, otel yer almaktadır.

Ankara'da faaliyet gösteren izci gruplarının tercih ettiği bir park alanıdır.

2.9.1.6.2. Asarlık Tepeleri

Farklı dirençteki kil tabakalarının aşınımıyla oluşmuş “Kuesta Morfolojisinin” örneğini teşkil etmektedir (nallihan.gov.tr).

2.9.1.7. Orman İçi Dinlenme Yerleri

2.9.1.7.1. Beynam

Beynam ormanı, Ankara'nın 50 km güneyinde Bâla ilçesinde tarım alanlarıyla çevrili bir ormandır. Adını yakınındaki Beynam köyünden alır. Karaçam türü ağırlıkta olan bir kalıntı ormandır.

Ormanda kurt, tilki, porsuk, tavşan, domuz, ağaç sansarı, tarla sincabı gibi memeliler ile keklik, kartal, puhu, karga, doğan, dağ bülbülü, karatavuk, çavuşkuşu gibi kuşlar yaşamaktadır. Burada bulunan şah kartal korumaya alınmış ve IUCN kırmızı listesinde "Hassas tür" olarak sınıflandırılmıştır (Mutluay, 2009; 580)

2.9.1.7.2. Çamkoru

Çamlıdere ilçesi sınırları içinde, Ankara'nın 110 km kuzeybatısında bir tabiat parkıdır. Tabiat parkında ayrıca Çamkoru göleti bulunur. 215 hektar büyüklüğünde olan tabiat parkını eski Ankara-Bolu devlet karayolu park sahasını ikiye böler.

Çamkoru tabiat parkı ziyaretçilerin eğlenme ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılar. Çadırılı kamp yapmak mümkündür. Çamkoru orman içi dinlenme yerinde piknik ve gezinti alanları mevcuttur. Millî Eğitim Bakanlığı'nın bir izcilik kampı bulunur. Eskiden dinlenme yeri olarak kullanılan Çamkoru, 2008 yılında T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından Türkiye'nin 23. tabiat parkı olarak ilan edilmiştir. Sahanın bir kısmı hazine'ye aittir (camlidere.bel.tr).

2.9.1.7.3. Hoşbe

Nallıhan'a 2 km. uzaklıktadır. Dinlenme yeri ve kamp yeri olarak da kullanılmaktadır. Mesire alanında ayrıca, bir de türbe yer almaktadır. Tesisleşme olarak oturma alanları, restaurant ve çeşmeler bulunmaktadır (nallihan.gov.tr).

2.9.1.7.4. Sorgun

Güdül ilçesinin kuzeyinde güdüle 23 km uzaklıktadır. Çam ağaçlarından oluşan bir bitki örtüsü ve orman içersinde bir göleti bulunmaktadır (gudul.bel.tr).

2.9.1.7.5. Uluhan

Nallıhan ilçe merkezine 33 km uzaklıktadır. Orman içi oturma alanları ve piknik alanları mevcuttur (nallihan.bel.tr).

2.9.1.8. İçme Ve Kaplıcaları

Kaplıcaların kapasite durumları Tablo 2’ de incelenmiştir.

Tablo 2 Ankara ilindeki kaplıcaların kapasitesi

KAPLICALAR	AKIM DEĞERLERİ	BANYO KAPASİTESİ
Kızılcahamam – Sey	20 lt/sn	2880 kişi/gün
Ayaş İçmesi ve Kaplıcası	50 lt/sn	7200 kişi/gün
Beypazarı Dutlu - Tahtalı	10 lt/sn	1440 kişi/gün
Haymana	50 lt/sn	7200 kişi/gün
Kızılcahamam	60 lt/sn	8640 kişi/gün
Polatlı – Malıköy	5 lt/sn	720 kişi/gün
Çubuk Melikşah	30 lt/sn	4320 kişi/gün
Ayaş – Karakaya	35 lt/sn	5040 kişi/gün
Toplam	260 lt/sn	37440 kişi/gün

(Ankara il Turizm Müdürlüğü, 1997;59)

Bu kadar büyük miktarda kapasitesi olmasına rağmen kaplıca turizminde de bir marka değerinin olmaması, yeterli tesislere sahip olamaması gibi nedenlerden dolayı, yakınındaki Afyon ili kaplıca turizmi olarak Ankara’nın çok ilerisindedir.

2.9.1.8.1. Kızılcahamam- Sey hamamı kaplıcası

Kızılcahamam-Çerkeş yolu üzerinde Güvem bucağının 2 km batısındadır. Suyun ısısı 43 °C’ dir. Su kimyasal bileşim olarak bikarbonatlı, sodyumlu, kalsiyumlu, karbondioksiti ve flüorürlü bir bileşime sahiptir. Termal tesislerden içme ve banyo kürleri olarak yararlanılmaktadır. Termal suların romatizma, eklem ve kireçlenme, mide ve bağırsak, kan dolaşımı, sinirsel hastalıklar, karaciğer ve safra kesesi, beslenme bozukluğu gibi hastalıklara olumlu etki yaptığı bilinmektedir. Tesis çevresinde konaklama tesisleri bulunmaktadır (ankaralilarvakfi.org).

2.9.1.8.2. Ayaş içmesi ve kaplıcası

Sıcaklık derecesi 51 °C’ dir. Üst solunum yolu hastalıklarına ve akciğer hastalıklarına iyi geldiği bilinmektedir. Sodyum, potasyum, demir, alüminyum,

kalsiyum ve magnezyum içerir. Hem içme suyu hem de kaplıca suyu olarak kullanılabilmektedir (ayasicmeceleri.com).

2.9.1.8.3. Beypazarı-Dutlu, Tahtalı kaplıca ve içmeleri

Beypazarı ilçesindedir. Su kaynaklarından kaplıca ve içme olarak yararlanılmaktadır. Su sıcaklığı 31-52 °C'dir. Kaplıca suyu klorürlü, sülfatlı, sodyumlu, kalsiyumlu, karbondioksitli bir bileşime sahiptir. Cilt hastalıkları, karaciğer, safra kesesi, pankreas, damar sertliği rahatsızlıklarına iyi gelmektedir (ankaralilarvakfi.org).

2.9.1.8.4. Haymana kaplıcası

Ankara'ya 73 km uzaklıktaki Haymana ilçesindeki kaplıcanın su sıcaklığı 44,5 °C'dir. Suyun bileşimi; bikarbonat, kalsiyum, sodyum, magnezyum ve karbondioksitten oluşmaktadır. Mide, karaciğer, pankreas, damar sertliği, akciğer rahatsızlıklarına iyi gelmektedir (haymana.com).

2.9.1.8.5. Kızılcahamam kaplıcası

Suyun ısısı; büyük kaplıca kaynağında 47 °C, küçük kaplıca kaynağında 44 °C, Kızılcahamam maden suyu kaynağında 19.5 °C, Acısu kaplıcası kaynağında 34 °C, Acısu kaynağında 37 °C' dir. Su fiziki ve kimyasal bileşim olarak hipertermal, hipotonik sular sınıfındadır. Tesislerden içme ve banyo kürleri şeklinde yararlanılmaktadır. İçme kürleri karaciğer, safra kesesi, mide ve bağırsak, iç ve dış sökresyon kolenlar ve metabolizma hastalıkları; banyo kürleri kalp, dolaşım bozuklukları, romatizma üzerinde etkilidir. Alan çevresinde konaklama tesisleri mevcuttur (ankaralilarvakfi.org),

2.9.1.8.6. Çubuk-Melikşah Kaplıcası

Ankara' ya 30 km uzaklıktadır. Melikşah köyünün güneyinde bulunan iki termal kaynakta toplam kaynak akım değeri 20 lt/sn ve sıcaklık 31°C' dir. Bu kaynak suları kalsiyum, magnezyum ve bikarbonat içermektedir. Termal sular romatizmal ağrılara ve bazı cilt sorunlarına olumlu etki yapmaktadır (cubuk.bel.tr).

2.9.1.8.7. Ayaş-Karakaya Kaplıcası

Ankara'ya 58 km. uzaklıktaki Ayaş ilçesinde ve karayolu üzerinde bulunan Karakaya Termal Kaynağı'nın çıktığı yerde Selçuklular döneminden günümüze kalan tarihi bir hamamdır. Kaplıca suyunun sıcaklık derecesi 31°C, kaynak akım değeri 4.8 lt/sn, radyoaktivitesi 22 ş/Avp' dir. Kimyasal bileşimi bikarbonatlı, sodyumlu, kalsiyumlu ve karbondioksitlidir. Tarihi kaplıca hamamında dört özel banyo ve iki havuz bulunmaktadır. Ayrıca mide, bağırsak, karaciğer, safrakesesi ve metabolizma rahatsızlıkları olan hastalar dışarıya yapılmış çeşmelerden çeşme olarak yararlanmaktadır. Kaplıca suyu; felç ve mafsallık rahatsızlıkları, kadın hastalıkları, romatizma, nevrjili ve nevrasteni gibi hastalıklara iyi gelmektedir (ankara.com).

2.9.1.9. Tarihi Oluşumlar Ve Turistik Köyler

2.9.1.9.1. Ankara Kalesi

Ulus'un Bentderesi mahallesindedir. Bentderesine hakim yüksek bir tepeye inşa edilmiştir. Denizden yüksekliği 978 metredir. M.Ö. 2. yüzyılda ilk kez yapılmıştır. Bizans, Anadolu Selçuklu ve Osmanlılar çeşitli ekleme ve onarımlar yapılmıştır. İç ve dış kale olmak üzere 2 bölümden oluşur. Kayalık bir taban üzerine oturtulmuştur. Roma dönemindende çok sayıda lahit, sütun başlığı gibi tarihi yapılara rastlanmaktadır. Kullanılan ana malzeme Ankara taşıda denilen andezittir. Ayrıca içinde saati çalışmayan 1884 yılından kalma bir saat kulesi bulunmaktadır (Hengirmen,2002;88). Toplan alanı 43.000 metrekaredir. Ve iç kalede 42 adet kule vardır (Mutluay, 2009; 580).

2.9.1.9.2. Beypazarı

Ankara'daki turistik hareketlerden bahsederken ilçe olarak Beypazarı'nı ayrıca incelememiz gerekmektedir. 1999 yılında sadece 2501 adet turist ziyaret ettiği bu ilçede yapılan organize çalışmalar ve kentsel dönüşüm projeleri sonucunda 2009 yılında 400.000 adet turist tarafından ziyaret edilmiştir (beypazarı.bel.tr). Birçok şehir tarafından da kentsel dönüşüm için bu ilçede uygulanan sistem örnek olarak kullanılmıştır.yöresel evleri ve yöresel mutfağı turizm için gerekli bütün düzenlemelerin

belediye ve yerel turizm müdürlükleri tarafından sıkı olarak takip edilen turistik bir tatil beldesidir.

2.9.1.9.3. Hamamönü

Altındağ Belediyesi sınırları içersinde olan eski bir sokaktır. 2004 yılında başlayan çalışmalarla restorasyonuna başlanmış ve bunun sonucunda 22 tane yeniden restore edilmiş Ankara evi, geleneksel el sanatlarının sergilendiği “Sanat Sokağı”, 575 metrekare alan üzerine kurulu toplantı, konser, sinema gibi faaliyetlerin yapılabileceği “Sanat Evi” 19. yüzyılın sonlarından kalma Kamil Paşa Konağı ve 4 adet tarihi özelliği olan cami ortaya çıkmıştır (hamamonu.com.tr).

2.9.1.10. Müzeler ve Tarihi Yapılar

2.9.1.10.1. Etnoğrafya müzesi

Selçuklu döneminden günümüze kadar olan türk sanat eserleri ile etnografik malzemelerin sergilendiği zengin bir müzedir (Mutluay, 2009; 580) .1926 yılında Türkiye Cumhuriyetinin ilk müze binası olarak inşa edilmiştir. Atatürk’ün naşı 1938-53 yılları arasında burada korunmuştur. Müzenin içinde eski bir Ankara evinin iç düzenlemesi, halı ve kilimler, madeni eserler, ahşap mihrap, minberler Anadolu Selçuklu döneminden halk giysileri, süs eşyaları ile geleneksel türk el sanatı eserleri bulunmaktadır. (Hengirmen,2002;50)

2.9.1.10.2. Rahmi Koç Çengel-Han Müzesi

Çengelhan Rahmi M Koç Müzesi Ankara’nın ilk ve tek sanayi müzesidir. Müze ulaşım, sanayi ve iletişim tarihine ilgili eserleri barındırmaktadır Ankara Kalesi’nin girişindeki eski bir bedesten olan Çengelhan’ da sergilenmektedir. Koleksiyon, minyatür modellerden başka sandal ve arabalar gibi birebir ölçülerde objeleri de kapsamaktadır (rmk-museum.org.tr).

Son zamanlarda özel girişim tarafından Ankara’ nın merkezinde yapılan Çengelhan Rahmi Koç Müzesi, divan otel ve ayrıca Ankara kalesi düzenlemeleri şehrin turizm anlamındaki dönüşümü için iyi bir örnektir.

2.9.1.10.3. Anadolu Medeniyetler Müzesi

1997 yılında Avrupa' da yılın müzesi seçilmek gibi önemli bir başarıya imza atan Anadolu Medeniyetleri Müzesi, At pazarı olarak isimlendirilen semtte, Ankara kalesi'nin dış duvarının güney doğu kıyısında, yeni işlev verilerek düzenlenmiş iki Osmanlı yapısında yer alır. Bu yapılardan biri Mahmut Paşa Bedesteni, diğeri Kurşunlu Han'dır.Bedestenin; Fatih dönemi baş vezirlerinden Mahmut Paşa tarafından 1464 - 1471 tarihleri arasında yaptırıldığı tahmin edilmektedir. Müzenin planı klasik tiptedir. Ortada 10 kubbe ile örtülü dikdörtgen planlı kapalı mekan, karşılıklı yerleştirilen üstü beşik tonozlarla örtülü 102 dükkandan meydana gelen bir arasta ile çevrilmektedir (Hengirmen,2002;29)

Müzede Paleolitik Çağdan başlayarak günümüze kadar Anadolu arkeolojisi sergilenmektedir.

2.9.1.10.4. Eski T.B.M.M. Kurtuluş Savaşı Müzeleri

İlk Türkiye Büyük Millet Meclisi bugün Kurtuluş savaşı müzesi olarak kullanılmaktadır. Türkiye Büyük Millet Meclisi 23 nisan 1920'den 1924 yılına kadar burada çalışmıştır.Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk Anayasa'sı ile Lozan Barış anlaşması ile ilgili kararlar bu mecliste alınmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu ile ilgili önemli fotoğraf, belge ve bazı eserler burada sergilenmektedir.

