

**T.C.  
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**AKADEMİSYENLERİN KONGRE TURİZMİNE KATILMA  
NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA  
İNCELENMESİ: BATI KARADENİZ BÖLÜMÜ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Süreyya KIRIKCI**

**Tez Danışmanı  
Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŞ KULUALP**

**Karabük  
Haziran / 2019**

**T.C.  
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**AKADEMİSYENLERİN KONGRE TURİZMİNE KATILMA  
NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA  
İNCELENMESİ: BATI KARADENİZ BÖLÜMÜ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Süreyya KIRIKCI**

**Tez Danışmanı  
Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŞ KULUALP**

**Karabük  
Haziran / 2019**

# İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER .....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI .....	5
ÖNSÖZ .....	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION .....	10
KISALTMALAR .....	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	12
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	13
ARAŞTIRMA PROBLEMİ/ HİPOTEZLER .....	15
EVREN VE ÖRNEKLEM .....	16
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR / KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER .....	17
BİRİNCİ BÖLÜM .....	18
PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ.....	18
1.1. Tanım ve Kavramsal Çerçeve:.....	19
1.1.1. Niyet .....	21
1.1.2. Tutum .....	22
1.1.3. Sosyal Norm .....	23
1.1.4. Algılanan Davranışsal Kontrol.....	24
1.1.5. Tahmin Edilen ve Fiili Davranış .....	25
1.2. Literatürde Planlı Davranış Teorisi İle İlgili Yapılmış Çalışmalar.....	27
1.2.1. Tüketici Davranışı Açısından Planlı Davranış Teorisi Kullanımı .....	27
1.2.3. Çalışma Hayatı Açısından Meslek Belirlemede Planlı Davranış Teorisi Kullanımı.....	29
1.2.5. Eğitim Bilimlerinde Planlı Davranış Teorisi Kullanımı .....	31
1.2.6. Teknoloji Kabul Modeli .....	32
1.3. Planlı Davranış Teorisi ve Diğer Bilim Dallarıyla İlişkisi .....	33
1.4. Planlı Davranış Teorisi ve Turizm İlişkisi .....	34


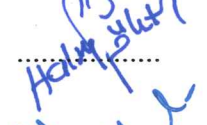
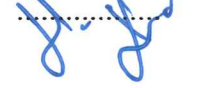
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	35
<b>KONGRE TURİZMİ KAVRAMI</b> .....	35
<b>2.1. Toplantı Kavramı ve Türleri</b> .....	35
<b>2.1.1. Amaçlarına Göre Toplantı Türleri</b> .....	36
<b>2.1.1.1. Şirket Toplantıları</b> .....	36
<b>2.1.1.2. Ulusal Dernek Siyasi Parti ve Sendika Toplantıları</b> .....	36
<b>2.1.2. Konularına Göre Toplantı Türleri</b> .....	37
<b>2.1.3. Katılımcıların Milliyetlerine Göre Toplantı Türleri</b> .....	37
<b>2.2. Kongre Kavramı ve Türleri</b> .....	37
<b>2.3. Kongrelerin Sınıflandırılması</b> .....	39
<b>2.3.1. Uluslararası Birlik Kongreleri</b> .....	39
<b>2.3.2. Katılımcıların Ülkelerine Göre Kongre Türleri</b> .....	39
<b>2.4. Kongre ve Turizm İlişkisi</b> .....	40
<b>2.4.1. Kongre Turizminin Özellikleri ve Önemi</b> .....	42
<b>2.4.2. Kongre Turizminin Tarihsel Gelişimi</b> .....	43
<b>2.4.3. Kongre Turizminin Ekonomik, Sosyokültürel, Politik ve Akademik Etkileri</b> .....	44
<b>2.4.4. Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleri ile Etkileşimleri</b> .....	48
<b>2.4.4.1. Kongre Turizmi ve Kültür Turizmi Arasındaki İlişki</b> .....	49
<b>2.4.4.2. Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi Arasındaki İlişki</b> .....	49
<b>2.4.4.3. Kongre Turizmi ve Politik Turizm Arasındaki İlişki</b> .....	50
<b>2.4.4.4. Kongre Turizmi ve Lüks Turizm Arasındaki İlişki</b> .....	50
<b>2.4.4.5. Kongre Turizmi ve Hafta Sonu Turizmi</b> .....	51
<b>2.4.4.6. Kongre Turizmi ve İş - Ticaret Turizmi</b> .....	51
<b>2.4.4.7. Kongre Turizmi ve Teşvik Turizm</b> .....	52
<b>2.4.5. Kongre Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler</b> .....	53
<b>2.4.5.1. Talep Güdülü Gelişme Nedenleri</b> .....	53
<b>2.4.5.2. Arz Güdülü Gelişme Nedenleri</b> .....	54
<b>2.5. Kongre Yönetimi</b> .....	54
<b>2.5.1. Kongre Turizminde Yönetim Fonksiyonları</b> .....	55
<b>2.5.1.1. Planlama ve Koordinasyon Fonksiyonu</b> .....	55
<b>2.5.1.2. Operasyonel Fonksiyon</b> .....	56
<b>2.5.1.3. Kongre Organizasyonu</b> .....	56

2.5.1.4. Denetim Fonksiyonu .....	56
2.5.2. Kongre Turizmi Fayda ve Maliyet Analizi .....	57
2.6. Türkiye’de Kongre Turizmi Etkileyen Unsurlar .....	57
2.7. Kongre ve Türk Turizminde Talep Analizi.....	58
2.7.1. Türkiye’de Turizm .....	59
2.7.2. Türk Kongre Turizminin Dünya ve Avrupa Sıralamasındaki Yeri.....	60
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>62</b>
<b>AKADEMİSYENLERİN KONGRE TURİZMİNE KATILMA NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ.....</b>	<b>62</b>
3.1. Araştırma Verilerinin Analizi.....	62
3.1.1. Katılımcılara Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler .....	62
3.1.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	67
3.1.3. Faktör Analizi .....	70
3.2. Araştırmanın Bulguları .....	72
3.2.1. Araştırma Modeli Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Analizi .....	72
3.2.2. Araştırma Modeline İlişkin Regresyon Analizi .....	73
<b>SONUÇ ve ÖNERİLER .....</b>	<b>76</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>80</b>
<b>TABLolar LİSTESİ .....</b>	<b>88</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ .....</b>	<b>89</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>90</b>
<b>EK 1: ANKET SORULARI .....</b>	<b>90</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>92</b>

## TEZ ONAY SAYFASI

### Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Süreyya KIRIKCI'ya ait "Akademisyenlerin Kongre Turizmine Katılma Niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında İncelenmesi: Batı Karadeniz Bölümü Örneği" adlı bu tez çalışması Tez Kurulumuz tarafından Turizm İşletmeciliği Programı Yüksek Lisans tezi olarak oybirliği / ~~oyçokluğu~~ ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı	: Doç. Dr. Nurettin AYAZ	
Danışman Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŞ KULUALP	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Hakan KENDİR	

Tez Sınavı Tarihi: 17.06.2019

## DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “*Akademisyenlerin Kongre Turizmine Katılma Niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında İncelenmesi: Batı Karadeniz Bölümü Örneği*” başlıklı bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yaptığımı beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Süreyya KIRIKCI

İmza : 

## ÖNSÖZ

Uluslararası bir sektör haline gelen turizm faaliyetlerinin, yarattığı gelirler ile gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine diğer birçok sektörden daha fazla katkı sağladığı bilinen bir gerçektir. Bu bağlamda ülkeler turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için turizm faaliyetlerini on iki aya yaymanın yollarını aramışlar ve alternatif turizm çeşitlerini faaliyete geçirmişlerdir. Bu alternatif turizm çeşitlerinin içinde mevsim uzatıcı etkisi, yarattığı istihdam, diğer sektörleri etkileyerek sağladığı maddi katkılar gibi özellikleri ile ulusal ekonomiye en çok gelir sağlayan şüphesiz kongre turizmdir.

Kongre turizminin geliştirilmesinde insan davranışlarının da önemli etkisi vardır. Bilişsel teoriler içinde yer alan Planlı Davranış Teorisi (PDT), kişilerin niyetlerini, davranışa ilişkin inançlarını ve tutumlarını, öznel normlarını, algıladıkları davranışsal kontrolü inceleyerek değerlendirmektedir. Bu bağlamda yapılan bu çalışma ile bireylerin kongre turizmine katılma niyetlerinin kongre turizmine katılma davranışlarını nasıl etkilediği ortaya çıkarılmış, elde edilen sonuçların da kongre düzenleyen kurum ve kuruluşlara yol göstererek kongre turizminin geliştirilmesi anlamında katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Tez çalışmam sürecinde, katkılarını esirgemeyen, akademik anlamda birçok katkı sağlayan değerli hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Fatih TÜRKMEN'e, göstermiş olduğu sabrından dolayı tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŞ KULUALP'e, baba şefkati ile hiçbir zaman desteğini esirgemeyen değerli hocam Sayın Doç. Dr. Nurettin AYZAZ'a, yardımlarından dolayı Sayın Dr. Öğr. Üyesi Hakan KENDİR'e, her zaman bir abla gibi bize yol gösteren değerli İngilizce öğretmenim Sayın Bilge ÖZBABA'ya ve Sayın Mehtap ÖZÜDOĞRU'ya teşekkürlerimi sunarım.

Bu süreçte her zaman maddi-manevi desteklerini esirgemeyen annem Hatice KIRIKCI, babam Halil KIRIKCI, kardeşim Serkan KIRIKCI ile Canan CAN KIRIKCI, ailemizin gülü Gülce ve en değerli varlığım oğlum Samberk KIRIKCI ile tüm dostlarıma şükranlarımı sunarım.

Süreyya KIRIKCI



## ÖZ

Sosyal bir varlık olan insan, davranışlarını da içinde bulunduğu sosyal ortama göre şekillendirmekte, aynı zamanda da ihtiyaçlarını giderme niyeti ile kararlar alıp uygulamaktadır. Bu ihtiyaçlar içerisinde yer alan psikolojik, sosyal ve kültürel gelişim gereksinimlerini gerçekleştirmek için dinlenme, eğlenme, seyahat ederek yeni yerler görme niyetiyle yapmış oldukları davranışlar turizm hareketliliğini ortaya çıkarmıştır.

Bu tez çalışmasının temel amacı, akademisyenlerin kongre turizmine katılma niyetlerini etkileyen faktörlerin Planlı Davranış Teorisi bağlamında belirlenmesidir. Ayrıca akademisyenlerin demografik özellikleri, kongre turizmine katılmaya ilişkin davranışa yönelik tutumları, gerçekleşen davranışları, algıladıkları davranışsal kontrolü ve öznel normlarının düzeylerini tespit etmektir. Çalışma kapsamında Batı Karadeniz Bölümü'nde yer alan Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop ve Zonguldak illerinde yer alan 7 üniversitede görev yapan akademisyenlere anket uygulaması yapılmıştır.

Araştırmanın ilk bölümünde Planlı Davranış Teorisi ele alınarak bilgi verilmiş, ikinci bölümde ise kongre turizmine değinilmiştir. Son bölüm olan üçüncü bölümde ise akademisyenlerin Planlı Davranış Teorisi kapsamında kongre turizmine katılma niyetlerinin incelendiği araştırmanın uygulama sonuçları paylaşılmıştır.

Araştırma sonucunda kongre turizmine katılan kişilerin tutumlarının, davranışlarının, algıladıkları davranışsal kontrolün ve öznel normların kongre turizmine katılma niyetlerini %89 gibi yüksek bir oranda belirlediği sonucuna varılmıştır. Katılımcıların kongre turizmine katılmaya karşı davranışsal niyetlerini davranışa yönelik tutum ve öznel norm değişkenleri anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Gerçekleşen davranış üzerinde ise davranışsal niyetin anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi vardır.

**Anahtar Kelimeler:** Planlı Davranış Teorisi, Turizm, Kongre Turizmi, Akademisyen, Niyet.

## ABSTRACT

The human being, a social entity, shapes its behavior according to the social environment, and at the same time takes decisions with the intention of eliminating its needs. In order to realize the psychological, social and cultural developmental requirements of these needs, the behaviors they have done with the intention of resting, having fun, travelling and seeing new places have revealed the tourism mobility.

The main objective of this thesis is to determine the factors affecting the intention of academicians to participate in Congress tourism in the context of Planned behavior theory. In addition, it is aimed to determine how effective the attitudes, behaviors, behavioral control and subjective norms of demographic variables to participate in Congress tourism. Within the scope of the study, a survey application was made to the academicians working in 7 universities in Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop and Zonguldak provinces in the Western Black Sea region.

In the first part of the research, the information was given by handling the planned behaviour theory; in the second part, congress tourism has been mentioned. In the third part, the final one, the results of the study, which examined the intentions of academicians to participate in Congress tourism within the framework of the planned behavior theory, were shared.

The research concluded that the attitudes, behaviours, perceived behavioural control and subjective norms of the participants in Congress tourism determined their intention to participate in Congress tourism at a high rate of 89%. The behavioural intentions of the participants towards participating in Congress tourism are influenced by the behavioural attitudes and subjective norm variables in a meaningful and positive way. On the other hand, behavioural intent has a significant and positive effect on the behavior that takes place.

**Keywords:** Theory of Planned Behavior, Tourism, Congress Tourism, Academician, Intent.

## ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

<b>Tezin Adı</b>	<b>Akademisyenlerin Kongre Turizmine Katılma Niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında İncelenmesi: Batı Karadeniz Bölümü Örneği</b>
<b>Tezin Yazarı</b>	<b>Süreyya KIRIKCI</b>
<b>Tezin Danışmanı</b>	<b>Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŞ KULUALP</b>
<b>Tezin Derecesi</b>	<b>Yüksek Lisans</b>
<b>Tezin Tarihi</b>	<b>17.06.2019</b>
<b>Tezin Alanı</b>	<b>Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı</b>
<b>Tezin Yeri</b>	<b>KBÜSBE - Karabük</b>
<b>Tezin Sayfa Sayısı</b>	<b>90</b>
<b>Anahtar Kelimeler</b>	<b>Planlı Davranış Teorisi, Turizm, Kongre Turizmi, Akademisyen, Niyet</b>

## ARCHIVE RECORD INFORMATION

<b>Name of the Thesis</b>	<b>Examination of Academicians In The Context Of Planned Behavior Theory Of Their Intention To Participate In Congress Tourism: Example Of The Western Black Sea Department</b>
<b>Author of the Thesis</b>	<b>Süreyya KIRIKCI</b>
<b>Advisor of the Thesis</b>	<b>Asst. Prof. Halime GÖKTAŞ KULUALP</b>
<b>Status of the Thesis</b>	<b>Master of Tourism Management</b>
<b>Date of the Thesis</b>	<b>17.06.2019</b>
<b>Field of the Thesis</b>	<b>Department of Tourism Management</b>
<b>Place of the Thesis</b>	<b>KBÜSBE-Karabük</b>
<b>Total Page Number</b>	<b>90</b>
<b>Keywords</b>	<b>Theory of Planned Behavior, Tourism, Congress Tourism, Academician, Intent</b>

## KISALTMALAR

**NET** : Nedensel Eylem Teorisi

**DET** : Düşünölmüş Eylem Teorisi

**GET** : Gerekçeli Eylem Teorisi

**PDT** : Planlı Davranış Teorisi

**BİMER**: Başbakanlık İletişim Merkezi

**DYT**: Davranışa Yönelik Tutum

**ÖN**: Özne Norm

**ADK**: Algılanan Davranışsal Kontrol

**DN**: Davranışsal Niyet

**ICT**: Bilgi ve İletişim Teknolojileri

**TKM**: Teknoloji Kabul Modeli

**UIA**: Uluslararası Dernekler Birliği

**ICCA**: Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği

**GSYİH**: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

## **ARAŞTIRMANIN KONUSU**

Araştırma kapsamında, Ajzen Modeli olarak da bilinen Planlı Davranış Teorisi'ne göre akademiŐyenlerin kongre turizmine katılmaya ilişkin davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinin davranışsal niyet üzerindeki etkisi ve gerçekleşen davranışın ise davranışsal niyetten etkilenme düzeyi belirlenmiştir.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Literatür incelendiğinde kongre turizmi ile ilgili birçok çalıŐmaya rastlanmıŐtır. Yapılan çalışmalarda genellikle kongre turizmi arz yönünden ele alınmış, ancak kongre katılımcılarının talebine yönelik çalışmaların az sayıda olduğu görülmüştür. Aynı zamanda, planlı davranış teorisi ile ilgili çalışmalar da incelendiğinde turizm ile ilgili yapılan çalışmaların sayısının da sınırlı olduğu görülmektedir.

Literatüre bu anlamda katkı sağlamak üzere bu çalışmada, bireylerin planlı davranış teorisi kapsamında kongre turizmine katılma niyetleri üzerinde öznel normların, tutumların, inançların ve algılanan davranışsal kontrolün ne kadar etkili olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıŐtır.

Turizmin diğer eŐitleri ve Planlı Davranış Teorisi ile ilgili de sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Ancak bireylerin kongre turizmine katılma niyeti ile ilgili olarak Planlı Davranış Teorisi kapsamında herhangi bir çalıŐmaya rastlanmamıŐtır. Bu alıŐma ile bireylerin kongre turizmine katılma niyetlerini etkileyen faktörler belirlenerek, kongre düzenleyen kurumlar ve firmalara yol göstermesi, aynı zamanda da literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma keşfedici ve tanımlayıcı olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada ikincil kaynaklardan veriler toplanarak literatür taraması yapılmıştır. Literatür taramasında üniversite kütüphaneleri, planlı davranış teorisi ve kongre turizmi ile ilgili kitaplar, makaleler, tezler, turizm sektörü ile ilgili periyodik yayınlar ve internetten yararlanılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında; maille iletişim kurularak yapılan anket uygulamasıyla doğrudan veriler elde edilmiştir. Anketin giriş bölümünde anketin ne amaçla düzenlendiği belirtilmiş, anket çalışmasının birinci bölümündeki 12 soru anketi yanıtlayanların demografik yapı ve iş özellikleri, ikinci bölümündeki 24 soru ise akademisyenlerin planlı davranış teorisi kapsamında kongre turizmine katılma niyetini belirleme amacına uygun olacak şekilde düzenlenmiştir. Ankette yer alan demografik yapı ve iş özelliklerinin belirlendiği 12 soru çoktan seçmeli sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde yer alan 24 maddelik ölçeğin cevap kategorileri beşli Likert derecesine göre yapılmıştır. Beşli Likert derecesinde cevap seçenekleri “Kesinlikle Katılmıyorum” (1), “Katılmıyorum” (2), “Kararsızım” (3), “Katılıyorum”(4), “Kesinlikle Katılıyorum”(5) olarak kullanılmıştır.

Çalışmanın istatistiksel analizleri için SPSS paket programı kullanılmıştır. Araştırmanın **Davranışa Yönelik Tutum** ile ilgili anket soruları “Kongre turizmine katılmak benim için yararlıdır” (1), “Kongre turizmine katılmak benim için iyidir” (2), “Kongre turizmine katılmak benim için muhteşemdir” (3), “Kongre turizmine katılmak benim için eğlencelidir” (4), “Kongre turizmine katılmak benim için sıra dışıdır” (5), “Kongre turizmine katılmak benim için mantıklıdır” (6), “Kongre turizmine katılmak benim için rahatlatıcıdır” (7), “Kongre turizmine katılmak benim için gereklidir” (8)’ dir. Bu sorularla, anket katılımcılarının tutumlarının ölçülmesi, öğrenilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın **Öznel Norm**’la ilgili anket soruları, “Ailem benden kongre turizmine katılmamı bekler” (9), “Arkadaşlarım, kongre amaçlı seyahat etmem gerektiğini düşünür” (10), “Benim için önemli olan insanların çoğu kongre amaçlı seyahat eder” (11), “Önem verdiğim insanların çoğu, benim kongre amaçlı seyahat etmemi bekler” (12), “Benim için düşünceleri önemli olan insanlar, benim kongre

amaçlı seyahat etmem gerektiğini düşünür” (13), “Görsel (televizyon), işitsel (radyo) ya da sosyal medya (facebook, twitter, vb.) verdiği mesajlarla kongre amaçlı seyahat etmemi teşvik eder” (14)’dir. Bu sorularla, anket katılımcıların üzerindeki normlarının ölçülmesi, öğrenilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın **Gerçekleşen Davranış** ile ilgili anket soruları, “İstersem kongre turizmine katılırım”, “İstersem kongre turizmine katılırım” (15), “İstersem kongre için seyahat edeceğime eminim” (16), “Kongre turizmine katılmak için yeterli bilgiye sahibim” (17)’dir. Bu sorularla, anket katılımcılarının bireyler üzerindeki sosyal baskının, davranışlarının ölçülmesi, öğrenilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın **Algılanan Davranışsal Kontrol** ile ilgili anket soruları, “Kongre turizmine katılmak için yeterli zamana sahibim” (18), “Kongre turizmine katılmak için yeterli olanaklara sahibim” (19), “Kongre turizmine katılmak tamamen bana bağlıdır” (20), “Eğer kongre için seyahat etmek istersem bana hiçbir şey engel olamaz.” (21)’dir. Bu sorularla, anket katılımcılarının kongre turizmi üzerindeki algılanan davranışsal kontrollerinin ölçülmesi, öğrenilmesi amaçlanmaktadır.

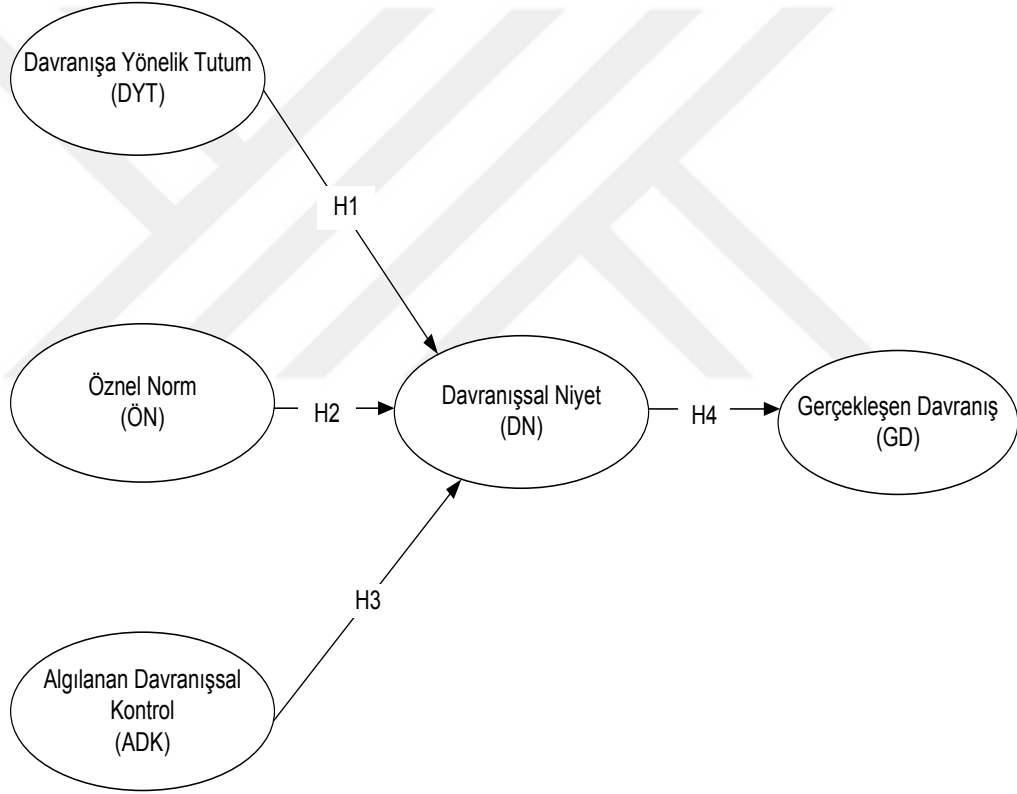
Araştırmanın **Davranışsal Niyet** ile ilgili anket soruları, “İleride koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı düşünüyorum” (22), “İleride koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı planlıyorum” (23), “İleride koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı isterim” (24)’dir. Bu sorularla, anket katılımcılarının kongre turizmi konusundaki niyetlerinin ölçülmesi, öğrenilmesi amaçlanmaktadır.



## ARAŞTIRMA PROBLEMİ/ HİPOTEZLER

Davranışa yönelik tutum (DYT), 1. Soruda geçen “Kongre turizmine katılmak benim için yararlıdır.”, ÖN, 9. Soruda geçen “Ailem, benden kongre turizmine katılmamı bekler.”, GD, 15. Soruda geçen “İstersem kongre turizmine katılırım.”, ADK, 18. Soruda geçen “Kongre turizmine katılmak için yeterli zamana sahibim.”, DN, 22. Soruda geçen “İlerde koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı düşünüyorum.”, tümcelerini ifade etmektedir.

Çalışmada incelediğimiz literatüre göre belirlenen teorik alt yapı Şekil 1’de olduğu gibi özetlenmektedir:



**Şekil 1: Araştırma Modeli**

Bunlara ilişkin kurulan hipotezler aşağıdaki biçimdedir:

**H<sub>1</sub>:** Katılımcıların kongre turizmine katılma davranışına yönelik tutumlarının (DYT), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>:** Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik sahip oldukları özne normların (ÖN), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır.

**H<sub>3</sub>:** Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik algıladıkları davranışsal kontrolün (ADK), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır.

**H<sub>4</sub>:** Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik davranışsal niyetlerinin (DN), gerçekleşen davranışları (GD) üzerine etkisi vardır.

## EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki üniversitelerde görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Evreni oluşturan tüm katılımcılara ulaşmak hem zaman hem de maliyet nedeniyle mümkün olmadığından, bu evren içinden bir örneklem seçilmiştir. Seçilen örneklemi **Batı Karadeniz Bölümü**'nde yer alan **Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop ve Zonguldak** illerindeki üniversitelerde görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır.

Veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun internet sitesinden alınan bilgilere göre seçilen 7 üniversitenin 2018 yılı itibariyle toplam akademik personel sayısı 6608'dir (www.yok.gov.tr). Seçilen örneklemdeki üniversitelerin internet sayfaları tek tek incelenerek toplam 4777 e-posta adresi elde edilmiş ve anket gönderilmiştir. Gönderilen anketleri toplam 367 akademisyen cevaplamıştır. Sekaran (2003: 94)'a göre 7000 kişilik bir evreni en iyi temsil eden örneklem sayısı 364 tür. Dolayısıyla ulaşılan 367 anketin evreni temsil etme gücü yüksektir.