2.9.1.10.5. Anıtkabir

Türkiye Cumhuriyeti kurucularından Mustafa Kemal Atatürk'ün Anıt mezarıdır. Ayrıca Cemal Gürsel ve İsmet İnönü' nünde mezarları buradadır.

Anıtkabir'in yapımında, beton üzerine dış kaplama malzemesi olarak kolay işlenebilen gözenekli, çeşitli renklerde traverten, mozole içi kaplamalarında ise mermer kullanılmıştır (wowturkey.com).

Barış Parkı çeşitli yabancı ülkelerden (Afganistan, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avusturya, Belçika, Çin, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Hindistan, Irak, İngiltere, İspanya, İsrail, İsveç, İtalya, Japonya, Kanada, Kıbrıs, Mısır, Norveç,

Portekiz, Yugoslavya ve Yunanistan) ve Türkiye'nin bazı bölgelerinden getirilen fidanlarla oluşturulmuştur (kultur.gov.tr).

Toplam 120.000 m² lik bir alanı kaplayan Anıtkabir Anıt Bloku üç bölümden oluşmaktadır (wowturkey.com) :

Aslanlı Yol, Tören Meydanı ve Mozolenden oluşmaktadır.

Anıtkabir' e Tandoğan kapısından girildiğinde Barış Parkı içerisinde uzanan yoldan Aslanlı Yol başındaki 26 basamaklı geniş merdivenlere ulaşılır. Merdivenin hemen başında karşılıklı olarak "İstiklâl" ve "Hürriyet" kuleleri yer alır. Anıtkabir yapı topluluğu içinde, simetri gözetilerek yerleştirilmiş olan on adet kule vardır. Kuleler, plan ve yapı bakımından birbirinin benzeridir. Kareye yakın 12 x 14 x 7,20 m. boyutlarında dikdörtgen plan üzerine kurulmuş olan kulelerin üzeri piramit biçiminde çatılarla örtülüdür. Çatıların tepelerinde, eski Türk çadırlarında görülen tunç mızrak ucu vardır. Eski Türk kilim desenlerinden alınmış geometrik süslemeler, fresk tekniğinde uygulanmıştır. Ayrıca kulelerin iç duvarlarında, o kulenin ismiyle ilgili bir kompozisyon ve Atatürk'ün özlü sözleri bulunmaktadır (kultur.gov.tr).

21 Haziran 1960' da Anıtkabir Atatürk Müzesi açılmıştır. Burada Atatürk'ün kullandığı eşyalar kendisine hediye edilen armağanlar ve giysileri teşhir edilmektedir. 26 Ağustos 2002 tarihinde (Büyük Terauz' un 80. yıldönümünde) yeni düzenleme ile Atatürk mozolesinin altındaki 3000 metrekairelik alan müzeye dahil edilmiştir (wowturkey.com).

2.9.1.10.6. T.C.D.D. Açık hava lokomotif müzesi

Celal Bayar bulvarı üzerinde Ankara gar sahası içersinde bulunmaktadır. Demiryolunun tarihinde kullanılan 10 farklı türdeki buharlı lokomotif ile bunlara ait vinç ve teknik ekipmanların sergilendiği müzedir.

2.9.1.10.7. Ulus Cern-Modern Müzesi

Ulus' daki eski vagon tamirhaneleri ve cern atölyelerinin kültür bakanlığı tarafından restore edilmesi ile kazanılmış olan 11.500 metre karelik öncelikli faaliyet

alanı modern sanatlar olan ama bunun dışında sanat ile ilgili her türlü sergiye yer veren bir müzedir.

Mimari olarak da modern mimari ile yapılmıştır. Süreli sergi galerileri, fotoğraf galerisi, müze mağazası, konferans ve çok amaçlı salon, sanatçı ikametleri, kafe ve heykel park alanlarına sahiptir.

2.9.1.10.8. Ulucanlar Cezaevi Müzesi

1925 ve 2006 yılları arasında Ankara'nın Altındağ ilçesinin Ulucanlar semtinde faaliyet göstermiş olan bir cezaavidir. Türk siyasi ve edebi hayatında da önemli bir yere sahip olan Ulucanlar Cezaevi restore edilerek müze ve kültür sanat merkezine dönüştürülmüştür. 2009 yılında başlatılan restorasyon çalışmaları 2010 yılında tamamlanmıştır. 1923 yılında askeri depo olarak hizmet vermek üzere inşa edilen bir bina içine kurulan cezaevi, 1925 yılında yapılan tadilatlar ile cezaevi olarak kullanılmaya başlanmıştır.

68 kuşağının önde gelen isimlerinden Deniz Gezmiş, Yusuf Aslan ve Hüseyin İnan, 6 Mayıs 1972 tarihinde cezaevi avlusundaki kavak ağacının altında idam edilmiştir. 1980 ihtilalinin ilk infazı, 8 Ekim gecesinde Necdet Adalı ile Mustafa Pehlivanoglu'nun idam edilmesiyle bu cezaevinde gerçekleşmiştir. 13 Aralık 1980'de ise Erdal Eren' e verilen idam cezası burada gerçekleştirildi.

Cezaevi, Muhsin Yazıcıoğlu, Bülent Ecevit, Kemal Tahir, Yaşar Kemal, Nazım Hikmet, Cüneyt Arcayürek, Metin Toker, Fakir Baykurt, Yılmaz Güney, Hatip Dicle, Orhan Doğan, Sırrı Sakık, Selim Sadak ve Mahmut Alınak gibi çok sayıda ünlü tutuklu ve mahkuma ev sahipliği yapmıştır.

29 Eylül 1999' da başlatılan “Hayata Dönüş Operasyonu” sırasında cezaevinde 10 kişi öldü, 100' e yakın kişi de yaralanmıştır.

2.9.2. Ankara'daki Kongre Turizmi Mevcut Arzı

Ankara, Türkiye' nin başkenti olarak, başkent oluşundan kaynaklanan işlevler yüklenmiş olup daha çok hizmet sektörlerinin geliştiği bir kenttir. Sağlık, eğitim ve kültür hizmetleri gelişmiş olan Ankara' da birçok sanayi kolu da giderek gelişmektedir. Değişen dünyada Ankara'da, ekonomik faaliyetlerin gelişmesi ve çeşitlenmesinin yanı sıra, kentin ulaşılabilirliğini artıran, sosyal ve kentsel altyapıyı geliştiren projeler Ankara'nın ulusal ve uluslararası alanda yeni roller ve işlevler üstlenmesini destekleyici gelişmelerdir (Ankara İl Turizm Müdürlüğü ,1998:13).

Açılan bu işletmeler Ankara' nın Türkiye' nin başkenti olmasından dolayı elçilik, konsolosluk, askeri komutanlıklar, siyasi parti merkezleri, TBMM gibi siyasi kurumları bünyesinde barındırması, nüfus yoğunluğu, eğitim, sağlık kurumları, vakıflar, odalar, derneklerin yoğunluğundan dolayı kendi kongre turizmini de yaratan bir şehirdir.

Ankara Türkiye' nin merkezinde olması, gelişmiş bir hava alanına sahip olması ve 4 ana güzergahtan kara yolu ile etkin bir ulaşım imkanının olması (İstanbul yolu, Konya Yolu, Samsun Yolu, Eskişehir yolu) ulaşım imkanı açısından sıkıntısı bulunmayan bir şehirdir. Etrafındaki kentlerin şehir merkezlerine yakındır ve hemen hemen her şehirden düzenli otobüs seferleri düzenlenmektedir. Demiryolu ulaşım imkanı açısından yeni açılan Eskişehir ve Konya hızlı tren hatları ile birlikte modern demiryolu taşımacılığında da iyi durumdadır. Önümüzdeki 5 yıl içerisinde İstanbul'a kadar hızlı tren hatlarının geliştirilmesi planlanmaktadır. Hızlı tren dışında da Başkent, Fatih, Anadolu ekspres seferleri batıya karası ekspresi ile İzmir'e bağlantılıdır.

Boş zamanların değerlendirilmesi olanakları ile Ankara sahip olduğu birçok büyük modern alışveriş merkezi, Eğlence mekanları ve turistik gezi yerleri ile alternatifler sunabilmektedir.

Ankara' nın mevcut kongre arzını inceleyecek olursak ilk sırada oteller bulunmaktadır. Otellerin ardından kongre merkezleri kolej, üniversite ve akademik toplantı mekanları kongre arzını oluşturmaktadır.

2.9.2.1. Oteller

Turizm bakanlığının 2011 yılı verilerine göre (Tablo 4) Ankara'daki otellere toplam 1.936.269 kişi gelmiştir. Bu sayının 1.518.864 ü turizm belgeli otellere 417.400 ü de belediye belgeli tesislere gelmiştir. Ankara'da çok ciddi bir konaklama talebi bulunduğunu görmekteyiz. Geçen yıllar boyunca olan bu talepten dolayı gerek ulusal (Dedeman, Altinel,) gerekse uluslararası birçok zincir otel, (Hilton, Sheraton, Swiss, JW Marriott, Radisson, Rixos vb.) Ankara'da otel işletmesi açmıştır.

Ankara'daki 5 yıldızlı ve 4 yıldızlı otellerin 100 kişiden büyük toplantı imkanı sunan kapasiteleri bakacak olursak (Tablo 3) 2.000 kişinin üstünde toplantı imkanı sunan 6 tane otel bulunmaktadır. Bu oteller büyük çaplı toplantılara kendi bünyesindeki toplantı salonları ile yanıt verebilmektedir.

Ayrıca Büyük Anadolu Oteldeki 8000 kişilik kongre ve toplantı salonu spor müsabakaları için stada dönüşebilme özelliği ile çok farklı türdeki kongre ve toplantılara da hizmet verebilmektedir.

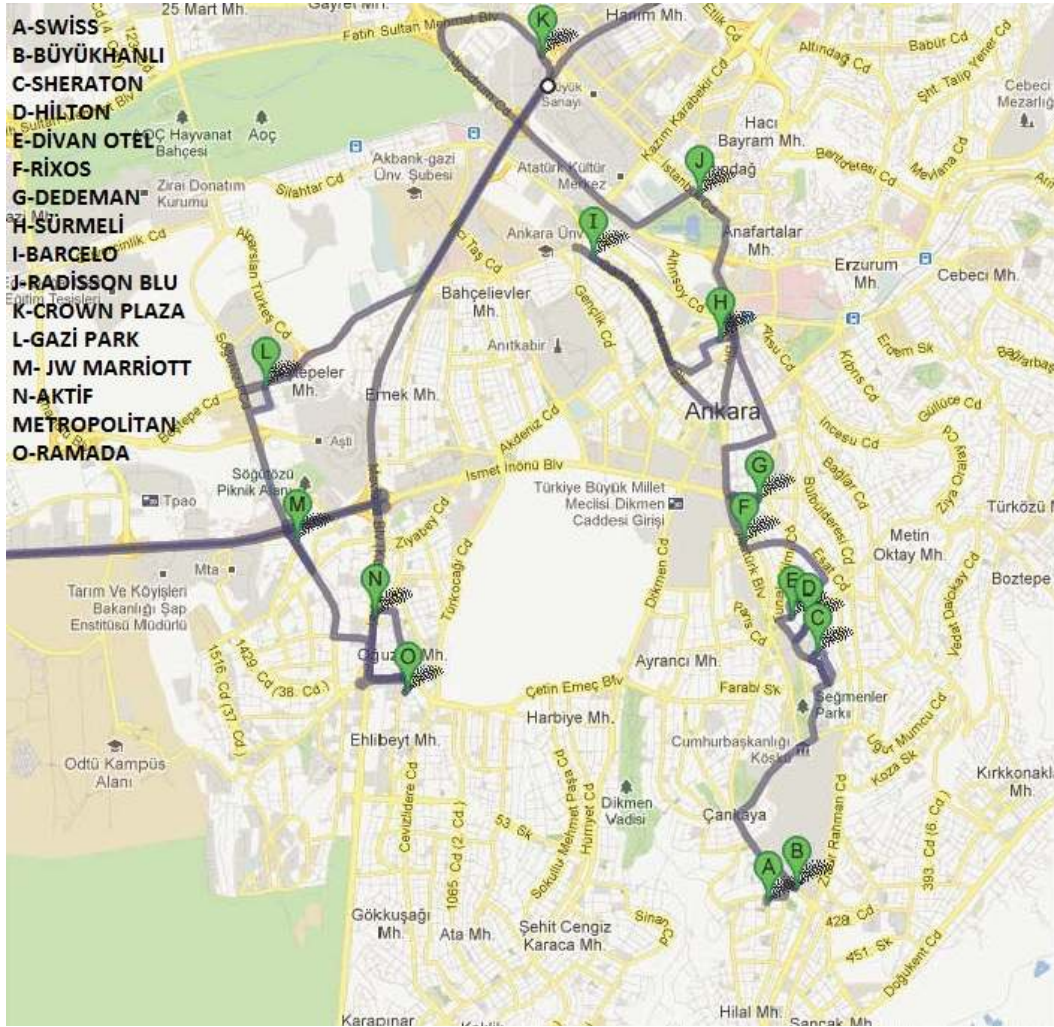
Toplamda sunulan 3.744 adet oda kapasitesi ile 10.000 kişiye kadar gecelik konaklama imkanı, bu oteller tarafından sunulabilmektedir.

Ortaklaşa düzenlenecek büyük uluslararası kongrede bu otellerin sundukları 32,507 kişilik kapasite ile Ankara kongre ve toplantı salonu konusunda iyi bir performans gösterebilir.

Tablo 3 Ankara'daki otellerin toplantı ve oda kapasiteleri

Yıldız Sayısı	Otel Adı	Oda Sayısı	En Yüksek Toplantı Kapasitesi / kişi
5 Yıldız	Büyük Anadolu Otel	249	8000
5 Yıldız	Jw Marriott	413	3065
5 Yıldız	Sheraton Otel	414	2916
5 Yıldız	Rixos Premium Otel	215	2788
5 Yıldız	Bilkent Otel	235	2784
5 Yıldız	Esenboğa Airport Hotel	122	2040
5 Yıldız	Swiss Otel	150	1700
5 Yıldız	Dedeman Otel	299	1320
5 Yıldız	Hilton Otel	348	1303
5 Yıldız	Barcelo Altınel Otel	172	1280
5 Yıldız	Sürmeli Otel	200	1200
5 Yıldız	Crown Plaza Otel	263	1093
5 Yıldız	Aktif Metropolitan Otel	76	440
5 Yıldız	Radisson Blu Hotel	202	70
4 Yıldız	Gazi Park Otel	75	1290
4 Yıldız	Büyükhanlı Park Otel	106	770
4 Yıldız	Divan Hotel Moment Ankara	83	288
4 Yıldız	Ramada Otel	122	200
Toplam		3.744	32.547

Konum olarak bu otelleri inceleyecek olursak haritada görüldüğü gibi Ankara'daki oteller birbirlerine çok yakın değildir. (Şekil 1) Fakat aynı ulaşım yolu üzerinde bulunup birlikte büyük kapsamlı kongrelere yanıt verebilirler. Düzenlenecek herhangi büyük kapsamlı uluslararası kongrede otellerin bir arada hareket etmesini kolaylaştırmaktadır.



Şekil 1 Ankara Otel Konumları (Maps.google.com)

Tablo 4 Ankara İlindeki Tesislere Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi Ve Doluluk Oranlarının Tesis Tür Ve Sınıflarına Göre Dağılımı (2011)

Distribution Of Number Of Arrivals, Nights Spent, Average Length Of Stay And Occupancy Rates İn Ankara By Type And Class Of Establishment

Tesis Tür Ve Sınıfı	Tesis Geliş Sayısı Number Of Arrivals			Geceleme Nights Spent			Ortalama Kalış Süresi Average Length Of Stay			Doluluk Oranı % Occupancy Rate %			Type And Class Of Establishment
	Yabancı Foreigner	Yerli Citizen	Toplam Total	Yabancı Foreigner	Yerli Citizen	Toplam Total	Yabancı Foreigner	Yerli Citizen	Toplam Total	Yabancı Foreigner	Yerli Citizen	Toplam Total	
OTEL			-										Hotel
5 YILDIZ	121 655	280 674	402 329	246 362	472 001	718 363	2,0	1,7	1,8	11,13	21,32	32,45	5 Star
4 YILDIZ	114 811	370 159	484 970	214 713	580 948	795 661	1,9	1,6	1,6	10,96	29,65	40,61	4 Star
3 YILDIZ	80 077	305 358	385 435	193 319	425 188	618 507	2,4	1,4	1,6	12,25	26,95	39,20	3 Star
2 YILDIZ	14 944	216 209	231 153	92 986	311 072	404 058	6,2	1,4	1,7	9,15	30,62	39,78	2 Star
1 YILDIZ	1 241	13 741	14 982	4 844	20 412	25 256	3,9	1,5	1,7	5,87	24,74	30,62	1 Star
Otel Toplamı	332 728	1 186 141	1 518 869	752 224	1 809 621	2 561 845	2,3	1,5	1,7	10,98	26,42	37,40	Total Hotels
Motel	1 014	998	2 012	4 635	1 717	6 352	4,6	1,7	3,2	31,75	11,76	43,51	Motel
Pansiyon	32	1 548	1 580	32	2 344	2 376	1,0	1,5	1,5	0,30	21,74	22,04	Boarding House
Oberj	-	9 778	9 778	-	9 778	9 778	-	1,0	1,0	-	40,59	40,59	Inn
Eğitim Uygulama	1 759	1 798	3 557	8 315	3 089	11 404	4,7	1,7	3,2	31,64	11,75	43,39	Training Est.
Özel Tesis	18 626	28 453	47 079	30 825	39 382	70 207	1,7	1,4	1,5	19,97	25,51	45,47	Special Est.
Butik Otel	5 498	17 929	23 427	6 930	23 458	30 388	1,3	1,3	1,3	8,33	28,19	36,52	Boutique Hotel
Termal Otel	450	37 776	38 226	1 062	68 929	69 991	2,4	1,8	1,8	0,39	25,46	25,85	Thermal Hotel
Genel Toplam	360 107	1 284 421	1 644 528	804 023	1 958 318	2 762 341	2,2	1,5	1,7	10,82	26,34	37,16	Grand Total

(ktbyatirimisletmeler.gov.tr ,2012)

2.9.2.2. Kongre, Toplantı Merkezleri ve Fuar alanları

Ankara’da Atatürk kültür merkezi, Altınpark fuar ve gösteri merkezi, Anadolu gösteri ve kongre merkezi, Nazım Hikmet kongre ve sanat merkezi ile Congressium uluslararası toplantı ve fuar merkezleri bulunmaktadır.

2.9.2.2.1. Atatürk Kültür Merkezi

Ankara’da ilk kurulan kongre ve toplantı merkezi 29 Ekim 1981 tarihinde temeli atılmış olan Atatürk Kültür Merkezi’dir. Atatürk Kültür Merkezi kompleksi, müze - sergi - folklor - kütüphane, kongre salonu, konser salonu, opera - bale binası, tiyatro binası ve genel hizmetler binaları vardır. Toplam alanı 81.420 m² dir. 200 kişilik kongre ve toplantı salonu günümüzde çok yeterli olmamakla beraber Kültür merkezin de yoğunluğunu kaybetmiştir. Şu an toplantılar için kullanılamasa da resim, heykel, desen, seramik ve ebru kursları için kullanılmaktadır (akm.org.tr).

2.9.2.2.2. Altınpark Fuar ve Kongre Merkezi

1991 yılının Ekim ayında açılan Altınpark fuar ve kongre merkezi 7500 metrekare kapalı, 25 bin metrekareden başlayan açık sergileme alanları olan birbirine bağlantılı 2 bloktan oluşmuştur. Her yıl 15’i aşkın uzmanlık fuarı düzenlenmektedir. İstenildiği zaman sergi alanına da dönüşebilen ve fuar alanına dahil olan B Blok, 1500 kişi kapasiteli sahneli salonu ile kongre, konferans ve konserlerde hizmet verebilmektedir (anfaaltinpark.com.tr).

2.9.2.2.3. Anadolu Gösteri ve Kongre Merkezi

Anadolu gösteri ve kongre merkezi ise konum olarak en merkezi yerlerden birindedir. Sabit çadır şeklinde milli kütüphanenin önünden başlayan Çetin Emeç Bulvarı’ndan yukarı giderken sağ tarafta yer alır. 2910 kişilik oturmalı düzene sahiptir. Ve Türkiye’nin en büyük Avrupa’nın da en büyük ikinci sahnesine sahiptir (anadolugkm.com). Burada yoğun olarak konser ve gösteri organizasyonları gerçekleştirilmektedir.

2.9.2.2.4. Nazım Hikmet Kongre ve Sanat Merkezi

19 Mayıs 2012 tarihinde açılmıştır. Açılmasının üzerinden 2 ay gibi kısa bir süre geçmesine rağmen 200.000 ziyaretçi bu merkezi ziyaret etmiştir. (gercekgundem.com) Bu merkez 1.500 kişi kapasiteli çok amaçlı kongre ve toplantı salonu, 500 kişi kapasiteli tiyatro salonu, 2 adet sergi salonu ile nikah ve düğün salonları mevcuttur (yenimahalle.bel.tr).

2.9.2.2.5. Congresium Kongre ve Toplantı Merkezi

Bu merkez Ankara'da Uluslararası Kongre ve Toplantı Örgütü'ne (ICCA) üye tek kongre merkezidir. Dünya'nın en büyük kongre ve toplantı organizasyon şirketi GL Events tarafından işletilmektedir. Merkez Ankara Ticaret Odası tarafından 1998 yılında yapılan Ankara'da kongre Turizmi isimli panelde de belirtilen; Ankara'daki büyük kongre ve toplantı merkezi ihtiyacını karşılamak için yaptırılmıştır.

80.000 m² kullanım alanı ve 10.000 m² fuar alanına sahiptir. Teknik özellikleri ise 5.770 m² lik ikiye bölünebilir salona, 1.500 m² lik üçe bölünebilir salona, 400 m² lik 2 adet oturma odasına, 100 m² lik 5 adet toplantı salonuna, 50 metrekarelik 5 adet küçük toplantı salonuna, 3 adet restoranda, 4.700 m² lik ve 650 m² lik açık alan faaliyetlerine uygun teras alanına ve 3.107 kişi kapasiteli Avrupa'nın en büyük sinema düzeni kongre ve toplantı salonuna (auditorium) sahiptir.

Toplantılar sırasında bütün toplantı odalarında kablosuz simültane çeviri sistemleri, wireless internet bağlantısı imkanın sunulmaktadır.

5.770 m² olan fuar alanında hiç sütun bulunmamaktadır. Bu sayede fuar alanı verimli şekilde kullanılmaktadır. Fuar katılımcıları için 900 araçlık kapalı otopark ve açık otopark mevcuttur.

Ayrıca Ankara'da ilk defa bir kongre merkezi ulusal ve uluslararası pazarlama faaliyetleri içersinde kongre karar sürecinde sadece kongre merkezinin değil bulunduğu şehirde önemli olduğunu düşünerek Ankara'yı da odak noktalarından birine alarak pazarlama faaliyetine başlamıştır (120 dakikada orada olun sloganı ile).

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde bulgulara yer verilmiştir. Katılımcılar: otel çalışanları, turizm organizasyonu yapan acente yetkilileri ile onlarla aynı sayıda konferanslara katılan akademisyenler, sivil toplum kuruluşu organizatörleri ile özel sektörde toplantı ve organizasyonlara katılan profesyonellerden oluşmaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, tanımlayıcı özelliğe sahip uygulamalı araştırmadır. Ankara’da kongre turizminde faaliyet gösteren arz kuruluşlarından 5 yıldızlı otel çalışanları, 200 kişinin üstünde toplantı kapasitesi olan 4 yıldızlı otel çalışanları, sivil toplum örgütlerindeki toplantı ve kongre organizasyonu ile uğraşan profesyoneller ile akademisyenlerin Kongre Turizminin gerekliliklerini ve Ankara’daki kongre turizmine ait görüşlerini değerlendirmek amacı ile yapılmıştır. Katılımcıların görüşlerini tespit etmek amacı ile araştırılan konu çerçevesinde anket uygulanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın Evreni;

1. Ankara’daki 5 yıldızlı tüm otellerin (14 adet) kongre ve toplantı departmanı yöneticileri,
2. Ankara’daki 4 yıldızlı 200 kişinin üstünde toplantı kapasitesi olan tüm (4 adet) otellerin kongre ve toplantı departmanı yöneticileri,
3. Ankara’daki Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliğine(ICCAs) üye tüm (6 adet) seyahat acentelerinin kongre ve toplantı departmanı yöneticileri,
4. Ankara’daki Uluslararası Kongre ve Toplantı birliğine(ICCAs) üye (1 Adet) kongre ve toplantı merkezi yöneticiler ,
5. Ankaradaki sivil toplum örgütlerinden TOBB, TEPAV, TUSİAD, German Marshal Found, Sermaye Piyasası kurulu yönetici ve kongre toplantı departmanı sorumluları,

6. Microsoft, Apeas, Meteksan toplantı yöneticileri veya organizasyon sorumluları oluşturmaktadır.

Evrendeki tüm katılımcılara ulaşıldığından ayrıca örneklem alınmasına gerek duyulmamıştır.

3.3. Verilerin toplanması

Verilerin toplanmasında 1999 yılında Nevada Üniversitesi William F. Harrah Hotel Administration yüksek lisans programında yapılan “THE PERCEPTION OF KOREA AS A CONVENTION DESTINATION” isimli tez çalışmasında “Sung-Ae Jung” tarafından geliştirilen Anket formu Türkçeye çevrilerek kullanılmıştır. Türkçeye çevrilen anket .xpdf formatında katılımcılara mail yoluyla gönderilmiştir. Mail yoluyla ulaşılamayan katılımcılara anketler yüzyüze uygulanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Mail yoluyla ve yüzyüze yapılan anketlerle elde edilen veriler SPSS (Statistical Packages for Social Science) programı yardımı ile incelenmiştir. Bulunan değerler tablolar yardımı ile gruplandırılmıştır.

Anketin geneline Cronbach’s Alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır. 0,709 ile 0,805 arası değerler elde edilmiştir. 0,7 ve üstü bir değer sosyal bilimlerin, toplum algısını ölçmeye yönelik çalışmalarında iç güvenilirliği kabul edilebilir bir değere işaret ettiği düşünülmektedir. (Jung,1999;64-65).

Ayrıca soruların her biri ayrı ayrı frekans ve yüzde analizleri ile değerlendirilip yorumlanmıştır.

Evans and Chon (1981), Albayrak ve Caber (2010) ile Jung’un benzer çalışmalarda kullandıkları veri analizi tekniği olan “importance-performance matrix”i ile verilen cevapların birbirleri ile olan ilişkileri incelenmiştir. Bu yöntemle Ankara’nın kongre turizmi performansı değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR ve YORUM

Bu bölümde toplanan verilerin, araştırmanın amaçlarına göre çözümlenmesinden elde edilen bulgu ve yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Güvenilirlik Testi

Güvenilirlik testi, uygulanmış olan ankete Cronbach's Alpha güvenilirlik testinin faktör bazında uygulanması ile bulunmuştur

Tablo 5 Bölüm 1 Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Temelli Standart Değer	Nesne Sayısı
,771	,773	12
Cronbach's Alpha Değişimi		
Uluslararası Kongre Araclarına Sahip Olmak	,757	
Otellerdeki Servis Standartları	,746	
Özgün Kültürel Kalıntılar	,771	
Doğal Güzellikler	,746	
Alışveriş Olanakları	,757	
Yemek Kalitesi	,734	
İnsanların Konukseverlikleri	,768	
Alternatif Boş Zaman Seçenekleri	,749	
Kişisel Güvenliğin Derecesi	,749	
Bölgeye Ulaşım İmkanları	,758	
Bölgenin Uygun Fiyatlılığı	,763	
Bölgenin İmajı	,765	

Tablo 6 Bölüm 2 Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Temelli Standart Değer	Nesne Sayısı
,803	,805	12
Cronbach's Alpha Değişimi		
Ankara'nın Uluslararası Standart Kongre Araçlarına Sahip Olması		,799
Ankara'nın Otellerdeki Servis Standartları		,790
Ankara'nın Özgün Kültürel Kalıntıları		,793
Ankara'nın Dogal Güzellikleri		,796
Ankara'nın Alışveriş Olanakları		,779
Ankara'nın Yemek Kalitesi		,781
Ankara'nın İnsanların Konukseverliği		,774
Ankara'nın Alternatif Boş Zaman Seçenekleri		,782
Ankara'nın Kişisel Güvenliğin Derecesi		,801
Ankara'nın Bölgeye Ulaşım İmkanları		,792
Ankara'nın Bölgenin Uygun Fiyatlılığı		,797
Ankara'nın Bölgenin İmajı		,784

Tablo 7 Bölüm 3 Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Temelli Standart Değer	Nesne Sayısı
,701	,709	5
Cronbach's Alpha Değişimi		
Turistik Tesisler		,728
Genel Fiyatlar		,610
Kongre Tesisleri Ve Hizmetleri		,654
Konaklama Kalitesi		,660
Yiyecek İçecekler		,648

Tablo 8 Bölüm 4 Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Temelli Standart Değer	Nesne Sayısı
,765	,769	5
Cronbach's Alpha Değişimi		
Türk Lirasının Değer Düşüklüğü		,726
Ankara Para Değerini Kanıtlamıştır		,693
Ankara Kongre İçin İyi Bir Değerdir		,707
Ankara Diğer Şehirlere Göre Daha Önemlidir		,747
Eğer Ankara' Da Yaşamayıydım Tatil İçin Gelirdim		,741

Mevcut test sonuçları içinde yanıtın silinmesi halinde Cronbach's Alpha değerinde 3. bölümün 1. sorusu beklenen değer üstünde artmaya yol açmaktadır. Bu soru ankette değerlendirme dışı bırakılmıştır. Diğer sorularda Cronbach's Alpha güvenilirlik sorunu olan bir soru bulunmamaktadır.