## **KAPSAM VE SINIRLILIKLAR / KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER**

Araştırmanın, sadece Karadeniz Bölgesi'nin üç bölümünden biri olan Batı Karadeniz Bölümü'nde yer alan Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop ve Zonguldak illerindeki üniversitelerde görev yapan akademisyenlere anket uygulanması sınırlı tarafını oluşturmaktadır.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da maddi kaynak ve zaman açısından sınırlılıklar bulunmaktadır. Elde edilen verilerin güvenilirlik ve geçerliği, araştırmada kullanılan ölçeğin özelliklerine bağlı olması ile sınırlıdır. Araştırma verileri akademisyenlerin ankete verdiği cevaplarla sınırlıdır.

Ayrıca akademisyenlerin ankete ilgi göstermemesi, e-posta adreslerinin hatalı olması veya kontrol edilmemesi, anketin yarıda bırakılması da karşılaşılan güçlüklerdir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ

Günümüz toplumunda politikadan ekonomiye, sosyolojiden psikolojiye, hatta reklamcılıktan sanata kadar birçok alanda, bireylerin davranışlarını öngörebilmek, davranışlarını yönlendirebilmek için Planlı Davranış Teorisi'nin bilinmesi gerekmektedir.

Birey, yaşam içerisinde içsel ve dışsal olarak birçok etkenin etkisinde kalmakta ve özellikle dışsal olarak birçok farklı uyarıcıyla karşılaşmaktadır. Bu uyarıcılara karşı birey, bedensel ve zihinsel olarak tepki vermektedir. Söz konusu bu tepkileri, davranışları ortaya çıkarmaktadır. Bireyin davranışlarının temelinde ihtiyaçları-güdüleri ve bu doğrultuda belirli amaçları vardır. Temel olarak davranış, bilinçli ve bilinçsiz olarak ikiye ayrılıp, bilinçsiz davranış, bireyin rastgele, istemsiz, amaçsız eylemde bulunmasıdır. Bilinçli davranış ise, bireyin belirli bir amaç için belirli bir hedefe yönelmesidir. Bireyin amaçları ne kadar güçlü ise, davranışın gerçekleşme olasılığı da o denli yüksektir (Karademir, 2013: 22).

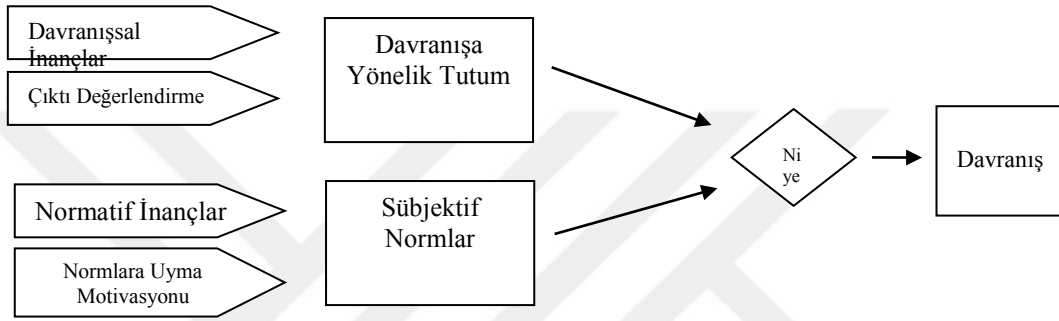
Bireyin ihtiyaçları sosyal veya bireysel olabilmektedir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Modeli'ne göre ihtiyaçlar, fizyolojik, güvenlik, sevgi ve ait olma, saygı ve kendini geliştirme olarak beş türdür (Yılmaz, 2013: 80). Birey içinde bulunduğu sosyal ortamdan soyutlanamaz; dahası bireyden önce, toplum içinde yazılı olmayan ortak davranış kalıpları ve davranışları belirleyen sosyal bir anlaşma mevcuttur. Bireyin içinde bulunduğu toplum kurallarına uyum sağlaması gerekmektedir. Bu noktada bireyin sosyal ortamda topluma karşı gösterdiği eylemler, davranışları ortaya çıkarmaktadır. Bireyin davranışlarının kökeninde Albert Bandura tarafından geliştirilmiş Sosyal Biliş Teorisi'ne göre, başlangıçta içinde bulunduğu toplumdan öğrendikleri vardır (Yılmaz, 2013: 87).

Davranışın ortaya çıkmasında en önemli iki faktör, kalıtım-genler ve kültürdür (Yılmaz, 2013: 79). Kültür, bireyin hayatı boyunca, çevresini gözlemleyerek ve onları tekrar ederek geçirdiği öğrenme süreciyle beraber geliştirdiği birikimdir. 1980'li yıllarda Ajzen ve Fishbein tarafından geliştirilen planlanmış davranış teorisinin temelinde, yine bu iki isim tarafından geliştirilen Gerekçeli Eylem Teorisi mevcuttur.

Bu teori sadece iradi davranışları dikkate aldığı için, iradi olmayan davranışları da kapsayan daha geniş Planlı Davranış Modeli'ni ortaya koymuştur (Yılmaz, 2013: 90).

### 1.1. Tanım ve Kavramsal Çerçeve:

Başlangıç olarak özellikle 1985 yılında Ajzen tarafından geliştirilen Planlı Davranış Teorisi (PDT)'nin temelleri 1975 yılında Ajzen ve Fishbein tarafından ortaya atılan Nedensel Eylem Teorisi (NET) (Akkuş, 2013: 24), diğer bir isimlendirmeyeyle Düşünölmüş Eylem Teorisi (DET) (Göltekin, 2015: 62), veya Gerekçeli Eylem Teorisi (GET) (Dervişoğlu, Kılıç, 2013: 5)'dir.



**Şekil 2:** Düşünölmüş Eylem Teorisi Modeli

**Kaynak:** Eyer, Nurullah, (2016), 50 Yaş Üstü Bireylerin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Sağlık Amacıyla Seyahat Etme Niyetlerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Araştırma; Ankara Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, TC Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı, Haziran, Ankara, 78.

Planlı Davranış Teorisi (PDT-Theory of Planned Behavior), Bozkurt' a göre "... gerçekleşen insan davranışlarını açıklamak ve tahmin etmek amacıyla tasarlanmıştır.." (Bozkurt, 2014: 146), Göltekin'e göre, PDT, Düşünölmüş Eylem Teorisi'nin (DET) geliştirilmesi ile ortaya çıkmış olup, "... tüketicinin belli bir satın alma davranışının nasıl gerçekleştiğini gösteren", "davranışın gerçekleştirilmesinde niyetin temel unsur olduğunu ifade eden" (Göltekin, 2015: 62), "... bireylerin davranışlarının kontrol edebildikleri ve/veya edemedikleri faktörlerce belirlendiğini ve planlanmış bir şekilde gerçekleştiğini" (Dervişoğlu, Kılıç, 2013: 5) öne süren sosyo-psikolojik temelli bir teoridir (Karademir, 2013: 22). PDT ve NET' in ortak noktası, "insanın niyetine göre davranışlarının tahmin edilebilmesi"dir (Akkuş, 2013: 24). Bir başka deyişle, "ameller, niyete göredir."

Niyet basitçe, bireyin herhangi bir konuda karar alırken, geçirdiği süreci açıklamaktadır (V.Yılmaz, Doğan, 2016: 194). Tutum ve davranış arasında zaman

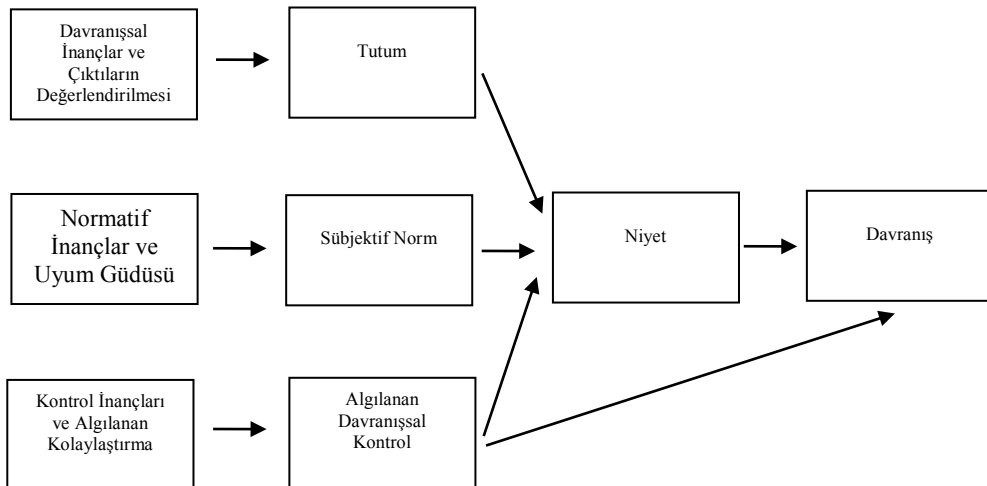
zaman tutarsızlık ortaya çıkabilmektedir. Bu durum Ajzen ve Fishbein'in NET'nde Bağdaştırma Prensibi ile, tutum ve davranış birbiriyle ne kadar uyumlu ise, ikisi arasındaki bağ da o denli güçlü olacağı biçiminde çözüme kavuşturulmuştur. Bu aşamada, tutum davranışın türünü, amacını, gerçekleştirileceği ortam ve zamanı desteklemeli, özel bir konu ve amaca, davranışın mevcut olduğu ortam ve zamanda hizmet etmelidir (Erten, 2002: 218).

İradi veya gayri iradi olan davranışlardan, özellikle gayri iradi davranışlarda, NET, yetersiz kaldığı için PDT gündeme gelmektedir. Bir başka deyişle, PDT “iradi eylemler kadar gayri iradi eylemleri de ölçmeyi sağlamaktadır” (Gültekin, 2015: 62).

Bir başka bakış açısından, Nedensel eylem teorisinin sosyo-psikolojik davranış teorisi olup, uzantısı PDT' dir. NET'in bireyin tam iradesi ve kontrolünde olmadığı durumlarda yetersiz kalması sonucu, özellikle Algılanan Davranışsal Kontrol değişkeni ile PDT oluşturulmuştur (Turan, 2011: 131).

PDT içinde anılan ilgili kavramlar, “niyet, tutum, davranış, subjektif norm, genel izlenim, geçmiş davranış sıklığı, müşteri tatmini, betimsel norm, grup normu, ahlaki norm, algılanan risk, algılanan kolaylık, algılanan baskı, algılanan belirsizlik, duygusal tutum, özsaygı, kişilik özellikleri, bağlılık ve demografik değişkenler” olarak sayılmaktadır (Gültekin, 2015: 62).

Subjektif Norm veya Algılanan Sosyal Baskı veya Kişisel Norm: “bireyin çevresinde var olan, onun üzerinde etkili olan kişilerin gerçekleştirdiği sosyal baskıyı” ifade etmektedir (Gültekin, 2015: 62, Bozkurt, 2014: 31).



**Şekil 3: İnanç Kökenli PDT Modeli**

**Kaynak:** Şahin, Fatih, Alkaya, Alkan, (2017), “Tüketicilerin Çevrimiçi Şikayet Kanallarını Kullanımına Yönelik Davranışlarının: Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisi Bütünleşik Modeli Bakış Açısı İle İncelenmesi”, PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Aralık, 3(4): 91.

Şekil 3’te görüldüğü gibi, bazı çalışmalarda inançlarla da açıklanabilmektedir.

PDT bir süreç olup, bireylerin fiili davranışlarını, eyleme geçmeden önceki niyetlerini, bireyin niyetlerini somuta dökerken ki tutumu, bireyin eyleminde sosyal norm (eş-dost, ahabap ilişkileri) etki ve/veya baskıyı ve en nihayetinde algılanan davranışsal kontrol değişkenlerin etkisinde kalarak, şekillenip, ortaya çıktığını ifade etmektedir (Turan, 2011: 131).

PDT’nin ifade ettiği süreci, niyet, tutum, sosyal norm, algılanan davranışsal kontrolün etkisi ve fiili davranış olmak üzere, Şekil 4’te de görüldüğü gibi beş aşamada ifade edebilmektedir.

Bireyin İç Dünyası	Bireyin Dış Dünya İle Bağlantısı				Bireyin Kararı
-Niyet -İnanç	Düşünme	Hissetme	Tutum	Gerçekleştirmeye Yönelme	Fiili Davranış
	Sosyal Norm				
	Algılanan Davranışsal Kontrol				

#### Şekil 4: Planlı Davranış Teorisi Modeli

**Kaynak:** Şekil, literatürdeki teorik bilgiler kullanılarak oluşturulmuştur.

##### 1.1.1. Niyet

Gültekin (2015: 62)’e göre, niyet “*bireyin gerçekleştireceği eylem için istek duyması ve gösterdiği çabanın yoğunluğudur.*” Bir başka deyişle, PDT’nin bir süreç olarak ilk aşaması olan niyet, bireyin herhangi bir konu ya da amaç için eyleme geçmeyi zihinsel olarak düşünmesidir. Örneğin, birey kendisine ceket almaya niyet etmektedir.

Bireyin niyetini, kişisel değer yargıları ve sosyalite etkilemektedir. Bireyin herhangi bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirilmeme kararı üzerinde kendi kişisel olumlu-olumsuz değer yargıları rol oynamaktadır (Şahin, Söylemez, Koç, 2016: 453). Bu faktörler, duygu, karakter, zekâ, değer yargıları, yaş, cinsiyet, bilgi, deneyim, eğitim, ırk ve gelir düzeyi olup, bireyin kişisel kararında etkilidir (Dervişoğlu, Kılıç, 2013: 7).

Bireyin niyetini etkileyen sosyalite faktörü de, bireyin algılanan davranışsal kontrolünden önce, eş-dost ilişkilerine dayalı, sosyal norm ile sosyal baskının etkisinde kalması ile açıklanmaktadır (Bozkurt, 2014: 29, Küçük, 2011: 146). Örneğin, bireyin

ceket alırken arkadaşına veya tezgâhtara görüş sorması; yakışıp yakışmadığını öğrenmek istemesi, fiyatını gelir seviyesinin karşılayıp-karşılamayacağını düşünmesidir. Bu çalışmanın konusu ile ilgili olarak örnek verilecek olunursa bir akademisyenin kongre turizmine katılması söz konusu olduğunda meslektaşlarından, kongre konusunda bilgi sahibi olan kişilerden, aynı kongre daha önce de yapılmışsa o kongreye katılanlardan, konaklama, ulaşım, doğal ve tarihi güzellikler, sosyal imkanlar ve maddi olanaklar ile ilgili bilgi almak istemesidir.

### 1.1.2. Tutum

Tutum ise, “*bireyin olumlu ya da olumsuz hisleri, analizleri, değerlendirmeleri, çıkarımları*” olarak tanımlanmaktadır (Özer, Kement, Gültekin, 2015: 62). Bir başka deyişle, tutum bireyin uyarıcılara karşı gösterdiği, pozitif veya negatif tepki yansımalarıdır (Burucuoğlu, Bulut, 2016: 15).

Ayrıca tutum, bireyin niyetini gerçekleştirmek için ihtiyaç duyduğu eylem planıdır. Örneğin bireyin ceket almak için çarşıya gitmesidir. Tutum, uzun süreli duygu, davranış ve inancın organize olduğu zihinsel bir eylem durumu, bireyin çevresine karşı gösterdiği kararlılığı ve zihinsel düzenini sağlayan bir yapıdır (Yılmaz, 2013: 56).

Tutumun ardında, bireyin inançları, bu inançların önem derecesi veya inançlara uyma güdüsü mevcuttur (Akkuş, 2013: 26).

Ayrıca tutum, geçmişten kaynaklanan tecrübeleri de içinde bulundurmaktadır. Bir başka deyişle, tutum bir nebze bireyin geçmişini kontrollü ya da kontrolsüz bugüne taşımasında önemli bir kanaldır (Kocagöz, 2010: 21).

Tutum türleri; düşünme, hissetme ve gerçekleştirme olarak üçe ayrılmaktadır. Düşünmeye dayalı tutum bilgi, anlama ve farkındalık olarak bilişsel kökene; hissetmeye dayalı tutum istek, dilek, ilgi, sevme, hoşlanma, tercihte bulunma, inanç olarak duygusal kökene; gerçekleştirmeye dayalı tutum içselleştirme, eylem, deneme olarak davranışsal kökene sahiptir (Yılmaz, 2013: 65).

Tutumlar sabit değildir. Doğru bir senaryo ile karşılaşıldığında tutumlar da, mevcut tutumun güçlenmesi, güçlü tutumun zayıf düşürülmesi, tutumun tamamen değişmesi ve/veya yeni bir tutumun doğması olarak değişkenlik de gösterebilmektedir (Yılmaz, 2013: 67).



Tutum, davranış sonrasında meydana gelecek olan sonuçla doğrudan ilişkilidir. Birey, sonucun olumlu olacağını düşünüyorsa, davranışını realize etmekte, olumsuz olacağını düşünüyorsa, yeni bir davranışa yönelmektedir. Bir başka deyişle sonuç, davranışı ‘besleyen’ bir faktördür ve sonucun olumlu ya da olumsuz olacağına dair düşüncelere ‘davranışsal inançlar’ denilmektedir (Eyler, 2016: 84).

### **1.1.3. Sosyal Norm**

Sosyal norm, bireylerin kararlarının, bireyin değer verdiği çevresindeki eş, arkadaş, dost, aile, akraba, kulüpler, gruplar ve sosyal ilişkilerinden etkilenmesidir. Bir başka deyişle, birey değer yargılarının uyduğu kişi ve grupların davranışlarını kabul etmeye meyillidir. Bu noktada, birey için önemli olan kişi, kurum ve kuruluşların belirli bir davranışın gerçekleşmesi veya gerçekleşmemesi beklentisini taşımaktadır (Eyler, 2016: 83).

Çevresini gözlemleyerek, iletişim ve ilişki kurması sonucu edindiği bilgi, bireyin kararlarında sosyal norm olarak oldukça baskın rol oynamaktadır. Ekonomi bilimindeki tüketim teorisinde bu baskın rol, F. Duesenberry’de, özellikle günümüzde kontrol edilemeyen kitlesel tüketim çılgınlığının, toplumun tüketim toplumuna dönüşmesini açıklayan Gösteriş/Özenti Tüketimi’ni ortaya çıkarmıştır (Aktaran: Unay, 2001: 28).

Reklam sektöründe çekilen reklamların çoğunluğunda bireylerin tüketiminde sosyal normların etkisi, tüketimi arttırmak için kullanılmaktadır. Ayrıca, üstü kapalı olarak bireye, toplum tarafından ‘izlendiği/gözlemlendiği’ izlenimi verilerek, ‘sahne ışığı/spot light’ etkisi ile ürün satışlarını arttırmayı hedeflemektedir. Son zamanlarda Türk televizyonlarında gösterilen bir araba reklam filminde “herkesin gözü onda” sloganı, arz edilen arabanın, kendisi yerine, toplumun sosyal etkisine vurgu yaparak, bireyi ‘arabayı, çevrenin kabul ettiğini ve çevrenin takdirini kazandığı’ iddiasıyla, ürünü satın alması sonucu, statü ve prestij kazanacağı yönünde şartlandırmaktadır. Bir başka deyişle, birey sosyal normlar sayesinde niyet, tutum ve kararlarını değiştirebilmektedir. Bu noktada, davranışın gerçekleştirilmesinde kolaylık veya zorluk düşüncesi, geçmişten esinlenerek de bireyi algılanan davranış kontrolüne yönlendirmektedir (Eyler, 2016: 83).

#### 1.1.4. Algılanan Davranışsal Kontrol

Bireyin, eylemi kolay veya zor olarak algılaması, kişisel değerlendirmesi ile ortaya çıkmakta; sahip olduğu kaynak ve fırsatlarına göre bireyin algılama kontrolünü değiştirmektedir (Gültekin, 2015: 63). Ceket alma örneğine göre, birey algılanan davranış kontrolü ile almayı düşündüğü ceket için kaynak ve fırsatlarını değerlendirmesi, almasının “kolay/zor”, “iyi/kötü” olması biçiminde, karar aşamasına gelmesidir. Algılanan davranışsal kontrol sonucu birey ceketini alıp almayacağına dair nihai kararını vermektedir ve bu karar bireyin tahmin edilen davranışıdır.

Algılanan davranışsal kontrolde niyetin etkisinin var olup olmadığı önemli bir noktadır. Buna göre, niyet sabit tutulduğunda, eyleme geçmek için gösterilen çaba, algılanan davranışsal kontrolün yüksek olduğu bir durumda artmaktadır. Bu durum içsel motivasyon/güdü olarak adlandırılmaktadır. Örneğin, öğrencilerin çalışma niyetinin sabit olduğu varsayıldığında, ders çalışan öğrencilerden algısal davranış kontrolü bağlamında, “başarabileceğine dair yüksek inanç ve güven taşıyan öğrencinin” daha azimli ve daha başarılı olması beklenebilmektedir (Eyler, 2016: 88). Ayrıca, öğrencinin ders çalışırken “bu benim ne işime yarayacak” biçiminde çalışması ve kendisini eleştirmesi, öğrencinin algılanan davranışsal kontrolünde başarısız olduğu biçiminde yorumlanabilmektedir.

Algılanan davranışsal kontrolde, zaman kavramı da önemli bir rol oynamaktadır. Bireyin algılanan davranışsal kontrolü gerçekleştirdiği zaman ile davranışın gerçekleştiği zaman arasındaki süreç ne kadar genişlerse (gecikme ne kadar büyükse), davranışın sonucunun tahmini de o kadar zorlaşmakta ve tahmin başarısı da o denli zayıf düşmektedir. Bu durum, ekonomi biliminde büyük yer tutan, Klasik İktisat ve Neo Klasik İktisat kuramının belkemiği olan Rasyonel Beklentiler Okulu’nun ve Adaptif (uyarlayıcı, uyumcu, uyum sağlayıcı) Beklentiler Okulu’nun kurulmasında önemli rol oynayan ‘beklenti’ kavramının analizinde oldukça faydalı olmuş ve 1980’li yıllarda Davranışsal Ekonomi Okulu’nun literatürde yolunu açmıştır (Onur, 2012: 7).

Planlı davranış teorisinde, bireylerin araştırmaya cevap vermesi ile davranışın gerçekleştiği süreçte, niyet ve algılanan davranışsal kontrol değişmemektedir. Fakat süreçte dış dünyada gerçekleşen olaylar ki sosyal norm bu noktaya devreye girmekte ve niyeti-algılanan davranışsal kontrolü değiştirebilmektedir. Bu arada, süreçteki tahminin geçerliliği, algılanan davranışsal kontrol ile ilgilidir (Eyler, 2016: 81).

Algı, sürekli çevresiyle iletişim kuran bireyin fizyolojik ve psikolojik açıdan duyu organlarından gelen uyarıcıları hissetmesi, etkisinde kalmasıdır. Daha geniş anlatımıyla, algı, bireyin kendi ihtiyaçları, beklentileri ve dilekleriyle algılarını iletişim süreci boyunca, duyularıyla edindiği, hafızasına aldığı, beyinde işlediği, fiziksel ve zihinsel bir tepki olarak oluşturduğu bilgileri yorumlamasıdır. Algı, rastgele ortaya çıkmamaktadır. Birey, çevresinde karşılaştığı uyarıcıları bile isteye seçip, bu uyarıları düzenleyip yorumlaması, anlamlılık, düzenlilik ve homojenlik içeren karmaşık bir süreçtir (Yılmaz, 2013: 67).

Algı türleri görsel, simgesel, duygusal ve seçici olarak dört gruba ayrılmaktadır. Görsel Algı, bireyin gözleriyle çevresinde gördüğü nesnelere, uyarıcılara belirli anlamlar yüklemesiyle ortaya çıkmaktadır. Görsel algının değiştirilmesi durumunda, algıyı meydana getirecek görsel özenle seçilmeli, taşıdığı mesajı iyi iletebilmeli ve algının uyarıcısının da iyi saptanması gerekmektedir (Yılmaz, 2013: 72).

Simgesel algı, algılama sürecinde çok önemli bir konumdadır. Simge, bireyin öğrenilmiş, zihninde kalıcı hale gelmiş, soyut bir uyarıcıdır (Yılmaz, 2013: 71). Simgenin temel fonksiyonu özellikle basitleştirilmiş olmasıdır. Bu durum algının oluşumunu ve hatta iletilmesini kolaylaştırmaktadır.

Duygusal Algı, bireyin algılama sürecinde duygularını da bilinçli bilinçsiz kullanmasıdır. Bu durum daha çok psikolojiktir; bireyin o anki ruhsal yapısı algıyı etkileyebildiği gibi, aynı uyarıcı, farklı bireylerde, farklı duygusal algıları ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca bireyin duygusal algısında çevresel faktörler de etkileyici rol oynayabilmektedir.

Seçici Algı veya Algının Seçiciliği, bireysel farklılıklara odaklanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, birey algılarında; kendi çevresi, ailesi, fizyolojik özellikleri, eğitimi, inançları, örf-adetleri ve zihinsel kalıplarına göre seçim yapmasıdır. Yani birey çevresindeki tüm uyarıcılara karşı yeni algılar oluşturmaz, uyarıcıları kendi kalıplarına göre sınıflandırmaktadır (Yılmaz, 2013: 72).

### **1.1.5. Tahmin Edilen ve Fiili Davranış**

Birey tercihleri arasında seçim yaparak, ulaştığı sonucu, ‘karar’ olarak fiili davranışla uygulamaktadır ve ortaya çıkan fiili davranışın tahmin edilebilirliği, PDT’nin kapsamı içinde ele alınmaktadır.

Ajzen'e ait PDT örneği "Kızıl Haç'a para bağışında bulunma" ya dayanmaktadır. Tahmin edilecek davranış "Kızıl Haç'a bağış yapmak", niyet "para bağışı niyeti" ya da "Kızıl Haç'a yardım niyeti" değil de "Kızıl Haç'a para bağışında bulunma niyeti"dir. (Eyler, 2016: 81). Yani iki amaç mevcuttur. Örneğe devam edildiğinde, algılanan davranış kontrolü, "Kızıl Haç'a para bağışında bulunmak konusunda algılanan davranışsal kontrol" olarak ortaya çıkmaktadır.