4.2. Katılımcıların Demografik Yapılarına İlişkin Bulgular;

Bu bulgular incelenirken frekans ve yüzde dağılımları incelenmiştir.

Tablo 9 Cinsiyet Dağılımı

	f	%
Kadın	21	41,2
Erkek	30	58,8
Toplam	51	100

Tablo 13' deki verilere göre araştırmaya katılanların % 41,2' si kadın % 58,8' si erkek çalışanlardan oluşmaktadır. TÜİK 2011 verilerine göre Türkiye' de kadınların iş gücüne katılma oranı % 28,8' dir. Kadın katılımcıların Türkiye ortalamasına göre daha fazladır. Anket verilerine göre ise erkek katılımcıların daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Tablo10 Eğitim Durumu

	f	%
Önlisans	1	2,0
Üniversite	28	54,9
Yüksek Lisans	16	31,4
Doktora	6	11,8
Toplam	51	100

Katılımcıların % 98' inin en az lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim seviyeleri üst düzeydedir.

4.3. Katılımcıların Kongre Turizmi ile İlgili Genel Görüşleri

Uluslararası kongre organizasyonu için önemli olan özelliklerin katılımcılar tarafından 5' li likert ölçeği ile önemlilik derecesine göre 5' ten 1' e doğru azalan sıralaması istenmiştir

Tablo 11 *Katılımcıların Kongre Turizmi İle İlgili Genel Görüşleri*

	Çok Önemsiz		Önemsiz		Normal		Önemli		Çok Önemli		Aritmetik Ortalama
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Bölgeye Ulaşım İmkanları	0	0	1	2,0	3	5,9	11	21,6	36	70,6	4,61
Kişisel Güvenliğin Derecesi	0	0	1	2,0	3	5,9	15	29,4	32	62,7	4,53
Otellerdeki Servis Standartları	1	2,0	1	2,0	3	5,9	20	39,2	26	51,0	4,35
Bölgenin İmajı	0	0	2	3,9	3	5,9	21	41,2	25	49,0	4,35
Uluslararası Standart Kongre Araçlarına Sahip Olmak	1	2,0	1	2,0	6	11,8	17	33,3	26	51,0	4,29
Yemek Kalitesi	0	0	3	5,9	9	17,6	17	33,3	22	43,1	4,14
İnsanların Konukseverlikleri	0	0	3	5,9	10	19,6	16	31,4	22	43,1	4,12
Bölgenin Uygun Fiyatlılığı	0	0	2	3,9	16	31,4	21	41,2	12	23,5	3,84
Alternatif boş zaman seçenekleri	1	2,0	1	2,0	14	27,5	26	51,0	9	17,6	3,80
Alışveriş Olanakları	0	0	6	11,8	17	33,3	24	47,1	4	7,8	3,51
Doğal Güzellikler	1	2,0	4	7,8	22	43,1	19	37,3	5	9,8	3,45
Özgün Kültürel Kalıntılar	0	0	8	15,7	21	41,2	17	33,3	5	9,8	3,37

Yukarıda belirtilen Anket Sonuçlarına göre; Kongre turizmi için bölgeye ulaşım imkanlarının en önemli, Özgün Kültürel Kalıntıların ise en az öneme sahip özellik olduğu görülmektedir.

Maslov' un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre; kişilerin bireysel güvenlikleri açlık gibi temel ihtiyaçtan sonra 2. sırada gelmektedir (Maslov,1943:375). İkinci sırada öneme sahip olan sonuç Kişisel Güvenliğin Derecesi'de ihtiyaçlar hiyerarşisi ile doğru orantılıdır.

Otellerdeki servis standartları, bölgenin imajı, uluslararası kongre araçlarına sahip olma, yemek kalitesi ve insanların konukseverlikleri önemlinin üstünde olarak ankette belirlenen özelliklerdendir. Bunların ortalamaları 4 ün üstünde olarak çıkmıştır.

Bölgenin uygun fiyatlılığı, alternatif boş zaman seçenekleri, alışveriş olanakları, doğal güzellikler,Özgün kültürel kalıntılar sonucu ise normal önem ve önemlilik arasında sonucu belirlenen özelliklerdir.

Genel olarak özgün kültürel kalıntılar turizmin bütün çeşitlerine hitap eder, dikkatini çeker, turizm hareketini hızlandırır ve kişilerin turizm tercihlerine etki eder. Bulgulara göre ankete katılanların özgün kültürel kalıntılarla ilgili duyarlılıklarının olmadığı tespit edilmiştir.

Doğal güzelliklerin varlığının uluslararası kongre organizasyonu için orta düzeyde bir öneme sahip olduğu görülmektedir

4.4. Katılımcıların Ankara'nın Kongre Organizasyonlarındaki Durumu ile İlgili Görüşleri

4.4.1. Ankara'nın Performansı

Tablo 12 Katılımcıların Ankara'nın Kongre Turizmi İle İlgili Genel Görüşleri

	Çok Kötü		Kötü		Orta		İyi		Çok İyi		Aritmetik Ortalama
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Kişisel Güvenliğin Derecesi	0	0	1	2,0	11	21,6	26	51,0	13	25,5	4,00
Yemek Kalitesi	0	0	1	2,0	15	29,4	22	43,1	13	25,5	3,92
Alışveriş Olanakları	0	0	3	5,9	12	23,5	24	47,1	12	23,5	3,88
Otellerdeki Servis Standartları	0	0	1	2,0	13	25,5	29	56,9	8	15,7	3,86
Bölgeye Ulaşım İmkanları	0	0	5	9,8	10	19,6	23	45,1	13	25,5	3,86
Bölgenin Uygun Fiyatlılığı	0	0	1	2,0	17	33,3	25	49,0	8	15,7	3,78
Bölgenin İmajı	0	0	4	7,8	17	33,3	24	47,1	6	11,8	3,63
İnsanların Konukseverliği	0	0	6	11,8	15	29,4	23	45,1	7	13,7	3,61
Uluslararası Standart Kongre Araçlarına Sahip Olma	1	2,0	4	7,8	25	49,0	17	33,3	4	7,8	3,37
Alternatif Boş Zaman Seçenekleri	2	3,9	17	33,3	20	39,2	10	19,6	2	3,9	2,86
Doğal Güzellikleri	7	13,7	18	35,3	18	35,3	7	13,7	1	2,0	2,55
Özgün Kültürel Kalıntıları	4	7,8	14	27,5	22	43,1	7	13,7	4	7,8	2,29

Yukarıda belirtilen Anket sonuçlarına Göre:

Ankara kişisel güvenliğin derecesi sonucu 4 ortalama ile en yüksek sonuca, özgün Kültürel kalıntılar 2,29 ortalama ile en düşük sonuca sahip özellik olarak belirlenmiştir.

Cnbc-E Business dergisinin Ağustos ayında yaptığı bir araştırmaya göre Ankara yaşanabilir kentler içersinde 1 . sırada ve kişisel güvenlik olarak da Türkiye çapında 35. sırada yer almaktadır.

Yemek kalitesi, Alışveriş olanakları, otellerdeki servis standartları, bölgeye ulaşım imkanları, bölgenin uygun fiyatlılığı, bölgenin imajı, İnsanların konukseverliği ve Uluslararası standart kongre araçlarına sahip olmak normal ile iyi düzey arasında bir seviyede belirlenmiştir.

Kentpark, Cepa, Ankamall, Forum, Armada, Karum gibi şehir merkezine ve kongre toplantı organizasyonu merkezlerine yakın büyük alışveriş merkezleri bulunması sebebiyle Ankara alışveriş olanakları konusunda seçenekler sunabilmektedir.

Ankara sahip olduğu modern kongre merkezleri, modern yüksek kapasiteli oteller ve ileri teknoloji desteği ile uluslararası bir kongrenin ihtiyaç duyduğu standart araçların hepsine sahip görünmektedir.

Ankara yeni yapılan hava limanı, hızlı tren raylı sistemi ve metro geçişi olan terminali, her yere olan otobüs ve dolmuş işletmeleri ile birçok ulaşım olanağı sunmaktadır.

1998 yılında yayınlanan Ankara ili turizm envanteri ve turizmi geliştirme planı çerçevesinde il merkezinde ilk destek verilecek turizm türü olan kongre turizmi için başta Ankara Ticaret Odası (kongre ve fuar merkezi inşaatı ile) belediyeler ve valilik destek vermiştir. Böylece Kongre turizmine ait araçlar gelişmiştir (congresium, yeni otellerin inşaatının teşviki vb.).

Ankara’ daki 5 yıldızlı zincir otellerin üst düzey yemek standartları ve ulusal üne sahip zincir restoranların varlığı Ankara’ nın yemek kalitesini artırmaktadır. Fakat

Ankara yerel tatlar konusunda standartlarını belirlemiş yeterli yemek işletmesine sahip değildir.

Ankara’ daki Hilton, Sheraton, Swiss yeni açılan JW Marriott gibi uluslararası oteller kendilerine ait yüksek servis standartlarını uygulamaktadır. Bu da Ankara’ nın yüksek standarda sahip otel işletmesi arayan misafirlerin ihtiyaçlarına yanıt verebilmesini sağlamaktadır.

Ankara Kalesi, Hamamönü, Müzeleri ve birçok farklı özgün kültürel esere sahip olmasına rağmen bunların iyi bir reklam ile tanıtılmaması ve turizme uygun bir halde değerlendirilememesi yüzünden genel olarak bu potansiyele sahip olmadığı düşünülmektedir.

Son zamanlarda yapılan Ankara Kalesi etrafındaki düzenlemeleri, tarihi Hamamönü Evleri’ nin restorasyonu projeleri gibi çalışmalar ile bu sorunun çözümüne yönelik girişimler bulunmaktadır.

Ankara; doğal göller, yapay göller, yaylalar, mağaralar, milli parklar gibi birçok doğal güzele sahip olmasına rağmen turizme uygun yapılanma olmayışı, ulaşım imkanlarının bir çoğunun geliştirilmiş olmaması nedenlerinden dolayı doğal güzelliklerin yetersiz kaldığı düşünülmektedir.

Ankara gece yaşamı İstanbul ve İzmir’ den sonra hareketli olan birçok eğlence mekanına sahiptir. Ayrıca alternatif spor salonları, yüzme havuzları, carting, paintball organizasyonları yapılmaktadır. Buna rağmen bu organizasyonların kongre turizmi ile ilgilenenlere yeterince tanıtımı yapılamadığından katılımcılar bu soruda Ankara’ yı yeterli görmemektedir.

Destinasyon pazarlamasında, operatörler ve kongre toplantı katılımcıları için en önemli konulardan biri bölgenin imajıdır. Eğer genel imajı iyi olan bir bölgeyse katılmak için daha istekli ve arzulu olurlar. Ankara şehir olarak başkent olması, düzenli bir yapısı ve güvenlik sorununun olmaması sebebiyle iyi bir imaja sahiptir. 2009 yılında Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi tarafından Ankara’ya “Avrupa Kenti Ödülü” verilmiştir.

4.4.2. Katılımcıların Ankara Hakkındaki Tutumları

Tablo 13 Katılımcıların Ankara Hakkındaki Tutumları

	Kötü		Orta		İyi		Çok İyi		Aritmetik Ortalama
	f	%	f	%	f	%	f	%	
Konaklama Kalitesi	0	0,0	13	25,5	27	52,9	11	21,6	3,96
Yiyecek İçecekler	0	0,0	14	27,5	28	54,9	9	17,6	3,90
Ankara Genel Fiyatları	1	2,0	23	45,1	24	47,1	3	5,9	3,57
Kongre Tesisleri ve Hizmetleri	2	3,9	26	51,0	16	31,4	7	13,7	3,55

Katılımcılar bu bölümde konaklama kalitesine 3,96 ile en yüksek değeri 3,55 ile de Kongre tesisleri ve hizmetlere en düşük değeri vermişlerdir. Genel olarak Orta (3) ile iyi(4) arasında bir tutum sergilemişlerdir.

Özellikle yüksek kalite standartlarına sahip zincir otel işletmelerinin Ankara’ da hizmet vermesi Ankara’ nın kalite isteğine yanıt verilebilmesini sağlamaktadır

Ankara konaklama, transfer ve alışveriş gibi kongre süresince ihtiyaç duyulan her hizmeti çok geniş bir fiyat aralığında hizmet sunabilmektedir. Telefonla 16.07.2012 tarihinde oda dahil kahvaltılı 4 ve 5 yıldızlı benzer standartlardaki odalar için otellerden 165 Türk lirası ile 450 Türk lirası arasında münferit müşteri fiyatları alınmıştır.

Ankara son 10 yılda yapılan yatırımlarla otel ve toplantı merkezi kapasitesini arttırarak, sahip olduğu kongre ve toplantı merkezleri ile çok farklı büyüklükteki toplantılara yanıt verebilecek bir duruma gelmiştir.

4.4.3. Ankara'nın Memnuniyet Derecesi

Tablo 14 Katılımcıların Ankara'nın Kongre Turizmi İle İlgili Memnuniyet Görüşleri

	Çok Kötü		Kötü		Orta		İyi		Çok İyi		Aritmetik Ortalama
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Ankara Kongre İçin Genel Olarak İyi Bir Değerdir	1	2,0	12	23,5	17	33,3	18	35,3	3	5,9	3,20
Türk Lirasının Değerinin Düşüklüğü Tercih Edilme Sebebidir	5	9,8	5	9,8	20	39,2	18	35,3	3	5,9	3,18
Ankara Diğer Şehirlere Göre Daha Önemlidir	3	5,9	8	15,7	21	41,2	15	29,4	4	7,8	3,18
Ankara Paranın Karşılığı İçin İyi Bir Değer Olduğunu Kanıtlamıştır	4	7,8	5	9,8	23	45,1	18	35,3	1	2,0	3,14
Eğer Ankara'da Yaşamayıydım Tatil için Gelmek İsterdim	26	51,0	11	21,6	9	17,6	5	9,8	0	0,0	1,86

Katılımcılar bu bölümde 3,20 ile 1,86 arasında .değişen bir tutum sergilemişlerdir. Özellikle “Eğer Ankara’da yaşamayıydım tatil için gelmek isterdim” sorusu tüm anketin en düşük değeri olan 1,86 ile çok kötüye yakın bir sonuç vermiştir. Bu sonuç ile katılımcıların Ankara’yı kesinlikle turistik bir tatil için yeterli görmediği düşünülmektedir.

Ankara’nın kongre turizmi performansı ile ilgili bölümün sonuçlarının aritmetik ortalaması 3,47 çıkmıştır. “Ankara kongre için genel olarak iyi bir değerdir” sonucunda 3,20 lik değeri ile buna paralel bir sonuç vermektedir. Ankara’nın kongre şehri değerinin katılımcıların gözünde orta ile iyi’ye yakın bir değerde olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların gözünde “Türk lirasının değerinin düşüklüğü tercih edilme sebebidir”, “Ankara diğer şehirlere göre daha önemlidir” ve “Ankara paranın karşılığı

için iyi bir değer olduğunu kanıtlamıştır” soruları orta ile iyi arasında bir değerde vermektedir. Bu konularda Ankara’nın bir avantaj yaratıcı durumunun olmadığı düşünülmektedir.

4.5. Önemlilik- Performans Değerlendirmesi

İnsanların memnuniyetine yönelik olarak yapılan araştırmalarda insanların memnuniyetinin sadakatlerini arttırdığına ve fiyata olan duyarlılığını düşürdüğüne yönelik bulgular görmektedir (Denk ve diğerleri, 2008: 37). Bu bulgular ışığında insanlarla olan ilişkilerin yönetimi, sadece kağıt üstünde görünen değil memnuniyetin mevcut duruma olan olumlu faydasını anlamak için uygulanmaktadır (Anderson and Mittal, 2000: 107). Bundan dolayı insanların memnuniyetine etki eden faktörleri belirlemek ve bu alanda ki mevcut durumu daha yukarı seviyelere taşınması gerekmektedir. Fakat kaynakların kısıtlı olmasından dolayı hangi alanlarda öncelikle iyileştirmeler yapılması gerektiği ile ilgili karar alma güçlüğü yaşanmaktadır. Bunun sebebidir insanların nelere önem verdiği dair bilgilerin sınırlı olmasıdır.

Önem kavramı daha önce yapılan araştırmalarda insanlar tarafından memnuniyet ile ilişkilendirilmiştir (Barsky,1992:69). Barsky tarafından yapılan araştırmaya göre önemli olarak nitelendirilen bir özellik ürün-hizmet seçiminde öncelikli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bu özelliğin performans-özellik ilişkisinde insanların önem algısına yön vermektedir. İnsanlar, ürüne-hizmete ait performansı yüksek algıarlarsa benzer ürün-hizmetler arasından ürünü seçme ihtimalleri yükselecektir.

Sunulan ürünlerle ilgili hangi özelliklerin insanlar tarafından önemli olarak algılandıkları ve insanların bunlarla ilgili performans algılarını belirlemek stratejik bir öneme sahiptir (Chu ve Choi, 2000: 365). Geliştirilen önemlilik-performans analizi ürün-hizmetlerin güçlü yada zayıf yönlerinin belirlenmesine ve hangi alanlara yoğunlaşıp hangi alanların göz ardı edilmesi gerektiğinin belirlenmesine imkan sağlamaktadır (Martilla and James, 1977: 79). Bu analiz sayesinde yöneticiler hangi alanların geliştirilmesi gerektiğine dair eylem planları oluşturabilmektedir (Bacon,2003: 55) .

Turizm Bölgelerinin değerlendirilmesinde, Bölgenin özelliklerinin belirlenmesi ve performansının kıyaslanarak strateji hazırlanması en önemli problemlerden biridir. (Mintzberg ve diğerleri,2003:142). Önem-performans matrisi bu problemlerin çözümü ile öneriler geliştirilmesi için kullanılan ve turizm’de Destinasyon analizi için bir çok çalışmada temel alınan analizlerden birisidir (Chu and Choi, 2000; Enright ve Newton, 2004; Huana ve diğerleri, 2002; O’Neill ve Palmer, 2004; Zhang and Chow, 2004; Martin, 1995).

Mevcut çalışmada bir turizm bölgesinin değerlendirilmesi ile ilgili olduğundan dolayı analizler için önem-performans matrisi kullanılmıştır.

“Önem Performans Analizi” sonucu ortaya çıkan dört hücre şu şekilde adlandırılmakta ve yorumlanmaktadır:

Dörtlü Hücre 1: “Üzerine düşülmesi gerekenler” (Yüksek önem - Düşük performans). Bu hücredeki ürün özelliğini katılımcılar önemli görmekle birlikte, performansını düşük algılamaktadır (Albayrak ve Caber,2010:629). Bu bölümdeki özelliklerin üzerine düşülmeli ve geliştirilmesi için çaba sarf edilmelidir (Chu and Choi,2000:365).

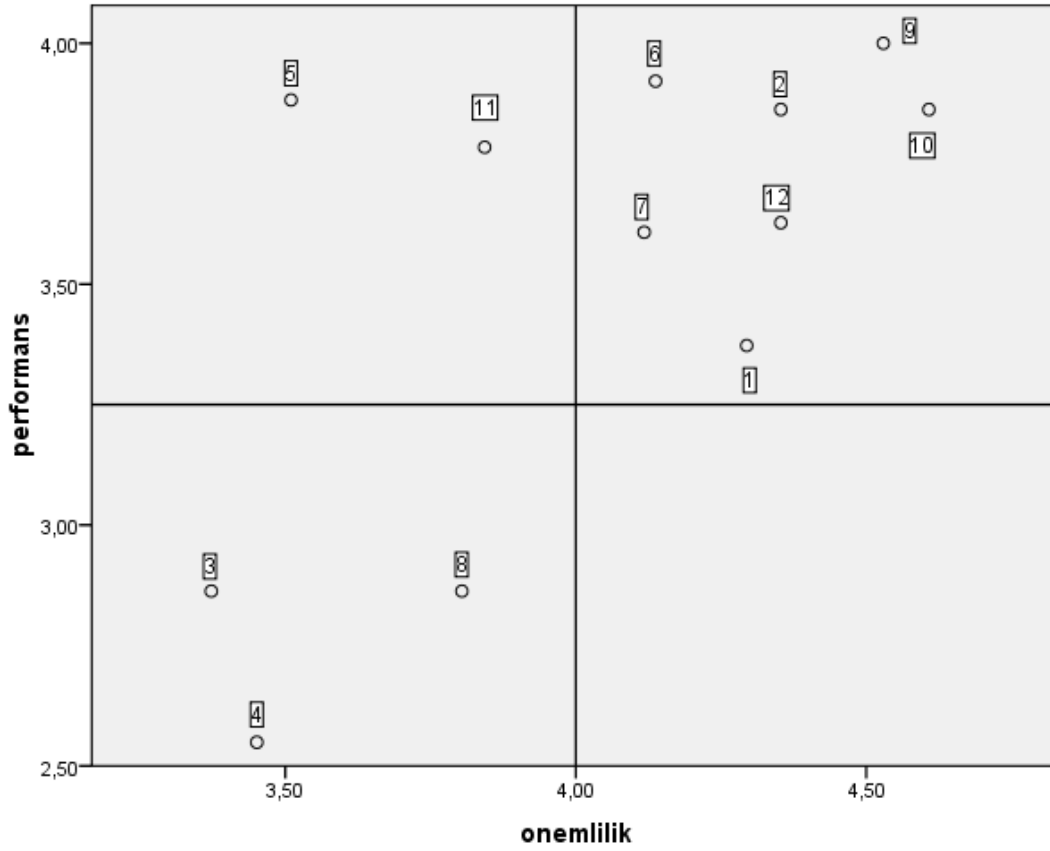
Dörtlü Hücre 2: “Korunması gerekenler” (Yüksek önem- Yüksek performans). Bu hücredeki ürün özelliğini müşteriler hem önemli görmekle hem de performansını yüksek algılamaktadır (Albayrak ve Caber,2010:629). Bu bölümdeki özelliklerin aynı şekilde devam etmesi için korumaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır (Chu and Choi,2000:365).

Dörtlü Hücre 3: “Düşük öncelikliler” (Düşük önem - düşük performans). Bu hücredeki ürün özelliği katılımcının ürün veya hizmet seçiminde önemli görülmemekte, mevcut performansı da düşük olarak algılanmaktadır (Albayrak ve Caber,2010:629). Bu bölümdeki özellikleri geliştirmek için kaynakların kısıtlı bir miktarı buraya ayrılmalıdır (Chu and Choi,2000:365).

Dörtlü Hücre 4: “Olası aşırılıklar” (Düşük önem - yüksek performans). katılımcılar bu hücredeki ürün özelliklerinin performansını yüksek algılamakta, mal veya hizmet seçiminde bu özelliklere önem vermemektedir. Bu yüzden bu hücredeki

özelliklere gereğinden fazla kaynak aktarıldığı söylenebilir (Albayrak ve Caber,2010:629).

4.5.1. Önem-performans Matrisi ve Matrisin Analizi



Şekil 2 Önemlilik- Performans Matrisi

Tablo 15 Önemlilik-Performans Değerleri

		Önemlilik		Performans	
		Ortalama	Std. sapma	Ortalama	Std. sapma
1	Uluslararası Kongre Araclarına Sahip Olmak	4,29	0,90	3,37	0,82
2	Otellerdeki Servis Standartları	4,35	0,84	3,86	0,69
3	Özgün Kültürel Kalıntılar	3,37	0,87	2,86	1,02
4	Doğal Güzellikler	3,45	0,86	2,55	0,97
5	Alışveriş Olanakları	3,51	0,81	3,88	0,84
6	Yemek Kalitesi	4,14	0,92	3,92	0,80
7	İnsanların Konukseverlikleri	4,12	0,93	3,61	0,87
8	Alternatif Boş Zaman Seçenekleri	3,80	0,83	2,86	0,92
9	Kişisel Güvenliğin Derecesi	4,53	0,70	4,00	0,75
10	Bölgeye Ulaşım İmkanları	4,61	0,70	3,86	0,92
11	Bölgenin Uygun Fiyatlılığı	3,84	0,83	3,78	0,73
12	Bölgenin İmajı	4,35	0,77	3,63	0,80

Dörtlü Hücre 1: Matrisin bu bölümünde anketteki 5 ve 11 no'lu yanıtlar bulunmaktadır. Bu yanıtlar alışveriş olanakları, bölgenin uygun fiyatlılığıdır. Katılımcılar için bu özellikler önemli olmakla beraber Ankara bu özelliklerde yeterli seviyede değildir.

Alışveriş olanakları turizmin gelişmesindeki önemli elementlerden biridir (Timothy ve Butler,1995;19). bunların geliştirilmesi bölgesel pazarlamalar için çok önemlidir (Jansen ve Verbeke,1988; 110). Aynı zamanda birçok bölge için en popüler turist hareketlerinden biridir (Wang ve Ryan,1998;148).

Alışveriş özelliklerinin geliştirilmesi için çalışmalar yapılırken gelen turistlerin alışveriş ile ilgili algıları geliştirilebilir, seyahat acenteleri ve il turizm müdürlüklerinin konsantrasyonu alışveriş merkezlerine yoğunlaşabilir. Mevcut alışveriş merkezleri turistlere yönelik olarak düzenlenebilir yada turistik yeni alışveriş merkezleri yapılabilir. Turistlerin ihtiyacı olan her yerde yardımcı asistanlar yada yardım masaları kurulabilir ve bunlar tüm otel ve kongre merkezlerinde hizmete sunulabilir (Chang ve Diğerleri,2005;940).

Kaliteli, dünya çapında marka değeri olan popüler kuruluşların Ankara'da şubelerinin açılması için teşvikler sunulması ve şubelerinin açılması Ankara'daki alışveriş olanakları algısının yükseltilmesine yardımcı olabilir.

Fiyatlandırma bir ülkenin yada bölgenin rekabetinde anahtar rolü oynamaktadır (Dwyer ve Forsyth, 2011 ;751). Turizmde destinasyon pazarlamasında fiyatların yüksek yada düşük olmasını belirleyen en önemli etken bölgeye olan talep olarak belirtilmiştir (Crouch,1994;20). Bölgeye gelen misafirler ihtiyaçları olan temel içerikler için bu bedeli öderler. Temel içerikler genelde seyahat, konaklama ve yiyecek-içecek bedellerini içerir (Dwyer ve Forsyth, 2011 ;752). Kongre turizmi bunlara ek olarak ses-görüntü bedelleri, kongre yada toplantı salonu kira bedeli, telekomünikasyon kira bedeli, tercüman ve tercüme bedelleri, kongre yada toplantı sonrası eğlence organizasyonları ve bilgisayar yazılım vb. hizmet bedellerinide içerir. (Roger,2003:52)

Kongre turizminde ücret karşılığında birçok hizmet verilmektedir. Bu kadar çeşitli hizmetlerin ücret karşılığı verildiği bir durumda Toplam fiyat algısını ölçmenin

en basit yolu aynı hizmeti veren diğer destinasyonlar ile kıyaslanmasıdır (Dwyer ve Forsyth, 2011 ;764).

Ankara bölgesindeki uygun fiyatlılık algısını düşük çıkıyorsa ya mevcut fiyatların diğer destinasyonlara göre düşürülmeye çalışılmalı yada destinasyonun değerinin yükseltilerek ödenen bedel ile tatmin düzeyi yüksek tutulmaya çalışılmalıdır.

Fiyatların düşülmesi genel karlılığa olumsuz yansıtacağı için destinasyonun değerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar daha faydalı olacaktır. Dünya’da kongre büroları yaptıkları tanıtım çalışmaları, organizasyonlar, genel standartları belirleme vb. çalışmalar ile mevcut bölgelerin değerlerinin yükseltilmesine yardımcı olurlar.

Ankara’da turizm bürolarının yaptığı işi İl Turizm Müdürlüğü, Valilik ve Belediyeler yürütecekleri turizme yönelik ayrı ayrı yada ortak olarak Uluslararası turizmi fuarlarına katılabilir, ulusal ve uluslararası tanıtım kampanyaları sayesinde bilinirliği arttırılabilir.