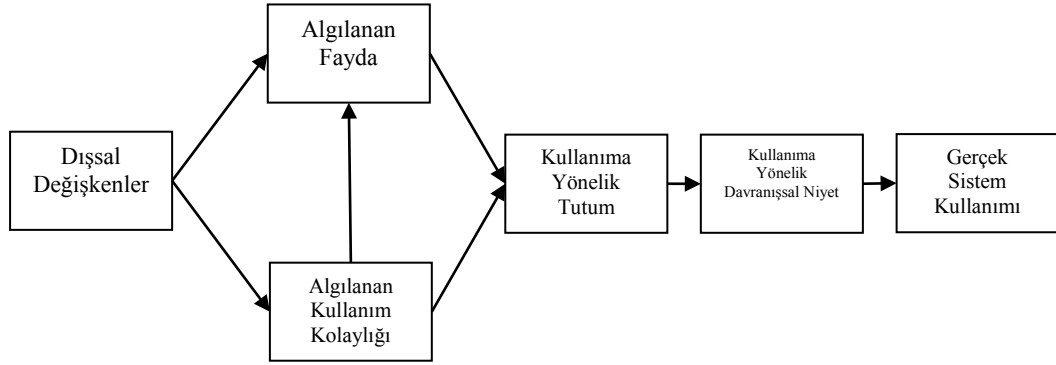
PDT'nin ana varsayımlarından biri, bireyin rasyonellik ilkesi çerçevesinde hareket ederek, bilgi topladığı ve topladığı bu bilgilerle doğru, sağlıklı ve rasyonel karar aldığıdır. Bir başka deyişle bireylerin davranışları, rasyonel olarak bilgi edinme ve bilgiyi kullanmanın bir sonucudur (Turan, 2011: 131). PDT'nin varsayımlarından bir diğeri ise, davranışların tekrarı durumunda dahi, davranış bir nedene bağlı olarak gerçekleşmekte ve her seferinde değişim gösterebilmektedir (Eyler, 2016: 81).

PDT; çevre ve biyoloji eğitiminde, kadınların soya tüketim niyetlerinin belirlenmesinde, tüketicilerin sağlık turizmi için niyetlerini belirlemekte, tüketicilerin şarap turizmi ve tatil planlarında, otel müşterilerinin yeşil yıldızlı otelleri ziyaret etme niyetlerinde, öğretmen adaylarının teknoloji (Bilgi ve İletişim Teknolojileri-Information and Communication Technologies (ICT) kullanımına yönelik niyetlerinde, sürücülerin trafikteki davranışları, hatta öğrencilerin öğle yemeği konusundaki tercihlerinin belirlenmesindeki çalışmalarda kullanılmıştır (Gültekin, 2015: 65).

PDT yeni nesil çalışmalarda, 1990'lı yılların başında Hooks, Kaplan ve Schultz tarafından açıklanan Bilginin İfşası (Whistleblowing) Teorisi gibi farklı teorilerle de zenginleştirildikçe, güncelliğini de korumaktadır (Mercan, 2015: 3).

Bilginin ifşası (Fısıltıyla açıklamak/whistleblowing) çalışma hayatında, çalışanların olası yanlış ve istenmeyen eylemlerinin bilinmesi ve ortaya çıkarılmasıdır. Böylesi davranışta bulunan bireyin profili; kişisel, konumsal ve örgütsel açıdan belirlenmiştir. Bireyin kişisel profili, erkek, evli, iş hayatında başarılı, departmanında yıllardır çalışmakta ve üst düzey yöneticidir. Konumsal açıdan profili, iş ortamında etik dışı hatta yasa dışı uygulamaları fark ederek, bunun zararlarının ortaya çıkmaması için gerekenlerin yapılması için ilgili mercilere başvurma cesaret ve bilgisine sahiptir. Örgütsel profil, çalışma disiplini, düzeni ve etik kurallarını önemseyen örgüt bilgi ifşasını gerçekleştiren bireye misilleme yapmadığı gibi, onun etkinlik, verimlilik adına etik dışı eylemleri bilgilendirmesinde cesaretlendirmektedir (Mercan, 2015: 5).

PDT'nin geliştirilmiş bir modeli de Teknoloji Kabul Modeli'dir (Technology Acceptance Model) ve Şekil 5'te görülmektedir.



### Şekil 5: Teknoloji Kabul Modeli

**Kaynak:** Şahin, Fatih, Alkaya, Alkan, (2017), “Tüketicilerin Çevrimiçi Şikayet Kanallarını Kullanımına Yönelik Davranışlarının: Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisi Bütünleşik Modeli Bakış Açısı İle İncelenmesi”, PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Aralık, 3(4): 90.

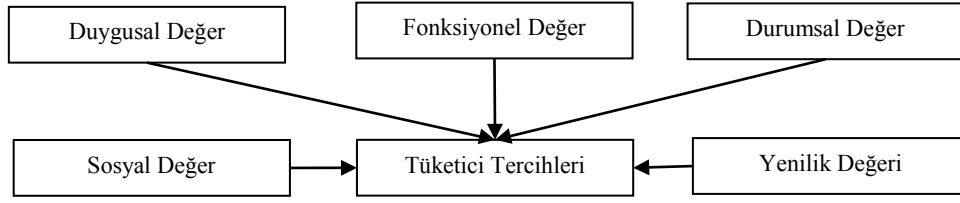
Davis, Bogazzi ve Warshaw tarafından 1990'lı yıllarda geliştirilen, Teknoloji Kabul Modeli, PDT'nin, bilgisayar, internet web ağı vb. gibi güncel teknolojik araçların kullanılarak zenginleştirilmesini ifade etmektedir (Turan, 2011: 130; Özer, Yılmaz, 2010: 35). Nedenli Eylem Teorisi olarak sunulan Teknoloji Kabul Modeli, kullanıcıların/müşterilerin teknoloji kabullerini; algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet değişkenleri ile açıklamaktadır (Şahin, Alkaya, 2017: 90).

## 1.2. Literatürde Planlı Davranış Teorisi İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Ulusal literatürde sosyolojiden psikolojiye, ekonomiden politikaya kadar birçok bilim dalında yazılmış eserde PDT ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Tüm çalışmalarda, davranışlar psikolojik kaynaklı ve insan gibi öznel bir objeye ait olduğundan veri edinimi, seçilmiş bireylere (örneklem) yapılan anketlerle sağlanmaktadır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde yöntemsel farklılıklar söz konusudur. Çalışmanın konusuna göre, ölçeklendirme, sınırlılıklar, bilgisayar istatistik paket programları ve değerlendirme analiz istatistikî yöntemleri değişmektedir.

### 1.2.1. Tüketici Davranışı Açısından Planlı Davranış Teorisi Kullanımı

Tüketim Değeri Teorisi, tüketicilerin herhangi bir ürün ya da markayı tercih etme değerlerini ayrıntılı ortaya koyan bir teori olup, bu değerler, fonksiyonel (fiyat ve kalite), yenilik, durumsal, duygusal ve sosyal olmak üzere beş gruptur (Orel ve diğ., 2017: 243).



**Şekil 6: Tüketim Değerleri Modeli**

**Kaynak:** Orel, Fatma Demirci, Bozdemir, Merve, Demirkılıç, Naz, (2017), “Tüketim Değerleri, Satın Alma Niyeti ve Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Fonksiyonel Gıdalar Üzerine Bir Çalışma”, Ç.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 26, Sayı 3, s. 243.

Tüketim değerleri ile satın alma niyetinin regresyon analizi, regresyon modelinin istatistiksel anlamlılığı testleri sonucu (ANOVA), belirlilik katsayısı ( $R^2$ ), satın alma niyetini gösteren bağımlı değişken, tüketim değerlerinin bağımsız değişken olduğu kabul edilen modelde, F istatistiği ve sigma değerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Orel ve diğ., fonksiyonel gıda tüketimine en fazla duygusal değer boyutu, yenilik değeri, fonksiyonel değer-kalite ve durumsal değer faktörlerinin etki ettiği sonucuna ulaşmıştır. Diğer yandan fonksiyonel değer-fiyat ve sosyal değer faktörleri çift yönlü olarak satın alma niyet değişkenini açıklamadığı gözlemlenmiştir. Fonksiyonel gıdaları satın alma niyetinin satın alma davranışı üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğu görülmüştür. Çalışmanın en çarpıcı sonucu duygusal değer fonksiyonel gıda satın alma niyeti üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir (Orel ve diğ., 2017: 243).

Turan, “İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Planlı Davranış Teorisi (PDT) ile Ampirik Bir Test” isimli çalışmasında, anket çalışması yaparak, tüm ölçeklerini 5’ li Likert Ölçeği olarak, 1’ den başlayarak 5’ e kadar, 1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Tamamen Katılıyorum biçiminde belirlemiştir. Adnan Menderes Üniversitesi bünyesinde çalışan öğretim elemanları ve okuyan öğrencilerden elde edilen 335 adet anket veri olarak alınarak, sonuçlar, Geçerlilik ve Güvenirlilik Testleri yapılarak, Temel Bileşen Analizi ile elde edilmiştir. Buna göre, elde edilen sonuçlar, istatistiksel olarak PDT ile uyumlu bulunmuş, “bireylerin internet üzerinden alışveriş yapmaya niyetli oldukları” sonucuna ulaşılmıştır (Turan, 2011: 141).

Özdemir ve diğ., yaptıkları çalışmada planlı davranış teorisi bağlamında restoran müşterilerinin şikayetlerinin belirleyicisinin niyet olduğu varsayımını esas almışlardır. Araştırma modelinin test edilmesi için regresyon analizi kullanılmış ve 2007’deki

Tabachnick ve Fidell tarafından verilen formüle göre örneklem sayısı 50 olarak belirlenmiştir. Dışarıda yemek yiyenlerin sayısının artışı şikâyetlerin daha fazla artması sonucunu vereceğinden, 100 kişiye ulaşılmış ve örneklem sayısı bu sınırdaki tutulmuştur. 5'li Likert ölçeklendirilmesinin kullanıldığı çalışmada cinsiyet, eğitim durumu ve meslek saptamalarını içeren soruların devamında, katılımcıların yaş, gelir, dışarıda yemek yeme sıklığı ve ortalama harcamaları sorulmuş ve faktör analizi ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Şikâyetin bağımsız değişken olduğu bir regresyon modelinde tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol bağımlı değişken olarak ele alınmış, bu değişkenlere korelasyon ve regresyon analizi yapılmış ve özel normların restoran müşterilerinin şikâyetine ilişkin niyetleri olumlu yönde etkilediği gözlemlenmiştir (Özdemir ve diğ., 2013: 704).

Şahin ve Alkaya'nın yaptıkları çalışmada kullanılan veriler Uşak Üniversitesi personel ve öğrencileri ile gerçekleştirilen yüz yüze anket yöntemi ile elde etmiştir. Teknoloji Kabul Modeli, PDT çerçevesinde ele alınmış ve elde edilen sonuçlara göre BİMER'i kullanma niyetini etkileyen faktörler etki derecelerine göre sosyal norm, tutum, algılanan davranışsal kontrol ve algılanan fayda olarak sıralanmıştır (Şahin, Alkaya, 2017: 93).

Öztürk ve diğ. yaptıkları çalışmada 202 tüketici örneklemini ele aldıkları veriler üzerinde online hazırladıkları anket sorularında, tüketicilerin helal ürünlere karşı tutumlarını PDT'ne göre ölçmüş ve PDT'nin davranışı açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır (Öztürk ve diğ., 2015).

### **1.2.3. Çalışma Hayatı Açısından Meslek Belirlemede Planlı Davranış Teorisi Kullanımı**

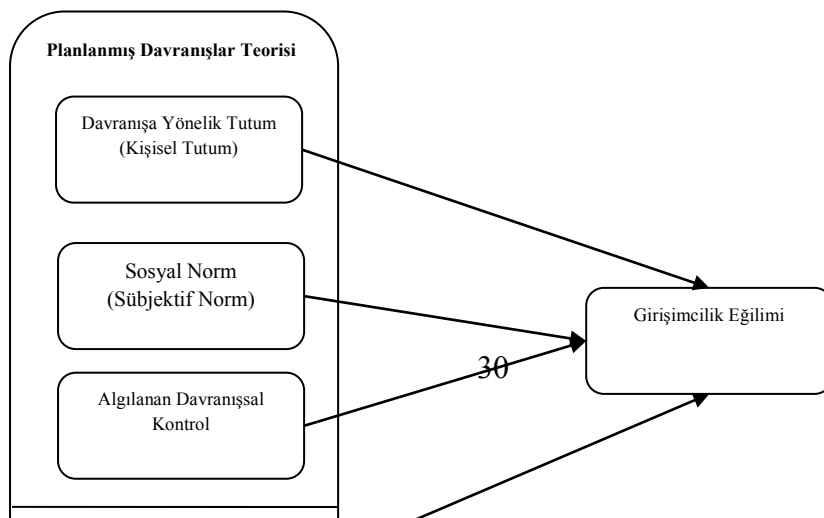
Küçük, yaptığı çalışmada Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) tercihinde bulunan, Erciyes Üniversitesi, İİBF'nde öğrenim gören, son bir sene içerisinde mezun olacak 166 öğrenciden, SMMM mesleğini tercih etmeyi düşünen 69 (öğrenci örneklem hacmi olarak seçilen) ve düşünmeyen 97'si ile anket yapılarak gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasında, ölçeğin daha çok bireylerin tutumlarını ve eğilimlerini ölçme amaçlı olarak kullanılmasından dolayı 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Anket uygulamasının güvenilirliğini test etmek amacıyla Cronbach PDT'ni kullanarak Alfa (Alfa Katsayısı) olarak adlandırılan analizden ve Logit Regresyon analizinden yararlanılmıştır. Teorik olarak PDT'nin inanç temelli yaklaşım tarzının belirlendiği

çalışmanın sonuçları katılımcıların meslek hakkında bilgi eksikliğine rağmen, SMMM olma niyeti taşımaları, PDT'ni desteklemiştir (Küçük, 2011: 17).

Kalkan yaptığı çalışmada, girişimci niyetlerinin değerlendirilmesi için, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu 134 öğrencisi için uygulanan anketler, SPSS istatistik paket programı ile analiz edilmiş, kurulan regresyon modeline göre, kişisel tutumun, algılanan davranış kontrolünün ve demografik etkenlerden cinsiyetin, girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve doğrudan bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir (Kalkan, 2011: 204 ).

Bozkurt yaptığı çalışmada, Linan, Chen ve Krueger vd.'nin kullandığı ölçeklerden yararlanarak, 7'li Likert Ölçeği belirleyerek, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu'nda girişimcilik dersi alan, 2. ve 3. Sınıf, toplamda 352 öğrenciyle anket gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin PDT bağlamında girişimci olma niyetlerinin pozitif yönde etkilendiği gözlemlenmiştir (Bozkurt, 2014: 41).

Ekici ve Turan, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde girişimcilik eğitimi alan 3. ve 4. sınıf işletme öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin algılanan davranışsal kontrollerinin girişimcilik eğilimi üzerinde en yüksek pozitif etkiye sahip olduğunu ve kişisel tutumun ve girişimcilik eğitiminin de öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini pozitif ve anlamlı olarak etkilemesine rağmen, sosyal normun girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ekici ve Turan araştırmalarında Şekil 7'de görülen, Linan; Rodriguz, Cohard ve Rueda,Cantuche (2011)'e ait inançlar alt yapısı olmaksızın, bir modeli esas almışlardır (Ekici ve Turan, 2017).





## **Şekil 7: Araştırma Modeli**

**Kaynak:** Ekici Ece, Turan Mehmet, (2017), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Planlanmış Davranışlar Teorisi ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26(1): 203.

Göksel ve diğerleri yaptıkları çalışmada, Ankara Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde doktorluk mesleğine adım atan intörnlerin örtülü bilgi paylaşımına ilişkin yaptıkları çalışmada, 98 intörne uygulanan ankette, 5'li Likert ölçeği kullanılarak, PDT bağlamında, sosyal sermaye ve örtülü bilgi paylaşımı davranışının sonuçlarında “sosyal sermaye, örtülü bilgiyi paylaşma davranışını” arttırmaktadır varsayımını doğrular nitelikte gözlemlenmiştir (Göksel vd., 2014: 101).

### **1.2.5. Eğitim Bilimlerinde Planlı Davranış Teorisi Kullanımı**

Erten çalışmasında, Ankara ilindeki 180 Türk ve Almanya'nın Giessen şehri ve çevresinde çalışan 107 Alman öğretmeninin Uygulamalı Ders İşleme öğretim yöntemi kullanma amaçları PDT bağlamında analiz edilmiştir. Sonuçlar PDT'ni desteklemesine rağmen Alman Öğretmenlerin davranışsal inançları “öğrenciler çevrenin korumasına yönelik pratik yetenekleri daha iyi kazanırlar” yönündeyken, bu inanç Türk öğretmenlerde “Öğrenciler çevrenin korumasına yönelik pratik yeteneklerle motive olurlar” yönündedir (Erten, 2002/1: 230).

Betimsel tarama modeli kullanılarak, 1. ve sonuncu sınıflardan tesadüfî olarak seçilen 442 öğrenci örneklem olarak almış, ankette beşli derecele ölçeği kullanılmış, faktör analizi ve döndürülmemiş temel bileşenler analiz tekniği uygulanmış, “...kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre tutum puanları yüksek çıktığı, babanın eğitim düzeyi ile mesleğinin toplumsal saygınlığı ikamet edilen konuta göre değiştiği, bu çocuğun aile içi ve dışındaki doğal öğrenme ortamları ile öğrenim gördüğü okulun niteliğini değiştirdiğini, gelir düzeylerine göre ayrıştırılan ailelerin çevresel sorunlarına yönelik tutumlarının orta ve ortaya yakın bir gelir grubuna giren öğrencilerin düşük

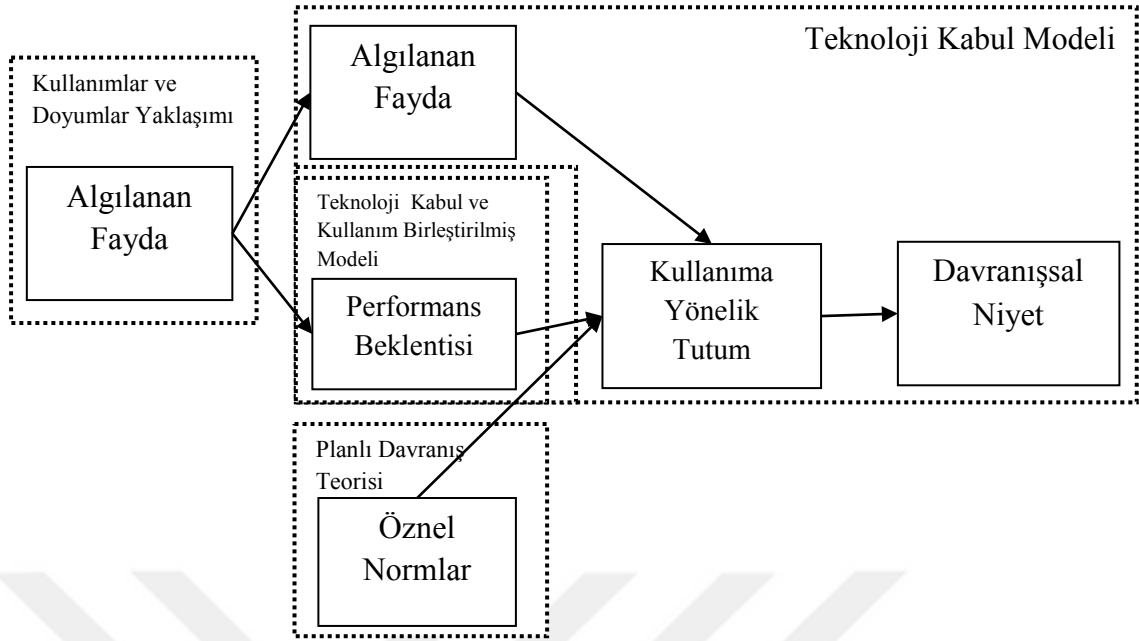
gelirliilerden daha olumlu tutum geliştirdiği, büyük şehirlerde yaşayanların kk şehirdekilere göre evre sorunlarına daha duyarlı tutum geliştirdiği sonuçlarına ulaşılmıştır (şama, 2003: 107).

Erten alışmasında, Ankara'da, 24 okuldaki 970 öğrenciye sunulan anket çalışmasında, PDT'nin bağdaştırma prensibi doğrultusunda, kız öğrencilerin evde enerji tasarrufu konusunda eğitimi üzerine yaptıkları etkinliklerin yetersiz olduğu ve okulda verilen bilgilerin günlük hayatta kullanılmadığı yönünde sonuçlara ulaşmıştır (Erten, 2002/2: 72).

### **1.2.6. Teknoloji Kabul Modeli**

Doğan vd. internet bankacılığında, teorik alt yapı olarak PDT ve teknoloji ile geliştirilmiş olan Teknoloji Kabul Modeli'ni, Yapısal Eşitlik Modellemesi isimli araştırma modelini, Ankara, Eskişehir ve Balıkesir illerindeki orta öğretimde ve üniversitede görev yapan ve internet bankacılığını kullanan rassal olarak ulaşılan 400 ğretmen ve akademik personel örneklemler olarak seçilmiş, 5'li Likert leklendirme kullanılmış ve araştırma sonuçları şu biçimde elde edilmiştir: Araştırmaya katılan ğretmen ve akademisyenlerin ev ve iş yeri dışında internet bankacılığını kullanım oranları düşük olup, yapılan demeler fatura ödemeleri havale ve bakiye kontrolü işlemleri biçimdedir. Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak yapılan analiz sonucunda ğretmen ve akademisyenlerin internet bankacılığını kullanma konusunda olumlu tutum içinde olduğu gözlemlenmiştir (Doğan vd., 2015:).

Sakarya niversitesinde 2014-2015 ğretim yılında, İşletme Fakültesinde ğrenim gören 1654 lisans öğrencisinin akıllı telefon mobil uygulamalarını benimseme ve kullanmalarına yönelik davranışları ile niyetleri arasında bir ilişkinin var olup olmadığını F testi, faktör, ANOVA ve regresyon analizi ve bulguları doğrultusunda araştıran Uğur ve Turan, şekil 8'de gösterilen Rosengren'in (1974) deki Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımını teorik esas olarak almıştır (Uğur ve Turan, 2016: 56).



**Şekil 8: Teknoloji Kabul Modeli**

**Kaynak:** Uğur Naciye Güliz, Turan Aykut Hamit, (2016), Üniversite Öğrencilerinin Mobil Uygulamaları Kabulünü Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği, Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi, 2(3): 56.

Uğur ve Turan çalışmalarında, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon mobil uygulamaları kullanımlarının ihtiyaçları ve niyetleri bağlamında, PDT’ni ve TKM’ni desteklediği sonucuna varılmıştır (Uğur ve Turan, 2016: 56).

### 1.3. Planlı Davranış Teorisi ve Diğer Bilim Dallarıyla İlişkisi

Planlı Davranış Teorisi tek başına oldukça sığ bir konu iken, sonuçta gizemli ve hala sırrı tam olarak çözülememiş insanoğlunun davranışlarını çözümlmek için loş bir ışık olarak da olsa, Psikofizyoloji bilim dalında Davranışsal Sinirbilim, Bilişsel Sinirbilim, Nörobiyoloji, Sinirsel Biliş, Nöroekonomi, Nöropatoloji ve Sosyal Sinirbilim, Sağlık Bilim dalında bağımlılık, diyetler, hastalık yönetimi, fastfood, sağlık bilgisi, obezite, irade, sigara içme ve refah, sosyoloji bilim dalında işbirliği, etik, olumlu pekiştirme ve güven, politik bilim dalında kamu politikası, seçmen, iktidar, muhalefet, bürokrat, rant grupları ve sivil toplum örgütleri davranışları, ekonomi bilimi dalında nörofinans, davranışsal iktisat, iş yatırımları, maliyetler ve maliyet analizleri, oyun teorisi, tutsak ikilemi oyunu, tüketici tutumları, tüketici psikolojisi, pazarlama, motivasyon, üretici davranışları, işletme bilim dalında işletme personeli ve endüstriyel personel, çevre ile ilgili tutum, grup dinamikleri, teşvikler, iş tatmini ve örgütsel etkinlik, psikoloji bilim dalında özerklik, seçme davranışı, gecikme indirimi,

grup düşüncesi, dürtüsellik, risk alma, öz belirleme ve zaman belirsizliği teorik alt başlıkları (www.apa.org) altında diğer bilim dallarında oldukça zengin bir çalışma alanına sahip olmuştur.

#### **1.4. Planlı Davranış Teorisi ve Turizm İlişkisi**

İlban vd.'nin Balıkesir ilinin Gönen ilçesi için yaptıkları çalışmada, tüketicilerin termal turizme katılma davranışlarını incelemişlerdir. 1-5 Temmuz 2010 tarihinde 3 farklı termal otel ve 1 pansiyonda konaklayan toplam 348 turistten 180 tanesiyle şahsen görüşülerek, anket uygulanmış ve 172 adet örneklem oluşturulmuştur. Ankette 17 soruda 5'li Likert ölçeği kullanılmış olup, cevaplar katılımcılar cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, ne sıklıkla termal tesise gittikleri, katılımcıların birlikte geldikleri kişiler, konaklanan tesis, gelir, Gönen tatil maliyetinin alternatiflerine göre değerlendirilmesi açısından sınıflandırılmıştır. 17 adet cevaba, örnek büyüklüğünün % 60 üzerinde olması durumunda pozitif karar veren Kaiser-Meyer-Olkin uygun testi ve evren korelasyon matrisinin birim matris olmadığını gösteren P değerinin 0,005'ten küçük olmasını gerektiren Barlett testi uygulanmıştır. Katılımcıların, pazarlama çabaları, ekonomik, sosyal, psikolojik, kişisel ve kültürel faktörlerin dikkate alındığı Faktör Analizi ve analizin yorumlanmasında kolaylık sağlamak için uygulanan Varimax rotasyonu uygulanmış ve % 95 güven aralığında faktör yüklerinin 0,4'ten büyük olması gerektiği dikkate alınmıştır. Araştırmanın sonucunda katılımcıların çoğunlukla üniversite eğitimi almamış, evli ve ailesiyle gelen, daha çok bayanların olduğu, gelir düzeyine bağlı olarak katılımın yüksek olduğu gözlemlenmiştir (İlban vd., 2011: 49).