Dörtlü Hücre 2: Matrisin bu bölümünde anketteki 1,2,6,7,9,10 ve 12 no’lu yanıtlar bulunmaktadır. Bu yanıtlar otellerdeki servis standartları, yemek kalitesi, kişisel güvenliğin derecesi, bölgeye ulaşım olanakları, insanların konukseverliği, uluslararası standart kongre araçlarına sahip olmak ve bölgenin imajıdır. Katılımcılar için bu özellikler önemli olmakla beraber Ankara performansının da iyi olduğunu belirtmektedirler. Teorileri bize fiyatların genellikle talebin artışı ve azalışı ile ilgili olduğunu söyler

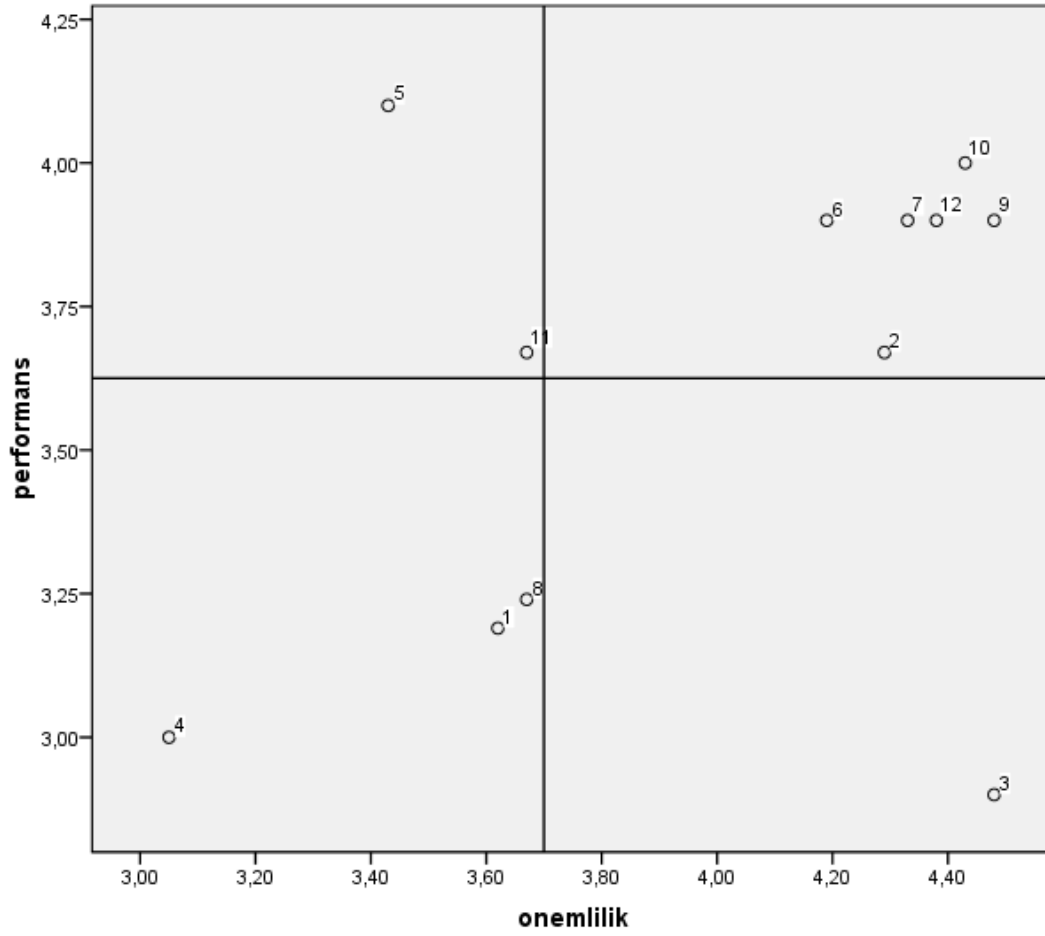
Ankara’ nın bu özelliklerinin korunmasına yönelik çabalar sarf edilmelidir. Geliştirilme çalışmalarına göre korunması çalışmaları her zaman daha düşük yoğunlaşmayla yapılabilmektedir.

Dörtlü Hücre 3: Matrisin bu bölümünde anketteki 3, 4, ve 8 nolu yanıtlar bulunmaktadır. Bu yanıtlar özgün kültürel kalıntılar, doğal güzellikler ve alternatif boş zaman seçenekleridir. Katılımcılar için bu özellikler önemli olmamakla beraber Ankara performansının da iyi olmadığını belirtmektedirler.

Bu seçeneklerin geliştirilmesi için yüksek bir yoğunlaşmaya gerek bulunmamaktadır. Sadece kısıtlı bir kaynak ile bu özelliklerin üzerine gidilmesi yeterli görülmektedir.

Dörtlü Hücre 4: Matrisin bu bölümünde her hangi bir yanıt bulunmamaktadır. Yapılan çalışmaya göre gereksiz yere ayrılan her hangi bir kaynak olmadığı görülmektedir.

4.5.2. Kadınların Önemlilik-Performans Matrisi ve Matrisin Analizi



Şekil 3 Kadınların Önemlilik- Performans Matrisi

Tablo 16 Kadınların Önemlilik-Performans Değerleri

	Önemlilik		Performans	
	Ortalama	Std. Sapma	Ortalama	Std. Sapma
1. Uluslararası Kongre Araçlarına Sahip Olmak	4,29	0,72	3,67	0,66
2. Otellerdeki Servis Standartları	4,48	0,68	2,90	1,00
3. Özgün Kültürel Kalıntılar	3,05	0,80	3,00	0,95
4. Doğal Güzellikler	3,43	1,03	4,10	0,70
5. Alışveriş Olanakları	3,62	0,80	3,19	0,75
6. Yemek Kalitesi	4,19	0,93	3,90	0,70
7. İnsanların Konukseverlikleri	4,33	0,73	3,90	0,70
8. Alternatif Boş Zaman Seçenekleri	3,67	0,97	3,24	0,94
9. Kişisel Güvenliğin Derecesi	4,48	0,81	3,90	0,70
10. Bölgeye Ulaşım İmkanları	4,43	0,81	4,00	0,84
11. Bölgenin Uygun Fiyatlılığı	3,67	0,86	3,67	0,73
12. Bölgenin İmajı	4,38	0,59	3,90	0,62

Dörtlü Hücre 1: Matrisin bu bölümünde genel eğilimle aynı olarak 5 ve 11 no'lu yanıtlar bulunmaktadır. Bu yanıtlar alışveriş olanakları, bölgenin uygun fiyatlılığıdır. Kadınlar alışveriş için daha fazla zaman harcamalarına rağmen (Robert,2006;469) genel eğilim Kadınların duyarlılığına yakın bir seviyededir. Bu özellikler önemli olmakla beraber Ankara bu özelliklerde yeterli seviyede olmadığı görülmektedir.

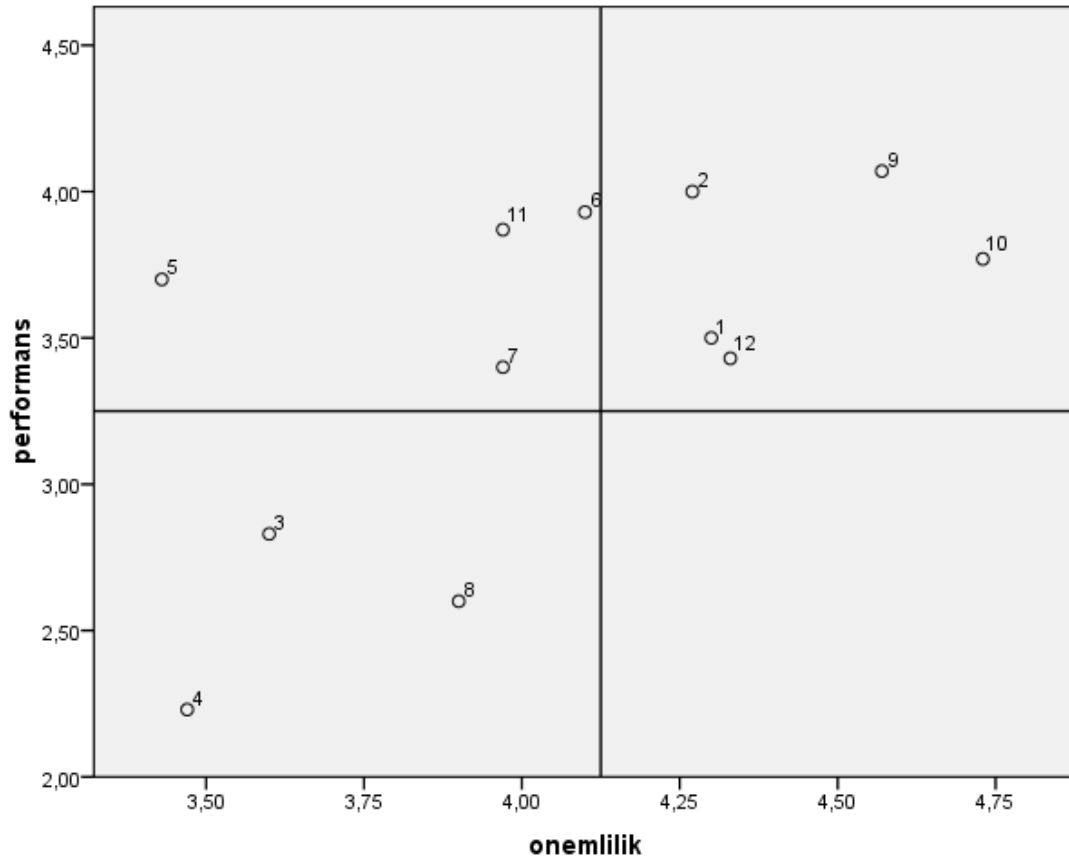
Dörtlü Hücre 2: Matrisin bu bölümünde anketteki,2,6,7,9,10 ve 12 no'lu yanıtlar bulunmaktadır. Bu yanıtlar uluslar arası kongre araçlarına sahip olmak, yemek kalitesi, kişisel güvenliğin derecesi, bölgeye ulaşım olanakları, insanların konukseverliği ve bölgenin imajıdır. Bayan Katılımcılar için bu özellikler önemli olmakla beraber Ankara performansının da iyi olduğunu belirtmektedirler. Genel Eğilimden Farklı olarak otellerdeki servis standartları kadınlar tarafından bu bölümde algılanmamaktadır. Bu bölümdekiler korunması gereken özelliklerdir.

Dörtlü Hücre 3: Matrisin bu bölümünde anketteki 1, 4, ve 8 nolu yanıtlar bulunmaktadır. Bu yanıtlar özgün kültürel kalıntılar, Alışveriş olanakları ve alternatif boş zaman seçenekleridir. Katılımcılar için bu özellikler önemli olmamakla beraber Ankara performansının da iyi olmadığını belirtmektedirler.

Bu seçeneklerin geliştirilmesi için yüksek bir yoğunlaşmaya gerek bulunmamaktadır. Sadece kısıtlı bir kaynak ile bu özelliklerin üzerine gidilmesi yeterli görülmektedir. Matrise göre genel eğilimden farklı olarak kadınlar tarafından Uluslararası kongre araçlarına sahip olmanın Kongre turizmi için önemli olmadığı algılanmaktadır ve Ankaranın'da bu konuda yeterli olmadığı görülmektedir.

Dörtlü Hücre 4: Matrisin bu bölümünde genel eğilimden farklı olarak 3 nolu yanıt bulunmaktadır. Bu da özgün kültürel kalıntılardır. Kadın katılımcılar sonucundan bu alanda yapılan yatırımların gereksiz olduğu görülmektedir ve özgün kültürel kalıntıların geliştirilmesi için ayrılan kaynakların başka alanlara kaydırılması gerekmektedir.

4.5.3. Erkeklerin Önemlilik-Performans Matrisi ve Matrisin Analizi



Şekil 4 Erkeklerin Önemlilik- Performans Matrisi

Tablo 17 Erkeklerin Önemlilik-Performans Değerleri

	Önemlilik		Performans	
	Ortalama	Std. Sapma	Ortalama	Std. Sapma
1.Uluslararası Kongre Araçlarına Sahip Olmak	4,30	1,02	3,50	0,69
2.Otellerdeki Servis Standartları	4,27	0,94	4,00	1,05
3. Özgün Kültürel Kalıntılar	3,60	0,86	2,83	0,86
4.Doğal Güzellikler	3,47	0,73	2,23	0,91
5. Alışveriş Olanakları	3,43	0,82	3,70	0,86
6. Yemek Kalitesi	4,10	0,92	3,93	0,87
7. İnsanların Konukseverlikleri	3,97	1,03	3,40	0,93
8. Alternatif Boş Zaman Seçenekleri	3,90	0,71	2,60	0,81
9. Kişisel Güvenliğin Derecesi	4,57	0,63	4,07	0,78
10.Bölgeye Ulaşım İmkanları	4,73	0,58	3,77	0,97
11. Bölgenin Uygun Fiyatlılığı	3,97	0,81	3,87	0,73
12. Bölgenin İmajı	4,33	0,88	3,43	0,86

Dörtlü Hücre 1: Erkekler matrisinin bu bölümünde 5, 6, 7 ve 11 no'lu yanıtlar bulunmaktadır. Matriste Genel eğilimde bulunan bölgenin uygun fiyatlılığı ile alışveriş olanaklarına ek olarak yemek kalitesi ve insanların konukseverliklerinin de önemli olduğunu, Ankara'nın performansının da bu seçeneklerde yeterli olmadığı görülmektedir.

Dörtlü Hücre 2: Erkekler matrisinin bu bölümünde anketteki 1,2,9,10 ve 12 no'lu yanıtlar bulunmaktadır. Matrisde uluslararası kongre araçlarına sahip olmak, Otellerdeki servis standartları, kişisel güvenliğin derecesi, bölgeye ulaşım olanakları ve bölgenin imajı konularının önemli olduğu ve ankaranın da bu seçeneklerdeki performansında yeterli olduğu görülmektedir. Genel eğilimde görülen yemek kalitesi ve insanların konukseverlikleri seçenekleri bu bölümde görülmemektedir.

Dörtlü Hücre 3: Erkekler matrisinin bu bölümünde anketteki 3, 4, ve 8 nolu yanıtlar bulunmaktadır. Genel eğilimle aynı olarak bu yanıtlar özgün kültürel kalıntılar, doğal güzellikler ve alternatif boş zaman seçenekleridir. Erkekler için bu özellikler önemli olmamakla beraber Ankara'nın performansının da iyi olmadığı görülmektedir.

Dörtlü Hücre 4: Erkekler matrisin bu bölümünde her hangi bir yanıt bulunmamaktadır. Yapılan çalışmaya göre gereksiz yere ayrılan her hangi bir kaynak olmadığı görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ankara’ daki kongre turizminin mevcut ve potansiyel durumunun değerlendirilmesi, kamu kurumlarının belirledikleri hedeflere ne kadar ulaşıldığı ve yaşanan sıkıntıların neler olduğunun ortaya konulması için tarama yönteminin kullanıldığı bu araştırmada, Ankara’ daki 5 yıldızlı 14 otel ile 200 kişinin üzerinde toplantı olanağı sunabilen 4 yıldızlı 4 otelin çalışanları, uluslararası kongre ve toplantı birliğine üye 6 adet seyahat acente yetkilisi 1 adet kongre ve toplantı merkezi yöneticileri, kongre ve toplantı isteğinde bulunan sivil toplum örgütü organizatörleri, özel kamu kurumları çalışanları, banka çalışanları ve akademisyenlerden seçilen 51 kişi üzerinde yürütülmüş ve aşağıdaki sonuçlara varılmıştır.

5.1. Sonuç

Araştırmanın birinci problemi, “ Ankara' da faaliyetini yürüten 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerinin, Ankara 'da faaliyetini yürüten seyahat acenteleri yöneticilerinin, sivil toplum örgütlerinin Ankara’ da görevli akademisyenlerin, kongre turizminin önemlilikleri ve Ankara' nın kongre turizmi gereklerine sahip olmasına ilişkin görüşleri nelerdir? ” şeklindedir.

Yapılan anketin, uluslararası kongre merkezi anlayışının tespitine yönelik olan bölümünün bulgularına göre;

Kongre turizmi için bölgeye ulaşım imkanlarının en önemli, Özgün Kültürel Kalıntıların ise en az öneme sahip özellik olduğu görülmektedir.

Maslov’ un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre; kişilerin bireysel güvenlikleri açlık gibi temel ihtiyaçtan sonra 2. sırada gelmektedir (Maslov,1943:375). İkinci sırada öneme sahip olan sonuç Kişisel Güvenliğin Derecesi’de ihtiyaçlar hiyerarşisi ile doğru orantılıdır.

Otellerdeki servis standartları, bölgenin imajı, uluslar arası kongre araçlarına sahip olma, yemek kalitesi ve insanların konukseverlikleri önemlinin üstünde olarak ankette belirlenen özelliklerdendir. Bunların ortalamaları 4 ün üstünde olarak çıkmıştır.

Bölgenin uygun fiyatlılığı, alternatif boş zaman seçenekleri, alışveriş olanakları, doğal güzellikler,Özgün kültürel kalıntılar sonucu ise normal önem ve önemlilik arasında sonucu belirlenen özelliklerdir.

Genel olarak özgün kültürel kalıntılar turizmin bütün çeşitlerine hitap eder, dikkatini çeker, turizm hareketini hızlandırır ve kişilerin turizm tercihlerine etki eder. Bulgulara göre ankete katılanların özgün kültürel kalıntılarla ilgili duyarlılıklarının olmadığı tespit edilmiştir.

Doğal güzelliklerin varlığının uluslararası kongre organizasyonu için orta düzeyde bir öneme sahip olduğu görülmektedir

Yapılan anketin, Ankara’ nın performans tespitine yönelik olan bölümünün bulgularına göre;

Ankara kişisel güvenliğin derecesi sonucu 4 ortalama ile en yüksek sonuca özgün Kültürel kalıntılar 2,29 ortalama ile en düşük sonuca sahip özellik olarak belirlenmiştir.

Yemek kalitesi, Alışveriş olanakları, otellerdeki servis standartları, bölgeye ulaşım imkanları, bölgenin uygun fiyatlılığı, bölgenin imajı, İnsanların konukseverliği ve Uluslararası standart kongre araçlarına sahip olmak normal ile iyi düzey arasında bir seviyede belirlenmiştir.

Kentpark, Cema, Ankamall, Forum, Armada, Karum gibi şehir merkezine ve kongre toplantı organizasyonu merkezlerine yakın büyük alışveriş merkezleri bulunması sebebiyle Ankara alışveriş olanakları konusunda seçenekler sunabilmektedir.

Ankara sahip olduğu modern kongre merkezleri, modern yüksek kapasiteli oteller ve ileri teknoloji desteği ile uluslararası bir kongrenin ihtiyaç duyduğu standart araçların hepsine sahip görünmektedir.

1998 yılında yayınlanan Ankara ili turizm envanteri ve turizmi geliştirme planı çerçevesinde il merkezinde ilk destek verilecek turizm türü olan kongre turizmi için başta Ankara Ticaret Odası (kongre ve fuar merkezi inşaatı ile) belediyeler ve valilik destek vermiştir. Böylece turizm araçları bu süreçte iyice gelişmiştir (congresium, yeni otellerin inşaatının teşviki vb.).

Ankara’ daki 5 yıldızlı zincir otellerin üst düzey yemek standartları ve ulusal üne sahip zincir restoranların varlığı Ankara’ nın yemek kalitesini artırmaktadır. Fakat Ankara yerel tatlar konusunda yeterli yemek işletmesine sahip değildir.

Ankara’ daki Hilton, Sheraton, Swiss yeni açılan JW Marriott gibi uluslararası oteller kendilerine ait yüksek servis standartlarını uygulamaktadır. Bu da Ankara’ nın yüksek standarda sahip otel işletmesi arayan misafirlerin ihtiyaçlarına yanıt verebilmesini sağlamaktadır.

Ankara Kalesi, Hamamönü, Müzeleri ve birçok farklı özgün kültürel esere sahip olmasına rağmen bunların iyi bir reklam ile tanıtılmaması ve turizme uygun bir halde değerlendirilememesi yüzünden genel olarak bu potansiyele sahip olmadığı düşünülmektedir.

Ankara; doğal göller, yapay göller, yaylalar, mağaralar, milli parklar gibi birçok doğal güzele sahip olmasına rağmen turizme uygun yapılanma olmayışı, ulaşım imkanlarının bir çoğunun geliştirilmiş olmaması nedenlerinden dolayı doğal güzelliklerin yetersiz kaldığı düşünülmektedir.

Ankara gece yaşamı İstanbul ve İzmir’ den sonra hareketli olan birçok eğlence mekanına sahiptir. Ayrıca alternatif spor salonları, yüzme havuzları, carting, paintball organizasyonları yapılmaktadır. Buna rağmen bu organizasyonların kongre turizmi ile ilgilenenlere yeterince tanıtımı yapılamadığından katılımcılar Ankara’ yı yeterli görmemektedir.

Ankara şehir olarak başkent olması, düzenli bir yapısı ve güvenlik sorununun olmaması sebebiyle iyi bir imaja sahiptir.

Ankara’ nın kongre turizmi potansiyeline yönelik önem-performans matrisinde değerlendirilen bulgulara göre;

Ankara alışveriş olanakları ve bölgenin uygun fiyatlılığı konusu önemli olmakla beraber bu konularda yeterli değildir. Bu özellikleri Ankara’ da geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılmamaktadır.

Uygun fiyatlılık taleple doğru orantılıdır. Talep olduğu sürece fiyatlarda artış devam edecektir. Anketin katılımcı grubunun “kongre araçları” talebi yüksek olan kesim olmasından dolayı fiyatlara duyarlı olması normaldir.

Katılımcılar tarafından Ankara için önemli olan ve performansının iyi olduğu alanlar. Otellerdeki servis standartları, yemek kalitesi, kişisel güvenliğin derecesi, bölgeye ulaşım imkanları, insanların konukseverliği, uluslararası standart kongre araçlarına sahip olmak ve bölgenin imajıdır. Bunlar korunması gereken değerlerdir.

Özgün kültürel kalıntılar, doğal güzellikler ve alternatif boş zaman seçenekleri bulgulara göre önemli olmayan ve Ankara’ nın performansının da düşük olduğu alanlardır.

5.2. Öneriler

- Alışveriş özelliklerinin geliştirilmesi için çalışmalar yapılırken gelen turistlerin alışveriş ile ilgili algıları geliştirilebilir, seyahat acenteleri ve il turizm müdürlüklerinin konsantrasyonu alışveriş merkezlerine yoğunlaşabilir.
- Mevcut alışveriş merkezleri turistlere yönelik olarak düzenlenebilir yada turistik yeni alışveriş merkezleri yapılabilir.
- Turistlerin ihtiyacı olan her yerde alışveriş olanaklarının tanıtıldığı yardımcı asistanlar yada yardım masaları kurulabilir ve bunlar tüm otel ve kongre merkezlerinde hizmete sunulabilir
- Kaliteli, dünya çapında marka değeri olan popüler kuruluşların Ankara'da şubelerinin açılması için teşvikler sunulması ve şubelerinin açılması Ankara'daki alışveriş olanakları algısının yükseltilmesine yardımcı olabilir
- Ankara bölgesindeki uygun fiyatlılık algısını düşük çıkmasından dolayı fiyatlar diğer destinasyonlara göre düşürülmeye çalışılmalı yada destinasyonun değerinin yükseltilerek ödenen bedel ile tatmin düzeyi yüksek tutulmaya çalışılabilir.
- Fiyatların düşülmesi genel karlılığa olumsuz yansıtacağı için destinasyonun değerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar daha faydalı olacaktır. Dünya'da kongre büroları yaptıkları tanıtım çalışmaları, organizasyonlar, genel standartları belirleme vb. çalışmalar ile mevcut bölgelerin değerlerinin yükseltilmesine yardımcı olurlar
- Ankara'da turizm bürolarının yaptığı işi İl Turizm Müdürlüğü, Valilik ve Belediyeler yürütecekleri turizme yönelik ayrı ayrı yada ortak olarak Uluslararası turizmi fuarlarına katılınabilir, ulusal ve uluslararası tanıtım kampanyaları sayesinde bilinilirliği artırılabilir
- Otellerdeki servis standartları, yemek kalitesi, uluslararası kongre araçları, arz eden kesim tarafından sağlanan özelliklerdir. Bunların korunması için birçok büyük otel ve kongre merkezi işletmesi kendileri standart geliştirmişlerdir. Bu standartların yaygınlaştırılması için çaba sarf edilebilir.

- Kişisel güvenliğin derecesi ve bölgeye ulaşım olanakları yerel yönetimin denetiminde olan konulardır. Mevcut durumun aynen sürdürülmesi için planlama ve kontrol çalışmalarına devam edilmesi gerekmektedir.
- İnsanların konukseverliği ve bölgenin imajı ise Ankara’ da kongre turizminden etkilenen ve mevcut bulunan herkesin, kamu kurumlarının, otellerin, kongre merkezlerinin ortak hareket ederek, ortak bir kampanya ya da girişim çerçevesinde toplanarak devam etmesi ile sağlanabilir. (Bir seviyeyi korumak her zaman o seviyeye çıkmaktan daha kolaydır). Ama birçok bölgenin yaptığı gibi bunlar göz ardı edilirse bu değerler kaybedilebilir.
- Özgün kültürel kalıntılar, doğal güzellikler ve alternatif boş zaman seçenekleri için kısıtlı kaynaklar ayrılarak yüksek bir yoğunlaşmaya gidilmeden planlamalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Aker A. (1986). Kongre Turizminde Alt Ve Üst Yapının Geliştirilmesi Kongre Turizmi Sempozyumu, Antalya

Akın B. (1995) Kongrecilik ve Uzmanlaşmış Seyahat Acentalarında Kongre Organizasyonu, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksek Okulu, Antalya

Ankara İl Haritası (Mart 2007) Mepmedya Yayınları, İstanbul

Albayrak T. Ve Caber M. (2011) Önem-Performans Analizi: Destinasyon Yönetimine Dair Örnek Ege Akademik Bakış Cilt 11, (Sayı 4) 627-638

Anderson, E.W and Mittal, V. (2000), ‘ Strengthening the Satisfaction-Profit Chain’, Journal of Service Research, Vol. 3, No. 2, pp. 107-120

Ankara İl Turizm Müdürlüğü (1997) 2000’li Yıllara Girerken Ankara’da Turizm, Ankara:Ankara İl Turizm Müdürlüğü

Ankara İl Turizm Müdürlüğü (1998) Ankara’da Kongre Turizmi Ankara:Ankara İl Turizm Müdürlüğü

Arslan K. (2008) Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları,İstanbul:İTO yayınları

Atik H. (2000) Hizmet Ekonomisi Göstergeleri ve Türkiye Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi Cilt 14, (Sayı 1) 33-49

Aydın Ş. (1997) Kongre Turizminin Önemi 8. Ulusal Turizm Kongresi, Bildiriler, Adnan Menderes Üniversitesi, Kuşadası

Aymankuy Y. (2003) Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Ankara : Detay yayıncılık

Aymankuy Y. (1997) Türkiye'de geliştirilebilir turizm sekli olarak kongre turizmi ve İzmir il merkezi örnek uygulaması,Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir

Bacon, D.R. (2003) “A Comparison of Approaches to Importance-Performance Analysis” International Journal of Market Research, 45(1):55-71.

Barsky, J. (1992) “Customer Satisfaction in Hotel Industry: Meaning and Measurement” Hospitality Research Journal, 16(1):51-73.

81 Şehir Yaşam Kalitesi Araştırması. (1 Eylül 2011). CNBC-E Business, s. 85

Chang J., Yang B., Yu C.(2005)The moderating effect of salespersons' selling behaviour on shopping motivation and satisfaction: Taiwan tourists in China,Tourism Management 27 : 934–942

Chu, R.K.S. and Choi, T. (2000) “An Importance- Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: a Comparison of Business and Leisure Travellers” Tourism Management, 21: 363-377.

Çizel B. ve Çizel R. (2002 17-21 Nisan) Turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında Kongre Turizmi ve Antalya Yöresinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesin Yönelik Bir Araştırma First Tourism Congress of Mediterranean Countries de sunuldu, 593 Antalya: Azim Matbaa

Crouch, G.I. (1994). The study of international tourism demand: A review of findings. Journal of Travel Research, 33, 12–23.

Davidson R. And Cope B.(2003). “Business Travel” London, Pearson Education,

Deng, W., Kuo Y., ve Chen W, (2008) “Revised Importance-Performance Analysis: Three-Factor Theory and Benchmarking”, The Service Industries Journal, 28(1),37- 51.

Dwyer L. ve Forsyth P. (2011): Methods of estimating destination pricecompetitiveness: a case of horses for courses?, Current Issues in Tourism, 14(8), 751-777

Enright, M.J., Newton, J., (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. Tourism Management 25 (6), 777–788.

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

Evans, M. R., and Chon, K. S. (1989). Formulating and evaluating tourism policy using importance-performance analysis. Hospitality Education and Research Journal, 13, 203-213.

Fawzy A. and Samra Y. (2008) 'A Conceptual Model for Understanding Associations' Site Selection Processes: An Organizational Buyer Behavior Perspective', Journal of Convention & Event Tourism 9 (2),119-136

Hengirmen M. (2002) Turistik Ankara, Ankara, Engin Yayınevi

Huana, T.C., Beamanb, J., Shelbyc, L.B., 2002. Using action-grids in tourism management. Tourism Management 23 (3), 255–264.

Hunter C. and Green H. (1996). "Key Concepts for Tourism and the Environment" *Tourism and the Environment: A Sustainable Relationship?* London & New York: Routledge

İçöz O. ve Kozak M. (2002) *Turizm Ekonomisi*, Ankara, Turhan Kitapevi

Jansen Verbeke, M. (1988). Leisure, recreation and tourism in inner cities: Explorative case studies. In , *Netherlands geographical studies*, Vol 58, 109–111, Amsterdam: KNAG.