Ülkemiz açısından Planlı Davranış Teorisi ve Turizm ilişkisi konusunda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu durum, literatür açısından oldukça bakir bir konu belirlediğini göstermektedir. Bu bilgiler ışığında, bu araştırmanın literatürde Planlı Davranış Teorisi ve Turizm ilişkisindeki eksikliği kapatması açısından önemli olduğu söylenebilir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KONGRE TURİZMİ KAVRAMI

Eski çağ dönemlerini inceleyen arkeologlar kazı çalışmalarında insanların avlanma faaliyetleri, savaş planları, barış görüşmeleri, dini ayinler, kabile kutlamaları gibi toplumsal konuları tartıştıklarına dair kalıntılar bulmuşlardır. Özellikle Kent devletlerinin kurulması ile beraber, şehirler-burglar insanların ticaret ve etkileşim için bir araya geldikleri yerlerdir (Jubayeva, 2013: 11) Şehirlerde kurulan, Eski Yunan'daki agoralar, Roma İmparatorluğu'ndaki forumlar, tüccarların, halkın alış veriş yaptığı ve aynı zamanda şehir halkının sorunlarını tartıştıkları yerler, pazar yerleri olarak bilinmektedir (Akhmetov, 2007: 4)

Günümüz toplumlarında özellikle ekip çalışmalarının yoğun olduğu ve iş yükünün ağır olduğu çalışma hayatında toplantılar kaçınılmazdır. Bu toplantılardan en önemlisi kongre olarak isimlendirilmektedir (Timor, 2011: 124). İkinci dünya savaşından sonra sosyokültürel, ekonomik ve politik gelişmelerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütlenmeler ile uzmanlaşmanın artışı, toplantı sayısında artışa neden olmuştur. Bu durum özellikle kongre niteliğindeki toplantıları meslek haline dönüştürmüş ve alternatif bir turizm segmenti olarak ortaya çıkarmıştır (Karasu, 1990: 32).

Bu bölümde, toplantı ve kongrelerin sınıflandırılması, kongre kavramı, kongre-turizm ilişkisi, tarihsel süreç içerisinde gelişimi, önemi, etkileri, diğer turizm türleri ile etkileşimleri ve kongre turizminin gelişimini etkileyen faktörler açıklanmaktadır.

Öncelikle, toplantı kavramını ve kongre, konferans, sempozyum ve seminer gibi toplantıları tanımlamak ve farklılıklarını açıklamak uygundur.

#### 2.1. Toplantı Kavramı ve Türleri

Basit tanımlamayla toplantı, birden çok kimsenin belirli amaçlarla bir araya gelmesidir. Tarihi süreç boyunca ülke bireylerinin, hatta farklı ülke bireylerinin, belirli alan ve konuları içeren, belirli zamanlarda, belirli bir yerde, bilgi edinmek, bilgi vermek, öğrenmek, tartışmak, eleştirmek, karara varmak, haberdar olmak, sorunları belirlemek ve çözümlenmek ve karar almak gibi fonksiyonlara sahip (Aksu, Yılmaz, Gümüş, 2013: 25), farklı amaçlarla, küçük veya büyük kapsamlı, düşük veya yüksek maliyetli organizasyonlar biçiminde toplantılar gerçekleştirmiş ve hâlihazırda da artan

oranda gerçekleştirmeye devam etmektedir. Söz konusu bu toplantılar, toplantının amacına, toplantı konusuna, toplandığı ülkeye ve katılımcıların sayısına göre farklılık gösterirken, kongre, sempozyum, konferans, seminer, panel ve miting olarak isimlendirilmesi ile de farklılaşmaktadır (Arslan, 2008: 5).

Toplantı türleri, amaçlarına, konularına, katılımcıların ülkelerine ve katılımcı sayısına göre sınıflandırılabilir.

### **2.1.1. Amaçlarına Göre Toplantı Türleri**

Günümüzde çeşitli amaçlarla yapılan toplantılar şirketler, uluslararası dernekler ve uluslararası birlikler tarafından gerçekleştirilmektedir (Erdoğan, 2006: 8). Toplantılar, iş dünyasında çalışanlara satış ve pazarlama tekniklerini öğretmek ürün tanıtım, satışları artırma, performans değerlendirme amaçlı şirket ödül ve özendirme toplantıları, bilgi edinme-verme amaçlı ulusal-uluslararası kongreler, okulda, okul dışında ve okul sonrasında eğitim-öğretim amaçlı seminer ve kurslar olarak üç temel amaca hizmet etmektedir (Delice, 2012: 12).

#### **2.1.1.1. Şirket Toplantıları**

Günümüz ekonomi dünyasında, modern işletmecilik anlayışına göre, şirketler ve firmalar hissedarlarına, personellerine, bayi, temsilcilerine ve tüketicilere yönelik çok farklı nedenlerle toplantılar düzenlemektedir (Aymankuy, 2013: 21).

Toplantı pazarının önemli bir kısmını oluşturan şirket toplantıları, yıllık ortalama 800.000 gibi oldukça çok sayıdadır. Meetings and Conventions (Toplantılar ve Kongreler) Dergisi'nin bir araştırmasına göre, şirket toplantılarının yarısından fazlasının (yaklaşık 2/3'ünün) 50'den az ve % 82'sinin de 100'den az katılımcı sayısına sahip olduğu, bir başka deyişle şirket toplantılarının çoğunun küçük veya orta ölçekli toplantılar olduğu belirlenmiştir (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 52).

Şirket toplantıları, yönetim, eğitim, bölgesel / ulusal satış, yeni ürün tanıtımları, teşvik seyahatleri, hissedarlar ve diğer şirket toplantıları olarak temelde yedi türe ayrılmaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 61).

#### **2.1.1.2. Ulusal Dernek Siyasi Parti ve Sendika Toplantıları**

Temel olarak aynı meslek grubunda çalışanları bir araya getiren, kendi alanlarında meydana gelen gelişmelerden haberdar olmalarını sağlamak için düzenlenen toplantıların düzenlenme yerleri, standart olmayıp, ülkenin büyük şehir

merkezleri ve tatil bölgeleri yerleri olup, toplantının sahip olduğu resmi ortamın yumuşatılarak, özellikle siyasi parti ve sendika üyelerine tatil imkânı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu toplantıların zamanlanmasında sonbahar ve yaz ayları tercih edilmekte olup, iki ile beş gün sürmekte ve konaklama mekânı olarak, çoğunlukla orta seviyedeki oteller ya da kamu kurum ve kuruluşlarının sosyal tesisleri belirlenmektedir (Aymanıkuy, 2013: 23).

Ülke içinde insanların sosyalleşme adına üye oldukları, ticari amaçlı gruplardan sosyal gruplara kadar oldukça geniş yelpazeye sahip olan dernek ve birlikler, yılda en az bir kez, yılın çeşitli dönemlerinde toplantılar düzenlemekte olup, bu tarz toplantılar oldukça yüksek harcama ve gelir potansiyeline sahiptir (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 65).

### **2.1.2. Konularına Göre Toplantı Türleri**

Uluslararası Dernekler Birliği (UIA) tarafından, basın (bibliyografi veya doküman), Din (etik, etnik), sosyal amaçlı (hümanist çalışmalar), matematik ve fen bilimleri, sosyal bilimler (ekonomi, politika, hukuk, kamu idaresi), teknoloji – teknik bilim ve gelişme, finans (bankacılık, sigortacılık), sosyal yaşam seviyesi, uluslararası ilişkiler, spor (eğlence ve kültürel faaliyetler), belirli meslekler (işverenler, çalışanlar), sektörel (tarım, sanayi, ticaret, ulaşım, seyahat), meslek grupları (ticaret ve sanayi odaları), eğitim-öğretim, gençlik ve sağlık gibi konularda toplantılar yapıldığını belirlenmiştir (Yıldız, 2010: 7).

Profesyonel anlamda hizmet veren kongre organizatörleri, sayılan konular ile kongreler düzenlerken şehir, zaman, mekan, ulaşım gibi faktörler kadar kongre katılımcılarının özelliklerini de dikkate almaktadır (Aymanıkuy, 2013: 6)

### **2.1.3. Katılımcıların Milliyetlerine Göre Toplantı Türleri**

Katılımcılar ülkeye kazandırdıkları fayda-getiriler ve temsil ettikleri ülkeler açısından sınıflandırıldığında toplantılar, ulusal ve uluslararası olarak iki gruba ayrılmaktadır (Aymanıkuy, 2013: 20).

## **2.2. Kongre Kavramı ve Türleri**

Dilimize Fransızca Congr s “meclis, toplantı” kelimesinden geçen kongre, Latince’ de Conressum “toplantı, buluşma” anlamına gelmektedir ([www.etimolojiturkce.com](http://www.etimolojiturkce.com)). Günümüzde kongre haricinde konferans, sempozyum,

kurultay, panel, seminer ve açık oturum gibi toplantı türleri de mevcuttur. ABD parlamentosunun bir kısmı için kullanılan kongrenin (Congress) içeriğinin farklı olmasından dolayı, toplantı anlamına gelen kongre için literatürde ‘Convention’ kelimesi kullanılmaktadır (Aymankuy, 2013: 4). Bu bağlamda, çeşitli bilim dallarında, uzman kişiler arasında bilgi edinmek, bilgi vermek, tartışmak, öğrenmek – öğretmek, eleştirmek, karara bağlamak vb. amaçlarla gerçekleştirilen ingilizce’deki ‘Convention’ kongre, ‘Conference’ konferans ve ‘Meeting’ toplantı, ‘Symposium’ sempozyum, ‘Seminar’ seminer, ‘Panel’ panel farklı anlamlara ve kullanım alanlarına sahiptir. Bunlardan en geniş kapsamlısı kongredir (Jubayeva, 2013: 5, Arslan, 2008: 5).

Medlik (2003: 41)’e göre, ‘uzman kurul ve/veya dernek tarafından bilgi edinmek, bilgi vermek, danışmak ve tartışmak gibi amaçlar doğrultusunda belirli dönemlere sadık kalınarak gerçekleştirilen toplantılar’ kongre veya konferans olarak isimlendirilmektedir.

Kongre, yurt içi veya yurt dışında, aynı ya da farklı meslek gruplarına sahip kişilerin, uzman, konusunda söz sahibi olan katılımcıların ekonomi, politika, sosyoloji, tıp, diş hekimliği, veterinerlik, edebiyat, matematik, mühendislik bilim dalları, ticaret veya teknolojik çalışmalar için, en az üç ay öncesinden yapılması planlanan ve belirli zamanlarda gerçekleştirilen toplantılardır (Gülbahar, 2006: 48, Atabaş, 2008: 54, Aymankuy, 2013: 4).

M. Accola ve G. Gamma, “bilgi alışverişini içeren amaç, kişileri ifade eden nesne, belirli bir konuda toplantıyı ifade eden konu, kısa ve sınırlandırılmış olan zaman ve kesin bir program olarak belirli bir çerçeve” kavramlarını kullanarak, kongreyi ‘iki veya üç günle sınırlı, uzmanlık içeren bilim veya meslek dallarında, önceden kararlaştırılan belli bir programa göre, belirli bir konu kapsamında bilgi edinme, bilgi verme amacıyla toplantının yapıldığı coğrafi konumun dışından gelen delegelerin katılımıyla gerçekleştirilen toplantılar’ biçiminde tanımlamışlardır (Aktaran Karasu, 1985: 10).

Jubayeva, kongreyi ülke ve katılımcı sayısını dikkate alarak, ‘ulusal ve uluslararası olarak, en az 300 kişinin bir araya geldiği ve karşılıklı bilgi edinme – bilgi verme ortamının oluşturulduğu büyük çaptaki düzenli toplantılar’ biçiminde tanımlamıştır (Jubayeva, 2013: 5; Aktaran Ekinci, 1989: 21; Çakıcı, 2013: 4).

Uluslararası Toplantı Sözlüğü’nde, 2000 yılında Ladkin ve Spiller tarafından yapılan kongre tanımı da “genellikle belli konu üzerinde tartışılması amacıyla düzenli



aralıklarla gerçekleştirilen geniş katılımlı toplantılar şeklindedir.” (Aktaran Atabaş, 2008: 54).

Literatür açısından seminer, sempozyum ve workshop gibi toplantı türleri de kongre kapsamında değerlendirilmektedir (İnceli, 2014: 31)

Uluslararası Dernekler Birliği (UIA-Union of International Associations)’ne göre, bilinen ilk uluslararası kongre 1681 yılında, Roma’ da yapılan bir tıp kongresidir. 18 Temmuz 1914 - 9 Haziran 1915 tarihleri arasında yapılan Viyana Kongresi dünyanın en uzun kongresi olarak bilinmektedir. Ayrıca, tarihte 1860 yılına kadar tüm dünyada ortalama beş uluslararası kongre düzenlenmiş ve 19. yy’ın ilk yarısında uluslararası kongre sayısı yılda ortalama 100’ü bulmuştur (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 18). 20 yy’ın başlarında dünya kongre şehirleri arasında pazardan en büyük payı % 90’lık oran ile Paris almıştır. Örneğin 1900 yılında tüm dünyada yapılan, kayıtlara girmiş 232 uluslararası kongrenin 202’si Paris’te düzenlenmiştir (Aymankuy, 2013: 5)

### **2.3. Kongrelerin Sınıflandırılması**

Kongrelerin sınıflandırılmasında, amaç, konu, katılımcı sayısı, düzenlendiği yer ve düzenlenme sıklığı kriterleri kullanılmaktadır (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 16).

Bilgi edinmek ve vermek, sorunları belirlemek ve çözümlenmek ve karar almak gibi fonksiyonları olan toplantılar, farklı isimlendirmeler ile farklı türlere sahiptir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013: 21).

#### **2.3.1. Uluslararası Birlik Kongreleri**

Ekonomik, siyasi, kültürel, dinsel vs. amaçlarla kurulan, uluslararası sivil kuruluşlar olan uluslararası birlik kongreleri, katılımcı sayılarının fazla olması nedeniyle, mekan olarak kongre merkezlerine veya uygun toplantı salonlarına sahip olan büyük otellerde veya ekonomik nedenlerle üniversite kampus alanlarındaki büyük toplantı amfilerinde, uzun dönemli, büyük organizasyon gerektiren, üç-dört gün süren ve birliğe üye olan ülkeler arasında düzenli bir sıra dahilinde kongreler gerçekleştirilmektedirler (Aymankuy, 2013: 24).

#### **2.3.2. Katılımcıların Ülkelerine Göre Kongre Türleri**

Katılımcılar ülkeye kazandırdıkları fayda, getiriler ve temsil ettikleri ülkeler açısından sınıflandırıldığında kongreler, ulusal ve uluslararası olarak iki gruba ayrılmaktadır (Aymankuy, 2013: 20).

Ulusal kongreler, katılımcıların çoğunlukla ülke vatandaşlarından oluşan, farklı ülke vatandaşlarının dinleyici ya da gözlemci olduğu, aynı ülkede olabilmesi açısından sık sık bir araya gelebilmesinin kolay olmasından dolayı kısa süreli gerçekleştirilen, daha az maliyetli ve 1 ile 3 gün arasında süren kongrelerdir (Aymankuy, 2013: 20).

Ulusal kongreler daha çok orta sınıf düzeyindeki (2 ve 4 yıldızlı) otelleri tercih ederken, kongrenin finansmanı üyelerin tamamen ya da kısmen kendi bütçelerinden ya da kısmen kongreyi düzenleyen kuruluş tarafından karşılanmakta olup, kongre organizasyonu içerisinde ücretsiz hizmetler (yüzme havuzu, ikindi çayı, promosyon çanta vb. ürünler) yanında, ücretli hizmetler ve programlar (geziler, alışveriş ve akşam yemekleri vb.) da mevcut olabilmektedir (Aymankuy, 2013: 20).

Uluslararası kongreler çoğunlukla en az üç ulusa ait katılımcının olduğu, en az dört gün, en çok yedi gün süren, kongre düzenleyicilerin katılımcılara farklı imkanlar sunduğu, kongre ücretine dahil veya hariç, kongre civarındaki bölgeye geziler düzenlenebildiği, ulusal kongrelere göre daha büyük amaçlara sahip veya karmaşık yapıya sahip olan, simultane-eşanlı çevirilerin mevcut olduğu kongrelerdir (Aymankuy, 2013: 20). Ayrıca nitelik ve nicelik açısından geleneksel ulusal ve uluslararası kongrelerden farklı olan, fakat farklı ulustan çok sayıda katılımcının olduğu kongreler de uluslararası kongreler olarak değerlendirilmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013: 3).

Bir toplantının uluslararası standartlarda olması için, Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (ICCA-International Congress and Convention Association)'ne göre, kongrenin periyodik olarak belirli zamanlarda yapılması, en az üç farklı ülkede gerçekleştirilmiş ve en az 50 katılımcının olması gerektiği, Uluslararası Dernekler Birliği (UIA)'ne göre de, en az 300 katılımcının olması gerektiğini, katılımcıların % 40'nın ülke dışındaki bireylerden olması, en az beş farklı ülkeden olması ve en az üç gün sürmesi şartlarını taşıması gerekmektedir (Aktaran Atabaş, 2008: 56).

#### **2.4. Kongre ve Turizm İlişkisi**

Başlangıçta turizm, sosyal ve kültürel bir faaliyet olarak doğmuştur. Özellikle teknolojik gelişmelerin artışı, toplu taşıma araçlarının çoğalması ve küresel ekonomi bağlamında artan iş seyahatleri, turizm sektörüne de yeni bakış açıları ve yeni vizyonlar kazandırmıştır. Kongre Turizmi, hem özünde iş, sosyokültürel amaçlı, hem de bilimsel, teknolojik ve bilgi edinme-verme gibi toplantıların, kültürel açıdan zengin

coğrafi alanlarda yapılması, çalışma ortamlarından kısa bir tatil gibi uzaklaşmalarını sağladığı için, bireylerin katılımını teşvik etmiştir (Delice, 2013: 3).

Kronolojik olarak, II. Dünya Savaşı'ndan sonra, uluslararası ilişkilerin artması, soğuk savaşlar, uluslararası örgütlenmeler ve eğitim-öğretim ihtiyaçlarının artması (Jubayeva, 2013: 12), yapılan toplantıların sayısının hızla artış göstermesi ve turizmde meydana gelen hareketlilik, kongre organizasyonunun özel bir meslek haline gelmesine (Aymanıkuy, 2013: 6) ve ülkelerin sahip oldukları doğal ve kültürel varlıklardan elde ettikleri avantaj ve olanakların yanında (Akgül, 2010: 53), kendilerine rekabet üstünlüğünü sağlayan turizm (Arber, 2008: 7) kollarından biri olarak, Kongre Turizmi (Arslan, 2008: 6-7) adında, turizmin yeni bir kolu olarak doğmasına neden olmuştur.

Kongreleri diğer toplantılardan ayıran en önemli özellik olarak katılımcılarının çok sayıda olması, yalnızca iş amaçlı olmayıp, sosyokültürel yenilikleri yaşama imkanı vermesi, katılımcıları üzerinde memnuniyet verici bir etki meydana getirmesi, kongre güzergahı üzerindeki havayolları, oteller, restoranlar, mağazalar, kongre merkezlerine, seyahat acentelerine konaklama, ulaşım, yiyecek, içecek, alışveriş gibi taleplerle iş yoğunluğu da sağlaması açısından Kongre Turizmi tercih edilmektedir. (Arber, 2008: 6; Çakıcı, 2013: 1).

Literatürde Kongre Turizmi ile ilgili pek çok tanım mevcuttur: “bireylerin sürekli ikamet ettikleri veya çalıştıkları yerler dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek dallarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak için bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama gibi olay ve ilişkilerin tümü” (Karasu, 1990: 32; Baytok, Soybalı, Emir, 2010: 2), “insanların ortak konular üzerinde toplu olarak görüşmelerde bulunma amacıyla ikamet ettikleri yerlerin dışında organize biçimde seyahat etmeleri, gerektiğinde geçici konaklamalar yapacak şekilde toplanmaları, bulunulan civarı görmek, öğrenmek, eğlenmek ve dinlenmek gibi duygularını tatmin etme olayı” (Özen, 1986: 16), “insanların herhangi bir iş organizasyonu nedeniyle bir araya gelmelerinden doğan eğlence, gezi, ulaşım, konaklama ve dinlenmeyi kapsayan turizm faaliyetleri” (Atabaş, 2008: 53), “uluslararası nitelikteki meslek kuruluşlarının, eğitimsel, siyasal, bilimsel, sanatsal, dinsel vb. konuları görüşmek ve tartışmak için belirli aralıklarla düzenledikleri kongre, seminer, konferans vb. faaliyetlere katılmaları sonucunda meydana gelen” (Ulusan ve Batman, 2010: 247) bir turizm koludur.

### 2.4.1. Kongre Turizminin Özellikleri ve Önemi

Temel amaç olarak kongrenin organizasyonunu hedef alan kongre turizmi, diğer turizm diğer turizm türlerine göre farklı özelliklere sahiptir (Özdemir, 2011: 4). Kongre turizmindeki, turizm kavramı kelime ve içerik olarak, kongrenin türevi olup (Karasu, 1990: 32), mevsimsel faaliyeti bir yıl içine yayarak, mevsimsel uzatma özelliğine (Yıldız, 2010: 20, Arber, 2008: 9), yaz sezonunun ardından kongrelerin artışının özellikle % 15 inin eylül ayına denk gelmesi (Güllü, 2010:) turizmin sektöründeki sezonluk (sadece yazları) dalgalanmaların azaltılmasını sağlamaktadır (Jubayeva, 2013: 15). Böylece iş ve ticaret anlamında ulaşım ve konaklama gibi mevsimsel şartların ağır bastığı iş kollarındaki iş yükünü ve doluluk oranını artırıcı rol oynamaktadır (Arslan, 2008: 8). Kongrelerin organize edilirken konaklama ve toplantı tesislerinin genişliği tercih edilebilir olmasından dolayı, yeni inşa edilen konaklama projelerine toplantı salonlarının dahil edildiği gözlemlenmektedir (Khalilov, 2009: 32).

Kongre turizmi ve kongre otelciliği, güçlü ve sorunsuz bir alt yapıyı zorunlu kılmaktadır (Yıldız, 2010: 20). Kongre turizmi amacıyla yapılan toplantı binaları ve kongre merkezleri gibi sabit yatırımlar, yüksek maliyetli olduğu için, bu yatırımlar çoğunlukla devlet veya yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilmektedir (Gülbahar, 2006: 66)

Gelişmiş kentler, ulaşım, güvenlik, sağlık, haberleşme gibi alt yapı hizmetleri ve konaklama işletmeleri, alış veriş merkezleri ve uygun kongre salonları gibi üst yapı tesisleri açısından sundukları imkanların çeşitliliği ve sayısal olarak çokluğu nedeniyle, kongre talipleri ve organizatörler açısından tercih edilmektedir (Çakıcı, 2013: 8, Tavmergen ve Aksakal, 2004: 34).

Kongre turizmi iş ve ticaret alanlarında destek sektörler açısından da yeni istihdam alanlarına ve uzmanlaşmış personele ihtiyaç duymaktadır (Yıldız, 2010: 20, Tavmergen ve Aksakal, 2004: 34). Bir başka deyişle, kongre binası ve merkezinin ayarlanmasından, otel rezervasyonlarına, transferlerin gerçekleşmesine, simultane çeviri hizmetlerine, özel gece programları organizasyonuna, davetiye hazırlanması ve dağıtılması, duyuruların, medyanın organizasyonu, refakatçi ve eşler için tur paketlerinin hazırlanması gibi detaylı ve profesyonel organizasyon becerisi gerektirmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 34).

Kongre turizmine katılan kişilerin kültür ve gelir seviyelerinin yüksek olması (Yıldız, 2010: 20), onların harcama ve tüketim alışkanlıklarına yönelik hizmet ve ürünlerde kalitenin ve fiyatların yüksekliğinin de söz konusu olmasını gerektirmektedir (Özer, 2010: 10). Böylece kongre turizmi, iş ve ticaret iş yoğunluğu, kalite ve fiyat açısından en fazla hareketliliğin söz konusu olduğu ve en yüksek gelir getiren turizm kolu olarak gözlemlenmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004: 33, Arslan, 2008: 8).

Kongre turizminde sadece belirli bir kesime değil, toplumun tamamına hizmet verilmesi ve değişik sektörler arasında etkin bir işbirliğinin olması gerekmektedir (Gülbahar, 2006: 67). Uluslararası kongrelerin artışı, küresel ekonomi boyutunda ülkelerin birbirlerini tanımalarında ve ülkelerin genel turizm potansiyelinde olumlu katkılarda bulunmaktadır (Görgülü, 2008: 24). Ayrıca kongrelerde ülke vatandaşlarının kaynaşması, uluslararası ilişkilerde ve özellikle politik toplantılarda karşılıklı avantajları beraberinde getirmektedir (Görgülü, 2008: 24).

Dünya Turizm Örgütüne göre, dünya turizm haritası, geçmiş yıllarda Yunanistan ve İtalya gibi klasik turizm tercihlerinin deniz-kum-güneş turizmi yerine, macera, kış, yat ve kongre turizminin yükselişe geçtiğini öngörmektedir (Ehtiyar, 2006: 18).

#### **2.4.2. Kongre Turizminin Tarihsel Gelişimi**

1960 yılından sonra, günümüz modern dernekleşme faaliyetlerine yönelik çalışmaların artması, havayolu endüstrisi, konaklama endüstrisi, ulaşım endüstrisi, toplantı planlamacıları birliği, kongre büroları, kongre merkezleri ve toplantı teknolojileri gibi faktörlerle (Akhmetov, 2007: 4), uluslararası ve ulusal kongrelerin sayısında ve kalitesinde yüksek oranlı artışlara neden olmuş, 1950'lerde 1272 olan uluslararası kongre sayısı 1960'larda 1934'e, 1970'lerde 3931'e, 1979 yılında 4345'e ve 1990 yılında ise 8550'ye ulaşmıştır. Böylece Kongre Turizmi, günümüzdeki sıradan bir turizm olayı yerine, kalıcı ve ciddi anlamda iş ve ticaret alanında sirkülasyona sebep olan turizm kolu olarak anlam ve önem kazanmıştır (Karasu, 1990: 32).

Kongre Turizmi'ndeki yoğunluğun artışı, bu konuda faaliyet gösteren profesyonel kuruluşların sayı ve iş yüklerinin artışı, bu kuruluşları birlik olmaya yöneltmiştir. 1963 yılında kurulan Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (ICCA-International Convention and Congress Association), kurulduğu tarihlerde uluslararası

kongre ve toplantılara yönelik en geniş katılımlı birlik olma özelliğini kazanmıştır. (Atabaş, 2008: 6)

Dünya çapında kongre turizminde adı geçen belli başlı birlikler kronolojik açıdan, kuruluş yıllarına göre sıralanabilmektedir. 1914'de Uluslararası Konferans ve Ziyaretçi Büroları Birliği (IACVB), 1958'de Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (AIPC), 1963'de Uluslararası Kongre ve Konferans Birliği (ICCA), 1964'de Avrupa Konferans Şehirleri Federasyonu (EFCT), 1968'de Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (IAPCO), 1969'da Britanya Konferans Destinasyonları Birliği (BACD), 1971'de Konferanslar ve Etkinlikler Birliği (ACE) ve 1990'da Toplantılar Sektörü Birliği (MIA)'dır (Atabaş, 2008: 6).

### **2.4.3. Kongre Turizminin Ekonomik, Sosyokültürel, Politik ve Akademik Etkileri**

Kongre turizminin ulusal turizme katkısı ve yapısal değişikliklere neden olması kaçınılmazdır (Akhmetov, 2007).

Öncelikle kongre turizminin ilk etkileri ekonomik niteliktedir. Kongre turizmi için yapılacak yatırımlar, kongre öncesinde sabit sermaye yatırımlarını/harcamalarını, kongre dolayısıyla cari tüketim harcamalarını ve kongre turizminin dolaylı/türev olarak yan sektörlerde meydana getirdiği üretimi teşvik edici harcamaları olarak üç temel ekonomik etkilere sahiptir (Çizel, 1999: 27).

Kongre Turizminin bireysel düzeyde, organizasyonel etkileri açısından yapılan harcamalar da yönetim (kongre sekreteryası) harcamaları, dokümantasyon (promosyon materyalleri, konferansla ilgili açıklamalar, tebliğlerin kopyaları vb.), kira harcamaları (konfor ve teknik düzenlemeler), tercüman ve mütercimlik hizmetleri, ikramlar (şartlara göre öğle yemeği, ziyafetler, kokteyller, seminer-konferans arası ikramlar), uzmanlar için yapılan harcamalar (ücretler, ulaşım, transfer ve konaklama masrafları, şehir turları vb.) olarak sayılmaktadır (Erdoğan, 2006).

Kongre turizmi katılımcıların harcamaları açısından incelendiğinde, katılımcılar kongrenin düzenlendiği şehrin fiyat seviyesine, kongre çalışma süresi yoğunluğuna, katılımcıların kongre konusuna yakınlık derecesine, toplantıların ulusal veya uluslararası olmasına ve kongrenin türüne göre değişiklik göstermekte olup (Erdoğan, 2006), katılımcıların harcamaları, kayıt ücretleri ve bundan yapılan otel, uçak ve genel kongre harcamaları, katılanların eğlence harcamaları, katılanların

alışveriş harcamaları, katılanların fazla geceleme harcamaları, katılanların kongre öncesi, kongre sonrası tur harcamaları ve diğer harcamalar olarak sayılabilmektedir (Çizel, 1999: 27).

Katılımcıların harcamalarının dağılımı yüzde olarak, toplam harcamaların % 34,6'sı otel (konaklama) harcamaları, % 26'sı restaurant harcamaları, % 12'si alışveriş harcamaları, % 6'sı şehir içi turlar, % 6'sı eğlence harcamaları, % 6'sı içecek harcamaları ve % 5,4'ü değişken içerikli şahsi harcamalar oluşturmaktadır (Erdoğan, 2006). Ayrıca, günlük kongre harcamaları, uluslararası turizm için yapılan ortalama harcamalardan en az iki kat fazladır (Karasu, 1990: 32-34, Çizel, 1999: 27).

Mikro ekonomik olarak, belirlenen güzergâhta, gelir seviyesi, çok sayıda işgücüne ihtiyaç duyması açısından istihdam imkânları (Korzay, 1992: 289, Coltman, 1989: 226 - 227), iş ve ticaret hacmindeki genişleme ortaya çıkmaktadır (Uçar, 2008). Özellikle kongre turizminin yol açtığı istihdam doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdam olarak üç boyutta incelenebilmektedir. Doğrudan istihdam olarak, konaklama, yeme- içme, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri ve tur operatörleri, dolaylı istihdam olarak, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu ürünleri ve hizmetleri sağlayan sektörlerdeki ve turistlerin harcamalarından yararlanan faaliyetleri ve uyarılmış istihdam, doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan gelirlerin harcanmasıyla ekonomide yaratılan ek istihdamı içeren istihdamdır (Avcıkurt, 2003: 28).

Kongre turizminin ekonomiye etkisi çift yönlüdür; kongre turizmine yönelik arzın artışı, talebini kamçılarken, talebin artışı da arzı arttırmaktadır (Erdoğan, 2006).

Kongrelerin yoğun düzenlendiği bölgelerde kültürel, ekonomik, sosyal ve politik değişimlerin yaşandığı ve böylece sürdürülebilir kalkınma, sosyal refahın artması ve katma değer yaratması açısından kongre turizmi önemli makro ekonomik etkilere de sahiptir (Kara, 2007: 248).

Kongre turizminden elde edilen gelir, dünya turizm gelirlerinin % 30'u gibi oldukça büyük payının olması, kongre turizmi ile gelen katılımcının sağladığı gelirin, ülkeye kazandırdığı döviz kazancının, sosyokültürel amaçlı turiste göre üç katı oranında yüksek olması kongre turizminin, ülke bütçesine yönelik azımsanmayacak katkısını göstermektedir (Erdoğan, 2006, İçöz ve Kozak, 2002: 166).

Ayrıca Kongre Turizmi, özellikle uluslararası para piyasaları-kur avantajı, dış ticaret bilançoları açısından avantajlar sağlamaktadır. Kurun yüksek olması, ülke parasının reel değerinin düşük olmasına neden olurken, ihracatı ucuzlatmakta, döviz

girişini avantajlı hale getirmektedir. Böylece, ‘ucuz’ bir ülke olarak, turizmi teşvik etmekte ve ülkeye döviz girişini, dolayısıyla, ülkenin makro ekonomik politikası açısından da, dış ticaret bilançosu açısından oldukça getiri sağlamaktadır (Pembegül, 2008).

Mikro ekonomik açıdan standart bir tatil paketinin fiyatı 600\$ iken, kongre paketi kişi başına 1.150\$ olması, özellikle uluslararası kongrelerin getirisinin, standart sosyokültürel turizme göre ciddi katkıları olduğunu ifade etmektedir (Mert, 1992: 10). Söz konusu bu paket çoğunlukla kongre giderlerini kapsamaktadır. Oysa ulaşım, konaklama, yeme-içme vb. gibi kişisel harcamalar, kongre katılımcılarının gelirleri seviyesinde yüksek olup, ayrıca devlet ve üniversiteler tarafından finanse edilmesi durumunda harcama eğilimleri daha da yükselmektedir (Aymankuy, 1997). Ayrıca, kongre katılımcılarının kongre bittikten sonra da yöreyi daha iyi tanıyabilmek için birkaç gün daha kalması, kongre turizminin getirilerini arttırmaktadır (Aydın, 1997: 32).

Kongre turizminin mevsimsel olmasının yerine, yıla dağılması elde edilen kazancın/katkının da sürekliliğini beraberinde getirmektedir (Aymankuy, 2013: 27). Kongre Turizmi, özellikle sosyokültürel turizm dolayısıyla “ölü sezon” döneminde sadece maliyetini karşılamak için fiyatın düşürülmesine engel olabilmektedir (Karasu, 1990: 32-34; Çizel, 1999: 27).

Sosyokültürel turizm faaliyetlerinin belli bir sezon üzerinde yoğunlaşması, mevcut kapasitenin yeterli derecede değerlendirilmemesine, atıl kalmasına neden olmakta, hizmet kalitesinde düşmeye yol açmakta ve ulaşım ve çevre koruma gibi konularda olumsuz etkilere sahip olmaktadır. İşletmeler mevsim dışında atıl kalarak, etkisiz ve verimsiz kalmış, böylece yatırım kaynakları, amortisman payları artarak, getiriler açısından dezavantajlı duruma gelmektedir (Aydın, 1997).

Benzer olay istihdam açısından da negatif etkilere sahip olduğundan, bu durumda turizmin mevsimsel değil, yıl içine bölünmesi uygundur (Erdoğan, 2006). Özellikle Kongre Turizmi, sosyokültürel turizme bu tarz mevsimsel sorunların çözümünde oldukça faydalı bir çözümdür (Yıldırğan vd., 2005: 116).

Ayrıca kongre turizminin hazırlık ve düzenlenme aşamasında, inşaat, ulaşım, teknik hizmet sektörünün, yiyecek, içecek, kiralık oto, posta ve telefon gibi ulaşım ve haberleşme hizmet sektörünün, halıcılık, dericilik, hediyelik eşya gibi küçük ve orta ölçekli firmaların, konaklama, tercümanlık vb. gibi hizmetler sektörünün (Aymankuy,



2013: 27), alt yapı, ulaştırma ve üst yapı yatırımlarını gelişimine büyük katkılar sağlamaktadır (Gülbahar, 2006).

Kongre turizminin katılımcılarının izledikleri güzergahtaki halkın sosyal ve kültürel yapısını etkiledikleri ve etkilendikleri dikkate alındığında, ülkeler arasındaki kültürel ortak noktaların belirlenmesi, uzlaşma, yardımlaşma ve ekonomik ilişkiler açısından ciddi oranda yardımcı olmaktadır (Çizel, 1999).

Kongre turizmine katılan katılımcıların eğitim, öğretim ve kültür seviyesinin yüksek olması, o ülkenin vatandaşları üzerinde olumlu etki yaparken, hatta kamu yönetiminde bile itibar sebebine dönüşmektedir (Karasu, 1990: 32-34, Çizel, 1999: 27).

Turizmin özünde, farklı ülke vatandaşı, “insan mobilitesi” olması dolayısıyla, sosyokültürel etkileşimi de beraberinde getirmektedir (Aymankuy, 2013: 33).

Kongre turizminin katılımcıları ve buldukları yörenin insanları arasında birçok sosyokültürel alışveriş meydana gelmektedir. Kültürel değişimlerin toplum tarafından benimsenip kabul edilmesi ‘olumlu’, kabul edilmemesi ‘olumsuz’ olarak değerlendirilmektedir. Kongre turizmi, katılımcılar ve yöresel halk olarak çift yönlü bir etkileşim içindedir; özellikle kongre turizmi ile gelen katılımcıların eğitim, kültür, sanat ve gelir seviyelerinin yüksek olması yöresel halkın da seviyesini yükseltmektedir (Erdoğan, 2006, Kaya, 2015). Yerel halkın davranışları modernleşmekte, seyahat etme, değişik yerler tanıma, yabancı dil öğrenme istek ve ihtiyaçları artmakta ve böylece yöresel halkın sosyokültürel seviyesi de yükselmektedir (Pembegül, 2008). Katılımcıların kongre dışı serbest zamanlarında geleneksel eğlenceleri, müziği ve el sanatlarını görme istekleri, yöresel halkın kendi kültürlerini geliştirme ve tanıtımları açısından da olumlu etkiye sahiptir (Jubayeva, 2013).

Diğer olumlu etkiler, katılımcıların bölgenin tarihsel, kültürel mirasına, bölgesel mimari tarzına ilgi göstermeleri (Erdoğan, 2006), yöre halkının da tarihi ve kültürel mirasının korunması konusunda uzun vadeli planlar yapmasına ve bu mirası katılımcılarla paylaşması, toplumsal yapıda daha fazla hoşgörölü ve yabancılara karşı daha misafirperver olması, spor ve eğlence olaylarının organizasyonu gibi faaliyetlerdir (İçöz vd., 2002: 37). Ayrıca, kongrenin yapıldığı kentteki gerekli onarımlar, temizlik, alt ve üst yapı ile daha bakımlı hale getirilmesi de söz konusudur (Pembegül, 2008). Ayrıca, kongre turizmi için yapılan tesislerin, kongre yapılmadığı

zamanlarda yöresel halkın tiyatro, konser, balo, kokteyl, sergi, düğün ve ödül törenleri gibi amaçlarla kullanılması da mümkündür (Zengin, 2013: 91).

Olumsuz etkiler, kültürel kimliğin bozulması, insan davranışlarında aşırı ticarileşme, yöresel dil üzerindeki etki, kötü alışkanlıklar ve toplumsal düzenin aksaması olarak sayılmaktadır (İçöz vd., 2002: 37).

Kongre ile alınan kararlar, ulaşılan sonuçlar sadece katılımcılar veya yöresel halk tarafından değil, ülke hatta dünya için daha geniş bir coğrafyayı etkileyen akademik düzeyde bir etki de meydana getirmektedir (Gülbahar, 2006). Özellikle bu etkinin meydana gelmesinde medya da büyük rol oynamaktadır. Katılımcıların konularında uzman olan, ekonomiye, politikaya ve sosyokültürel düzene şekil veren, yol gösteren bir kitle olması, faaliyetlerinin yazılı, görsel ve sesli basın gibi iletişim araçlarıyla kamuoyuna duyurulması akademik düzeydeki etkinin gerçekleşme sürecini hızlandırmaktadır (Pembegül, 2008). Ayrıca, akademik düzeyde üst düzeyde olan katılımcıların bilimsel bilginin tanıtılması, gelişmelerin duyurulması, sorunlara bakış açılarının ve çözüm önerilerinin ilgililerce takibi de hem bilgi birikiminin toplumlar arasında paylaşımına yardımcı olur, hem de toplumları modernleşme adına üst aşamalara taşımaktadır (Çizel, 1999).

#### **2.4.4. Kongre Turizminin Diğer Turizm Türleri ile Etkileşimleri**

Hem ulusal, hem de uluslararası alanlarda dinamik ve çok yönlü gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan kongre turizmi, temel misyonu olan bilgi edinme ve bilgi vermeye bağlı olarak, yeni bilgilerin derlenip, değerlendirilmesi ile kalmayıp, sosyokültürel ekonomik yaşamı da etkileyerek, turizm mevsimini yıla yaymakta (Aymanıkuy, 2013: 7-8), yani sadece bilimsel, iş ve ticari bir toplantı olmamasının yanında aynı zamanda katılımcıların sosyokültürel turistler gibi yöreye olan ilgileri, eğlence, alışveriş ve gezi faaliyetler içerisinde olmaları, yani diğer turizm türleri ile de ortak noktalara sahip olması söz konusudur (Kaya, 2015). Sonuçta yoğun olarak ulusal ve uluslararası toplumsal ve kültürel ilişkiler de etkilenmektedir. Bu anlamda Kongre turizminin diğer turizm alanlarıyla zaman ve mekan açısından uyumlu ve eşgüdümlü olması gerekmektedir (Aymanıkuy, 2013: 7-8).

Kongre turizmi ile diğer sosyokültürel turizm çeşitleri arasındaki ilişki başlangıçta ulaşım ve konaklama hizmetleri dolayısıyla, bazen uyumlu bazen de uyumsuz durumlar ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2006).

#### **2.4.4.1. Kongre Turizmi ve Kültür Turizmi Arasındaki İlişki**

Kültür turizmi, turistin kendi ülkesi, kendi bölgesi dışında, başka bir ülkeye, bölgeye yapılan ve turistin o yerler hakkındaki tarihi, doğal güzellikleri, modern yaşam biŐimleri, yiyecek, topografya,  evre, kasaba ve diğer kültürel faaliyetleri yaŐamasını içeren bir turizm çeşididir (Abacılar, 2008). Bu bağlamda, kongre turizmi ikincil önemde de olsa, kültür turizmini de kapsamaktadır. Özellikle kongre turizminin katılımcılarının eğitim, kültür ve sanat açısından üst düzeyde ilgili ve bilgili olması dolayısıyla, kongrenin yapıldığı bölgeye kayıtsız kalmadıkları gözlemlenmektedir. (Mustafazade, 2015, Kaya, 2015, Erdoğan, 2006)

Kongre Turizmi ile Kültürel Turizm arasında, kongre turizminin katılımcılarının öncelikleriyle, kültür turizminin katılımcılarının önceliklerinin farklılıkları dolayısıyla, katılımcıların kültür turizmine ayırdıkları s reler farklılık göstermektedir. Kongre turizminde bu süre 2-3 gün, en fazla kişisel tercihler doğrultusunda beş gün olurken, kültür turizminde en az bir haftadır (Aymankuy, 2013: 9).

#### **2.4.4.2. Kongre Turizmi ve Tatil Turizmi Arasındaki İlişki**

Turizmin gerçekleştiği zaman açısından kongre ve tatil turizminin, mevsim ve sezon farklılığı söz konusudur. Kongre turizmi için çoğunlukla, ilkbahar ve sonbahar ayları seçilirken, tatil turizminde yaz ya da kiŐ mevsimi seçilmektedir (Dallı, 1996: 94). Bu durumun istisnaları da bazen söz konusu olabilmektedir. Bir başka deyişle, kongre organizatörleri, kongreyi yaz aylarında planlayarak, kongre mekanı olarak tatil yörelerini seçmesi durumunda kongre turizmi ile tatil turizmi birbirini olumsuz etkilemektedir. Bu soruna  z m olarak, Şartlar zorlanarak ( zel izinle, resmi kurumlara ait toplantı salonlarının geçici kullanımı gibi), kongre turizmi için ayrı bir tesis belirlenmesi olabilmektedir (Aymankuy, 2013: 8).

Kongre turizmi ile tatil turizmi arasındaki farklılıklar, katılımcılar ve katılım amaçları açısından ufak tefek farklılıklar söz konusudur. Her iki grup turizm katılımcıları seyahatlerini bireysel ve toplu olarak gerçekleŐtirebilmekte, kongre turizminin katılımcıları standart turist davranışları gösterebilmekte, her iki katılımcı grubu da benzer turizm tercihlerinde bulunabilmekte ve her iki katılımcılar istisna işletmeler dışında ve aynı konaklama, yeme-içme ve eğence imkanlarından yararlanabilmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013: 22).

Kongre katılımcılarının tatil turizmi katılımcılarına göre seyahat tecrübesi daha fazla olup, kongre katılımcılarının masrafları kurumları tarafından finanse edildiğinden bütçe bilinci, tatil turizmi katılımcılarına göre daha azdır. Kongre katılımcılarının güzergahları kongre organizatörleri tarafından belirlenirken, tatil turizminde katılımcıların kişisel istekleri ön plandadır. Kongre katılımcılarının harcama ve tüketim eğilimleri, kalite ve niceliksel olarak tatil turizmi katılımcılarından daha yüksek olarak gerçekleşmektedir (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013: 22).

#### **2.4.4.3. Kongre Turizmi ve Politik Turizm Arasındaki İlişki**

Ülke devlet büyüklerinin, diplomatlarının ve politikacıların farklı nedenlerle gerçekleştirdikleri seyahatler Politik Turizm olarak ifade edilmektedir. Diplomatik amaçlı yapılan uluslararası toplantılara katılan temsilciler veya delegeler, ev sahibi ülkenin resmi konuğu olarak kabul edildiklerinden turist olarak isimlendirilmemektedir (Ayman, 2013: 9)

Politik partilerin genel kurullarına, politik nedenli toplantılara katılan delegelerin ulaşım araçlarını, konaklama tesislerini ve toplantı salonlarını kullanmaları, bu tür toplantıların kongre turizmi içinde yer almasına neden olmaktadır. Diplomatik ve uluslararası platformda ülkeler arasında bağ kurmak, mevcut bağları güçlendirmek gibi nedenlerle gerçekleştirilen politik turizm katılımcıları, turist olarak kabul edilmese de, bazı akademik çevrelerce yapılan harcamalar, olayın amaç ve hacim açısından benzerlik göstermesinden dolayı kongre turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerektiği savunulmaktadır (Ayman, 2013: 9)

#### **2.4.4.4. Kongre Turizmi ve Lüks Turizm Arasındaki İlişki**

Gelir düzeyi yüksek olan kişilerin, bireysel ya da küçük gruplar halinde gerçekleştirdikleri, lüks turistik işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetleri, örneğin pahalı ve konforlu araçlar satın alarak, pahalı ve görkemli yerlerde konaklayarak gerçekleştirdikleri turizm türüdür (Erdoğan, 2006)

Kongrelerin ulusal ve uluslararası olması, sürelerinin uzunluğu kısalığı, amaç ve işlev açısından farklılık içerse de, katılımcıların farklı fiyatlarda konaklama, ikramlıklar, kongre salonu ve yiyecek-icecek taleplerine de neden olabilmektedir. Uluslararası kongreler, lüks ve 1. Sınıf/A sınıfı kalite talep ederken, kısa süreli ve ulusal kongreler, daha çok orta sınıfa yönelik fiyat ve kalitedeki hizmetleri talep etmektedir. Lüks turizm katılımcıları seyahat harcamalarını kendi bütçeleriyle finanse

ederken, kongre turizmine katılan katılımcıların harcamaları bağılı oldukları kurum ve kuruluşlar tarafından ödenmektedir (Aymankuy, 2013: 10).

#### **2.4.4.5. Kongre Turizmi ve Hafta Sonu Turizmi**

Ulusal ve uluslararası kongreler, hafta sonu turizmi açısından farklı zamanlara sahiptir; ulusal kongreler daha çok hafta sonu yapılmaktadır, böylece hafta sonu tatilcileri ile kongre katılımcılarının özellikle konaklama açısından sıkıntılı zamanlar geçirdikleri söylenebilmektedir. Uluslararası kongreler, daha çok pazartesten başlayıp, cumaya kadar ki hafta içi günlerde yapıldığından tesisleri yoğun ve karmaşık iş yoğunluğundan kurtarmaktadır. Fakat zaman zaman uluslararası kongrelerde katılımcıların, kongre programı bitmesine rağmen, bireysel kararları doğrultusunda tesislerde kalış sürelerini uzatmaları, hafta sonu turizminin katılımcılarıyla karşılaşmalarına yol açabilmektedir. (Erdoğan, 2006:)

#### **2.4.4.6. Kongre Turizmi ve İş - Ticaret Turizmi**

İş ve ticaret dünyasında öncü sektör ve firmaların, çok uluslu şirketlerin, ticaret ve sanayi odalarının, ulusal ve uluslararası organizasyonlarının, birliklerin, iş ve ticaret dünyasındaki gelişmeler hakkında bilgi edinme - bilgi verme, sorunlara çözüm önerileri aramak, ürünlerini tanıtmak ve yeni pazar araştırmaları yapmak için düzenledikleri toplantılar, konferanslar, kongreler, seminerler, sempozyumlar, sergi ve fuarlardır (Koşan, 1996: 53). Bu bağlamda, iş ve ticaret turizmi ile kongre turizminin akademik olmayan kısmı uyumluluk göstermektedir (Arslan, 2008: 10, Aymankuy, 2013: 11).

Uluslararası ticaret engelleri kalktıkça, küresel ekonomi bağlamında ülkeler liberal politikalar izlemeye başladıkça, iş seyahatleri de artış göstermiştir. Bu gelişim, hâlihazırda, 21. yüzyılda da devam etmektedir (Erdoğan, 2006).

Bireysel iş turları ve seminerler genellikle iş turizmi içine alınmamaktadır. Bütün bunların sınırlarını belirlemek ve ölçmek zordur. Ancak konferans ve kongreler, iş turizminin tanımı içine alınabileceği en uygun örneklerdir. Bu arada iş turizmi ile kongre turizm arasındaki çizgi, özellikler de çok net belirli değildir. Mesleki bilgilerini geliştirmek, bilgilerini paylaşmak, yenilikleri takip etmek için düzenlenen çeşitli kongreler iş turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Yıldız, 2010).

#### **2.4.4.7. Kongre Turizmi ve Teşvik Turizm**

İş ve ticaret dünyasındaki ticari ve sosyal kuruluşların, çalışanlarına yönelik, faaliyetlerinde, üretim, pazarlama, reklam, tanıtım, satış, depolama, nakliye ve teknolojik gelişmeler gibi alanlarda (Aymankuy, 2013: 14), satışlarını arttırmak, şirket imajını korumak ve geliştirmek, yeni ürünleri tanıtmak ve sunmak, satış eğitimi yapmak, tüketiciler için promosyon yapmak, rekabeti arttırmak, iş hacminin düşük olduğu sezonları değerlendirmek veya seyahate gönderilen çalışanların mesleki bilgiler edinmesini sağlamak (Aymankuy, 2013: 15) veya çalışanlarını ödüllendirmek amacıyla tamamen dinlenme veya eğlenme amaçlı olabileceği gibi, eğitim veya şirketin yeni ürün tanıtımına yönelik programları da içerebilen (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013: 23) ve bu ödül toplantılarının finansmanı şirket bütçesinden karşılanan ve vergiden düşülebilen harcamalar içinde olan (Aymankuy, 2013: 15) toplantılar düzenlemesine teşvik turizmi denilmektedir.

Teşvik turizmi özellikle konaklama şirketleri açısından birçok avantaja sahiptir. Özellikle bu turizmi seçen firmaların, itibarlarını yansıtmaları açısından lükse düşkünlükleri konaklama şirketleri için yüksek gelir elde etme ve garantili satış imkanı vermektedir. Ayrıca, teşvik turizminin katılımcılarının konaklama şirketinin restoranlar, barlar, oda servisi, sauna ve spor salonu gibi ek hizmetlerinden faydalanmaya isteklidir. Ayrıca, konaklama firmaları teşvik turizminin katılımcılarına yönelik düzenledikleri eğlenceler, kokteyller ve düzenlenen partiler dolayısıyla da ek kazanç sağlamaktadır (Erdoğan, 2006).

Teşvik turizminin iş-ticaret turizminden ayıran en önemli özellik, katılımcıların firma, şirket veya kuruluş personeli olması ve bu turizmin oldukça kapsamlı ve lüks olmasıdır. Ayrıca bu ayırıcı özellik teşvik turizmi ile kongre turizmi arasındaki fark için de geçerlidir (Aymankuy, 2013: 14-15).

Kongre turizmi ile teşvik turizmi arasındaki benzerliklerden ilki zaman açılarından: her iki turizmde de istenilen zamanda gerçekleştirilmektedir. Mevsim uzatıcılığı/ yıla yayma özelliği her iki turizm için de geçerlidir. Özellikle kış ayları teşvik turizminde, sonbahar mevsimi de kongre turizmi için tercih edilen mevsimlerdir. Teşvik turizminde finansör şirket olurken, kongre turizminde finansör bazen kurum ve kuruluşlar olurken, bazen de bireysel bütçelerdir (Özer, 2010).

## **2.4.5. Kongre Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler**

Geçmişte 1890'lı yıllarda deniz-kum-güneş yaz turizmi ile başlayan turizm (Erdoğan, 2006), günümüzde stresli ve yoğun çalışma hayatında yaşayan bireylerin, boş vakitlerinin artması veya kendilerine serbest zamanlar ayırması, kişi ve ülkelerin gelirlerinin artması, ulaşım alanındaki gelişmelerin artması ve özellikle ülke içinde ve dışında seyahat sınırlamalarının kaldırılması sonucu artan turizm ve turizm çeşitliliği (Kaya, 2015), ülke bütçe politikalarında ve uluslararası politik arenada alınan kararlarda rol oynamasından dolayı; tanıtım, pazarlama ve yatırım politikaları bağlamında dikkate alınarak, planlara dahil edilmiştir (Erdoğan, 2006). Ayrıca, sadece kitle turizmi yerine, bireysel turizmin de dikkate alınması gerekmektedir (Aymankuy, 2013: 25).

Bu gelişmeler ışığında, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin, uzmanlaşmanın artışı, bilimsel çalışmaların bireysel düzeyden çıkıp, kitle ile paylaşımının artışı ve finansmanda bireysel bütçeler yerine kurum ve kuruluşlardan destek alınmasıyla kongre turizmi kolaylaşmış ve hatta teşvik edilmiştir (Çizel, 1999: 18).

### **2.4.5.1. Talep Güdülü Gelişme Nedenleri**

Belli bir piyasada, belirli bir fiyattan, turizme yönelik ürün ve hizmetleri, rasyonel ve adaptif (uyarlayıcı) nedenlerle, öncelikle kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkân verecek kadar yeterli bütçeye ve serbest zamana sahip olan kişilerce, kurum ve kuruluşlarca ortaya çıkarılan talebe, turizm talebi denmektedir (Dölalan, 2008).

Turizm talebinin kongre turizmi boyutunda olması durumunda, talebin belirleyicileri olarak, gün be gün ulusal veya uluslararası kurum, kuruluş ve şirketlerin sayısında meydana artışlar ve bu kuruluşların çeşitli nedenlerle toplantı yapmaları ihtiyacı; bilimsel, teknolojik gelişmelerin ve mesleki alandaki uzmanlaşma ihtiyaçlarının artması; farklı veya aynı alanlarda çalışanların bilgi edinme-bilgi verme; gelişen teknoloji ve değişen tüketici alışkanlıklarına yönelik üretilen yeni ürünlerin ve mevcut ürünlerin pazarlanmasına, tanıtımına yönelik turizm etkinlikleri; işletmelerin farklı yerlerde, farklı türde toplantı düzenlemesi, aynı ve farklı sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki ilişkiler, aynı endüstride çalışan firmaların sektör sorunlarını tartışmak, bazen de sosyallite adına toplantılar düzenleme ihtiyacı, aynı veya farklı meslekteki kişilerle tanışma isteği, bilimsel işbirliği yapma, bilimsel

araştırma sonuçlarını öğrenme, toplantı-kongre vesilesi ile yeni yerler görme isteği, toplantı ile tatil sürelerinin aynı zamana denk getirilmesi ve toplantı öncesi ve sonrası tatil yapma isteği gibi faktörler sayılabilmektedir (Aymankuy, 2013: 25- 26).

#### **2.4.5.2. Arz Güdülü Gelişme Nedenleri**

Turizm arzı, turistik tüketimde yer alan ve turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılamak için gereken mal ve hizmetlerin tedarikini içeren, üretime dayalı işletmelerin tümü (Kaya, 2015) veya “belirli şartlar altında belirli bir fiyatla bir ülkenin, bölgenin turistlere satmaya ya da turistlerin faydalanmasına sunmaya hazır olduğu turistik zenginliklerin bütünü”dür (Şener, 2004: 46).

Turizm arzı, geniş anlamda tanımlanırsa, genel turizm ve diğer turistik ürün çeşitleri bakımından gereken coğrafi konum, doğal ve tarihi güzellikler, iklim, ulaşım, konaklama olanakları, diğer seyahat işletmeleri, seyahat acenteleri, yiyecek – içecek ve eğlence olanakları ve hizmetleri gibi turistik alt ve üst yapı imkanlarını ve kongre ve konferans merkezleri, kongre büroları, simültane tercümanları gibi hizmetlerini içeren bir arzdır (Dölalan, 2008).

Kongre arzını etkileyen faktörler olarak, dünya genelinde kongre sarayları ve toplantı salonlarına yönelik yatırımların artması, ülkelerde kongre bürolarının kurulması, toplantı düzenlemeye uygun salonların bulunduğu otellerin, kongre organizasyonuna dahil paket program hizmetleri vermeleri, profesyonel anlamda çalışan kongre organizatörlerinin sayılarındaki artış, hatta havaalanları, terminal gibi ulaşım konulu kamusal alanlarda toplantı salonlarının ve konaklama tesisleri gibi hizmetlerin verilmeye başlanması, kongrelerin doğal güzelliklerin, alışveriş merkezlerin, komplike sosyokültürel tesislerin olduğu yerlerde düzenlenmesi ve turizm sektöründe hizmet veren profesyonel seyahat acentelerinin, konaklama ve ulaştırma işletmelerinin sayılarının artması sayılabilmektedir (Aymankuy, 2013: 26).

#### **2.5. Kongre Yönetimi**

Planlama, koordinasyon, operasyonel, organizasyon ve denetim olarak beş temel fonksiyona sahip kongre yönetimi, kongre öncesi, kongre boyunca ve kongre sonrası olarak üç aşamalı bir süreçtir.



### **2.5.1. Kongre Turizminde Yönetim Fonksiyonları**

Ulusal veya uluslararası boyutta yapılması planlanan kongre organizasyonu için başlangıçta kongre sekreterliğinin denetleyici olduğu bir durumda, ya organizasyon kurum içinden seçilen bir ekip/organizasyon komitesi tarafından ya da kurum dışından profesyonel organizasyon şirketleri ile anlaşma biçiminde olmak üzere iki farklı yöntem uygulanmaktadır (Sabuncuoğlu ve Tokol, 1987: 32).

Kongre hizmetleri, kongre öncesi, kongre sırasındaki ve kongre sonrasındaki faaliyetler olarak üç kısımda incelenmektedir. Kongre öncesi kongre organizasyon ekibi, seyahat acenteleri, ulaşım, konaklama, yiyecek içecek, tercümanlık, dekoratörlük ve matbaa şirketleri ile kongre merkezi yönetimi ile iş birliği içindedir (Şener, 2004: 24).

Kongre sırasındaki faaliyetler, kongre merkezinin düzenlenmesi, afiş-posterlerin asılması, kongreye özel slayt, bilgisayar vb. teknoloji hizmetlerinin sağlanması, masa, sandalye, kürsü, perde vb. dekorasyonların gerçekleştirilmesi, eşanlı çevirmenlik hizmetleri, ek personel istihdamı, personel üniformaları, temizlik, düzenleme ekibi, depo sorumlusu, nakliye ve sigorta gibi idari ve genel organizasyon hizmetleri, kongre merkezi girişinde danışma, kayıt, tur vb. ihtiyaçları için hizmet bankalarının hazırlanıp, düzenlenmesi, öğle yemekleri, geç kahvaltı/branch veya beş çayındaki çay, kahve, tatlı-tuzlu kanepelerin, atıştırmalıkların hazırlanıp ikramı gibi faaliyetleri içermektedir.

Kongre sonrası faaliyetler içerisinde de, kongrenin bitimiyle birlikte, kayıt ücretleri, sosyal program satışları, sergi gelirleri, ilan-reklam gelirleri olarak gelirlerden, geri ödemeler, hizmetlere dair ödemeler olarak giderlerden oluşan, hesaplar bir rapor halinde kongre kuruluna sunularak, kongre bütçesi sonuçlandırılması sayılmaktadır.

#### **2.5.1.1. Planlama ve Koordinasyon Fonksiyonu**

Kongre organizasyonlarında, kongre öncesinde planlama, kısaca, hangi işlerin, ne zaman, nasıl, nerede ve kimler tarafından yapılacağını belirlenmesi, koordine edilmesidir. Planlama, yapılacak işlerin neler olduğunun tespit edilip, bunlardan kongre amaç ve misyonuna en uygun olanını değerlendirme ve karşılaştırma yöntemlerini belirleyen 'iskelet' bir süreçtir. Bu süreçte başlangıç olarak, kongre

yerinin, zamanının, süresinin, tarihinin, kongre programının, faaliyetlerin, işlerin, bütçenin, gelirlerin ve harcamaların belirlenmesidir.

Kongrenin yapılacağı yer için, çoğu zaman katılımcıların dikkatini çeken, doğal ve tarih güzelliklere sahip olan bölgeler, görsel, işitsel ve diğer teknik, teknolojik imkanlara sahip toplantı merkezlerinin olması, konaklama tesislerinin mevcut olduğu, restaurant, lokanta, yiyecek- içecek hizmetlerinin edinilebildiği ve bu hizmetlere kolay erişilebilirliğin olduğu yerler seçilmektedir. Kongre için % 29,7 ile oteller, % 12,8 ile üniversiteler, % 44,3 ile doğrudan kongre merkezleri ve % 13,2 ile diğer yerler belirlenmektedir (Şener, 2004: 32).

Kongrenin yapılma zamanı olarak da çoğu zaman eylül-ekim gibi sonbahar ayları ile sıcaklık, nem vb. gibi uygun hava koşullarının olduğu bahar ayları tercih edilmektedir. Periyodik olarak yapılan kongrelerde çoğunlukla aynı dönemler seçilmektedir. En çok tercih edilen kongre ayları % 14,2 ile Ekim, % 14,1 ile Eylül, %12,4 ile Haziran ve % 10,5 ile Kasımdır (Şener, 2004: 31).

#### **2.5.1.2. Operasyonel Fonksiyon**

Kongre öncesi, kongre planlarının, amaçların, işlerin ve örgütsel düzenin koordineli olarak hayata geçirilmesidir. Kongreyi düzenleyen kuruluş dışından satın alınacak hizmetler için bağlantıların kurulup, anlaşmaların sağlanması ve gerekirse ön ödeme yapılmasını içermektedir.

#### **2.5.1.3. Kongre Organizasyonu**

Kongrenin başlangıcından bitişine kadarki, kongre katılımcılarının, refakatçilerinin alacakları mal ve hizmetlerin sağlanmasından, kongrenin gündüz, ikindi ve varsa akşam plan programlarının etkin ve verimli gerçekleştirilmesine kadar, yani düzenlenen kongrenin sorunsuz başlatılıp, devamı için çalışmaların yapılmasını kapsayan kongrenin en faal ve en geniş kapsamlı bölümüdür.

#### **2.5.1.4. Denetim Fonksiyonu**

Kongrenin başlangıcından bitişine karar, her aşamada verilen kararların sağlıklı ve gereken sonuçlarının ortaya çıkmasının kontrolü, sapmaların esneklikle çözümlenmesi ve kongrenin ne ölçüde başarıya ulaştığının belirlendiği bir fonksiyondur.

### **2.5.2. Kongre Turizmi Fayda ve Maliyet Analizi**

Gelir ve giderlerin olduğu her faaliyette sabit ve değişir maliyetlerden oluşan maddi ve maddi olmayan maliyetler, maddi gelir ve maddi olmayan kazançlardan oluşan fayda olarak, fayda-maliyet analizi yapılmaktadır.

Bir kongrenin sabit maliyetleri, projelendirme, gerekiyorsa kongre binasının yapımı, teknik ve teknolojik tesisat kurulumu, ön finansman, sınırlı alt yapının getireceği maliyetler, yer planlaması, kanalizasyon bağlantısı, içme suyu bağlantısı, kara yolu bağlantısı, kamu taşımacılığı bağlantısı, katılımcıların transferi ve konaklama ücretlerinden oluşmaktadır (Şener, 2004: 28).

Bir kongrenin fayda-maliyet analizi çerçevesindeki değişir maliyetleri, kapital, amortisman, sevk ve idare, pazarlama, bakım ve onarım, personel-kongre sekreteryası ve teknik elemanlar, su temin ve arıtım tesisatı, çöplerin toplanması, bağlantı yollarının bakımı, temizliği, park yeri, toplu taşıma hizmetleri, ek alt yapı, alarm sistemi ve teşkilatı, seyahat acentesi, hava koşulları, trafik yoğunluğu, muhtemel resmi, ticari açıkların ödenmesi, kongre salonu kiralama ücreti, basılı malzemeler, teknik ve teknolojik ekipman kiralaları, telekomünikasyon giderleri ve eşanlı çeviri hizmetleri (Şener, 2004: 29-30).

Bir kongrenin fayda- maliyet analizi çerçevesindeki faydaları, kongre kayıt ücretleri, satın alınan ya da kiralanana kongre hizmetlerinin katılımcılara satışından elde edilen kar gelirleri, inşaat, turizm sektörünü teşvik, yeni istihdam alanları ortaya çıkarmak, ek alt yapı çalışmaları, nakliye ve taşımacılık hizmetlerinden elde edilen gelir, konaklama hizmetlerinden elde edilen gelir, otelciliğin karlılık ve doluluk oranlarının iyileştirilmesi, yiyecek, içecek ve eğlence işletmelerine gelir, posta, telefon telgraf ve teleks gibi iletişim sektöründen elde edilen gelir, kongre ilişkili kurum ve kuruluşlara sağladığı takdir ve prestij, kongrenin yapıldığı kentin kültürel ve toplumsal merkez olması, firma sponsorlukları ve turistik etkinliklerdir (Şener, 2004: 30).

### **2.6. Türkiye’de Kongre Turizmi Etkileyen Unsurlar**

Son yirmi yıllık dönemde, özellikle üniversitelerde akademik yükseltme ve atanma kriterleri doğrultusunda yayın ve bildiri zorunluluklarının getirilmesi, çok uluslu şirketlerin kültürel etkinliklerini franchising sistemiyle ülkemize getirmeleri, ticaret ve sanayi odaları, dernek vb. gibi sivil toplum kuruluşlarının artışı ve bunlarla

alanında uzman kişiler arasındaki bağların güçlenmesi ülkemizde kongre turizminde artışa neden olmuştur.

Aynı zamanda doğal faktörler de etkili olmaktadır. Üç tarafı denizlerle kaplı, dört mevsimin yaşandığı, doğal ve tarihi güzelliklere sahip ülkemiz özellikle kongre turizmi açısından çok uygundur.

Türkiye coğrafi konum olarak da önemli bir yere sahiptir. Ülkemiz Avrupa ve Asya arasında köprü konumunda olması ve kara, deniz ve hava taşımacılığı açısından uygun coğrafi şartlara sahip olması ile turizm pazarında avantajlı bir konumdadır. Özellikle uluslararası turizm hareketleri açısından en yoğun olan ve bu bağlamda turizm gelirleri açısından en fazla payı alan ülkeler arasında yer almaktadır (Aymankuy, 2003).

Türkiye'nin Akdeniz, Karadeniz ve karasal iklim olmak üzere üç ana iklime sahip olması, özgün mevsimsel güzelliklere sahip olmasının yanında, katılımcıları iklim açısından dar alandan çıkararak, psikolojik açıdan rahatlattığı gibi, kongre dışı serbest zamanlarda yöresel bölgesel güzelliklere bizzat şahit olmalarını sağlamaktadır.

Doğal ve tarihi güzellikler de Türkiye'nin cazibe noktası olmasını etkileyen unsurlardan biridir. Farklı uygarlıkları yüzyıllardır bünyesinde saklayan ve hâlihazırda da katılımcılara bu uygarlıkların kalıntılarını tarihsel güzellik olarak sunan Anadolu, aynı zamanda da doğal güzelliklere sahiptir. Bu bağlamda katılımcıların Türkiye'yi tercih etmeleri söz konusudur.

## **2.7. Kongre ve Türk Turizminde Talep Analizi**

Turizm talebi, kısaca “Seyahat etme isteğini karşılamaya gücü yeten insanların sayısı” (Şener, 2004: 51) veya “seyahat edenlerin yaptıkları harcama” olarak tanımlanabilmektedir. Geniş anlamda “belirli bir piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri rasyonel veya irrasyonel nedenlerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkân verecek kadar satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan ve satın almayı gerçekleştiren insanların miktarları veya yaptıkları harcamalardır” (Şener, 2004: 51).

Bir başka deyişle, kongre katılımcıları, efektif (fili) olarak turizm talebini göstermektedir.

### 2.7.1. Türkiye’de Turizm

Türkiye Ekonomisi’ne turizmin katkılarını ekonomik göstergelerden gözlemlemekteyiz.

Tablo 1 ülkemize gelen ve giden toplam ziyaretçi sayısını, onlardan elde edilen dolar birimi bazında geliri, ziyaretçilerin ortalama harcamasını ve turizmin gelirinin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki payını yüzde olarak göstermektedir.

Tablo 1’den ülkemize gelen turist sayısında 2012 ile 2017 arasındaki yüzde değişim incelendiğinde, kümülatif olarak 2013, 2014’te artış görülmesine rağmen 2015 ve özellikle 2016 da çok ciddi oranda bir azalma görülmektedir. 2016’ da ülkemize gelen sayısındaki ciddi azalmanın nedeni olarak, terör olayları tahmin edilmektedir. 2017 yılı itibarıyla ülkemize gelen sayısında arzu edilen artış görülmeye başlanmıştır.

Tablo 1’den ülkemizden ayrılan turist sayısı kümülatif ve yüzde olarak incelendiğinde, 2012 yılı ile 2015 yılları arasında azalan oranda artarken, 2016 yılında yaklaşık olarak % 25 gibi yüksek oranda azalma göstermiş, 2017’de % 23 oranında azalmıştır.

Tablo 1 incelendiğinde turizm geliri 2012-2015 arası dalgalanarak sırasıyla % 11, % 6,2 gibi artarken, 2015’te % 8,3 ve 2016’da %29,7 gibi oldukça yüksek bir azalma göstermiştir. 2017’ de % 18,9 gibi hafif bir artış gözlemlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde dolar bazındaki ortalama harcamalar sürekli olarak azalma gözlenmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde Turizm Gelirinin GSYİH içindeki payı % 2,6 ile % 3,7 arasında oldukça düşük bir oradadır.

**Tablo 1:** Gelen-Çıkan Ziyaretçi Sayısı, Turizm Geliri, Ortalama Harcaması Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)

Yıllar	Gelen Ziyaretçi Sayısı	Gelen Ziyaretçi Sayısındaki Değişme	Çıkan Ziyaretçi Sayısı	Çıkan Ziyaretçi Sayısındaki Değişme	Turizm Geliri (000\$)	Turizm Gelirindeki Yüzde Değişme %	Ortalama Harcama (\$)	Ortalama harcamadaki yüzde değişim %	Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)
2012	37 715 225	-	36 463 921	-	29 007 003	-	795	-	3,3
2013	39 860 771	5,4	39 226 226	7,6	32 308 991	11	824	3,7	3,4
2014	41 627 246	4,2	41 415 070	5,6	34 305 903	6,2	828	0,4	3,7
2015	41 114 069	-1,2	41 617 530	0,5	31 464 777	-8,3	756	-8,7	3,7

2016	30 906 680	-24,8	31 365 330	-24,6	22 107 440	-29,7	705	-6,8	2,6
2017	37 969 824	18,6	38 620 346	23,1	26 283 656	18,9	681	-3,4	3,1

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=74&locale=tr>

Tablo 2’de turistlerin katkısının yerli ve yabancı ayırımına göre incelendiğinde, dolar bazında yabancı turistlerin harcamaları, 2012-2016 arasında artarken, 2017’de azalma göstermektedir.

Tablo 2 incelendiğinde yerli turistlerden elde edilen gelir azalma göstermektedir.

**Tablo 2:** Yerli ve Yabancı Turist Katkısı

Yabancı		Vatandaş		Yabancı+ Vatandaş
Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcama (\$)	Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcama (\$)	GSM + Marina Hizmet Harcamaları (1000 \$)
22 410 364	715	6 354 378	1 241	242 261
25 322 291	749	6 760 180	1 252	226 519
27 778 026	775	6 289 260	1 130	238 617
25 438 923	715	5 843 074	970	182 780
15 991 381	633	5 964 853	978	151 206

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=74&locale=tr>

Turizmdeki rakamların sürekli olarak dalgalanma göstermesinin sebebi, kronolojik olarak ülkemizde yaşanan siyasi, uluslararası ve terör olaylarıdır. Güvenlik ve huzur önceliği olan turist için negatif olayların yaşanması turizmi doğrudan etkilemektedir.

### 2.7.2. Türk Kongre Turizminin Dünya ve Avrupa Sıralamasındaki Yeri

2012 ile 2017 yılları arasında Türk Kongre Turizminde kongre sayısı sürekli artış göstermesine rağmen, Dünya ve Avrupa sıralamasındaki yeri değişiklik göstermemektedir.

**Tablo 3:** Türk Kongre Turizminde Kongre Sayısı, Dünya ve Avrupa Sıralamasındaki Yeri

Yıllar	Kongre Sayısı	Kongre Sayısındaki Yüzde Değişme	Dünya Sıralaması	Dünya Sıralamasındaki Yüzde Değişme	Avrupa Sıralaması	Avrupa Sıralamasındaki Yüzde Değişme
2012	179	0	21	0	12	0
2013	221	19,0	18	-1,7	10	-20,0

2014	190	-9,95	19	5,3	11	9,1
2015	211	11,1	18	-5,6	11	0,0
2016	103	-1,05	37	51,4	20	45,0
2017	57	-0,45	49	0,32	26	0,23

**Kaynak:**

[https://kuto.org.tr/site/assets/files/1581/dunyada\\_ve\\_turkiye\\_kongre\\_turizmi\\_raporu.pdf](https://kuto.org.tr/site/assets/files/1581/dunyada_ve_turkiye_kongre_turizmi_raporu.pdf),  
<https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2241>,  
<https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2145>,

Tablo 3 incelendiğinde, Türkiye’deki kongrelerin 2012-2017 yılları arasında büyük oranlı dalgalanma görülmektedir. Kümülatif olarak incelendiğinde, 2013 yılında artış gösteren kongre sayısı 2014’te düşerken, 2015’te artış, 2016 yılında düşüş, 2017 yılında ciddi düşük göstermiştir. Ayrıca, yine Tablo 3’ten de görüldüğü gibi, Türk Kongre sayısının dünya sıralamasındaki yeri de, yıllara göre dalgalanma göstermektedir. 2013 yılında Türk Kongre sayısı dünya sıralamasında azalma, 2014’de artış, 2015’te azalma, 2016’da % 51,4 gibi çok ciddi oranda bir artış, 2017’de çok az bir artış göstermiştir. Benzer şekilde Türk kongre sayısının Avrupa sıralamasındaki yeri de büyük dalgalanmalar göstermektedir: 2013’te azalma, 2014’te artma, 2015 yılında sabit, 2016’da çok ciddi oran bir artma ve 2017’de çok az bir artış göstermiştir.

Tablo 3 kronolojik açıdan artma ve artma açısından incelendiğinde, 2013 yılında Türk kongre sayısı artışa karşılık, bu artışın dünya ve Avrupa ortalamasında yeterli olmadığı, 2014’te Türk kongre sayısı azalmaya karşılık, mevcut Türk kongre sayısının dünya ve Avrupa ülkeleri ortalamasını aşmış, 2015’te Türk kongre sayısı artmasına rağmen bu artış, dünya sıralamasında azalma göstermiş ve Avrupa birliği sıralamasında aynı kalmıştır. 2016 ve 2017’de Türk kongre sayısındaki azalmaya rağmen, dünya ve Avrupa sıralamasında artış göstermiştir. Türk kongre sayısı ile dünya ve Avrupa sıralaması açısından farklılık göstermesinin temelinde, ülkemizin ve dünya ekonomisinin içinde bulunduğu küresel ekonomik krizlerin etkisi mevcuttur.

Son zamanlardaki gelişmeler, katılımcıların daha fazla teknoloji talebinde bulunması, azalan ürün tanıtımları, artan stratejik hedef ve amaçlar, küçülen bütçeler, talep azlığından uygulanan düşük fiyatlar, azalan toplantı süreleri, internet aracılığıyla video konferansların kongrelere fiili katılımları azaltması kongre turizmini azaltmıştır (Şener, 2004: 57).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### AKADEMİSYENLERİN KONGRE TURİZMİNE KATILMA NİYETLERİNİN PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Bu bölümde araştırma bölgesi olarak seçilen Batı Karadeniz Bölümü'nde yer alan Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop ve Zonguldak illerindeki üniversitelerde görev yapan akademisyenlerin kongre turizmüne katılma niyetlerinin planlı davranış teorisi kapsamında incelendiği araştırma sonuçlarına ilişkin analiz bilgi ve bulgularına yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırma Verilerinin Analizi

##### 3.1.1. Katılımcılara Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler

Batı Karadeniz Bölümü'nde yer alan Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop ve Zonguldak illerindeki üniversitelerde görev yapan akademisyenler olarak kabul edilen katılımcılar için tanımlayıcı bilgiler şu şekilde belirlenmiştir:

Tablo 4'e göre cinsiyet değişkeninde anket katılımcıları incelendiğinde, toplamda 367 olan katılımcıların 197 tanesinin (%53,7) erkek, 170 tanesinin (%46,3) ise kadın katılımcılardan oluştuğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4: Cinsiyet Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	197	53,7	53,7	53,7
Kadın	170	46,3	46,3	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Tablo 5'te görüldüğü üzere araştırma katılımcılarının medeni durumlarına göre analizinde 367 anket katılımcısının 103 tanesi bekar (%28,1) ve 264 tanesi (%71,9) evlidir.



**Tablo 5: Medeni Durum Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Bekar	103	28,1	28,1	28,1
Evli	264	71,9	71,9	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Anket katılımcılarını yaş aralıklarına göre sınıflandırıldığında Tablo 6’da gösterilen biçimde olmak üzere 115 tanesinin yaşlarının 31-35 yaş aralığında (%31,3), 82 tanesinin 36-40 yaş aralığında (%22,3), 70 tanesinin 26-30 yaş aralığında (%19,1), 53 tanesinin 46 yaş ve üzeri yaş aralığında (%14,4), 39 tanesinin 41-45 yaş aralığında (%10,6) ve 8 tanesinin 21-25 yaş aralığında (%2,2) olduğu görülmektedir.

**Tablo 6: Yaş Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
21 - 25	8	2,2	2,2	2,2
26 - 30	70	19,1	19,1	21,3
31 - 35	115	31,3	31,3	52,6
36 - 40	82	22,3	22,3	74,9
41 - 45	39	10,6	10,6	85,6
46 ve üzeri	53	14,4	14,4	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Araştırma katılımcılarının akademik unvanlarına göre dağılımı Tablo 7’de sunulan biçimde olmak üzere şekillenmiştir. 367 katılımcıdan 124 tanesinin (%33,8) Öğretim Görevlisi, 100 tanesinin (%27,2) Dr. Öğretim Üyesi, 90 tanesinin (%24,5) Araştırma Görevlisi, 30 tanesinin (%8,2) Doçent, 17 tanesinin (%4,6) Profesör ve 6 tanesinin (%1,6) Okutmanlardan oluştuğu görülmüştür.

**Tablo 7: Akademik Unvan Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Profesör	17	4,6	4,6	4,6
Doçent	30	8,2	8,2	12,8
Doktor Öğretim Üyesi	100	27,2	27,2	40,1
Öğretim Görevlisi	124	33,8	33,8	73,8
Araştırma Görevlisi	90	24,5	24,5	98,4
Okutman	6	1,6	1,6	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Araştırma katılımcıların görev yaptıkları illere göre dağılım sonuçları Tablo 8’te görülen biçimde olup 367 katılımcının 67 tanesi (%18,3) Karabük, 66 tanesi (%18) Kastamonu, 62 tanesi (%16,9) Zonguldak, 55 tanesi (%15) Düzce, 47 tanesi (%12,8) Bolu, 43 tanesi (%11,7) Bartın ve 27 tanesi (%7,4) ise Sinop’ta ilinde görev yapmaktadır.

**Tablo 8: Görev Yapılan İl Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Bartın	43	11,7	11,7	11,7
Bolu	47	12,8	12,8	24,5
Düzce	55	15,0	15,0	39,5
Karabük	67	18,3	18,3	57,8
Kastamonu	66	18,0	18,0	75,7
Sinop	27	7,4	7,4	83,1
Zonguldak	62	16,9	16,9	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Anket katılımcılarının üniversitelerde çalışma sürelerine göre sınıflandırmasına yönelik tanımlayıcı bilgilerde 367 katılımcının 119 tanesi (%32,4); 6 ile 10 yıl, 110 tanesi (%30); 1 ile 5 yıl, 78 tanesi (%21,3); 15 ve üzeri yıl, 39 tanesi (%10,6); 11 ile 15 yıl ve 21 tanesi (%5,7) ise 1 yıldan kısa sürede olmak üzere üniversitede çalışmaktadır (Tablo 9).

**Tablo 9: Çalışma Süresi Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1 Yıldan Az	21	5,7	5,7	5,7
1-5 Yıl	110	30,0	30,0	35,7
6-10 Yıl	119	32,4	32,4	68,1
11-15 Yıl	39	10,6	10,6	78,7
15 Yıl ve Üzeri	78	21,3	21,3	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Anket katılımcılarının hane halkı gelir düzeylerine göre sınıflandırılmasında Tablo 10’da görüldüğü üzere 173 tanesinin (%47,1) 6001 TL ve üzeri, 97 tanesinin (%26,4) 4001-5000 TL aralığında, 94 tanesi (%25,6) 5001-6000 TL aralığında ve 3 tanesi (%0,8) ise 3001-4000 TL aralığındadır.

**Tablo 10: Hane Halkı Gelir Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
3001- 4000	3	,8	,8	,8
4001-5000	97	26,4	26,4	27,2
5001-6000	94	25,6	25,6	52,9
6001 ve üzeri	173	47,1	47,1	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Araştırma katılımcılarının bilimsel kongrelere katılım sıklığında Tablo 11’de görüldüğü gibi, 367 anket katılımcısının 146 tanesi (%39,8) 1 kez, 116 tanesi (%31,6) yılda 2 kez, 44 tanesi (%12) yılda 3 kez, 30 tanesi (%8,2) hiç katılmadı, 19 tanesi (%5,2) yılda 5 kez ve daha fazla ve 12 tanesi (%3,3) yılda 4 kez kongrelere katılmaktadır.

**Tablo 11: Kongreye Katılım Sıklığı Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılmadım	30	8,2	8,2	8,2
Yılda 1	146	39,8	39,8	48,0
Yılda 2	116	31,6	31,6	79,6
Yılda 3	44	12,0	12,0	91,6
Yılda 4	12	3,3	3,3	94,8
Yılda 5 ve üzeri	19	5,2	5,2	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Akademisyenlerin tercih ettiği kongre türü değişkenine ilişkin verilerde Tablo 12’de görüldüğü gibi 367 adet anket katılımcısının 51 tanesi (%13,9) ulusal kongrelere katılırken, 316 tanesi (%86,1) uluslararası kongrelere katılmayı tercih etmektedir.

**Tablo 12: Tercih Edilen Kongre Türü Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Ulusal	51	13,9	13,9	13,9
Uluslararası	316	86,1	86,1	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Tablo 13'te akademisyenlerin kongrelere katılma sürelerine göre sınıflandırılmasında görüldüğü üzere en fazla tercih, %51,8 oranla 3-4 günlük kongrelerde, sonrasında %35,1 oranla 1-2 günlük kongrelerde, %3,3 oranla 5-6 günlük kongrelerde ve son olarak %1,9 oranla 7 gün ve üzeri olan kongrelerde toplanmaktadır.

**Tablo 13: Kongreye Katılım Süresi Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılmadım	29	7,9	7,9	7,9
1-2 Gün	129	35,1	35,1	43,1
3-4 Gün	190	51,8	51,8	94,8
5-6 Gün	12	3,3	3,3	98,1
7 Gün ve üzeri	7	1,9	1,9	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Akademisyenlerin kongreler için ayırdıkları bütçe değişkeninde Tablo 14'te görülen biçimde olmak üzere katılımcılar; en fazla 1001 ve 2000 TL bütçeli kongreleri (%33,2) tercih ederken daha sonra, sırasıyla 1000 ve altı bütçeli kongreleri (%30,8), 3001-4000 TL bütçeli kongreleri (%19,9), 5001 TL ve üzeri kongreleri (%8,2) bütçeli kongreleri 4001-5000 TL bütçeli kongreleri (%5,7) ve 2001-3000 TL bütçeli kongreleri (%2,2) tercih etmektedir.

**Tablo 14: Kongreye Ayrılan Bütçe Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler**

Değişkenler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1000 ve altı	113	30,8	30,8	30,8
1001-2000	122	33,2	33,2	64,0
2001-3000	8	2,2	2,2	66,2
3001-4000	73	19,9	19,9	86,1
4001-5000	21	5,7	5,7	91,8
5001 ve üzeri	30	8,2	8,2	100,0
Toplam	367	100,0	100,0	

Araştırma katılımcıları için tanımlayıcı özelliklerde genel bir çerçeve çizilecek erkek (%53,7), evli (%71,9), 31-35 yaş aralığı (%31,3), öğretim görevlisi akademik unvanı (%33,8), Karabük ilinde görev yapan akademisyenler (%18,3), 6-10

arası çalışanlar (%32,4), 4001-5000 TL hane halkı gelirine sahip olanlar (%26,4), yılda 1 kez kongreye katılanlar (%39,8), uluslararası kongreye katılmayı tercih edenler (%86,1), 3-4 gün süreli kongreleri tercih edenler (%51,8) ve kongre için 1001-2000 TL arasında bütçe ayıran (%33,2) akademisyenler öne çıkmıştır.

### 3.1.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Güvenirlilik analizleri, belirlenmiş bir ölçeğe göre hazırlanan anket sorularının ve cevaplarının kendi içindeki tutarlılığını ölçmek için gerçekleştirilmektedir. Sıralanabilir cevaplar için uygulanmayan (örneğin cinsiyet, yaş, evet-hayır gibi keskin cevapları olan sorulara verilen cevaplar) bu analizler, 5'li Likert ölçeği gibi kişisel görüşe dayalı, geniş yelpazeli cevaplar için, daha çok psikolojik alt yapıli ilgi, tutum, kişilik, zekâ, Likert tipi ölçekli ve dereceli ölçekli (Lubrik, Dereceli Puanlama Anahtarı gibi) analizlerde kullanılmaktadır.

Yöntemsel olarak, güvenirlilik analizlerinde temel olarak Cronbach'a ait Alpha ( $\alpha$ ) değerinin bulunup, test edilmesine dayanmaktadır. 1951 yılında Lee Joseph Cronbach tarafından geliştirilen Alpha ( $\alpha$ ) değerlendirmesi, güvenirlilik analizlerinde KR 20 (Kuder-Richardson) olarak bilinen testin hesaplama zorluklarını ortadan kaldırmıştır.

Güvenirlilik analizleri için ilk koşul anket yapılan katılımcı sayısının 50'den yukarı olmasıdır. Ankete verilen cevapların önemliliğini belirlemek açısından iki yönlü varyans analizi, sorular arasındaki benzerliği ölçmek için de F testi yapılmaktadır.

Cronbach'ın Alpha değerlendirilmesi, aynı değişkenin bağımsız ölçümleri arasında kararlılığın olup olmadığını test etmeye yöneliktir. Böylece değişkenin tesadüfi yanılgılardan etkilenip etkilenmediği belirlenmektedir. Güvenirlilik için zamana göre sabitlik/süreklilik, bağımsız gözlemler arası uyum ve iç tutarlılık esastır.

Cronbach'a ait Alpha ( $\alpha$ ) katsayısı, ölçekte yer alan soruların homojen olması, bir bütün oluşturup oluşturmadığını açıklamaktadır. Fakat öncelikle sonuçların pozitif olması beklenir, çünkü alfa katsayısının negatif olması, sorular arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bir başka deyişle sorular, birbirileriyle ilişkili, sistematik, düzenli değildir.

Cronbach'a ait Alpha Katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme kriterler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;  $0,00 \leq \alpha < 0,40$  arasında ise ölçek güvenilir değil,  $0,40 \leq \alpha < 0,60$  arasında ise ölçek düşük güvenilirlikte,  $0,60 \leq \alpha < 0,80$  arasında ise ölçek oldukça güvenilirdir.  $0,80 \leq \alpha < 1,00$  arasında ise ölçeğin

yüksek güvenilirlikte olduğu söylenebilir (Soykan, 2015: 43). Daha detaylı çalışmalarda,  $\alpha \geq 0,9$  mükemmel,  $0,9 > \alpha \geq 0,8$  iyi,  $0,8 > \alpha \geq 0,7$  kabul edilebilir,  $0,7 > \alpha \geq 0,6$  şüpheli,  $0,6 > \alpha \geq 0,5$  kötü,  $0,5 > \alpha$  güvenilir kabul edilmektedir (Soykan, 2015: 43). Korelasyon katsayılarının -1 ile +1 arasında olmasına karşılık, 0 ile +1 arasında olması, 1'e yakın olması güvenilirlik açısından tercih edilmektedir.

Araştırma modelinde yer alan hipotez testleri kapsamında “Davranışa Yönelik Tutum” değişkeni için Tablo 15’teki özel istatistiki sonuçlar incelendiğinde, öncelikle sonuçların pozitif çıkması, soruların birbiriyle ilintili olduğu ve içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Alpha değerinin 0,887 olması, temel kriter olan  $0,80 \leq \alpha < 1,00$  arasında olma kriterini sağladığından (Soykan, 2015: 43) ve 1’e oldukça yakın olduğu için ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu söylenebilir.

**Tablo 15: Davranışa Yönelik Tutuma İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

	Öğe Silinmiş Ölçek Ortalaması	Öğe Silinmiş Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kareli Çoklu Korelasyon	Öğe Silinmiş Cronbach's Alpha
DYT1	26,20	26,054	0,752	0,788	0,865
DYT2	26,19	26,342	0,808	0,819	0,861
DYT3	26,72	25,005	0,732	0,565	0,866
DYT4	26,37	26,588	0,715	0,559	0,869
DYT5	27,41	27,653	0,415	0,256	0,902
DYT6	26,27	26,734	0,745	0,602	0,867
DYT7	26,63	26,064	0,663	0,496	0,873
DYT8	26,30	27,108	0,560	0,403	0,883
<b>Toplam Güvenilirlik Katsayısı (<math>\alpha</math>): 0,887</b>					

Araştırma modelinde yer alan hipotez testleri kapsamında “Öznel Norm” değişkeni için Tablo 16’daki özel istatistiki sonuçların pozitif çıkması, soruların birbiriyle ilintili olduğu ve içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Alpha değerinin 0,845 olması, temel kriter olan  $0,80 \leq \alpha < 1,00$  arasında olması ve 1’e oldukça yakın olmasından (Soykan, 2015: 43) dolayı ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu kabul edilebilir.

**Tablo 16: Özel Norm Değişkenine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

	Öge Silinmiş Ölçek Ortalaması	Öge Silinmiş Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kareli Çoklu Korelasyon	Öge Silinmiş Cronbach's Alpha
ÖN9	15,11	19,759	0,578	0,399	0,829
ÖN10	14,75	19,065	0,672	0,490	0,810
ÖN11	14,84	20,884	0,487	0,335	0,845
ÖN12	14,81	18,078	0,807	0,752	0,783
ÖN13	14,65	18,261	0,787	0,729	0,788
ÖN14	14,73	21,147	0,448	0,209	0,853
<b>Toplam Güvenilirlik Katsayısı (<math>\alpha</math>): 0,845</b>					

Araştırma modelinde yer alan hipotez testleri kapsamında “Algılanan Davranışsal Kontrol” değişkeni için Tablo 17’deki özel istatistiki sonuçların pozitif çıkması, soruların birbiriyle ilintili olduğu ve içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Alpha değerinin 0,753 olması, temel kriter olan  $0,70 \leq \alpha < 0,80$  aralığında bulunması (Soykan, 2015: 43) ölçeğin kabul edilebilir güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

**Tablo 17: Algılanan Davranışsal Kontrol Değişkenine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

	Öge Silinmiş Ölçek Ortalaması	Öge Silinmiş Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Karesi Alınmış Çoklu Korelasyonun	Öge Silinmiş Cronbach's Alpha
ADK18	9,83	7,095	0,479	0,301	0,732
ADK19	9,78	6,432	0,587	0,387	0,674
ADK20	9,65	6,375	0,583	0,410	0,676
ADK21	10,23	6,559	0,547	0,368	0,697
<b>Toplam Güvenilirlik Katsayısı (<math>\alpha</math>): 0,753</b>					

Araştırma modelinde yer alan hipotez testleri kapsamında “Davranışsal Niyet” değişkeni için Tablo 18’deki özel istatistiki sonuçların pozitif çıkması, soruların birbiriyle ilintili olduğu ve içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Alpha

değerinin 0,945 olması ve  $0,80 \leq \alpha < 1,00$  arasında yer almasından dolayı (Soykan, 2015: 43) ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu kabul edilebilir.

**Tablo 18: Davranışsal Niyet Değişkenine Yönelik Güvenirlilik Analizi Sonuçları**

	Öğe Silinmiş Ölçek Ortalaması	Öğe Silinmiş Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Karesi Alınmış Çoklu Korelasyonun	Öğe Silinmiş Cronbach's Alpha
DN22	8.19	2.348	0.910	0.829	0.901
DN23	8.27	2.357	0.875	0.776	0.928
DN24	8.17	2.396	0.872	0.769	0.931
<b>Toplam Güvenirlilik Katsayısı (<math>\alpha</math>): 0,945</b>					

Araştırma modelinde yer alan hipotez testleri kapsamında “Gerçekleşen Davranış” değişkeni için Tablo 19’deki özel istatistiki sonuçların pozitif çıkması, soruların birbiriyle ilintili olduğu ve içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Alpha değerinin 0,742 olması ve  $0,70 \leq \alpha < 0,80$  arasında yer alması (Soykan, 2015: 43) ölçeğin kabul edilebilir güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

**Tablo 19: Gerçekleşen Davranış Değişkenine Yönelik Güvenirlilik Analizi Sonuçları**

	Öğe Silinmiş Ölçek Ortalaması	Öğe Silinmiş Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kareli Çoklu Korelasyon	Öğe Silinmiş Cronbach's Alpha
GD15	8,12	1,857	0,629	0,452	0,591
GD16	8,13	1,881	0,622	0,447	,600
GD17	8,22	1,770	0,475	0,226	0,787
<b>Toplam Güvenirlilik Katsayısı (<math>\alpha</math>): 0,742</b>					

### 3.1.3. Faktör Analizi

Tablo 20’de, Şekil 1’ de önerilen araştırma modeline yönelik anket soruları kapsamında gerçekleştirilen faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Araştırma verilerinin faktör analizine uygunluğu kapsamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem hacminin yeterliği 0,885 ve Bartlett testi değeri sonuçları ise  $\chi^2 = 5297,099$



ve  $p < 0,000$  olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi yapılması için uygun olduğunu göstermektedir.

**Tablo 20: Araştırma Modeline Yönelik Faktör Analizi**

İfadeler	Faktörler				
	DYT	ÖN	DN	ADK	GD
S1	0,775				
S2	0,840				
S3	0,736				
S4	0,656				
S5	0,409				
S6	0,705				
S7	0,623				
S8	0,491				
S9		0,587			
S10		0,700			
S11		0,535			
S12		0,886			
S13		0,860			
S14		0,449			
S15					0,697
S16					0,755
S17					0,393
S18				0,545	
S19				0,668	
S20				0,702	
S21				0,695	
S22			0,846		
S23			0,795		
S24			0,746		

**KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği: 0,885**

**Bartlett Kürsellik Testi (Chi-Square / df / Sig): 5297,099/276//0,000**

DYT: davranışa yönelik tutum, ÖN: öznel norm, ADK: algılanan davranışsal kontrol, DN: davranışsal niyet, GD: gerçekleşen davranış.

## 3.2. Araştırmanın Bulguları

### 3.2.1. Araştırma Modeli Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Analizi

Bir istatistiksel teknik olarak korelasyon; iki veya daha fazla değişken arasında bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlenmesine yönelik bir analiz tekniğidir. Eğer değişkenler arasında bir ilişki var ise bu ilişkinin miktar ve yönünü belirler. Değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi “korelasyon katsayısı” ile ifade edilir. Korelasyon katsayısı; -1 ile +1 arasında değer olup, bu değer pozitif (+) olması durumunda değişkenlerin aynı yönde değiştiği; negatif (-) olması durumunda ise değişkenler arasında ters yönde bir ilişki olduğu kabul edilir. Eğer korelasyon katsayısı sıfır ise değişkenler arasında ilişkinin bulunmadığı şeklinde yorumlanır. Korelasyon analizinde “r” değeri 0,00-0,29 arasında ise “düşük”, 0,30-0,69 arasında ise “orta”, 0,70 ve üzerinde ise “yüksek” düzeyde ilişkinin bulunduğunu ifade eder (Ural ve Kılıç, 2006).

Tablo 21’de anket katılımcılarının sorulara verdikleri cevaplar sonucu belirlenen davranışa yönelik tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol, davranışsal niyet ve gerçekleşen davranış değişkenlerinin korelasyon hesaplamalarına yer verilmektedir.

**Tablo 21: Araştırma Modeli Değişkenleri Arasındaki Korelasyon Analizi**

		DYT	ÖN	ADK	DN	GD
DYT	r	1				
	p					
ÖN	r	0,497**	1			
	p	<b>0,000</b>				
ADK	r	0,112*	-0,022	1		
	p	<b>0,016</b>	0,339			
DN	r	0,641**	0,347**	0,084	1	
	p	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	0,054		
GD	r	0,407**	0,140**	0,390**	0,417**	1
	p	<b>0,000</b>	<b>0,004</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>	

\*\* p<0,01 \*p<0,05

Tablo 21 verileri analiz edildiğinde; davranışa yönelik tutum-öznel norm ikili değişken setinde 0,497 korelasyon katsayısı, davranışa yönelik tutum-gerçekleşen davranış ikili setindeki 0,407 korelasyon katsayısı, davranışa yönelik tutum-davranışsal niyet ikili değişkeninde 0,641 korelasyon katsayısı, öznel norm-

gerçekleşen davranış ikili setinde 0,140 korelasyon katsayısı, öznel norm-davranışsal niyet ikili değişkeninde 0,347 korelasyon katsayısı, gerçekleşen davranış-algılanan davranışsal kontrol ikili değişkeninde 0,390 korelasyon katsayısı, gerçekleşen davranış-davranışsal niyet ikili değişkeninde 0,641 korelasyon katsayısı % 1 anlamlılık düzeyinde, % 99 güvenirlilik düzeyinde kabul edilebilirdir. Tablo 21 incelendiğinde, %5 anlamlılık düzeyinde, %95 güven aralığında, tutum ile kontrol arasında da korelasyon katsayısının kabul edilebilir olduğu; 0,112 olmasından dolayı pozitif bir korelasyonun mevcut olduğu görülmektedir.

Bir başka deyişle, davranışa yönelik tutum-öznel norm; davranışa yönelik tutum-gerçekleşen davranış; davranışa yönelik tutum-davranışsal niyet; öznel norm-gerçekleşen davranış; öznel norm-davranışsal niyet; gerçekleşen davranış-algılanan davranışsal kontrol ve gerçekleşen davranış-davranışsal niyet ikili değişkenleri arasında pozitif doğrusal bir ilişki mevcuttur. Ancak, korelasyon analizi sonuçlarına göre, algılanan davranışsal kontrol ile davranışsal niyet değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla, **H<sub>3</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik algıladıkları davranışsal kontrolün (ADK), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır” hipotezi korelasyon analizi bulgularına göre kabul edilmemiştir.

### **3.2.2. Araştırma Modeline İlişkin Regresyon Analizi**

Regresyon analizi, bilimsel bir araştırmada belirlenen bir bağımlı değişken ile bağımsız değişken(ler) arasındaki ilişkinin matematiksel modelle açıklanmasını ve bağıntı(lar) kurulmasını esas alan bir analiz tekniğidir (Ayaz, 2012: 199). Bu analiz tekniğinde sonuçların %95 güven aralığında 0,05’den veya %99 güven aralığında 0,01’den küçük olması beklenir (<http://www.unige.ch>). Bu araştırma için öngörülen hipotezlerin test edilmesinde basit regresyon analizi uygulanması öngörülmüştür. Ancak, sonuçlar tek bir tablo içerisinde (Tablo 22) verilmiştir.

**Tablo 22: Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları**

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	Sabit	( $\beta$ )	t	p	F	R <sup>2</sup>
DN	DYT	1,579	0,675	9,674	<b>0,000*</b>	254,561	0,409
	ÖN	3,270	0,292	7,078	<b>0,000*</b>	50,092	0,118
	ADK	3,879	,0780	1,608	0,109	2,587	0,004
GD	DN	2,648	,346	8,761	<b>0,000*</b>	76,763	0,172

\*(p<0,01)

Davranışa yönelik tutumun davranışsal niyet üzerinde 0,01'lik düzeyde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre, akademisyenlerin kongre turizmine katılmaya ilişkin davranışa yönelik tutumlarında meydana gelen 1 puanlık artış, davranışsal niyetleri üzerinde 0,675 puanlık bir artışa yol açacaktır. Elde edilen T değerinin her düzeyde anlamlılık göstermesi (p=0,000\*) davranışa yönelik tutum değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı bir katsayıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, davranışa yönelik tutum, davranışsal niyetin % 40,9'unu açıklamaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda, **H<sub>1</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılma davranışına yönelik tutumlarının (DYT), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Öznel normun davranışsal niyet üzerinde 0,01'lik düzeyde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre, akademisyenlerin kongre turizmine katılmaya ilişkin öznel normlarında meydana gelen 1 puanlık artış, davranışsal niyetleri üzerinde 0,292 puanlık bir artışa yol açacaktır. Elde edilen T değerinin her düzeyde anlamlılık göstermesi (p=0,000\*) öznel norm değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı bir katsayıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, öznel norm, davranışsal niyetin % 11,8'ini açıklamaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda, **H<sub>2</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik sahip oldukları öznel normların (ÖN), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Davranışsal niyetin gerçekleşen davranış üzerinde 0,01'lik düzeyde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre, akademisyenlerin kongre turizmine katılmaya ilişkin davranışsal niyetlerinde meydana gelen 1 puanlık artış, gerçekleşen

davranışları üzerinde 0,346 puanlık bir artışa yol açacaktır. Elde edilen T değerinin her düzeyde anlamlılık göstermesi ( $p=0,000^*$ ) davranışsal niyet değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı bir katsayıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, davranışsal niyet, gerçekleşen davranışın % 17,2'sini açıklamaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda, **H<sub>4</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik davranışsal niyetlerinin (DN), gerçekleşen davranışları (GD) üzerinde etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.



## SONUÇ ve ÖNERİLER

Toplantı amaçlı seyahat eden insanlar için ulaşım, konaklama, yiyecek ve içecek hizmetlerinin karşılama özelliği öne çıkan kongre turizmi ([www.kuto.org.tr](http://www.kuto.org.tr)) Türkiye’de değerini her geçen gün artırmaktadır. Kongre turizminin döviz girdisi ve istihdama artırma özelliği ile ekonomiye ve sosyal diyaloglar geliştirme özelliği ile kültüre katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca kongreye katılan delegelerin normal turiste harcamalarına oranla fazla olması bu turizm türünü öne çıkartmaktadır (Arslan, 2008; Ayaz ve Şamata, 2017). Türkiye’nin toplam turizm gelirleri içerisinde yaklaşık %10 paya sahip olan kongre turizm gelirlerinin artırılması önerilmektedir (Akova ve Baynazoğlu, 2012).

Bu tez çalışmasının teorik alt yapısı psikoloji bilim dalında başlayan ve Gerekçeli Eylem Teorisi’nin geliştirilmesi ile ortaya çıkan Planlı Davranış Teorisi’ne dayanmaktadır. Kongre turizmine yönelik olmak üzere akademisyenlerin Planlı Davranış Teorisi’ne göre, akla, mantığa ve planlamaya bağlı olarak bireylerin iradi veya iradi olmayan davranışlarının ortaya çıkarılması tutum, norm, kontrol, niyet ve davranışları arasındaki ilişkilerin açıklanması amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda çalışmanın uygulama kısmında, Batı Karadeniz Bölümü’ndeki Zonguldak, Karabük, Kastamonu, Bartın, Bolu, Düzce ve Sinop olarak yedi il kapsamındaki üniversitelerde görev yapmakta olan akademik personele gönderilen 4777 e-mail sonucunda geri dönüt alınabilen 367 adet anketin verileri analiz edilmiştir. Anket verilerinin analizinde yüzde ve frekans, ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiş olup aşağıdaki bilgi ve bulgulara ulaşılmıştır:

Araştırma katılımcıları için tanımlayıcı özelliklerde genel bir çerçeve çizilecek erkek (%53,7), evli (%71,9), 31-35 yaş aralığı (%31,3), öğretim görevlisi akademik unvanı (%33,8), Karabük ilinde görev yapan akademisyenler (%18,3), 6-10 arası çalışanlar (%32,4), 4001-5000 TL hane halkı gelirine sahip olanlar (%26,4), yılda 1 kez kongreye katılanlar (%39,8), uluslararası kongreye katılmayı tercih edenler (%86,1), 3-4 gün süreli kongreleri tercih edenler (%51,8) ve kongre için 1001-2000 TL arasında bütçe ayıran (%33,2) akademisyenler öne çıkmıştır.

Anket verilerine yönelik güvenilirlik ve faktör analizi kapsamında araştırma modelinde öngörülen davranışa yönelik tutum (DYT), öznel norm (ÖN), algılanan davranışsal kontrol (ADK), davranışsal niyet (DN) ve gerçekleşen davranış (GD) boyutları için araştırma kapsamında toplanan verilerin uygun koşulları sağladığı tespit edilmiştir.

Araştırma modeline yönelik değişkenler arası korelasyon analizinde DYT – ÖN ikili değişken setinde 0,497 korelasyon katsayısı, DYT- GD ikili setindeki 0,407 korelasyon katsayısı, DYT- DN ikili değişkeninde 0,641 korelasyon katsayısı, ÖN - GD ikili setinde 0,140 korelasyon katsayısı, ÖN- DN ikili değişkeninde 0,347 korelasyon katsayısı, GD-ADK ikili değişkeninde 0,390 korelasyon katsayısı, GD-DN ikili değişkeninde 0,347 korelasyon katsayısı ile %1 anlamlılık düzeyinde, %99 güvenilirlik düzeyinde kabul edilebilir sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca, %5 anlamlılık düzeyinde, %95 güven aralığında olmak üzere DYT ile ADK arasında 0,112 kabul edilebilir bir pozitif bir korelasyon mevcuttur. Akademisyenlerin kongre turizmine yönelik DYT-ÖN, DYT-GD, DYT-DN, ÖN-GD, ÖN-DN, GD-ADK ve GD-DN arasında pozitif doğrusal bir ilişki mevcuttur.

Araştırma modeline yönelik gerçekleştirilen değişkenlerarası regresyon analizi sonuçlarına göre, 0,01 anlamlılık düzeyinde akademisyenlerin kongreye katılma niyetlerini, %65 oranında davranışa yönelik tutumları, %3 oranında öznel normları ve %1 oranında algılanan davranışsal kontrolleri etkilemektedir. Ayrıca, **H<sub>1</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılma davranışına yönelik tutumlarının (DYT), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır” hipotezi, **H<sub>2</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik sahip oldukları öznel normların (ÖN), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır” hipotezi ve **H<sub>4</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik davranışsal niyetlerinin (DN), gerçekleşen davranışları (GD) üzerinde etkisi vardır” hipotezleri kabul edilmiştir. Ancak, korelasyon analizi sonucuna göre, algılanan davranışsal kontrol ile davranışsal niyet değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki çıkmadığı için ( $p>0,05$ ) **H<sub>3</sub>**: “Katılımcıların kongre turizmine katılmaya yönelik algıladıkları davranışsal kontrolün (ADK), davranışsal niyetleri (DN) üzerinde etkisi vardır” hipotezi kabul edilmemiştir.

Kongre ve etkinlik yönetimi hizmeti sunan işletme yetkilerinin akademisyenlerin kongrelere katılımını ve memnuniyetlerini artırma bağlamında bu

araştırma sonucunda ulaşılan davranışa yönelik tutum (kongreye katılmak yararlıdır, iyidir, gereklidir, rahatlatıcıdır, muhteşemdir, eğlencelidir, sıra dışıdır ve mantıklıdır), öznel norm (ailem, arkadaşlarım ve önem verdiğim insanlar kongreye katılmamı isterler) ve algılanan davranışsal kontrollerini (kongreye katılmak istersem uygun zaman ve olanaklara sahibim) dikkate almaları önem arz etmektedir. Çünkü kongre turizmi mikro düzeyde turizm sezonunun uzatma, yüksek miktarlı turist harcamaları, işletmeye prestij ve saygınlık kazandırması (üst düzey yöneticiler, bilim adamları ve bürokratların katılımı ile işletmenin tanınırlığını artırma) ve işletmeleri inovasyona teşvik etme yönüyle makro düzeyde ise ödemeler dengesine, ulusal gelire, istihdama, bölgelerarası gelişmeye, diğer sektörlerle ekonomik, yatırımlara katkı sağlayabilecek önemli bir turizm çeşididir (Ayaz ve Şamata, 2017).

Araştırma modeline göre, kişinin bir eylemi davranışa dönüştürmesi (gerçekleşen davranış) bu eylemi gerçekleştirmeye yönelik niyetine bağlıdır. Bu nedenle, bireylerin istenilen tarafa kanalize olmaları (kongreye katılımları) için katılım davranışına yönelik niyetlerini artırmak amacıyla eyleme ilişkin tutumlarının olumlu hale getirilmesi ve kongrelere olan ilginin artırılması, kongre düzenleme ekibinin profesyonel kişilerden oluşması ve kongrelere katılımcılara örnek olacak başarılı ve donanımlı kişilerin davet edilmesi, kongrelerin faydalı etkinlikler olduğunun görsel, işitsel ve sosyal medya aracılığıyla duyurulması gerekmektedir. Ayrıca, yerel halkın turizme yönelik olumlu algılarının onların turizmi destekleme davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir (Göktaş Kulualp ve Sarı, 2019:676). Bu nedenle, Göktaş Kulualp ve Sarı (2019:676), yerel yönetimler tarafından yöre turizminin gerçekleştirildiği yerde yaşayan yerel halkın turizme bakış açısını olumlu etkilemek için turizmin faydalarına ilişkin farkındalık oluşturma çabalarını artırmaya yönelik projeler üretilmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu projeler, yörede düzenlenecek kongre turizmine de uyarlanıp kongre turizminin halk tarafından desteğinin artırılması sağlanabilir.

Bu çalışmada Planlı Davranış Teorisi kapsamında akademisyenlerin davranışa yönelik tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol, davranışsal niyet ve gerçekleşen davranışları arasındaki ilişkilere odaklanılmıştır. Kongre turizmi bağlamında gelecekteki benzer çalışmalarda farklı illerde çalışmakta olan



akademisyenler ve meslek grupları (doktorlar, avukatlar, şirket yöneticileri vb.)  
irdelenebilir ve farklı öngörülere ulaşılabilir.



## KAYNAKÇA

- Abacılar, P. (2008). Doğal ve Kentsel Sit Alanlarında Kültür Turizmi ve Yönetimi: Boğaziçi-Arnavutköy Örneği. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Akhmetov, A. (2007). Almatı'nın Kongre Turizm Arz Potansiyeli ve Şehrin Kongre Destinasyonu Seçim Faktörleri Açısından Değerlendirilmesi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Akkuş, G. (2013). Yemek Turizmine Katılma Niyeti: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir İnceleme. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Akgül, V. (2010). Türkiye'de Turizmin Mevsimsellikten Çıkarılarak On İki Aya Yayılmasına Yönelik Değerlendirme: Öne Çıkan Alternatif Turizm Türleri. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi
- Arber, E. (2008), Türkiye'de Kongre Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Alan Araştırması. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi
- Arslan, K. (2008). Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları, *İTO Yayınları*, İstanbul.
- Atabaş, A. (2008). Kongre Turizmi Bağlamında Şehir Markalaşması: Trabzon İncelemesi. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi, Turist Yerel Halk Etkileşimi. Balıkesir, Detay Yayınları.
- Ayaz, N. (2012). Kırsal Turizm ve Paydaşları: Belediye Başkanlarının Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Aydın, Ş. (1997), Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli. Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Aymankuy, Y. (2013). Türkiye'de geliştirilebilir turizm şekli olarak kongre turizmi ve İzmir il merkezi örnek uygulaması. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Aymankuy, Y. (2013). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Baytok, A., Soybalı, H., & Emir, O. (2010). Destinasyonların Toplantı Turizmi Amaçlı Pazarlanmasında Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (23), 9-22.
- Bozkurt Ö. Ç. (2014). "Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi", *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-47.
- Burucuoğlu M., Bulut Y. (2016). "Evaluation of Complaint Intention Through Theory of Planned Behaviour", *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 18, Temmuz, 15-29.
- Çakıcı, C. (2013). Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları. 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Çınar, S. (2012). Akademisyenlerin Fiziksel Aktivite Düzeylerinin İncelenmesi: Çanakkale Örneği. Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Çizel, B. (1999). Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesi'nin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Çuhadar, M. F. (2014). Akademik Örgütlerde Çalışan Personelin Çatışma Nedenleri ve Sonuçları: Süleyman Demirel Üniversitesinde Bir Araştırma. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dallı, Ö. (1996). Alternatif Turizm Modeli Olarak Kongre Turizmi. I. Bilkent Turizm Forumu, Ankara, 1996, 94.
- Dervişoğlu S., Kılıç D. S. (2013). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Geliştirilen Su Tasarrufu Davranışı Anketi, Sempozyum: X. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi
- Ehtiyar, R. (2006). “*Alternatif Turizm Hareketlerinde Yükselen Bir Trend: Kongre Turizmi*”, Standard Dergisi, Mayıs 2006, 33-37.
- Ekici E., Turan M., (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Planlanmış Davranışlar Teorisi ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 201-215.
- Erdoğan, C. (2006). İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Erten S. (2002/1), Planlanmış Davranış Teorisi İle Uygulamalı Ders İşleme Öğretim Metodu, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2(19), 217-233.
- Erten, S. (2002/2), Kız ve Erkek Öğrencilerin Evde Enerji Tasarrufu Davranış Amaçlarının Planlanmış Davranış Teorisi Yardımıyla Araştırılması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 67-73.
- Eyler, N. (2016). 50 Yaş Üstü Bireylerin Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Sağlık Amacıyla Seyahat Etme Niyetlerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Araştırma; Ankara Örneği, Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Göksel, A., Aydın, B. ve Bingöl, D. (2014). Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 65(4), 87-109.

- Göktaş Kulualp, H., ve Sarı, Ö. (2019). Destekleme Davranışı ve Sosyal Değişim Teorisi Kapsamında Kırsal Turizmin Etkilerinin Değerlendirilmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 643-666.
- Görgülü, F. (2008). Karşılaştırmalı Üstünlükler Açısından Kültürel Yapı Stoğunun Kongre Turizmi Amaçlı Kullanımına Yönelik Stratejik Tespit Çalışması. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi.
- Güllü, Ç. (2010). Türkiye'de Kongre Turizminin Yasal Zemine Oturtulması Çalışmaları Kapsamında Örnek Taslak Kanun Tasarısı, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi.
- Gülbahar, M. O. (2006). Bilgi Toplumu ve Küreselleşmenin Şekillendirdiği Kongre Turizminin Türkiye'deki Durumu (İstanbul Örneği). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Jubayeva, A. (2013). Uluslararası Kongre Turizminin Kazakistan'daki Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi, Sorunları ve Çözüm Önerileri, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- İçöz, O., Kozak, M. (2002), Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2002). Turizm Planlaması, Turhan Kitapevi, Ankara.
- İnceli, D. (2014). Seyahat Acentelerinde Kongre-Fuar Organizasyonlarının Pazarlanmasında Sürecin Yeri ve Önemi Üzerine Bir Uygulama. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kalkan, A., (2011), Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14, 189-206.

- Kara, M. (2007). Kongre ve Toplantı Yönetimi; Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü, Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar. Uluslararası Rekabet Kurumu Derneği Yayınları.
- Karademir, E. (2013). Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Fen ve Teknoloji Dersi Kapsamında Okul Dışı Öğrenme Etkinliklerini Gerçekleştirme Amaçlarının Planlanmış Davranış Teorisi Yoluyla Belirlenmesi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Karasu T. (1990). Kongre Turizmi Üzerine Düşünceler, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 32-34.
- Karasu, T. (1985). Kongre Turizmi ve Türkiye (Durum, Sorunlar, Öneriler), T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, 58, Ankara.
- Khalilov, T. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirilme Stratejisi Kapsamında Kongre ve Toplantı Turizminin Azerbaycan'da Gelişme Potansiyeli, Bakü Örneği, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kocagöz, E. (2010). Kadınların Makyaj Malzemelerini Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi: Planlı Davranış Teorisinin Bir Uygulaması. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Korzay, M. (1992). Turizmde İstihdam ve Eğitim. III. İzmir İktisat Kongresi, 4-7 Haziran 1992 Turizm Çalışma Grupları.
- Koşan, A. (1996). Kongre Turizmi. Turizmde Seçme Makaleler: 24 Özel Sayı: Kongre Turizmi, TUGEV Yayını, Ocak 1996. İstanbul.
- Küçük, E. (2011). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Mali Müşavir (SMMM) Olma Niyetinin Altında Yatan Faktörlerin Analizi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 1-18.
- Mercan N. (2015), Ajzen'in Planlanmış Davranış Teorisi Bağlamında Whistleblowing (Bilgi İfşası). *Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi*, 2(7), 1-14.

- Mustafazade, N. (2015). Kongre Turizmi ve Önemi, Bakü: Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Yüksek Lisans Merkezi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Onur, S. (2012), Literatürde Politika Biliminin Ekonomi Üzerindeki Etkisi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 1-24.
- Orel, F. D., Bozdemir M. ve Demirkılıç N. (2017), Tüketim Değerleri, Satın Alma Niyeti ve Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Fonksiyonel Gıdalar Üzerine Bir Çalışma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 241- 256.
- Özdemir B., Yılmaz G. ve Çalışkan O. (2013), Restoran Müşterilerinin Şikayet Davranışlarının Planlı Davranış Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi Üzerine Bir Pilot Çalışma [Turizmde Yenilik], 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Erciyes Üniversitesi, Türkan – Tuncer Haşçalık Turizm Fakültesi, 14. Ulusal Turizm Kongresi, 05-08 Aralık, 704.
- Özdemir, S. S. (2011). Kongre ve Toplantı Pazarında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Rekabet Stratejileri: İzmir İli Örneği, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Özen, Y. (1986). Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği, TÜRSAB Yayını, Ankara.
- Özer G., Yılmaz E. (2010). Planlı Davranış Teorisi (PDT) ile Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımına Yönelik Bir Uygulama, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, MÖDAV, 2, 33 - 55.
- Özer L., Kement Ü. ve Gültekin B. (2015). Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- Özer, Ş. (2010), Kongre Turizmi ve Kapadokya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin Kongre Hizmetleri Yönetiminin İncelenmesi: Kayseri ve Nevşehir İli Örneği, Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Öztürk, A., Nart S. ve Altunışık R. (2015). Tüketicilerin Helal Tüketim Davranışlarının Belirleyicileri: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma, *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2).
- Pembegül, T. (2008). Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Kongre Merkezlerinin Avrupa'daki Örneklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi
- Sekaran, U. (2003) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 4th Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Şahin, F., Alkaya, A. (2017), Tüketicilerin Çevrimiçi Şikayet Kanallarını Kullanımına Yönelik Davranışlarının: Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisi Bütünleşik Modeli Bakış Açısı İle İncelenmesi, *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 87-103.
- Şahin M. D., Söylemez E. Y. ve Koç Y. D. (2016). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Sürecinin İrdelenmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Afro-Avrasya Özel Sayısı, 451-457.
- Şama, E. (2003). Öğretmen Adaylarının Çevre Sorunlarına Yönelik Tutumları, *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 99-110.
- Tavmergen İ. ve Aksakal E. (2004). Kongre ve Toplantı Yönetimi. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Turan, A. H. (2011). İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını belirleyen Etmenler: Planlı Davranış Teorisi (TPB) İle Ampirik Bir Test. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1), 128-143.
- Uçar, A. (2008). Kongre Turizmi: İstanbul ve Avrupa Ülkeleri Karşılaştırmalı Analizi. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.



- Uluslan Y. ve Batman O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Kongre Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 244-260.
- Unay, C. (2001). *Makro Ekonomi*. Ezgi Kitapevi Yayınları, Bursa.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, Ş. (2010). Akademik Kongrelerde Katılımcıların Tatmin Düzeylerini Etkileyen Faktörler. Mersin: Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yılmaz M. B. (2013). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Sağlık Amaçlı Bitkisel Ürün Kullanımı ve Medyanın Rolü, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Yılmaz V., Doğan M. (2016). Planlanmış Davranış Teorisi Kullanılarak Önerilen Bir Yapısal Eşitlik Modeli İle Geri Dönüşüm Davranışlarının Araştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, 190-205.

#### İNTERNET KAYNAKLARI

- [www.apa.org](http://www.apa.org) (Erişim Tarihi: 15.10.2018)
- <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=74&locale=tr>
- [www.etimolojiturkce.com](http://www.etimolojiturkce.com) (Erişim Tarihi: 10.10.2018)
- [www.istatistik.gen.tr](http://www.istatistik.gen.tr) (Erişim Tarihi: 22.10.2018)
- <https://www.itl.nist.gov/div898/handbook/eda/section3/eda35a.htm> (Erişim Tarihi: 22.11.2018)
- <https://www.slideshare.net/DrKeremKoseoglu/spss-ile-regresyon-analizi> (Erişim Tarihi: 06.12.2018)
- <http://www.unige.ch/ses/sococ/cl/////spss/cmd/regression.methods.html> (Erişim Tarihi: 13.12.2018)
- [www.yok.gov.tr](http://www.yok.gov.tr) (Erişim Tarihi: 13.01.2019)

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1: Gelen-Çıkan Ziyaretçi Sayısı, Turizm Geliri, Ortalama Harcaması Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%).....</b>	<b>59</b>
<b>Tablo 2: Yerli ve Yabancı Turist Katkısı .....</b>	<b>60</b>
<b>Tablo 3: Türk Kongre Turizminde Kongre Sayısı, Dünya ve Avrupa Sıralamasındaki Yeri.....</b>	<b>60</b>
<b>Tablo 4: Cinsiyet Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler .....</b>	<b>62</b>
<b>Tablo 5: Medeni Durum Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler.....</b>	<b>63</b>
<b>Tablo 6: Yaş Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler.....</b>	<b>63</b>
<b>Tablo 7: Akademik Unvan Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler .....</b>	<b>63</b>
<b>Tablo 8: Görev Yapılan İl Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler .....</b>	<b>64</b>
<b>Tablo 9: Çalışma Süresi Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler .....</b>	<b>64</b>
<b>Tablo 10: Hane Halkı Gelir Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler .....</b>	<b>65</b>
<b>Tablo 11: Kongreye Katılım Sıklığı Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler ...</b>	<b>65</b>
<b>Tablo 12: Tercih Edilen Kongre Türü Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler</b>	<b>65</b>
<b>Tablo 13: Kongreye Katılım Süresi Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler....</b>	<b>66</b>
<b>Tablo 14: Kongreye Ayrılan Bütçe Değişkenine Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler ....</b>	<b>66</b>
<b>Tablo 15: Davranışa Yönelik Tutuma İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....</b>	<b>68</b>
<b>Tablo 16: Öznel Norm Değişkenine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....</b>	<b>69</b>
<b>Tablo 17: Algılanan Davranışsal Kontrol Değişkenine Yönelik Güvenirlilik Analizi Sonuçları.....</b>	<b>69</b>
<b>Tablo 18: Davranışsal Niyet Değişkenine Yönelik Güvenirlilik Analizi Sonuçları .....</b>	<b>70</b>
<b>Tablo 19: Gerçekleşen Davranış Değişkenine Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....</b>	<b>70</b>
<b>Tablo 20: Araştırma Modeline Yönelik Faktör Analizi .....</b>	<b>71</b>
<b>Tablo 21: Araştırma Modeli Değişkenleri Arasındaki Korelasyon Analizi .....</b>	<b>72</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Araştırma Modeli.....	15
Şekil 2: Düşünölmüş Eylem Teorisi Modeli .....	19
Şekil 3: İnanç Kökenli PDT Modeli .....	20
Şekil 4: PDT Modeli.....	21
Şekil 5: Teknoloji Kabul Modeli.....	27
Şekil 6: Tüketim Değerleri Modeli .....	28
Şekil 7: Araştırma Modeli.....	31
Şekil 8: Teknoloji Kabul Modeli.....	33



## EKLER

### EK 1: ANKET SORULARI

#### Sayın Katılımcı,

Bu anket, planlı davranış teorisi kapsamında kongre turizmine katılma niyetini belirlemek amacıyla bir yüksek lisans tez çalışmasına bilgi toplama aracı olarak hazırlanmıştır. Soruların cevaplanması en fazla 5-6 dakika sürmektedir. Soruların cevapları isim belirtmeniz kesinlikle istenmemektedir. Cevaplarınıza ilişkin gizlilik kesin bir şekilde sağlanacak ve toplanan veriler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacaktır. Soruların cevaplandırılarak araştırmaya yapacağınız önemli katkıdan dolayı şimdiden teşekkür eder, saygılar sunarız.

Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŞ KULUALP  
Karabük Üniversitesi  
Safranbolu Turizm Fakültesi  
Turizm İşletmeciliği Bölümü  
[halimegoktas@karabuk.edu.tr](mailto:halimegoktas@karabuk.edu.tr)

Süreyya KIRIKCI  
Karabük Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı  
[surevyakirikci@hotmail.com](mailto:surevyakirikci@hotmail.com)

#### 1. BÖLÜM: DEMOGRAFİK YAPI VE İŞ ÖZELLİKLERİ

<b>CİNSİYETİNİZ</b>	Erkek <input type="checkbox"/>	Kadın <input type="checkbox"/>				
<b>MEDENİ DURUMUNUZ</b>	Bekar <input type="checkbox"/>	Evlü <input type="checkbox"/>				
<b>YAŞINIZ</b>	21 – 25 <input type="checkbox"/>	26 – 30 <input type="checkbox"/>	31 – 35 <input type="checkbox"/>	36 – 40 <input type="checkbox"/>	41 – 45 <input type="checkbox"/>	46 ve üzeri <input type="checkbox"/>
<b>ÜNVANINIZ</b>	Profesör <input type="checkbox"/>	Doçent <input type="checkbox"/>	Doktor Öğretim Üyesi <input type="checkbox"/>			
	Öğretim Görevlisi <input type="checkbox"/>		Araştırma Görevlisi <input type="checkbox"/>	Okutman <input type="checkbox"/>		
<b>ÇALIŞTIĞINIZ YER</b>	Bartın <input type="checkbox"/>	Bolu <input type="checkbox"/>	Düzce <input type="checkbox"/>	Karabük <input type="checkbox"/>		
	Kastamonu <input type="checkbox"/>	Sinop <input type="checkbox"/>	Zonguldak <input type="checkbox"/>			
<b>TOPLAM ÇALIŞMA SÜRENİZ</b>	1 Yılden Az <input type="checkbox"/>	1 – 5 Yıl <input type="checkbox"/>	6 – 10 Yıl <input type="checkbox"/>	11 – 15 Yıl <input type="checkbox"/>	16 Yıl ve üzeri <input type="checkbox"/>	
<b>AYLIK HANE GELİRİNİZ</b>	2001 – 3000 TL <input type="checkbox"/>	3001 – 4000 TL <input type="checkbox"/>	4001 – 5000 TL <input type="checkbox"/>	5001 – 6000 TL <input type="checkbox"/>	6001 ve üzeri <input type="checkbox"/>	
<b>KONGRELERE KATILIM SIKLIĞINIZ</b>	Daha önce hiç katılmadım <input type="checkbox"/>	Yılda 1 <input type="checkbox"/>	Yılda 2 <input type="checkbox"/>	Yılda 3 <input type="checkbox"/>	Yılda 4 <input type="checkbox"/>	Yılda 5 ve üzeri <input type="checkbox"/>
<b>TERCİH ETTİĞİNİZ KONGRE TÜRÜ</b>	Ulusal <input type="checkbox"/>			Ulusal arası <input type="checkbox"/>		
<b>TERCİH ETTİĞİNİZ KONGRE YERİ</b>	Yurt İçi <input type="checkbox"/>			Yurt Dışı <input type="checkbox"/>		
<b>KATILDIGINIZ KONGRELERİN SÜRESİ</b>	Katılmadım <input type="checkbox"/>	1 – 2 Gün <input type="checkbox"/>	3 – 4 Gün <input type="checkbox"/>	5 – 6 Gün <input type="checkbox"/>	7 Gün ve Üzeri <input type="checkbox"/>	
<b>KONGRE İÇİN AYIRDIĞINIZ BÜTÇE</b>	Yılda 1000 TL ve Altı <input type="checkbox"/>		Yılda 3001 – 4000 TL <input type="checkbox"/>			
	Yılda 1001 – 2000 TL <input type="checkbox"/>		Yılda 4001 – 5000 TL <input type="checkbox"/>			
	Yılda 2001 – 3000 TL <input type="checkbox"/>		Yılda 5001 TL ve Üzeri <input type="checkbox"/>			

Aşağıda belirtilen ifadelere katılma derecenizi; “KESİNLİKLE KATILMIYORUM”, “KATILMIYORUM”, “KARARSIZIM”, “KATILYORUM”, “KESİNLİKLE KATILYORUM” seçeneklerinden en uygun olanımı işaretleyerek görüşünüzü belirtiniz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Kongre turizmine katılmak benim için yararlıdır.					
2	Kongre turizmine katılmak benim için iyidir.					
3	Kongre turizmine katılmak benim için muhteşemdir.					
4	Kongre turizmine katılmak benim için eğlencelidir.					
5	Kongre turizmine katılmak benim için sıra dışıdır.					
6	Kongre turizmine katılmak benim için mantıklıdır.					
7	Kongre turizmine katılmak benim için rahatlatıcıdır.					
8	Kongre turizmine katılmak benim için gereklidir.					
9	Ailem, benden kongre turizmine katılmamı bekler.					
10	Arkadaşlarım, kongre amaçlı seyahat etmem gerektiğini düşünür.					
11	Benim için önemli olan insanların çoğu kongre amaçlı seyahat eder.					
12	Önem verdiğim insanların çoğu, benim kongre amaçlı seyahat etmemi bekler.					
13	Benim için düşünceleri önemli olan insanlar, benim kongre amaçlı seyahat etmem gerektiğini düşünür.					
14	Görsel (televizyon), işitsel (radyo) ya da sosyal medya (facebook, twitter...vs) verdiği mesajlarla kongre amaçlı seyahat etmemi teşvik eder.					
15	İstersem kongre turizmine katılırım.					
16	İstersem kongre için seyahat edeceğime eminim.					
17	Kongre turizmine katılmak için yeterli bilgiye sahibim.					
18	Kongre turizmine katılmak için yeterli zamana sahibim.					
19	Kongre turizmine katılmak için yeterli olanaklara sahibim.					
20	Kongre turizmine katılmak tamamen bana bağlıdır.					
21	Eğer kongre için seyahat etmek istersem bana hiçbir şey engel olamaz.					
22	İleride koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı düşünüyorum.					
23	İleride koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı planlıyorum.					
24	İleride koşullar uygun olduğu sürece kongre turizmine katılmayı isterim.					

## ÖZGEÇMİŞ

1980 Bartın doğumlu olan Süreyya KIRIKCI, 1998 yılında lise öğrenimini bitirip 1999 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümünde başlayarak 2003 yılında mezun olmuştur. 2013 – 2014 eğitim öğretim yılı Bahar döneminde Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında yüksek lisansa başlamıştır. 2018 yılında uluslararası hakemli SSS Journal dergisinde yayımlanmış “Literatür İncelemesi: Planlı Davranış Teorisi ve Davranışsal İktisat” başlıklı ortak makalesi bulunmaktadır.