Jung S. (1983) *The Perception of Korea As A Convention Destination* unpublished Master Thesis, University of Nevada, Las Vegas

Karasu T.(1985) *Kongre Turizmi ve Türkiye*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını.

Küçükaslan, N. (2007) *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Ekin Yayınevi,

Martin, D.W., 1995. An importance–performance analysis of service providers' perception of quality service in the hotel industry. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* 39 (1), 5–17.

Martilla, J. and James J. (1977), 'Importance- Performance Analysis', *Journal of Marketing*, 14 (January), 77-79.

Maslov, A.(1943) *A Theory of Human Motivation* *Psychological Review*, 50, 370-396.

Mintzberg, H., Lampel, J., Quinn, J., & Ghoshal, S. (2003). *The strategyprocess: Concepts, contexts and cases* (4th Basım.). Upper Saddle River,NewJork: Prentice-Hall.

Mutluay H. (Mayıs 2009) Gezi Türkiye Tatil Rehberi, İstanbul; Ekin Grubu

OECD (2000) The Business Industry Policy Series The Service Economy Paris: OECD Publication,

O'Neill, M.A., Palmer, A., 2004. Importance–performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. Quality Assurance in Education 12 (1), 39–52.

Özen Y. (1986) Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği, Ankara: TÜRSAB

Robert A. Stebbins (2006): Shopping as leisure, obligation, and community , Leisure/Loisir, 30(2), 467-474

Roger T. (2008) Conferences and Conventions A global industry second edition Oxford: Elsevier Ltd.

Sanders, Heywood T.(2004) Convention Mythology, Journal of Convention & Event Tourism, 6(1), 99 - 143

Sezgin M. Acar Y. (1991) Turizm tanıtımı – Pazarlama Ekonomi Ankara, Baştem Yayınları

Spiller J. (2002) History of Convention Tourism. In Weber K. And Chon K. (Eds.) Convention Tourism International Research and Industry Perspectives (3 -20) NewYork, The Haworth Press. Inc

Swarbrooke J. And Horner S.(2007) Consumer Behavior In Tourism, Elsevier Inc.

Tavmerger İ. ve Aksakal E. (2004) Kongre ve Toplantı Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayıncılık,

The International Associating Meeting Market 2000-2010 Abstract for non-members (2011 August) web: <http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1264> 17.06.2012 yılında alınmıştır

Timothy, D. J., ve Butler, R. W. (1995) Cross-border shopping: A North American perspective. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 16–34.

Türkiye İstatistik Kurumu (2012) İstatistiklerle Kadın 2011 , Ankara; Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası

Tursab, (1997) Türkiye seyahat Acentaları Birliği Aylık Yayın Organı,Sayı:163

Wang, Z. H., ve Ryan, C. (1998). New Zealand retailers' perceptions of some tourists' negotiation styles for souvenir purchases. *Tourism, Culture and Communication* (1), 139–152.

WEBER, K.; CHON K.(2002), *Convention Tourism; International Research and Industry Perspectives*, New York, The Haworth Hospitality Press,

Yıldırğan R.,Zengin B., Batman O.,(2005) “Türkiye’deki Otel İşletmelerinin Toplantı Pazarı Profilini Belirlenmeye Yönelik Bir Alan Araştırması”, I.Çanakkale Turizm Biyenalı, Çanakkale Dünya Turizm Örgütü Yayınlar Dairesi, ,

Yücel S. (2005) Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye, Türsab Dergi

Yücel S. (2002) Türkiye'nin toplantı turizminden aldığı pay artıyor, Türsab Dergi

Zhang, H.Q., Chow, I., 2004. Application of importance–performance model in tour guides’ performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management* 25 (1), 81–91.

<http://www.ahla.com/content.aspx?id=26519> 01.Haziran.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.akm.org.tr/akm_hk.html 04.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.anadolugkm.com/tr/index.php> 04.07.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.ankara.bel.tr/AbbSayfalari/Kent_Rehberi/Mesire_Yerleri/Kirmir.aspx 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.ankara.bel.tr/AbbSayfalari/Parklar/Mogan.aspx> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.ankara.com/kaplica.html> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.Ankaralilarvakfi.org/?page_id=615 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.ayasicmeceleri.com/htmldocs/sifali_su/32/133/sifali_suyun_kaplica_olarak_faydalari.html 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.beypazari.bel.tr/site/index.php?modul=10_3&id=42 27.06.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.camlidere.bel.tr/sayfa.asp?sayfaID=14> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.cubuk.bel.tr/cubuk_detay.asp?cat=MTc= 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.conventionindustry.org/StandardsPractices/APEX/glossary.aspx> 06.Şubat.2012 tarihinde alınmıştır

<http://www.hamamonu.com.tr/source.cms.docs/hamamonu.com.tr.ce/index.html> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.haymana.com/anasayfa.php> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.humak.hacettepe.edu.tr/Documents/humak_haymana_temirozu_2008.pdf 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.icec.org/tr/salonlar> 25.06.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.kizilcahamam.bel.tr/?mod=galeri&kat=76&on=1> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.kultur.gov.tr/TR,25339/anitkabir.html> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.gercekgundem.com/?p=471013> 07.07.2012 tarihinde alınmıştır.

[https://maps.google.com/maps?saddr=Jose+Marti+Cd+\(21.+Sk.\)&daddr=B%C3%BCy%C3%BCkhanl%C4%B1+Park%26Residence+Deluxe+Otel+\(***\)+,%C3%87ankaya,+Simon+Bolivar+Bulvar%C4%B1,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:Sheraton+Hotel+%26+Convention+Center,+T%C3%BCrkiye+to:tahra](https://maps.google.com/maps?saddr=Jose+Marti+Cd+(21.+Sk.)&daddr=B%C3%BCy%C3%BCkhanl%C4%B1+Park%26Residence+Deluxe+Otel+(***)+,%C3%87ankaya,+Simon+Bolivar+Bulvar%C4%B1,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:Sheraton+Hotel+%26+Convention+Center,+T%C3%BCrkiye+to:tahra)

n+cad+2-

8+to:Divan+Hotel,+%C3%87ankaya,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:rixos+premium+ankara+to:ankara+dedeman+otel+to:ankara+s%C3%BCrmeli+otel+to:barcelo+alt%C4%B1nel+ankara+to:Radisson+Sas+Hotel(****),+Alt%C4%B1nda%C4%9F,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:crown+plaza+otel+ankara+to:Gazi+Park+Otel,+%C3%87ankaya,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:jw+marriot+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:Aktif+Metropolitan+Otel(*****),+%C3%87ankaya,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:Ramada+Plaza,+%C3%87ankaya,+Ankara,+T%C3%BCrkiye+to:bilkent+otel+ankara+to:39.9494129,32.8340021+to:b%C3%BCy%C3%BCk+anadolu+otel+++ankara+to:esenbo%C4%9Fa+airport+otel&hl=tr&ie=UTF8&ll=39.912501,32.83968&spn=0.033312,0.0739&sl=39.878407,32.864292&spn=0.008332,0.018475&geocode=FWN8YAIId82P1AQ%3BFbmAYAIId52_1ASGWWjVurw-T2CIdXAb1fEXTFDGWWjVurw-T2A%3BFVjSYAIIdBnr1ASFxtbenEbv6wyllxyv9l0_TFDFxtbenEbv6ww%3BFYzbYAIIdy3X1ASIDVQSUok_TFDGT5wMdtOkd2g%3BFS_eYAIIdr271ASHvYI2XEEDr2ikT2D3sok_TFDHvYI2XEEDr2g%3BFQL3YAIIdxVj1ASHpa1BKUJNjhCltlWQCp0_TFDHpa1BKUJNjhA%3BFSsGYQIdgGD1ASFcQxSGX651ISmdqdFSpE_TFDFcQxSGX651IQ%3BFYY9YQIdSE71ASFHTBi1-qUctCkFNrRL_07TFDFHTBi1-qUctA%3BFSBZYQIdPRb1ASGc9lcX8fq39ymfjpCm5U7TFDGC9lcX8fq39w%3BFURuYQIdbUX1ASFcp_b8g9lvpSkjgmQi9U7TFDFCp_b8g9lvpQ%3BFS2dYQIdNvz0ASH6aAtGeNme7CnfYj8tkU7TFDH6aAtGeNme7A%3BFdwsYQIdpoT0ASEjr1oh4RSERCnvQ32t2E7TFDEjr1oh4RSERA%3BFdT4YAIIdCZb0ASHmu4_6qR5C3ymj-F-bskjTFDHmu4_6qR5C3w%3BFaneYAIId7X0ASHbCGDBhgBg4ykJbq1WUU_TFDHbCGDBhgBg4w%3BFYPEYAIIdksL0ASEtpZfldILXASk7vtR2-EXTFDEtpZfldILXAQ%3BFfBwYAIIdFOzzASE-CST_Df_XLynt4bwsAEfTFDE-CST_Df_XLw%3BFWSUYQId0gH1ASl_WZo3lE7TFDEBlA7UvZ0BRA%3BFcQQZAIdmt33ASEXD8Kt723DQyn_BsgL9g-CQDEXD8Kt723DQw%3BFV94YwIdSJ32ASFCji3LXIQ2_ymdpdsviyQiCQDFCji3LXIQ2_w&oq=Swiss+Otel&t=h&mra=ps&via=16&z=14 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.nallihan.gov.tr/index.php?b=QvZs/G1sZXI=&s=33>
03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.nallihan.gov.tr/index.php?b=QvZs/G1sZXI=&s=71>
03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.nallihan.bel.tr/mesire.asp> 03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.rmk-museum.org.tr/cengelhan/turkce/exhibit/index.html>
03.07.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://www.sat.metu.edu.tr/index.php/madag/etkinlikler> 03.07.2012
tarihinde alınmıştır.

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=alternatif> 21.Kasım.2011
tarihinde alınmıştır.

<http://www.turizmdebusabah.com/haberler/karsilastirmali-dunya,turkiye-turizm-verileri-19997.html> 17 Haziran 2012 tarihinde alınmıştır.

http://www.tursab.org.tr/dosya/1014/09kakongre_1014_3715792.pdf
26.06.2012 tarihinde alınmıştır.

<http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=4347> 03.07.2012 tarihinde
alınmıştır.

<http://www.yenimahalle.bel.tr/Web/Icerik/Icerik.aspx?id=8> 07.07.2012
tarihinde alınmıştır.

BÖLÜM 1- ULUSLARARASI KONGRE MERKEZİ ANLAYIŞI

Lütfen dikkatli okuyun ve uluslararası kongre organizasyonu için hangisi sizin için daha önemliyse onu 1 ile 5 arasında değerlendirin. Örnek olarak uluslararası bir kongre merkezi olmak için " uluslararası standart kongre araçlarına sahip olmak" önemlilik derecesini 5 den 1 e azalan değerde işaretleyin

	5	4	3	2	1
	Çok önemli		Normal		Çok önemsiz
1.Uluslararası Standart kongre araçlarına sahip olmak	☐	☐	☐	☐	☐
2.Otellerdeki Servis standartları	☐	☐	☐	☐	☐
3.Özgün kültürel kalıntılar	☐	☐	☐	☐	☐
4. Doğal Güzellikler	☐	☐	☐	☐	☐
5.Alışveriş Olanakları	☐	☐	☐	☐	☐
6.Yemek kalitesi	☐	☐	☐	☐	☐
7. İnsanların Konukseverlikleri	☐	☐	☐	☐	☐
8. Alternatif boş zaman seçenekleri (Gece hayatı - spor vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
9. Kişisel güvenliğin derecesi	☐	☐	☐	☐	☐
10. Bölgeye ulaşım imkanları	☐	☐	☐	☐	☐
11. Bölgenin uygun fiyatlılığı	☐	☐	☐	☐	☐
12. Bölgenin İmajı	☐	☐	☐	☐	☐

BÖLÜM 2- KONGRE MERKEZİ OLARAK ANKARANIN PERFORMANSI

Lütfen aşağıdaki özelliklerden Ankara şehrinin uydukları ile ilgili düşüncelerinizi belirtiniz. . Eğer sizibakış açınızı yansıtan değer yoksa ona en yakın olan değeri işaretleyin

A. ANKARA'NIN PERFORMANSI

	5	4	3	2	1
	Çok İyi		Normal		Çok Kötü
1.Uluslararası Standart kongre araçlarına sahip olma	☐	☐	☐	☐	☐
2.Otellerdeki Servis Standartları	☐	☐	☐	☐	☐
3.Özgün kültürel kalıntılar	☐	☐	☐	☐	☐
4. Doğal Güzellikler	☐	☐	☐	☐	☐
5.Alışveriş Olanakları	☐	☐	☐	☐	☐
6.Yemek kalitesi	☐	☐	☐	☐	☐
7. İnsanların Konukseverlikleri	☐	☐	☐	☐	☐
8. Alternatif boş zaman seçenekleri (Gece hayatı - spor vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
9. Kişisel güvenliğin derecesi	☐	☐	☐	☐	☐
10. Bölgeye ulaşım imkanları	☐	☐	☐	☐	☐
11. Bölgenin uygun fiyatlılığı	☐	☐	☐	☐	☐
12. Bölgenin İmajı	☐	☐	☐	☐	☐

B. ANKARA'NIN MEMNUNİYET DERECEŚİ

1. Turistik Tesisler

2. Genel Fiyatlar

3. Kongre tesisleri ve hizmetleri

4. Konaklama Kalitesi

5. Yiyecek İçecekler

5 4 3 2 1
Çok Normal Hiç
Memnun Memnun değil

☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐

C. SİZİN ANKARA HAKKINDAKİ TUTUMUNUZ

1. Türk lirasının değerinin düşüklüğü Ankara'nın tercih edilmesi için önemli bir nedendir.

2. Ankara paranın karşılığı için iyi bir değer olduğunu kanıtlamıştır.

3. Ankara kongre için genel olarak iyi bir değerdir.

4. Ankara diğer şehirlere göre daha önemlidir.

5. Eğer ankara da yaşamasaydım Tatil için Ankara'ya gelmek isterdim.

5 4 3 2 1
Tamamen Normal Hiç
katılıyorum Katılmıyorum

☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐

BÖLÜM 3- KENDİNİZ HAKKINDA

1. İkamet ettiğiniz ülke

2. Cinsiyetiniz

☐ ERKEK ☐ KADIN

3. Doğum tarihiniz

☐ 1930 ve Öncesi ☐ 1930-1939 ☐ 1940-1949
☐ 1950-1959 ☐ 1960-1969 ☒ 1970 ve sonrası

4. Eğitim Seviyeniz

☐ Lise veya öncesi ☐ Ön Lisans ☐ Üniversite
☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

KATILDIGINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİM