

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**İSTANBUL'UN ANADOLU YAKASINDA
KONGRE TURİZMİ ARZI GEREKSİNİMİNE
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Ecem ÜNAL

İstanbul, Nisan 2017

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**İSTANBUL'UN ANADOLU YAKASINDA
KONGRE TURİZMİ ARZI GEREKSİNİMİNE
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Ecem ÜNAL

100043643



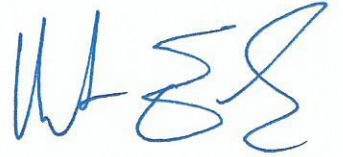
Danışman: Prof. Dr. Nüzhet Kahraman

İstanbul, Nisan 2017

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi... Ece m. ÜNAL in "...İstanbul'un Anadolu Yakasında Kongre Turizmi Arzu Gerçeksiniine Yönelik Tez Araştırması" konulu tez çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği / oyçokluğu) ile başarılı bulunmuştur.

	Adı – Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Nuzhet Kahraman	
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. İ. Kahraman Arslan	
Jüri Üyesi	: Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emek	

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

ÖZET

İstanbul'un Anadolu Yakası'nda gerçekleşen kongrelerin Avrupa Yakası'na göre neden geride kaldığını ortaya çıkarmak; İstanbul'daki turizm ve kongre turizmi gelişiminin nelere bağlı olarak gerçekleştiğine; İstanbul'un kıtaları arasında bu tercihin neye göre yapıldığına ulaşmak bu araştırmanın amacıdır. Talebi etkileyen faktörlerin neler olduğu, Avrupa ve Anadolu Yakası'ndaki ürünler, altyapı ve üstyapı incelenmiştir.

İstanbul, coğrafi konumu ve jeopolitik önemi ile Avrupa ülkelerine yakın bulunması ve dünyanın birçok bölgesine eşit mesafede yer almasıyla lojistik avantajı oldukça yüksek bir dünya ve turizm kentidir. Ayrıca biri Avrupa'da diğeri Asya'da bulunan 2 uluslararası havalimanı ile yılda yaklaşık 90 milyon yolcuya hizmet sunan bir metropoldür.

Avrupa Yakası tarihi ve kültürel zenginlik, alışveriş imkanları, konaklama çeşitliliği, entegre ulaşım sistemleri, havalimanı-kongre merkezi-otel arası mesafelerin yakınlığı, kongre merkezleri ile konaklama merkezlerinin 3 ayrı bölgede yoğunlaşması, bu bölgelerin kent merkezine olan yakınlığı ile güçlü bulunurken; güvenlik algısı açısından zayıf bulunmuştur.

Anadolu Yakası ise girilebilir A kalite deniz suyu açısından 17 plaj bulundurması, trafik probleminin daha az yaşanması, güvenli profil sergilemesi, hastanelerin, ticari işletmelerin ve OSB'lerin daha fazla olması açısından kongre turizminde güçlü ve geliştirilebilir bulunurken; tarihi yarımada uzaklık, entegre ulaşım sistemleri, tanıtım ve pazarlama gibi konularda zayıf bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Toplantı, Kongre, Kongre Merkezleri, Etkinlik, Teşvik Turizmi, Katılımcı, İstanbul, Asya.

ABSTRACT

To find out why congresses made on Istanbul's Anatolian side are behind European side, the development of tourism and congress tourism in Istanbul depends on what is happening; It is the aim of this research to reach according to what this preferences made among the continents of Istanbul. What are the factors affecting the demand, the products in European and Anatolian sides, substructure and superstructure have been examined.

Istanbul, being closer to European countries with its geographical location and geopolitical importance and it is situated at an equal distance to many parts of the world, is a world and tourism city that has high logistic advantages. It is also a metropolis that serves about 90 million passengers a year with 2 international airports in both Europe and Asia.

European side, is considered strong with its historical and cultural wealth, shopping opportunities, accommodation diversity, integrated transportation systems the proximity of distances between airport, congress center and hotels, the intenseness of congress centers and accommodation centers in three different regions, and the proximity of this areas to city center; but it was considered weak in terms of security perception.

Anatolian side, has 17 beaches in terms of high quality swimmable sea water, and has less traffic problems, being safer, and in terms of having more hospitals, commercial enterprises and Organized Industrial Sites, Anatolian Side is considered to be strong and developable in congress tourism; on the other hand it was considered weak in the way of integrated communication systems, introduction and marketing issues.

Key Words: Meeting, Convention, Congress Centers, Events, Incentive, Delegates, Istanbul, Asia.

TEŞEKKÜR

Lisans ve yüksek lisans hayatım boyunca bana deneyimleriyle yol gösteren ve destek olan tez danışmanım saygıdeğer Prof. Dr. Nüzhet Kahraman'a; araştırma aşamasında görüştüğüm, sektörel bilgilerini benimle paylaşan hocalarım TUGEV Genel Sekreteri Dr. Özen Dalli'ya ve MPI Türkiye Başkanı Elif Balcı Fisunoğlu'na; Turizmden Sorumlu İstanbul Vali Yardımcısı İsmail Gültekin'e, ICVB Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Memiőođlu'na ve Kongreler Koordinatörü Eda Kocabaő'a, Atlas Proje ve Arazi Geliştirme Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı Tavit Köletavitoğlu'na teşekkürlerimi sunarım.

Ecem Ünal

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devleti
AESOB	Antalya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği
AGİT	Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilatı
AHL	Atatürk Havalimanı
AIEST	Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme (FR) International Association of Scientific Experts in Tourism (EN) Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Derneği
ATAV	Antalya Tanıtım Vakfı
ATSO	Antalya Ticaret ve Sanayi Odası
BAKA	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı
BM	Birleşmiş Milletler
CVB	Convention & Visitors Bureau Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
DMAI	Destination Marketing Association International Uluslar arası Destinasyon Pazarlama Birliği
ECM	European Cities Marketing Avrupa Şehirleri Pazarlaması
EFCT	European Federation of Congress Cities Avrupa Kongre Şehirleri Federasyonu
EMITT	East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı
EXPO	Exposition (kısaltma): Sergi (Uluslararası sergi anlamında)
FAO	Food & Agriculture Organization Gıda ve Tarım Örgütü
FIDA	International Federation of Women Lawyers Uluslararası Kadın Avukatlar Federasyonu
IACVB	International Association of Convention & Visitors Bureau

	Uluslararası Konferans ve Ziyaretçi Büroları Birliği
IASP	International Association for The Study of Pain Uluslar arası Teknoparklar Birliği
IAPCO	The International Association of Professional Congress Organizers Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği
IATA	The International Air Transport Association Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği
ICCA	International Congress & Convention Association Uluslararası Kongreler ve Toplantılar Birliği
ICVB	Istanbul Convention & Visitors Bureau İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
IMF	International Monetary Fund Uluslar arası Para Fonu
İBB	İstanbul Büyükşehir Belediyesi
İKSV	İstanbul Kültür Sanat Vakfı
İSG	İstanbul Sabiha Gökçen Havaalanı
İSTKA	İstanbul Kalkınma Ajansı
İTO	İstanbul Ticaret Odası
KDK	T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü
KTB	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
MICE	Meeting, Incentive, Congress, Events Toplantı, Teşvik, Kongre, Etkinlikler
MPI	Meeting Professionals International Uluslararası Toplantı Profesyonelleri
NATO	North Atlantic Treaty Organization Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
PCMA	Professional Convention Management Association Profesyonel Konvansiyon Yönetimi Birliği

PCO	Professional Congress Organizers Profesyonel Kongre Organizatörleri
SSM	Savunma Sanayii Müsteşarlığı
SWOT/ÜZFT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Üstün Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler
TC	Türkiye Cumhuriyeti
THY	Türk Hava Yolları
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TUGEV	Turizm Geliştirme Vakfı
TÜROB	Türkiye Otelciler Birliği
TÜROFED	Türkiye Otelciler Federasyonu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TYD	Turizm Yatırımcıları Derneği
UFTAA	United Federation of Travel Agents Association Seyahat Acentaları Birliği Evrensel Federasyonu
UIA	Union of International Associations Uluslararası Dernekler Birliği
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	United Nations World Tourism Organization Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WBG	World Bank Group Dünya Bankası Grubu
WTO	World Trade Organization Dünya Ticaret Örgütü
WTTC	World Travel and Tourism Council Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
YHT	Yeni Hızlı Tren

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Toplantı Turizminin Unsurları.....	6
Tablo 2: Kurumsal ve Birlik Pazar Bölümleri – Anahtar Farklar	14
Tablo 3: Katılımcı Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması	15
Tablo 4: Uluslararası Kongrelerin Düzenlendikleri Yerler (%)	29
Tablo 5: 2010-2015 Düzenlenen Uluslararası Toplantı Sayısı.....	29
Tablo 6: 2010-2015 Uluslararası Kongrelerin Kıtalara Dağılımı	30
Tablo 7: 2010-2015 Dünya Sıralaması: Ülke Başına Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10).31	
Tablo 8: 2010-2015 Türkiye'nin Dünya Sıralamasında Düzenlenen Toplantı Sayısı ve Sırası	32
Tablo 9: 2010-2015 Dünya Sıralaması: Şehir Başına Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10) 32	
Tablo 10: 2010-2015 Avrupa'daki Ülkelerde Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10).....	34
Tablo 11: 2010-2015 Türkiye'nin Avrupa Sıralamasında Düzenlenen Toplantı Sayısı ve Sırası	34
Tablo 12: 2010-2015 Avrupa'daki Şehirlerde Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10).....	34
Tablo 13: 2000-2015 Türkiye Kongre Sayısı ve Sıralaması	37
Tablo 14: 2015 Yılında Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenleri (%)	37
Tablo 15: 2010-2015 Türkiye'nin Kongre Şehirlerinin Toplantı Sayıları	42
Tablo 16: 2000-2015 İstanbul Kongre Sayısı ve Sıralaması	46
Tablo 17: Uluslar arası Toplantıların Konuları	47
Tablo 18: Ulusal Toplantıların Konuları.....	47
Tablo 20: Faaliyette Olduğu Yakaya Göre Firma Sayıları	50
Tablo 19: İstanbul'daki Organize Sanayi Bölgeleri	51
Tablo 21: İstanbul'daki Teknoparklar.....	52
Tablo 22: İstanbul Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus 2011-2015	54
Tablo 22(Devam): İstanbul Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus 2011-2015 55	
Tablo 23: İstanbul'daki Tabiat Parkları.....	58
Tablo 24: İstanbul'daki Plajların Su Kalitesi.....	59
Tablo 25: Yıllara Göre İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı Yolcu İstatistikleri	61
Tablo 26: Yıllara Göre İstanbul Atatürk Havalimanı Yolcu İstatistikleri (Milyon).....	61
Tablo 27: Ulusal ve Uluslar arası Toplantıların Düzenlendiği Mekanlar.....	65
Tablo 28: İstanbul'daki Kongre Merkezleri ve Kapasiteleri	66
Tablo 29: Ulusal ve Uluslar arası Toplantıların Büyüklükleri (%).....	67

Tablo 30: Kongre Hizmeti Veren Beş ve Dört Yıldızlı Oteller ve Kapasiteleri	67
Tablo 31: Anadolu Yakası'nda Kongre Hizmeti Veren Oteller.....	68
Tablo 33: Kùltür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri	70
Tablo 34: Kùltür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri	71
Tablo 35: Kùltür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Yeme-İçme Ve Eğlence Tesisleri..	72
Tablo 36: Turizm Yatırımı Belgeli Yeme-İçme Ve Eğlence Tesisleri.....	72
Tablo 37: Beltur A.Ş. İşletmesindeki Tarihi Köşkler	77

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil1: İstanbul'da Gerçekleşen Toplantılara Gelen Katılımcı Sayısı	46
--	----



İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
KISALTMALAR	vi
TABLO LİSTESİ	ix
ŞEKİL LİSTESİ	x
İÇİNDEKİLER	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: KONGRE TURİZMİNİN TANIMI VE GELİŞİMİ	3
1. KONGRE TURİZMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	3
2. KONGRE TURİZMİNİN TANIMI.....	5
3. KONGRE TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ	8
4. TOPLANTI TÜRLERİ	9
5. KONGRE TURİZMİNDE TOPLANTILARIN SINIFLANDIRILMASI	12
5.1. Amaçlarına Göre Toplantılar	12
5.2. Konularına Göre Toplantılar	13
5.3. Düzenledikleri Yere Göre Toplantılar	13
5.3.1. Ulusal Toplantılar	13
5.3.2. Uluslararası Toplantılar	14
5.3.3. Bölgesel Toplantılar	15
5.3.4. Yabancı Toplantılar	15
5.4. Katılımcı Sayılarına Göre Toplantılar	15
5.5. Düzenlenme Sıklığına Göre Toplantılar	15
6. KONGRELERİN NİTELİK VE SINIRLILIKLARI.....	16
6.1. Zaman Sınırları.....	16
6.2. Sayısal Sınırları	17
7. KONGRE TURİZMİNİN ETKİLERİ	17
7.1. Ekonomik Etkileri	17
7.1.1. Gelir Getirici Etkisi	19
7.1.2. İstihdam Yaratıcı Etkisi	19
7.1.3. Turizmin Mevsimsellik Özelliğini Azaltıcı Etkisi	20
7.1.4. Alt ve Üst Yapının Geliştirilmesine Etkisi	20

7.2. Sosyo-Kültürel Etkileri	21
8. KONGRE DESTİNASYONU SEÇİM KRİTERLERİ	22
8.1. Ulaşılabilirlik.....	23
8.2. Mahalli Destek	23
8.3. Konferans Dışı İmkanlar	24
8.4. Konaklama İmkanları.....	24
8.5. Toplantı İmkanları.....	25
8.6. Bilgilendirme.....	26
8.7 Lokasyon ve Konum	26
8.8. Diğer Faktörler	27
İKİNCİ BÖLÜM: DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE KONGRE TURİZMİ	28
1. DÜNYADA KONGRE TURİZMİ.....	28
2. AVRUPA’DA KONGRE TURİZMİ.....	33
3. TÜRKİYE’DE KONGRE TURİZMİ.....	35
3.1. Antalya’da Kongre Turizmi	42
3.1.1. Antalya Kongre Bürosu	43
3.2. İzmir’de Kongre Turizmi	43
3.2.1. İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu.....	44
4. İSTANBUL’DA KONGRE TURİZMİ	44
4.1. İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu	48
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: İSTANBUL’UN EKONOMİK VE DEMOGRAFİK DURUMU	50
1. İSTANBUL’DA EKONOMİK FAALİYETLER.....	50
2. SANAYİ VE TİCARET	50
3. TEKNOLOJİ.....	51
4. NÜFUS, EĞİTİM, İSTİHDAM.....	53
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: KONGRE DESTİNASYONU İSTANBUL’DA TALEBİ ETKİLEYEN DESTİNASYON SEÇİM KRİTELERİ	57
1. DOĞAL ÇEVRE	57
1.1. İklim	57
1.2. Flora & Fauna	57
1.3. Tabiat Parkları.....	58
1.4. Plajlar ve Sular	59

2. ULAŞILABİLİRLİK	60
3. KENT İÇİ ULAŞIM	62
3.1. Karayolu Ulaşımı	62
3.2. Demiryolu Ulaşımı ve Raylı Ulaşım	62
3.3. Denizyolu Ulaşımı	64
4. MEVCUT KONGRE ALTYAPISI	64
4.1. Kongre Merkezleri	64
4.2. Kongre Hizmeti Sunan Oteller	66
4.3. Üniversiteler	69
5. KONAKLAMA İMKANLARI	70
6. REKREASYON	71
6.1. Yeme-İçme ve Eğlence	71
6.2. Alışveriş	73
7. KÜLTÜREL ZENGİNLİK	73
7.1. Tarihi ve Arkeolojik Yapılar	73
7.2. Festivaller	74
7.2.1. İstanbul Uluslararası Film Festivali	74
7.2.2. İstanbul Uluslararası Tiyatro Festivali	75
7.2.3. Uluslararası Müzik Festivali	75
7.2.4. Uluslararası Caz Festivali	75
7.2.5. İstanbul Uluslararası Bienali	75
7.2.6. İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali	76
7.2.7. İstanbul Shopping Fest	76
7.3. Müzeler	76
8. GERÇEKLEŞMESİ BEKLENEN PROJELER	77
8.1. İstanbul Finans Merkezi	77
8.2. Yassıada	78
8.3. Büyük İstanbul Tüneli	78
BEŞİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL'UN KONGRE TALEBİNİN İNCELENMESİ; ANADOLU YAKASININ ARZ POTANSİYELİ	79
1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	79
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	79
3. ANALİZ VE BULGULAR	80

4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	83
KAYNAKÇA	88
EK-1.....	97



GİRİŞ

Tarih boyunca toplantılar iletişim kurmak, öğrenmek, tartışmak, bir sonuca ulaşmak veya karara varmak gibi amaçlarla düzenlenmiştir (Mustafazade, 2015). Dini gruplar ve ticari dernek üyeleri için toplantıların düzenlenmeye başlaması, endüstri ve ticaretteki büyümeler, insanlar arasında toplantı yapma ihtiyacını doğurmuştur. Toplantı için bir araya gelen insanların buldukları bölgedeki ekonomiye sağladığı canlılığın fark edilmesiyle toplantı sektörünün önemi anlaşılmaya başlanmıştır.

Turizm olayı daha çok mevsimsel bir olgu olmakla birlikte yılın yaz döneminde daha yoğun görülen deniz-kum-güneş turizmi odaklı ülkelerde turizmden yılın her döneminde gelir elde etmek açısından kongre ve toplantı turizminin önemi büyüktür.

Turistik ve gezi amaçlı Türkiye'ye gelen turistler kişi başı 700-800\$ bırakırken delegeler yaklaşık 2.500\$ bırakmaktadır (TÜRSAB, 2013). Turizmin bir alt kolu olan kongre ve toplantı turizmi kentlerin tanıtımı ve pazarlanması açısından; ayrıca gelir getirici etkisinin turistik amaçlı turizmden 3,5 kat daha fazla olması nedeniyle önem arz etmektedir (Arber, 2008); (kdk.gov.tr, 2013). Sosyal anlamda toplantı katılımcılarının kültür ve bilgi düzeyleri yüksek kişiler olması sonucu lokal çevreyle etkileşimlerinin yerel halkın kültür düzeyinin yükselmesine de etki edeceği düşünülmektedir.

İstanbul, kongrelerin %85'inin gerçekleştiği mühim bir destinasyondur. Avrupa Yakası'nın turizm ile elde ettiği gelir ve tek başına İstanbul'un merkezi haline gelmesiyle Anadolu Yakası'nın gerek ekonomik gerek sosyal anlamda geri kaldığı düşünülmektedir. Yapılacak yeni yatırımların yaratacağı istihdamın bölge halkının kazancının artacağını düşündürmektedir. Anadolu Yakası 6 milyon nüfusu ile gerekiyorsa İstanbul'un Avrupa Yakası'ndan bağımsız, farklı konumlandırmalarla yeni bir destinasyon haline getirilebilir, yapay çekicilik unsurları yaratılabilir görülmektedir.

İstanbul'un Avrupa Yakası'nda kongre turizmi oldukça gelişmiş olup, Anadolu Yakası'nda ise bir kongre merkezi varlığından söz etmek mümkün değildir. Çekicilik unsurlarının Avrupa Yakası'na kıyasla daha az olması ve tarihi yarımadaya uzaklık

gelişime engel başlıca sebepler olarak gösterilmekle birlikte mevcut otellerin bünyesinde toplantı organizasyonları devam etmektedir.

Toplantı planlayıcılarının kongre destinasyonu seçim kriterleri içerisinde dikkat ettikleri bazı önemli noktalar vardır. Bu kriterlerin her biri destinasyon için çekicilik unsurudur. Kongre destinasyonu olacak kentin dünya üzerindeki konumu, ülkelere yakınlığı, tarihi ve kültürel değeri, güvenli bir kent olması ve mevcut arz unsurları önemlidir.

Çalışmanın amacı, İstanbul'daki turizm kapasitesinin, kullanılabilir kaynakların, istihdam olanaklarının ve elde edilen turistik gelirin aynı kentin bulunduğu Asya ve Avrupa kıtalarında bölgesel gelişimi ve taşıma kapasitesini dengelemek adına ne denli önemli olduğunu belirlemektir.

Çalışmanın birinci bölümünde; kongre turizminin tarihsel gelişimi, tanımı, toplantı türlerinin sınıflandırılması, özellikleri, zamansal ve sayısal sınırlılıkları, diğer turizm türleri ile ilişkisi, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri ve destinasyon seçim kriterleri incelenmiştir.

İkinci bölümde ise kongre turizminin dünyadaki yeri ve önemi, Avrupa'daki durumu, Türkiye'deki ve İstanbul'daki gelişimi incelenmiş, İstanbul'un kongre turizmindeki mevcut durumundan bahsedilmiştir.

Üçüncü bölümde İstanbul'un ekonomik, demografik, teknolojik durumu incelenmiş olup kongre turizmi ile birbirlerini nasıl etkileyecekleri anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde ise İstanbul'un mevcut arzı ve imkanları Anadolu ve Avrupa Yakası karşılaştırılarak incelenmiştir. İstanbul Anadolu Yakası'ndaki kongre turizmi potansiyeli ve gereksinimleri irdelenmiştir.

Beşinci bölümde araştırmanın amacına yönelik yapılan görüşmelerle elde edilen bilgiler SWOT Analiz yöntemiyle aktarılmış olup Anadolu Yakası'nın Üstünlükleri, Zayıflıkları, Fırsatları ve Tehditleri belirlenmiştir. Analizlerden elde edilen bulgular çerçevesinde değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Çalışmada Türkçe ve İngilizce dilinde çeşitli kitaplar, süreli yayınlar, internet kaynakları ve yayınlanmamış tezlerden yararlanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: KONGRE TURİZMİNİN TANIMI VE GELİŞİMİ

1. KONGRE TURİZMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarih boyunca toplantılar iletişim kurmak, öğrenmek, tartışmak, bir sonuca ulaşmak veya karara varmak gibi amaçlarla düzenlenmiştir. Savaş planları, barış mutabakatları kongre ve toplantı olaylarının başlangıç örnekleri olarak gösterilebilir (Mustafazade, 2015).

Uluslararası Dernekler Birliği'nin (UIA) kayıtlarına göre, ilk uluslararası kongre 1681 yılında Roma'da tıp alanında yapılmıştır. Modern anlamda düzenlenen ilk kongre ise 18 Temmuz 1814 ve 9 Haziran 1815 tarihleri arasındaki Viyana Kongresi; aynı zamanda dünyanın en uzun süreli kongresidir (Aymankuy, 2006, s. 5).

1681 ile 1860 yıllarında dünyada her yıl düzenlenen uluslararası kongre sayısının ortalama 5 olduğu bilinmektedir. 19. yüzyıl sonunda ise bu sayı 100'e ulaşmıştır (Pembegül, 2008, s. 9).

1800'lü yılların ortalarına kadar Avrupa ile çok fazla ilişkide bulunmasına rağmen Kuzey Amerika, ilk ticari fuarını 1900'lerin başında yapmıştır. Dini gruplar ve ticari dernekler üyeleri için toplantılar düzenlemeye başlamıştır. Bu etkinliklerin sıklaşması ile toplantı sektöründeki hareketlik artmaya başlamıştır (Montgomery & Strick, 1994, s. 5).

1896'da Detroitli bir grup iş adamının toplantı için bir araya gelmeleri sayesinde bölge halkına sağladıkları ekonomik canlılığın fark edilmesi ile toplantı sektörünün önemi anlaşılmaya başlanmıştır. 1900 yılında tüm dünyada düzenlenen kongre sayısı ise 232'dir (Mustafazade, 2015).

İkinci Dünya Savaşı sonrası kongre turizmi organizasyonları bilimsel gelişmelere paralel olarak artmaya başlamış; savaş sonrası uçakların ulaşım aracı olarak turizm seyahatlerinde kullanılması ile gelişmeler hızlanmıştır (Enes, 2013, s. 6). Soğuk savaşlar, uluslar arası örgütlenmeler, eğitim ihtiyaçları insanların bilgi alışverişinde

bulunmak ve tartışmak ihtiyacını doğurarak bir araya gelmelerine neden olmuştur (Jubayeva, 2013, s. 12).

1950 yılında düzenlenen kongre sayısı 700 olarak (Koşan, 1996, s. 56); uluslararası seyahate katılan kişi sayısı ise 25 milyon olarak bilinmektedir (Erdoğan, 2006, s. 2). Modern toplantı endüstrisinin temelleri özellikle Amerika ve Avrupa'da son iki yüzyıla dayanmaktadır. 1960 sonrası küresel büyüme ile toplantı sektöründe gelişmeler artmıştır. Endüstri ve ticaretteki büyümeler işadamlarının ve girişimcilerin aralarında toplantı yapma ihtiyacını doğurmuştur. Politik, edebi, dini, rekreasyonel değişimler ve gelişimler de toplantıların nedenlerinden olmuştur. (Weber & Chon, 2002, s. 3).

Toplantı sektöründeki büyüme Batı Avrupa'da 1960'larda devam etti. Bu süre içerisinde sektörü etkileyecek çeşitli uluslar arası örgütler kuruldu. Bunlar; Uluslararası Kongreler ve Toplantılar Birliği (ICCA) 1963'te, Avrupa Kongre Şehirleri Federasyonu (EFCT) 1964'te, Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Derneği (IAPCO) 1968'de kurulmuştur (Weber & Chon, 2002, s. 13).

1993 yılı itibariyle dünyada 9000 uluslararası kongre düzenlenmiştir. Avrupa 1'inci sırada iken Amerika 2'nci sırayı almıştır. Bunun en büyük nedeni olarak uluslararası dernek ve birliklerin merkezlerinin en fazla bu iki ülkede bulunması; teknolojinin, bilimin, ticaretin diğer kıtalara kıyasla daha ileri olmasıdır (Aymankuy, 1996, s. 19).

2000 yılı itibariyle yaklaşık 14.000 farklı büyüklükte kongrenin düzenlendiği; yaklaşık 75 milyon kişinin katılımında bulunduğu düşünülmektedir (Aksu, 2013, s. 4). 2010 yılında ise bu tahminler yılda 18.000 kongre düzenlendiği yönündedir. 2010'da ICCA ölçütlerine uyan 9.120 uluslar arası toplantı gerçekleşmiş ve 5 milyon 400 binden fazla delege bu organizasyonlara katılmıştır (ICVB, 2010, s. 8).

İnsanoğlu gezip gördükçe bilgisini artırmakta ve gezme konusundaki hareketliliğini de geliştirerek yeni deneyimler elde etmektedir (Özdemir, 2014, s. 121-130). Otuz yıl kadar öncesinde kongre ve toplantı turizmi, konaklama sektörü tarafından, gerekli ve zorunlu ancak pek istenmeyen, bir pazar olarak kabul edilmekte ve fazla önemsenmemekteydi. Büyük organizasyonların ihtiyacını karşılayacak kongre salonları ya da tesisler sınırlıydı aynı zamanda teknolojik donanımlar yeterli düzeyde değildi (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 40-41).

2. KONGRE TURİZMİNİN TANIMI

Kongre kelimesi köken olarak Latince'ye dayanır. Toplanma veya buluşma anlamına gelen “Congressus” kelimesi ile ifade edilirdi. Amerika’da “congress” kelimesi “parlamento” anlamında kullanılmakta olduğundan büyük toplantılar için uluslararası literatürde “convention(konvansiyon)” ifadesi kullanılır (Mustafazade, 2015).

“Conference” kelimesinin kökeni Ortaçağda birlikte olmak için bir araya gelmek anlamına gelen “conferentia” kelimesine dayanmaktadır. Kim’e göre kongre, konvansiyon, konferans, toplantı kelimeleri çoğu zaman birbirini yerine kullanılan terimler olarak ifade edilir. Choi ve Boger, kongre sektörünü diğer sektörlerle olan doğrudan etkisinden dolayı kırmızı-sıcak (red-hot) endüstri olarak tanımlamışlardır (Arber, 2008, s. 11).

Karasu (1985)’ya göre kongre turizmi; “Kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama, olay ve ilişkilerin tümüdür (Aktaran: Gökdeniz, 1996, s. 69)” şeklinde tanımlanmıştır.

Küçükaltan ve Havuç (1996)’a göre kongre turizmi, “insanların ortak konular üzerinde toplu görüşmelerde bulunmak amacıyla sürekli ikamet ettiği yerin dışına organize seyahatleri ve buralarda turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri de talep ederek geçici konaklamalarda an doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” (Küçükaltan & Havuç, 1996, s. 61).

Aydın (1997)’a göre kongre turizmi; “Bir spesifik grubun, spesifik bir konuyu görüşmek için belli aralıklarla bir araya gelmeleridir” (Aktaran: Delice, 2012, s. 4).

Çakıcı, kongre turizmini; “aynı veya farklı mesleklerdeki kişilerin kısa, sınırlandırılmış ve kesin bir program çerçevesinde kendi meslekleri, belirli bir bilimsel alan veya konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla sürekli yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarda ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde tanımlanmıştır (Çakıcı, 2006, s. 3).

Bazı tanımlara göre de kongre, ulusal veya uluslararası düzeyde en az 300 kişinin katıldığı ve karşılıklı bilgi alışverişi ortamının yaratıldığı büyük çaplı toplantılardır (Çakıcı, 2006, s. 5).

Başka bir kongre turizmi tanımı: insanların ortak konular üzerine toplu olarak görüşmelerde bulunmak amacıyla oturdukları yerlerin dışına organize biçimde seyahat etmeleri, gereğinde geçici olarak konaklama yapacak şekilde bir yerde toplanmaları, bu arada etrafi görmek, öğrenmek, dinlenmek ve eğlenmek gibi eğilimleri de tatmin etme olayı, şeklinde ifade edilmiştir (Albayrak, 2013, s. 89).

Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (MPI)'e göre kongre turizmi, “diğer ekonomik faaliyetler üzerinde önemli etkisi olan, ev sahibi ülke ve şehirlerde yatırımları, ticareti, iletişimi ve teknoloji teşvik eden, ev sahibi ülke ve şehirlere bilgi ve profesyonel gelişim imkanları sunan ve istihdamı sağlayan, çevreyi koruyan ve genellikle temiz olarak adlandırılan, harcama düzeyi yüksek olan, dünya çapında uzmanlığı teşvik eden ve dünya çapında anlayış ve işbirliğinin yayılmasını sağlayan bir endüstri”dir (TÜROFED, 2015, s. 42).

M. Accola il G. Gamma, kongre tanımının kapsadığı öğeleri aşağıdaki şekilde açıklamıştır (Çakıcı, 2006):

Tablo 1: Toplantı Turizminin Unsurları

Unsur	Açıklama
Konu	Belirli bir konuda toplantı
Nesne	Kişiler
Amaç	Bilgi alışverişi
Zaman	Kısa ve sınırlanmış
Çerçeve	Kesin bir program

Kaynak: Celil Çalıcı, **Toplantı Yönetimi: Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s.3.

Turizmin tanımını Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST), “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” şeklinde tanımlamıştır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2011, s. 3).

Öyleyse turizm için yapılan bu tanımdan ve kongre turizmi unsurlarından yola çıkılarak bir tanım denemesi şu şekilde yapılabilir: “Kişilerin, belirli bir konuyla ilgili toplantıya

katılmak amacıyla bilgi alışverişi yapmak veya tartışmak için bir ya da birkaç gün ile sınırlandırılmış ve önceden belirlenmiş kesin bir program kapsamında, ikamet edilen yerden ayrılış ile başlayıp geri dönene kadar geçen süre zarfında, seçilen destinasyona yaptıkları seyahatleri içerisindeki ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlenme, gezme, spor, tatil, alışveriş etkinliklerinin ve etkileşimlerin tümüdür.”

Kongre turizmi, toplantı ve eğlence gibi birbirinden farklı iki faaliyeti bünyesinde barındırması yönüyle bir “ikili turizm (Amphibien-Tourismus)” türüdür. Asıl faaliyet kongredir; turizm olayı ise tamamlayıcı unsurdur (Pembegül, 2008, s. 12).

Kongre turizmi bir incoming olayıdır. Dolayısıyla kongrenin yapıldığı şehirde oturan bir kongre delegesi kongre üyesidir ancak kongre turisti değildir. Katılımcılar yirmi yıl öncesinde 30-60 yaş arası profil sergilerken günümüzde daha genç bir profil çizmektedirler. Evlilerin yanı sıra bekarların da bulunduğu, 25-40 yaş arası kişilerden oluşmaktadırlar. Ayrıca son yıllarda bayan katılımcı sayısı şirket toplantılarında %39, ticari toplantılarda %35'i bulmaktadır. Dolayısıyla artık katılımcı eşleri baylar olmaktadır (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 248); (Aymanıkuy, 2006, s. 7).

Katılımcılar eğitim ve gelir düzeyi yüksek kişiler olduklarından seyahat tipi ve yoğunluğu buna bağlı olarak artmaktadır. Katılımcıların kişisel geliri, sahip oldukları boş zaman ve seyahatten alacakları mutluluğun talebi etkilediği düşünülmektedir. Aynı zamanda entelektüel ve farkındalık düzeyleri yüksek kişiler olduklarından toplumsal ve çevresel olaylara karşı ilgi göstermektedirler.

Toplantı ile etkinlik çoğu zaman aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak etkinliklerde ev sahipliği bir mekânın ve düzenlenmesinde yardımcı sponsor firmaların varlığı söz konusudur. Etkinlikler bilgilendirme, motivasyon, kutlama, eğlence, satış gibi amaçlarla toplantılardan farklı bir boyut sergilemektedir (Aksu, 2013, s. 1).

Kongre turizmi, turizm çeşitleri arasında %20'nin üzerinde bir ciro payına sahiptir. Gerçekleşen her kongre, turizm olayı için bir başlangıçtır. Yıllar geçtikçe artan kongre organizasyonları, turizmin bu türünün geleceğinin oldukça parlak olduğunu göstermektedir (Kozak vd., 2011, s. 19).

Meslek örgütleri ve uluslararası şirketler her yıl değişik ülkelerde veya bölgelerde toplantılar düzenleyerek bölgelerin tanıtımına katkıda bulunurlar. İş seyahatine çıkıldığında bu seyahat esnasında hem iş ve çalışma hem de dinlenme ve zevk etkinlikleri bir arada gerçekleşir. Günümüzde toplantıların sayısı yeni bilgiler edinmek, meslektaşlarla tanışmak ve fikir alışverişinde bulunmak, işle ilgili eğitimler ve yeni ürün tanıtımları gibi amaçlarla giderek artmaktadır. Toplantı etkinlikleri esnasında yapılan çevre turları toplantı paket programına dahil edilmektedir (İçöz, 2011, s. 5).

Küreselleşme ile gelişen teknoloji ve değişen dünyaya paralel olarak insanların öğrenme isteğinin artması, şüpheli ve sorgulayıcı davranışlar kazanması ile bilimsel bilginin alanında uzman kişilerce devamlı geliştirilir hale gelmesi, meslektaşları ile tartışarak yeni fikirler edinmenin çekiciliği ile toplantı ve kongre turizmi gitgide büyüyen ve önemi artan bir sektör olma yolundadır.

3. KONGRE TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ

Kongre turizminin özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Albayrak, 2013, s. 89):

- Serbest zaman turizminden farklı olarak yılın 12 ayı boyunca gerçekleştirilebilecek bir turizm türüdür. Genellikle de yaz sezonu dışındaki belirli dönemlerde gerçekleştirilmektedir. Turizm sezonunu uzatıcı özelliğe sahiptir. Türkiye’de -nisan, mayıs, haziran, eylül, ekim, kasım gibi- ilkbahar ve sonbahar aylarında yoğunlaşmaktadır.
- Kongre turizmi, toplantının büyüklüğüne, ulusal ya da uluslararası olmasına, katılan kişi sayısına göre sınırlandırılan bir ya da birkaç günlük programdan oluşur.
- Kongre turizmi her daim bir sonuca kavuşmak amacıyla değil, belirli bir konuyla ilgili bilgi alışverişinde bulunmak, tartışmak, yeni bilgiler edinmek amacıyla da gerçekleştirilen bir turizm türüdür.
- Kongre destinasyonu olan bölgenin doğal ve kültürel miras çekicilikleri, ulaşım altyapısı, güvenliği, rekreasyon tesislerinin çeşitliliği, farklı hizmet düzeylerindeki konaklama imkânlarının zenginliği destinasyon tercih sebebi olmakla birlikte, kongre katılımcısı turistlerin ihtiyaçlarını karşılama durumu açısından da önemlidir.

- Kongre turizminde ürün olarak sunulan kongre paketi bileşik ürün özelliğindedir. Ulaşım, konaklama veya kongre esnasında meydana gelecek bir sorundan kongre paketi olumsuz şekilde etkilemektedir. Yani delegenin memnuniyet seviyesi dolaylı olarak düşer.
- Kongre turizminin yoğun olarak gerçekleştiği aylarda, atıl kalan otel veya kongre merkezi arzları bu sayede kullanılmakta olup düşük sezonda tesislerin gelirlerini maksimize etmelerini de sağlamaktadır.
- Kongreler gerçekleştirileceği destinasyon ve çevresi için önemli bir tanıtım aracı olup ülke imajı açısından önemli rol oynamaktadır.
- Kongre turizminde ilerlemek için yalnızca ilgili kuruluşların değil, başta halkın desteklemesi ve işbirliği içinde olması gerekir (Mustafazade, 2015).

4. TOPLANTI TÜRLERİ

Turizm sektöründe kongre ve toplantı turizmi ya da MICE (Meetings, Incentives, Convention/Congress, Exhibitions) etkinlikleri olarak geçen toplantı türleri genelde birbirleri yerine kullanılmaktadır. Literatürde kongre kelimesinin tüm türleri kapsayan şekilde kullanımıyla karşılaşmaktayız. Ancak küçük farklar ile ayrılan toplantı türlerini tanımlayabilmek gerekir.

Toplantı (Meeting): Meeting birden fazla insanın ortak amaçlarla bir araya gelmeleridir. Günümüzde bu kavram çok farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Örneğin; siyasi partilerin ve liderlerinin düzenledikleri açık hava toplantılarına miting denilmektedir. Bazı grup ya da sendikaların bir olayı kınamak veya kutlamak gibi amaçlarla düzenledikleri toplantılar da miting olarak adlandırılmaktadır. Yine otelcilik literatüründe departman yöneticileri tarafından düzenli ya da düzensiz olarak personeli bilgilendirme ya da kontrol veya başka amaçlarla yapılan toplantılarda meeting olarak ifade edilmektedir (Aymanıuy, 2006, s. 2). Toplantı, 15 veya daha fazla sayıda kişinin bir yerde en az 6 saat süreyle belirli bir gündemle toplanması anlamına gelir, seminer ve eğitimleri de kapsar. Toplantılar 2 günden az sürer ve konaklamayı kapsamaz (Huges, 1996, s. 38) . Katılımcıların birincil etkinliklerinin; eğitim oturumlarına katılmak, toplantılara ve tartışmalara katılmak, sosyalleşmek ve organize edilmiş diğer aktivitelere katılmak olan bir buluşma türüdür (Fenich, 2014, s. 14).

Konferans: Kongreye çok benzemekle birlikte kongreye göre daha fazla tartışma ve katılmayı ifade etmektedir. Kongre kavramı güncel hayatta sık sık ve düzenli olarak yapılan toplantılar için kullanılmaktadır. Konferans deyimi ise, daha çok teknik ve bilimsel alanlarda yapılan ve düzenli bir periyot göstermeyen toplantılar için kullanılmakla birlikte, ticari alandaki toplantılar için de kullanılmaktadır. Konferans çoğunlukla spesifik problemlerden ya da gelişmelerden ve küçük çalışma gruplu-grupsuz toplantılarda meydana gelmektedir. Konferanslar küçük ya da büyük katılımlı olabilirler (Aymankuy, 2006, s. 2).

Forum: Bir yönetici başkanlığında panelistlerin bir konu hakkında enine boyuna yaptıkları tartışmalardan oluşan toplantılara verilen isimdir. Dinleyiciler (katılımcılar), sorulan soruların panelistler tarafından tüm yönleriyle açıklanmasını beklerler. İki ya da daha fazla konuşmacı birbirleriyle zıt yönlü görüşlere sahip olabilirler. Konuşmacıların amacı birbirlerinden daha çok katılımcılara hitap etmektir. Bu tür toplantılarda konuşmacıların konuşmaları sonrasında oturum yöneticisi konuyu ya da konuşmayı özetler ve sonra tartışma başlatılır (Çizel, 1999, s. 4).

Sempozyum: Şekil olarak forum'a çok benzemekle birlikte, aralarındaki en önemli fark, sempozyumun foruma göre şekilsel şartlar bakımından daha zengin ve katı kurallara sahip olmasıdır. Sempozyum birçok uzmanın bir konu ile ilgili tebliğler sunduğu toplantılardır. Sempozyumda dinleyicilerin katılımları forum'a göre daha azdır (Çizel, 1999, s. 5).

Seminer: Konuşmacı ya da konuşmacıların kürsüden dinleyicilere ulaşma fikrinden kaçmaları ile ortaya çıkan bir toplantı türüdür. Seminer bilgi ve deneyimin herkes tarafından paylaşılması fikrini kapsamaktadır. Tartışmalar yöneticinin denetimi altında yapılır. Seminer nispeten küçük gruplara bir şeyler katmak amacı güder. Eğer toplantılar büyük boyutlu ise o zaman bu toplantılar forum veya sempozyum olarak adlandırılır (Aymankuy, 2006, s. 2).

Workshop: Küçük bir grubun bir konuyu tartıştığı ve özel bir problemi çözmeye yönelik toplantılardır. Bir eğitimcinin denetimi altında bir konunun öğrenilmesi amaçtır. Katılımcılar birbirini eğitir ve birbirlerine yeni bilgiler aktarırlar (Özer, 2010, s. 5).

Panel: İki ya da daha fazla konuşmacının görüşlerini ya da uzmanlık alanlarını anlattıkları toplantılardır. Panel, dinleyiciler kadar panelistler arasında da tartışmaya açık bir toplantıdır. Panel her zaman bir panel yöneticisi tarafından yönetilir (Aymankuy, 2006, s. 2).

Zirve: Yüksek seviyedeki resmi görevlilerin (dışişleri bakanları, devlet başkanları vs.) katıldıkları toplantılardır (Çizel, 1999, s. 5).

Kongre: Kongre, özel ilgi gerektiren bilimsel konularda veya herhangi bir işle ilgili bilgi alışverişini amaçlayan, başlangıcından birkaç yıl önce planlanan ve katılımcıların genellikle toplanılan yerin dışından geldiği toplantılardır (Atabaş, 2008, s. 54).

Kolokyum: Uzman akademisyenlerin belirli bir konuda konuşmalar yaptıkları ve ilgili soruları cevaplandıkları toplantılardır (Çizel, 1999, s. 5).

Konvansiyon: İnsanların içinde yaşadıkları toplumdan bireysel veya küçük gruplar halinde ayrılarak ortak bir amaç için belirli bir yerde başka yüzlerce ya da binlerce insanla bir araya gelmeleridir. Konvansiyonlar ile kongreler birbirinden ayrılırlar. Çünkü konvansiyonlar mega olaylardır. Bazen gidilen yerde katılan kişilerin sayısı öyle fazladır ki, kendilerini yerli halktan daha üstün görebilirler ya da yerli halk bir işgal hissine kapılabilir böyle durumlarda bir takım olumsuz sosyal olaylarla karşılaşılabilir (Aymankuy, 2006, s. 3). Toplantılardaki gibi katılımcıların birincil etkinlikleri aynı olup; ikincil etkinliklerin var olduğu buluşmalardır. Bu etkinlikler genellikle sergiler, ticari fuarlar ve tüketici şovları olarak düzenlenmektedir (Fenich, 2014).

Mega olay denilen büyük ölçekli konvansiyonlarda (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 38):

- Sadece bir ya da iki tesis ile sınırlı kalmayıp çok sayıda konaklama tesisinin kullanılması,
- Planlama evresinde uzun bir ön süre ayrılarak detaylı organize edilmesi,
- Toplantı öncesi ve sonrası etkinliklerin de dahil olduğu karışık ve kapsamlı programın belirlenmesi,
- Büyük ölçekli ve/veya çok sayıda toplantı salonunun ve nitelikli teknolojik ekipmana duyulan ihtiyacın karşılanması,

- Uluslararası boyutta toplantılarda yararlanmak için katılımcı milliyetlerine göre anında tercüme yapılacak dil sayısının belirlenmesi gerekmektedir.

Fuar: Belli zamanlarda, belli yerlerde ve belli süre mal sergilemek, ürün tanıtmak ve ticaret bağlantıları kurmak amacıyla açılan büyük pazar olarak tanımlanmaktadır. Sergiler, fuarlardan farklı olarak alan ve kapsam bakımından daha küçük çaplı faaliyetlerdir (Çakıcı, 2006, s. 181).

Sergi: Bir kuruluşu veya ürünleri tanıtmak, güven sağlamak, alıcılara bilgi vermek, bir dönemi tanıtan envanter sunmak gibi amaçlarla düzenlenen iletişim araçları şeklinde tanımlanmıştır. Genellikle prestij ve enformasyon odaklıdır ve periyodik değildir. Satıştan çok tanıtım yoğundur. Fuar ve sergiler, üretici ve müşteri arasında fikir alışverişi imkanı sağlar. Fuarlar ticari amaçlıdır. Sergiler ise genellikle başka bir toplantıya bağlı olarak; toplantıya ilişkin mal ve hizmetlerin sunulması şeklinde gerçekleşmektedir. Ticari mal ve hizmetlerin pazarlanmasında fuar ve sergilerin önemi büyüktür (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 40-41).

5. KONGRE TURİZMİNDE TOPLANTILARIN SINIFLANDIRILMASI

Kongre türlerinin sınıflandırılması şimdiye dek birçok farklı şekilde yapılmıştır; amaçlarına, konularına, düzenlendikleri yere, katılımcı sayısına, düzenlenme sıklığına göre ayrımlar gerçekleştirilmiştir.

5.1. Amaçlarına Göre Toplantılar

Genellikle politik, bilgi alışverişi, eğitim, ticari amaçlarla düzenlenen toplantılardır. (Çakıcı, 2006, s. 3)

- Ulusal ve Uluslararası Kongreler: Bilgi alışverişi amacı ile düzenlenir.
- Seminerler ve Kurslar: Okul içi veya okul sonrası eğitim amacı ile düzenlenir.
- Ürün Tanıtma Toplantıları: Satış ve pazarlama tekniklerini göstermek amacıyla düzenlenir.
- Özendirme Toplantıları: Satışların artırılmasını teşvik etmek amacıyla düzenlenir.

5.2. Konularına Göre Toplantılar

Dünya turizm literatüründe UIA, kongre konularını şu şekilde gruplandırmıştır (Aymankuy, 2006, s. 5-6):

- Bibliyografi, döküman, basın
- Din, etik
- Sosyal bilimler, hümanist çalışmalar
- Uluslararası ilişkiler
- Politika
- Hukuk, kamu idaresi
- Sosyal yaşam seviyesi
- Meslek, işverenler
- Ekonomi, finans
- Ticaret, sanayi
- Tarım
- Ulaşım, seyahat
- Teknoloji
- İlim
- Sağlık
- Eğitim, gençlik
- Sanat, radyo, sinema
- Spor, eğlence

5.3. Düzenledikleri Yere Göre Toplantılar

Katılımcıların milliyetlerine göre yapılan bu sınıflandırma genelde ulusal ve uluslararası olarak yapılmış olsa da kimi ayrımlarda bunlara ek bölgesel toplantılar ve yabancı toplantılar da eklenmektedir.

5.3.1. Ulusal Toplantılar

Kongre katılımcılarının çoğu kongrenin yapıldığı ülke vatandaşıdır. Bir ulusal kongre de en önemli husus zaman ve suresinin iyi ayarlanmalıdır. Genellikle kısa süreli olarak yapılırlar; uluslararası kongrelere göre daha az zahmetli ve masraflıdır. Çoğunlukla 1-3 gün sürmektedirler. Katılımcılar daha çok orta sınıf düzeydeki (2-3-4 yıldız) otellerde konaklamayı tercih eder (Aymankuy, 2006, s. 20).

Nadir olarak başka ülke temsilcileri izleyici olarak katılabilmektedir. Kongre ile ilgili harcamaların tamamı veya bir kısmı katılımcıların bağlı oldukları kuruluş tarafından ödenir (Albayrak, 2013, s. 89).

Çok sayıda düzenlenmesi ve genelde katılımcıların belli bir yoğunluğu aşmaması nedeniyle organizasyonların toplantı salonu bulunan otellerce paylaşımını sağlayan önemli organizasyonlardır (BAKA, 2012, s. 5).

5.3.2. Uluslararası Toplantılar

Uluslararası kongreler, ulusal kongrelere göre daha karmaşık yapıdadır. Bunun nedeni ise katılımcıların farklı ülkelere ait olması ve sayılarının fazla olmasıdır (Albayrak, 2013, s. 89). Delegeler, Türkiye'den ve Türkiye dışından gelenlerden oluşur. Ön hazırlığı uzun ve yorucudur; aynı zamanda ticari risk de fazladır.

En az üç ülkeye ait temsilciler bulunmalıdır. Ulusal kongrelerden daha uzun süreyi kapsar, genellikle 4-7 gün sürer; pazartesi başlar ve cuma sona erer. Çevre gezileri, kongre katılım ücretine dahil veya ekstra ücret karşılığında toplantı dışı zamanlarda düzenlenebilir. Katılımcının kongre programından beklediği iş ve zevk tatmininin maksimize edilmesi bu tarz özel programların düzenlenmesi ile mümkün olur. Katılımcıların mensup olduğu diller göz önüne alınarak simültane çeviri yapılacak dil sayısı belirlenmelidir. Kongre merkezi seçilen destinasyonun ulaşım olanakları da önemlidir. Delege en kısa sürede havaalanından toplantı merkezine ulaşabilmelidir (Ayman, 2006, s. 20-21).

ICCA'ya göre uluslararası toplantılar kurumsal şirket toplantıları ve dernek ile birlik toplantıları olarak ikiye ayrılmaktadır. Yılda gerçekleşen 1 milyondan fazla toplantının 800 bininin şirketlere 200 bininin derneklere ait olduğu düşünülmektedir.

Tablo 2: Kurumsal ve Birlik Pazar Bölümleri – Anahtar Farklar

Kurumsal Şirket Toplantıları	Dernek ve Birlik Toplantıları
Düzenlenen toplantı sayısı fazladır. Küçük ölçekli toplantılardır. Toplantı hedefleri firmanın ihtiyacına göre belirlenir. Katılımcı sayısı azdır. Planlama süreci kısadır. Tek destinasyonda toplanılır. Karar alma süreci hızlıdır. Aynı destinasyondan tekrar satın alma olasılığı vardır.	Düzenlenen toplantı sayısı azdır. Büyük ölçekli toplantılardır. Toplantı hedefleri üyelerin ihtiyacını genellebilecek şekilde belirlenir. Katılımcı sayısı fazladır. Planlama süreci birkaç seneyi bulabilmektedir. Coğrafik rotasyon uygulanır. Yönetim kurulu toplantılarının düzenliliğinin sağlanması yönünde kararlar alınmaktadır. Uzun zaman sonra aynı destinasyonu ziyaret etme olasılığı vardır.

Kaynak: Karin Weber & Kaye Chon, **Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives**, The Haworth Hospitality Press, New York, 2002, s.60.

Kurumsal toplantılar genellikle otellerde, dernek ve birlik toplantıları ise genellikle kongre merkezlerinde yapılmaktadır. Şirket toplantılarında katılım ücretini firma öder; dernek toplantılarında ise üyeler öder. Şirket toplantıları 1-3 gün sürerken, dernek toplantıları 3-5 gün sürmektedir. Şirket toplantıları düzenli değildir, dernek toplantıları

ise yıllık periyotla düzenlenir. Şirket toplantıları kısa süreli olduğu için eş katılımı seyrek görülürken, dernek toplantılarında eş katılımı oldukça fazladır.

5.3.3. Bölgesel Toplantılar

Bu toplantıları düzenleyen kuruluşlar genelde bölgesel birliklerdir. Ulusal organizasyonlardan farkı ulusal birlik toplantılarından daha küçük olmasıdır ancak bazıları tanıtım ve sergi faaliyetleri de içerebilmektedirler (Arber, 2008, s. 32).

5.3.4. Yabancı Toplantılar

Ulusal bir kongrenin başka ülkede düzenlenmesi “yabancı bir grubun kongresi” olarak adlandırılır (Mustafazade, 2015). Örneğin; Kongre sahibi ve katılımcılar Türkiye dışındadır ancak toplanılacak yer Türkiye'dir. Bunlar genellikle meslek örgütlerinin düzenlediği genel kurul toplantılarıdır (BAKA, 2012, s. 5).

5.4. Katılımcı Sayılarına Göre Toplantılar

Kongre veya toplantılara katılan delege sayıları göz önüne alınarak yapılan bir tasniftir. Tablo 3'teki katılımcı sayılarına göre toplantıların sınıflandırılması yapılmıştır.

Tablo 3: Katılımcı Sayılarına Göre Toplantıların Sınıflandırılması

50 Delegeye Kadar	50-300 Delege	300 Delege Üzeri
Seminer	Genel Kurullar	Kongreler
Kolokyum	Konferanslar	Genel Kurullar
Workshop	Sempozyumlar	
Panel	Zirve	
Komisyon Toplantıları		
Denetim Kurulu Toplantıları		

Kaynak: Yusuf Aymankuy, **Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2006, s.2.

5.5. Düzenlenme Sıklığına Göre Toplantılar

Olağan toplantılar, yıllık toplantılar, iki yıllık toplantılar, olağan dışı (düzensiz) toplantılar şeklinde düzenlenirler.

Uluslararası kuruluşların toplantı sıklığı: %88'i olağan düzenlenen kongreler, %41'i yıllık düzenlenen kongreler, %24 iki yıllık düzenlenen kongrelerden oluşmaktadır (Dallı, 1996).

Yıllık toplantılar: Birliklerin yıllık olarak uluslararası, ulusal, bölgesel veya küresel düzeyde, periyodik toplantıları gerçekleşmektedir. Bazı birlikler yılda birden fazla toplantı da düzenlenmektedir. Bu kongrelerin çoğunda fuarlar ve sergiler yer almaktadır (Arber, 2008, s. 32).

İki Yılda Bir Düzenlenen Toplantılar: Derneklerin yaptığı kurul toplantılarıdır. Türkiye’de derneklerin 2 yılda bir genel kurul toplantısı düzenlemek zorundadırlar (Çakıcı, 2006, s. 8).

6. KONGRELERİN NİTELİK VE SINIRLILIKLARI

İstatistiksel anlamda kongre faaliyetlerini takip eden kuruluşlar; Uluslararası Kongreler ve Toplantılar Birliği (ICCA), Uluslararası Dernekler Birliği (UIA), Avrupa Kongre Şehirleri Federasyonu (EFCT)’dur. ICCA ve UIA güncel bilgiler sunmaya devam ederken, EFCT’nin faaliyet anlamında oluşumunu sonlandırdığı gözlemlenmektedir (TÜROFED, 2015, s. 40). Bu birlikler, toplantı pazarıyla ilgili hazırladıkları raporları farklı kısıtlara ve kriterlere göre yapmaktadırlar.

ICCA için uluslararası kongreler; düzenli organize edilen, en az 50 katılımcının bulunduğu, 4 farklı ülkede yer değiştirerek düzenlenen toplantılardır. UIA için uluslararası kongreler; %40’ı yabancı olan en az 300 katılımcının bulunduğu, en az 5 farklı milletten temsilcilerin katıldığı, en az 3 gün süren toplantılar bu kapsamda değerlendirilmektedir (Aksu, 2013, s. 3).

Kongrelerin sayısal ve zamansal sınırları kongrenin türüne, amacına, düzenlendiği yere göre değişmektedir.

6.1. Zaman Sınırları

Kongrelerin sürelerine katılan delege sayısı, toplantının amacına ve konusuna göre değişiklik göstermektedir. Kongreler genellikle 4-5 gün ile sınırlandırılırlar. Özel durumlarda en fazla 14 güne çıkarılabilir, daha uzun süreli kongrelerin kalitesinden ve belirlenen amacından uzaklaşmakta olduğu fikri kabul edilir (Aymanıuy, 2006, s. 17). Çünkü delegelerin uzun süren bir toplantıda yoğunlaşma problemi yaşayarak,

sıkılmalarına neden olabilmektedir; bu da zamanın ve kaynakların boşa harcanması anlamına gelir (Mustafazade, 2015).

6.2. Sayısal Sınırları

Kongreye katılan delege sayısı ne olursa olsun ekonomik anlamda sağladığı faydalar yadsınamaz derecededir. Yine de katılımcı sayısının bir kıstas olarak alınıp alınmaması tartışma konusudur. Bazı literatürde kongre katılımcıları alt sınırı 15-20-25 olarak kabul edilmiştir (Aymankuy, 2006, s. 18).

7. KONGRE TURİZMİNİN ETKİLERİ

Turizmin yarattığı sosyal-kültürel ve ekonomik etkileri kongre turizmi de yaratmaktadır. Diğer turizm türleri ile ilişkisine bakıldığında zaman tamamlayıcı olan kongre turizmi iyi değerlendirildiğinde birçok alanda olumlu sonuçlar yaratmaktadır. Özellikle ekonomik anlamda dikkate alındığında kongre turizminin yarattığı etki boş zaman turizmine kıyasla 3,5 kat daha fazla görülmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin ihtiyaç duyduğu yabancı döviz geliri ve istihdam olanakları turizm sayesinde yaratılmaktadır. Ancak bazı yazarlar tarafından geleneksel yaşamı bozduğu ve dışa bağımlılığı artırdığı da düşünülmektedir (İçöz, 2005, s. 182).

Kongre sektörü sürekli ve büyüyen bir pazar olmasının yanı sıra, pazarlama ve altyapı yatırımları gibi girişimlerle hükümetin desteği, karşılaştırılabilir istatistiksel verilerin sağlanması ile birlikte sektöre güvenilirliğin artması, riski azaltacak, yatırım ve büyümeyi teşvik edecek, sektörün ekonomik büyümesini ve başarısını sağlayacaktır (McCabe, Poole, Weeks, & Leiper, 2000, s. 26).

7.1. Ekonomik Etkileri

20. yüzyılda ülkelerin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde turizm sağladığı ekonomik kazanç ile çıkış noktasını durumundadır (Kozak vd., 2011, s. 73). Paket tatil fiyatının kişi başına ortalama 60 \$ olmasına karşın, kongre paketinin 1.500 \$ oluşu ekonomik katkısının ne kadar büyük olduğunu gözler önüne sermektedir (Jubayeva, 2013, s. 23).

Turizm işletmecileri ve diğer işletmeciler, kongre sonucu oluşan toplam satış gelirini içeren brüt harcama ile ilgilenmektedir. Brüt harcama, kökeni ne olursa olsun kongre ile ilgili tarafların -delegeler, eşlik eden kişiler, diğer kongre katılımcıları, organizatörler ve sponsorlar- yaptıkları tüm mal ve hizmet satın alımlarını kapsar. Ancak brüt harcama destinasyona giren "yeni para"yı değil, kongre ile ilgili tüm harcamaları içerdiğinden ekonomik etkiyi tahmin etmek için kullanılamaz. Ekonomik etkiyi analiz etmek için kullanılabilir en uygun kriter delegelerin destinasyonda yaptıkları günlük harcamalardır (Weber & Chon, 2002, s. 22-25).

Turizm, gelir dağılımındaki dengesizliğin giderilmesi, istihdam olanaklarının artırılması, bireysel gelirin artması, ödemeler bilançosu açıklarının kapatılması gibi olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Turizmin ekonomik etkisi sadece sektör içinde kendini göstermemekte; diğer sektörlerle işbirliği içinde olması nedeniyle yatırım, istihdam ve gelir çarpanları önemli ölçüde etkili olmaktadır (İçöz, 2005, s. 183-185).

Kongre katılımcılarının %25'i eşleriyle seyahat etmektedir. %75'i ise pre-congress (kongre öncesi) ya da post-congress (kongre sonrası) olarak seyahatlerini uzatmaktadırlar. Katılımcı harcamaları kongre organizasyon içindeki en fazla paydır. En fazla harcama kalemi %50'den fazla oran ile konaklama, ikinci sırada yiyecek-içecek işletmeleri, üçüncü sırada ise alışveriş harcamaları yer almaktadır (Aymankuy, 2006, s. 27-29).

Kongre turizminin tatil turizmi gibi sezonunun olmaması, tüm yıl boyunca organizasyonların düzenlenmesi, işletmelerin atıl kapasitelerini kullanarak gelir elde etmesi açısından önemlidir. Tesisler, sezon dışında düşük talebe bağlı düşük gelir elde etme nedeniyle, maliyeti düşürmek için sezonda işe alıp yetiştirdiği personeli işten çıkarmak zorunda kalmamakta; kongreler ile talep, sezon dışı dönemde de devam etmekte böylece personel ihtiyacı sürekli bir hal almaktadır. Dolayısıyla hem personel hem de işletme açısından maddi ya da manevi bir kayıp meydana gelmemektedir. Bu anlamda da kongre turizmi mevcut istihdamın devamını sağlamak açısından da odaklanılması gereken önemli bir turizm dalıdır.

Kongre turizminin sağladığı ekonomik faydalar özetlenecek olursa:

7.1.1. Gelir Getirici Etkisi

Dünyada, toplam turizm gelirinin yaklaşık %30'u toplantı turizminden sağlanmaktadır ve yıllık 250 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir. Delegation gittikleri bölgenin ticari hayatına hareket getirir ve vergi gelirlerini artırır (Kaya, 2016, s. 24).

Dünyadaki konaklamaların %13'ü kongresistler tarafından gerçekleştirilmektedir (Aymankey, 1996, s. 22). Delegation, normal bir turistten 4-5 kat daha fazla alım gücüne sahip kişilerdir. Dolayısıyla konaklama ve yeme-içme hizmetleri vasat seviyedeki tesisler tarafından tatmin edilememektedir. Özellikle uluslararası kongre katılımcıları "seçkin" kişiler olarak bilinirler. Yaptıkları harcamalar ile ülkeye en fazla döviz girdisi sağlayan turistler bu grupta yer almaktadırlar (Aymankey, 1996, s. 19).

Toplantı planlayıcılarına yönelik yapılan bir araştırmada bir delegenin ortalama harcamasının 2.352 \$ olduğu tespit edilmiştir. 843 \$ ulaşım, 691 \$ konaklama 417 \$ dinlenme ve eğlenme, 401 \$ yiyecek-içecek amaçlı kullanıldığı bilgisine ulaşılmıştır (Arber, 2008, s. 12).

Türkiye gibi turizm faaliyetlerini tüm yıla yayamamış ülkelerdeki turizm işletmeleri için toplantı turizmi önemli bir açığı kapatma işlevi görmektedir (Dölalan, 2008, s. 18).

7.1.2. İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizm emek yoğun bir sektör olduğu için insan gücüne duyulan ihtiyaç her zaman üst düzeydedir. Turistlerin yapmış oldukları harcamalar turizm sektörüne doğrudan ya da dolaylı yoldan girdi sağlayan istihdam yaratma etkisi gösterir. İstihdam artışı, talep artışına paralel bir gelişme gösterecektir (İçöz, 2005, s. 183).

Kongre turizminin geliştirilmesinde yönelik yapılan yatırımlar turizm ve kongre turizmi ile bağlantılı diğer sektörlerde de yeni iş alanları meydana getirecektir. Uluslararası Konferans ve Ziyaretçi Büroları Birliği (IACVB), kongre ile bir bölgede yapılacak her 20.000 \$'lık doğrudan harcamanın yeni bir iş yaratacağını öngörmektedir. Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Kongre turizminin gelişmesine paralel olarak, kongre merkezli tesis yatırımlarının artması iş gücü talebini de artıracaktır (Aymankey, 1996, s. 32).

Turizmin ülke ekonomisine sağladığı üç tip istihdam vardır (İçöz, 2005, s. 183):

- Doğrudan İstihdam: Otel, motel, restoran gibi turizm sektöründe yer alan tesislerdeki turist harcamaları ile yaratılır.
- Dolaylı İstihdam: Turistik harcamalar sonucu oluşmayan; fakat turizmle ilgili sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşur. Tarım, balıkçılık, inşaat gibi.
- Uyarılmış İstihdam: Bölge halkının doğrudan ve dolaylı istihdam ile turizmden kazandığı gelirin yeniden harcanması sonucu ortaya çıkan ek istihdam. Burada turizm çarpanının etkileri kendini gösterir.

7.1.3. Turizmin Mevsimsellik Özelliğini Azaltıcı Etkisi

Turizm, bütün bir yıl süresince karşılaşılan bir faaliyet olmakla beraber, yılın belirli dönemlerinde daha yoğun olarak görülen bir olgudur. Bu döneme turizm mevsimi adı verilir (Akgül, 2010, s. 15). Türkiye’de turizm sezonunun altı aylık dönemde yoğunlaşması, verimsiz kapasite kullanımı ve mevsimlik işsizlik sorunlarını doğurmaktadır. Kongre ve fuar turizminin değerlendirilmesi ile kış aylarında atıl kalan kapasitelerin kullanımı, sektörün bu sorunlarının çözümüne katkısı bakımından önem arz etmektedir (TÜSİAD, 2014, s. 11).

Kongre etkinliklerinin daha yoğun olarak nisan, mayıs, haziran, eylül, ekim, kasım -ilkbahar ve sonbahar- aylarında yapıldığını görmekteyiz (Çakıcı, 2006, s. 9). Boş zaman turizmine veya deniz-kum-güneş turizmine kıyasla yalnızca üç ay yaz sezonu boyunca sürmeyip tüm yıl boyunca devam etmektedir. Böylelikle düşük sezonda otellerin ve kongre tesislerinin atıl geçen arzları kullanılmakta olup turizm sezonu uzamaktadır. Talep devam ettiği için sezon sonunda personel işine son verme durumları ortadan kalkmakta, işletmeler de düşük sezonda gelir sağlamaktadır.

7.1.4. Alt ve Üst Yapının Geliştirilmesine Etkisi

Kongre destinasyonu olarak çok sık tercih edilen bir kent, şehirleşme sürecinde daha hızlı gelişim göstermektedir. Yeni yatırımlarla altyapı ve üstyapı imkanları artmakta, mevcut bozukluklar veya eksiklikler en aza indirgenmektedir. Bölgenin sahip olduğu doğal güzelliklerin, tarihi ve kültürel eserlerin korunması, bakımı ve onarımı özenle

gerçekleştirilmektedir. Özellikle ulaşım unsurunun kolay ve çok alternatifli olması önemli bir destinasyon seçim sebebidir.

Kongre merkezleri inşası sırasında verimsiz arazilerin değerlendirilmesi ile büyük faydalar sağlanır (Dölalan, 2008, s. 19).

Kongre esnasında gelir düzeyi yüksek grubun konaklayacağı butik, lüks ya da beş yıldızlı oteller dışında, öğrencilerin de katılım göstermesi halinde ucuz konaklama gerçekleştirebilecekleri hostel veya 1-2-3 yıldızlı tesislerin de artırılması gerektiği düşünülmektedir.

7.2. Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizm sosyal bir olaydır, iki yönlü etkileşim söz konusu olduğu gibi kongre turizmi için de aynı şey geçerlidir. Toplantı turizmi, sosyal gelişmelere, bölge halkının kültürünün artmasına ve dünya görüşlerinin değişmesine olumlu katkılar sağlamaktadır (Aymanıkuy, 2006, s. 20-21). Kongre turizminin parlak bir gelecek vaat etmesi toplumda eğitim seviyelerini yükseltme isteği meydana getirebilmektedir (Jubayeva, 2013, s. 30).

Delegeler eğitim seviyeleri yüksek ve alanlarında uzman kişiler oldukları için gidilecek destinasyondaki kültürel etkinliklerin, tarihi eserlerin ve anıtların varlığı da çekici unsur olmaktadır. Bu yüzden kongreler, bölgedeki eserlerin korunmasının önemine bağlı olarak tarihi ve kültürel mirasa dayalı bilincin oluşmasına yardımcı olmaktadır.

Katılımcılar, kongre amaçlı seyahat ettikleri bölgede kongre merkezi ve konaklama tesisi çevresindeki yerel halkla etkileşimde bulunmaktadırlar. Destinasyon bölgenin halkı, gelen delegelerin giyim tarzlarına, davranışlarına ya da çeşitli alışkanlıklarına özenerek onları benimseyebilirler. Aynı şekilde kongresistler de yerel halkın davranışlarından etkilenecek davranış değişikliğinde bulunabilirler (Aksu, 2013, s. 21).

Bu organizasyonlar sosyo-ekonomik anlamda genellikle olumlu etki yaratmalarına rağmen bazı toplumlar açısından hoş karşılanmayarak, olumsuz değişimler de meydana gelebilmektedir. Farklı kültürlerle sürekli etkileşimde bulunmanın kendi kültürlerini asimile edeceğini ya da yozlaştıracağını düşünen halk, gelen turistlere karşı kibirli davranış gösterebilmektedir. Aynı zamanda sosyal taşıma kapasitesi sınırı aşılır hale

gelirse yerel halkın delegelere sergileyeceği hoşgörü seviyesi de düşebilmektedir. Bu da destinasyon imajını olumsuz yönde etkileyebilecek bir unsurdur.

8. KONGRE DESTİNASYONU SEÇİM KRİTERLERİ

Toplantı turizmi hem ekonomik hem imaj açısından önemli derecede getirisi olan bir dal olarak bu sektörden pay almak isteyen ülke ve kent için büyük yatırımlarla sağlanan altyapı, nitelikli konaklama ve toplantı üstyapısının mevcudiyeti ile mümkün olmaktadır (Baytok, Soybalı, & Emir, 2010). Bu yatırımlar toplantı turizmini başlatmak anlamında kaçınılmaz öneme sahip olup tek başına yeterli olmamaktadır.

Bir kongre planlamasında destinasyon seçimi, verilen en önemli kararlardan biridir. Bu kararlar, kongre amaçlarını ve delegelerin ihtiyaçlarını hedef alan ve lokasyon tarafından sağlanan niteliklerle eşleştirilmesini içermektedir (McCabe vd., 2000, s. 143).

Kongreler, düzenlenmeye karar verildikten sonra toplantı planlayıcılarının kongrenin gerçekleşeceği destinasyonu seçmesi gerekmektedir. Bu aşamada destinasyonların ulaşılabilirliği, güvenliği, altyapı ve üstyapı gibi unsurları değerlendirilip karşılaştırılarak, en elverişli olanı tercih edilmektedir. Destinasyon seçiminde etkili olan faktörleri, Crouch & Ritchie aşağıdaki gibi kategorize etmiştir (Crouch & Ritchie, 1998):

- Ulaşılabilirlik; maliyet, zaman, sıklık, kolaylık, engeller
- Yerel Destek; yerel bölge, Kongre ve Ziyaretçi Büroları (CVB)/kongre merkezi, sübvansiyonlar
- Konferans Dışı Fırsatlar; eğlence, alışveriş, çevre turları, dinlenme, mesleki fırsatlar
- Konaklama Tesisleri; kapasite, maliyet, hizmet, güvenlik, kullanılabilirlik
- Kongre Tesisleri; kapasite, yerleşim, toplantı maliyeti, ambiyans, servis, güvenlik, kullanılabilirlik
- Bilgi; deneyim, itibar, pazarlama
- Çevre; iklim, konum, altyapı, misafirperverlik
- Diğer Kriterler; riskler, karlılık, dernek ve birlik promosyonları, yenilikçilik

Bu sınıflandırmadan faydalanarak açıklama yapmak gerekirse:

8.1. Ulaşılabilirlik

Kişiler seyahate çıkmaya karar verdiklerini beş değişkenin dikkate alarak ulaşım aracını seçerler: maliyet, uzaklık, deneyim, gelir, zaman kaybı (Şahin, Sönmez, & Kahveci, 2014, s. 1205). Bir ülkeye veya kongre şehrine hızlı, rahat ve kolay ulaşım imkanının bulunması kongrelerin o bölgeye çekilmesinde önemli rol oynamaktadır.

- **Maliyet:** Katılımcılar fayda/masraf olarak en uygun maliyetle en kısa zamanda kongre noktasına ulaşmayı arzu etmektedir.
- **Zaman:** Katılımcılar mümkün olduğunca az aktarma yaparak kongre şehrine varmak ister. Aktarmasız uçuşlar tercih edilmektedir. Kongrelerin 3-4 gün süreceği düşünülürse ulaşımında geçen zamanın minimize edilmesi önem taşımaktadır. Delegelerin zamanları değerli ve sınırlıdır. Seçilen yerin ulaşım kolaylıkları düşünülmelidir böylece katılımcıların havaalanından kongre merkezine ulaşımı asgari sürede gerçekleşmelidir.
- **Sıklık:** Gidilecek ile ayrılacak destinasyonlar arası seferlerin sık olması da önemlidir.
- **Engeller:** Seyahatin gerektirdiği vize ve gümrük gibi prosedürlerin zahmetli olması sonucu oluşan seyahat engelidir.

8.2. Mahalli Destek

- **Kongre Ziyaretçi Büroları:** Destinasyonun etkin pazarlanabilmesi için sunulan en büyük lojistik ve tutundurma desteği CVB'ler sağlar. Tanıtım için yapılan fuarlar, fam tripler, reklamların niteliği önemlidir.
- **Mesleki Dernek ve Birlikler:** Kongre ve toplantı arzını oluşturan seyahat acentaları, kongre ve toplantı organizatörleri, konaklama tesisleri, kamu kurum ve kuruluşları ile ülke pazarlamasında görev alan tüm paydaşların bir araya gelerek bir yapı altında örgütlenmesi gerekmektedir. İşletme yatırımcıları ile yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının, bölge halkı gibi paydaşların arasındaki iletişim eksikliğinin giderilmesi ve işbirliği içinde çalışmalarını gerekmektedir.

- Sübvansiyonlar: Kongre destinasyonunun, maliyeti düşük tutmak için sunduğu tekliflerdir. Yüksek verilen fiyatları devlet denetimde tutar ya da indirimli fiyattan satılmasını sağlar.

8.3. Konferans Dışı İmkanlar

Konferanstan arta kalan zamanda delegelerin vakit geçirmek isteyebilecekleri rekreasyon tesislerin mevcut durumuyla ilgilidir.

- Eğlence: Disko, bar, konser, festival, tiyatro
- Spor: Yüzme havuzu, tenis kortu, golf sahası, spa & fitness merkezi
- Alıveri: Alıveri merkezleri, yerel hediyeelik eşya satan dükkanlar, toptan-perakende satış yapan yerler
- Yiyecek-İçecek İşletmeleri: Otel içinde olduğu gibi dışında da yan hizmet tesislerinin çeşitli oluu
- evre Gezileri: Kongre programına dahil edilen ya da ek, günlük evre turları
- Profesyonel Fırsatlar: Katılımcı, yerel müşterileri ziyaret etme, i anlaşmaları yapma ve bağlantılar kurma, satış yapma gibi tercihlerde bulunabilir.

8.4. Konaklama İmkanları

Delegeler dünyanın en iyi seyyahlarındandır. Eğilimleri yalnızca kongreye katılmak değil konaklama sürelerini uzatarak çevreyi gezmek yönündedir. Daha çok para harcarlar daha fazla beklenti içine girerler.

- Yeterli Kapasite: Kongre yeri olarak seçilen Őhrin yeterli sayıda ve kapasitede konaklama tesislerine sahip olması gerekmektedir.
- Çeşitlilik: Kongre kentinde yalnızca lüks oteller bulunmamalıdır. Bunların yanı sıra oğrencilerin de kongreye katılması durumunda konaklayabilecek uygun fiyatlı işletmelerinin de bulunması gerekmektedir.
- Kullanılabilirlik: Söz konusu tarihte talep edilen oda sayısı kadar müsait oda, kongrenin gerekleeği destinasyonda ya da otelde müsaitlik mevcut mu?
- Uygun Fiyat: Katılımcıların gittikleri yerdeki kalı süreleri bölgedeki turistik mal ve hizmetlerin fiyat seviyesine göre değişmektedir.

- Servis: Kongre katılımcıları lüks tüketiciler olarak görüldükleri için toplantının gerçekleşeceği tesiste, eğitilmiş ve nitelikli elemanlar ile kongre süresince kaliteli hizmet verilebilmelidir.

8.5. Toplantı İmkanları

Kongre merkezlerinde video, ses, grafik ve canlı performansları içeren sunumlar gerçekleşmektedir. Tesislerdeki teknolojik donanımın dönemin şartlarına uygun düzeyde amaca yönelik kullanılabilir nitelikte olması önemlidir (McCabe vd., 2000, s. 27).

- Servis: Personel eğitiminin, bireysel ve organizasyonel performansı ve departman performansını artırdığı uzun süredir kabul edilmiş bir olgudur. Yapılan eğitimler, şirket çalışanlarının kariyerlerine yapılan yatırım olarak görülmelidir (McCabe vd., 2000, s. 127). Kongrede servis yapan eleman, delegenin dilini konuşamıyorsa bu önemli bir eksikliklerdir. Ayrıca personelin servis eğitimi alması gerekir. Otellerde ve kongre merkezlerinde bu gibi eğitimlerin işe başlarken personele verilmesi gerekmektedir.
- Ambians: Toplantının gerçekleşeceği ortamdaki dekorasyondan, personelin kıyafetine kadar birçok şey toplantı kalitesini etkilemektedir. Herkesin iyi hissedeceği bir atmosfer oluşturulmalıdır. Havalandırma ve ışıklandırma önemlidir.
- Sunulan Fiyatlar: En büyük maliyet kalemini oluşturan toplantı merkezinin kira ücreti de katılacak delege sayısına göre uygun olmalıdır. Maliyet düşük olursa destinasyona yönelik talep fazla olur.
- Tercümanlık Hizmetleri: Kongrenin gerçekleşeceği tesis, katılımcı milliyetlerine göre çeviri yapılacak dil sayısı belirlemeli ve toplantı konusuyla ilgili bilgisi olan deneyimli tercümanlar ile hizmet verebilmelidir.
- Farklı Büyüklükte Çeşitli Salonlar: Büyük toplantılar büyük kongre merkezi veya salon gerektirir. Tesis bölünebilir imkanı olan salonlar, çalışma odaları, sergi salonu açısından yeterli olmalıdır. Herkese aynı anda hizmet edebilecek yan tesislerinin de bulunması gerekmektedir.
- Güvenlik: Kongre merkezi güvenlik kameralarıyla sürekli izlenir. Diğer problemler ise kazalar, zehirlenmeler olarak sayılabilir. Terörizm, politik istikrarsızlık, sivil huzursuzluk veya çatışma olan bir toplum, kongre için aranan sosyal ortamı oluşturmayacağı için tercih edilmeyecektir.

8.6. Bilgilendirme

- Deneyim: Destinasyon olacak ülke ya da şehrin geçmişte gerçekleşmiş toplantılarda sergilediği performans ve memnuniyet düzeyi önemli etkenlerdir. Çok sık kongre düzenlenen bir ülke, herhangi bir sorunla karşılaştığı zaman kökünden çözebilme yeteneğine sahip olacaktır.
- İmaj: Delegeler için destinasyonun çağrıştırdığı şeyler ve imaj, destinasyon seçimini önemli derecede etkilemektedir. Kongre destinasyonu olmaya aday bölgede terör olayları varsa o bölge tercih edilmez. Bunların yanı sıra ekonomik ve politik istikrarın sürdüğü, sivil çatışmalarının olmadığı destinasyonlar daha olumlu imaja sahiptir.
- Pazarlama: Destinasyonun ve destinasyondaki aktivitelerin nasıl pazarlandığıyla ilgilidir. Pazarlama faaliyetlerine ve ziyaretçi ihtiyaçlarına koordineli yaklaşım gerekmektedir

8.7 Lokasyon ve Konum

Kongre merkezleri şehre yakın alanlarda inşa edilmeli, yatırımı aşamasında da buna dikkat edilmelidir. Çünkü katılımcılar ve yerli halk arasındaki etkileşim sosyal anlamda gelişmeler sağlayabilecekken, delegelerin izole bir ortamda kalmalarına sebep olabilir.

Şehir merkezine ya da turistik bölgelere ulaşımı kolay olmalıdır. Ayrıca kongre merkezleri teknik ekipman açısından çağın şartlarında hizmet verebilmeli ve donanımlı olmalıdır.

- İklim: Tercih edilecek destinasyonun, toplantının gerçekleşmesi düşünülen tarihte uygun hava şartlarını gösterecek olmasıyla ilgilidir. Katılımcılar üşümeden, ıslanmadan veya terlemeden organizasyonlara katılmak ve artan vakitlerinde çevreyi gezmek isterler. Söz konusu tarihte uygun iklim şartlarına sahip olan bölgeler kongre turizm talebi için uygun görülmektedir.
- Alt Yapı ve Üst Yapı: Uluslar arası standartlarda ve konforlu sayılabilecek tesislerin, ulaşım ağlarının destinasyondaki mevcut durumu ile ilgilidir.
- Çekicilikler: Destinasyonun ve yakın çevresinin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerlerin varlığı çok önemlidir. Katılımcılar gittikleri ülke ile ilgili bilgi sahibi olmak isterler.

- Misafirperverlik: Ev sahibi kuruluşların ve yerli halkın, gelecek ziyaretçilere karşı gösterdikleri hoşgörü seviyesi ile alakalıdır. Toplantının katılımcı sayısına hazır bir sosyal ortam gerekmektedir.

8.8. Diğer Faktörler

- Orijinallik: Seçilecek destinasyonun kendine has bir takım özelliklerinin olması beklenir. Egzotik veya otantik bir nokta olması diğer destinasyonlar arasından öne çıkmasını sağlayabilir. Geleneksel mimari, tarihi eserlerin varlığı, gelenekler vb unsurlar dikkat çekici olmaktadır. Günümüzde destinasyon tercihi metropollerden daha sakin olan ikinci derecede önemli kentlere kaymaktadır. “Città slow” dediğimiz “yavaş kentler” çevresi de küçük toplantılar için tercih edilmeye başlamıştır.
- Promosyonlar: Kongre katılımcılarına firmaların uyguladığı promosyonlar bulunmaktadır. Uçak biletlerinin ya da konaklama ücretlerinin delegelere özel fiyatla satılması örnek verilebilir.
- Kar edilebilirlik: Kongrenin, organizatörlere, tesislere ve destinasyona ne denli zarar ettirdiği ile ilgilidir.
- Risk: Doğal felaketler, grev, boykot gibi gerçekleşme ihtimali olan olumsuz olayların yaratacağı risktir.

İKİNCİ BÖLÜM: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ

1. DÜNYADA KONGRE TURİZMİ

Küreselleşme ile büyüyen ekonomi, uluslar arası ticaretin gelişmesi, teknolojik alandaki ilerlemelerle artan uzmanlaşmalar, işbirlikleri sonucu doğan örgütlenmeler, kongre ve toplantı sektörünün de büyüyerek gelişmesini sağlamaktadır. Toplantı gelirlerinin, dünya turizm gelirleri içinde üçte bir payı olduğu düşünülmektedir. Ülke ekonomilerine büyük katkı sağlayan toplantı turizmi, dünyadaki birçok destinasyonun organizasyonları çekmek amacıyla yaptığı tanıtım ve pazarlama çalışmalarına stratejik anlamda yön vermektedir.

Kongre sektöründe tercih edilen bir destinasyon olabilmek için tanıtım ve reklam, satış ve pazarlama gibi faaliyetler alanında uzman kişilerce yapılması gerekmektedir. Fiziksel altyapı ve üstyapı yatırımlarının çok sayıda turisti kaldırabilecek düzeyde yeterliliğinin bulunması ve hizmetlerin de doğru ve kaliteli sunulabilmesi gerekmektedir. Böylelikle pazardan pay almak isteyen destinasyonların uluslar arası standartlara ulaşmak için dinamik bir şekilde kendilerini yenileyip geliştirmeleri beklenmektedir.

Kongreler öncesi ayrıntılı bir hazırlık gerektiği için organizasyon uzun zaman öncesinden başlar, gerekli kurum ve kişilerle bağlantıya geçilerek programdan haberdar edilir ve toplantı ve konaklama için gereken rezervasyon işlemleri gerçekleştirilir. Büyük toplantılar fazlaca gidere neden olduğu için iptal edilmesi güç organizasyonlardır. Boş zaman turizmi gibi siyasi ya da ekonomik krizlerden hemen etkilenmez ve bu açıdan sektörü olumsuz etkilemezler. Bu özelliği ile tutarlı bir turizm dalı olan kongre ve toplantı turizmi, sezonun uzamasına da katkı sağlayarak, ülkelerdeki tesislerin arzlarının atıl kalmasını engeller ve düşük sezonda da işletmelerin gelirlerini maksimize etmelerini sağlar.

Tablo 4: Uluslararası Kongrelerin Düzenlendikleri Yerler (%)

Yapılan Yer	1993	2010
Oteller	29,7	43,1
Kongre Merkezleri	44,3	26,3
Üniversiteler	12,8	21,1
Diğer	13,2	9,5
Toplam	100,0	100,0

Kaynak: Özen Dalli, **Kongre Turizmi İle İlgili İstatistikler**, TUGEY Yayını No:37, İstanbul, 1996. BAKA, **Kongre Turizmi Sektör Raporu**, T.C. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2012.

1993 yılından günümüze kadar uluslar arası toplantılarının düzenlenmesi için tercih edilen yerler oransal değişimlere uğramıştır.

Tablo 4'e bakıldığında 1993 yılında en fazla toplantı kongre merkezlerinde düzenlenmiştir. 2010'daki verilere baktığımızda ise otellere olan talebin %13,4 arttığını; üniversitelerde düzenlenme oranının %8,3 arttığını; kongre merkezlerinde düzenlenme oranının ise %18 düştüğü görülmektedir.

Genellikle 50 odadan az talebi olan şirket toplantıları zincir oteller için çekici görünmektedir. Yapılan organizasyon aynı gün içerisinde başlayıp sona erecekse veya kısa süreli ve katılımcı sayısı az ise hem toplantının hem de konaklamının gerçekleşmesi istenen yer aynı mekan olabilir, bu yüzden oteller daha fazla tercih edilebilmektedir. Mevcut kongre tesislerinin düzenlenecek toplantılar için farklı büyüklüklerde farklı salonları bulunmuyorsa, söz konusu tarihte kullanılabilir değilse veya yeterli teknolojik donanımı yoksa talepleri karşılayamamasından dolayı aldığı pay düşmüş olabilir.

Dünyada düzenlenen kongrelere bakıldığında ülke bazında düzenlenen toplam toplantı sayısı ile o ülkedeki şehirlerde düzenlenen toplantı sayıları birbirine denk görünmeyebilmektedir.

Tablo 5: 2010-2015 Düzenlenen Uluslararası Toplantı Sayısı

Toplam Kongre Sayısı / Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Dünyada Düzenlenen	9.120	10.070	11.156	11.685	11.505	12.078
Dünyada Şehirlerde	9.170	10.119	11.219	11.718	11.565	12.114

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 5'e bakıldığında şehirlerde düzenlenen toplam toplantı sayısı, dünya çapında düzenlenen toplam toplantı sayısından daha yüksek çıkmaktadır. Bunun nedeni olarak bazı toplantıların birkaç farklı rotasyonda gerçekleşmesi gösterilebilir.

Dünyada kongre turizmi yıllık en az %5'lik bir hızla gelişmektedir (Aymankuy, 1996, s. 23). Dünyada toplantı turizmi payının ise 250 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir (TÜROFED, 2015, s. 42).

Küresel İş Seyahatleri Birliği'ne göre kongre ve iş seyahatleri gelişmiş ülkelerde yavaşlarken, gelişmekte olan ülkelerde artmaya devam etmektedir. Gelişmekte olan pazarda, küresel iş seyahati harcamaları 1 trilyon dolara ulaşmıştır (Turizm ve Yatırım Dergisi, 2012, s. 17).

Tablo 6: 2010-2015 Uluslararası Kongrelerin Kıtalara Dağılımı

Kıta / Yıl	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Avrupa	4.921	5.541	6.036	6.313	6.316	6.565
Latin & Kuzey Amerika	1.908	2.251	2.461	2.534	2.464	2.627
Asya Pasifik & Orta Doğu	2.024	1.976	2.357	2.463	2.417	2.546
Afrika	285	302	302	375	308	338

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 6'ya bakıldığında dünya genelinde yapılan toplantıların %50'den fazlasını yalnızca Avrupa'da gerçekleştiği ve Avrupa'nın dünya lideri konumunda olduğu görülmektedir. Kuzey Amerika'nın ve Avrupa'nın belli bir doygunluğa ulaşmış olduğu ve bunun her yıl artarak devam ettiği; buna karşılık Asya Pasifik ve Orta Doğu'nun da kongre pazarından aldıkları payın her geçen yıl arttığı görülmektedir. Afrika'nın ise diğer kıtalara kıyasla daha yavaş bir gelişim göstermekte olduğu ve yeterli istikrarı yakalayamadığına ulaşılabılır.

En fazla seyahat eden ve edilen ülkelerin vatandaşları Amerika'da ve Avrupa'da bulunmaktadır. Bu kıtalar ulaşım, sağlık, teknoloji ve bilim alanlarında diğer kıtalara kıyasla daha ileride olmaları ve dünya ticaretinde söz sahibi olmaları ile daha çok tercih edilmektedirler.

UIA'ya göre dünyadaki 18.955 dernek ve birlik merkezlerinin %60'ı Avrupa'da, %24'ü Amerika'da, %11'i Okyanusya'da yer almaktadır (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 21). Tablo 6'da da Avrupa'nın açık bir farkla önde olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak çokuluslu şirketlerin ve uluslararası kuruluşların merkezlerinin

çoğunlukla Avrupa’da bulunması gösterilebilir. Ayrıca birçok bölgeye olan yakınlığı ve ulaşım kolaylığı nedeniyle de tercih edilmektedir.

1954-1999 periyodunda ABD, Fransa, İngiltere uluslar arası toplantı destinasyonları içinde ilk üç sırada yer almaktaydı. 1954’te 2’nci sırada yer alan İsviçre, 1988 sonrası önem derecesini yitirip ilk beşteki yerini kaybederek sıralamada gerilerde kalmıştır (Weber & Chon, 2002, s. 9).

Tablo 7: 2010-2015 Dünya Sıralaması: Ülke Başına Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10)

Sıra/Yıl	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	ABD 623	ABD 759	ABD 833	ABD 829	ABD 831	ABD 925
2	Almanya 542	Almanya 577	Almanya 649	Almanya 722	Almanya 659	Almanya 667
3	İspanya 451	İspanya 463	İspanya 550	İspanya 562	İspanya 578	İngiltere 582
4	İngiltere 399	İngiltere 434	İngiltere 477	Fransa 527	İngiltere 543	İspanya 572
5	Fransa 371	Fransa 428	Fransa 469	İngiltere 525	Fransa 533	Fransa 522
6	İtalya 340	İtalya 363	İtalya 390	İtalya 447	İtalya 452	İtalya 504
7	Japonya 305	Brezilya 304	Brezilya 360	Japonya 342	Japonya 337	Japonya 355
8	Çin 282	Çin 302	Japonya 341	Çin 340	Çin 332	Çin 333
9	Brezilya 275	Hollanda 291	Hollanda 315	Brezilya 315	Hollanda 307	Hollanda 333
10	İsviçre 244	Avusturya 267	Çin 311	Hollanda 302	Brezilya 291	Kanada 308

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Bazı ülkeler düzenlenen toplantı sayısı bakımından başı çekmektedir. Yukarıdaki Tablo 7’ye bakıldığında, ilk 10’daki ülkelerin neredeyse her yıl aynı olduğu yalnızca sıralarının değiştiği fark edilmektedir. Bu ülkeler kongre düzenleme ve talepleri çekme anlamında belli bir olgunluğa erişmiştir. Altyapı ve üstyapı nitelikleri gelişmiş ve yeterli düzeydedir. İlk üç ülkenin toplantı sayısı bakımından birbirleri ile farkı daha belirgindir. Sıralamadaki dalgalanmalar ağırlıklı olarak daha düşük önem derecesine sahip ülkeler için gerçekleşmektedir. Dönemsel olarak tercih eğilimlerinin değişmesi ile sıralamada yer alan bu ülkelerin sıraları da değişebilmektedir.

Dünyadaki tüm hükümetler kongre ve toplantı endüstrisinin ülkeler için önemini fark etmişlerdir. Verilen hükümet desteğinin seviyesi ülkeden ülkeye değişmektedir ve uygulanan politikalar destinasyonların talep çekme başarısında kritik öneme sahip olmaktadır (Weber & Chon, 2002, s. 208).

ABD’nin ekonomik ve siyasal açıdan dünya ülkeleri ile yoğun ilişkilerinin bulunması sonucu pazarda da etkin bir rol oynamaktadır. Dünya Bankası Grubu (WBG), Birleşmiş Milletler (BM), Uluslararası Para Fonu (IMF) gibi kuruluşların Amerika’da bulunması da çekici birer faktördür. 2010’dan beri ABD’de düzenlenen kongre sayısının en az 600

olduğu 2015'te ise bu sayının 1.000'e yaklaştığı görülmektedir. Bu hızlı gelişimin nedeni olarak ise ABD'de neredeyse her kent ve kasabada bir kongre merkezinin bulunması gösterilebilir.

Doğu Asya, Pasifik'ten yükselen rekabete karşın, Avrupa ülkelerinin cazibesini korumakta olduğu gözlemlenmektedir. Ancak doğu Avrupa'da hala yeterli altyapının varlığından söz etmek mümkün değildir. Mevcut altyapıyı genişletmeye yönelik yatırımlar devam etmektedir (Mustafazade, 2015).

Tablo 8: 2010-2015 Türkiye'nin Dünya Sıralamasında Düzenlenen Toplantı Sayısı ve Sırası

Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kongre Sayısı	160	159	179	221	190	211
Dünya Sıralaması	20	23	21	18	19	18

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 8'e bakıldığında, Türkiye'nin, İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti seçilmesi ile yakaladığı eğilimin arttığını görmekteyiz. 2010'da 20'nci sıraya yerleşerek yükselmeye başlayan Türkiye, 2011'de ön sıralarında yer alan İsviçre, Belçika, Polonya, Finlandiya'yı günümüzde arka sıralara itmiştir. 2012'de Kuzey Avrupa'daki Finlandiya, Norveç, İrlanda'yı; 2013'te Batı Avrupa'da yer alan Belçika ve İsviçre'yi geride bırakmıştır. 2014'te Asya Pasifik'in yükselen yıldızları olan Singapur, Malezya, Tayland gibi ülkeleri geçmiştir. 2015'te ise Doğu Avrupa'da talep çeken Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, gibi ülkeleri geride bırakarak 18'inci sıraya yerleşmiştir.

UIA'nın 1954-1999 yıllarındaki incelemelerine göre 1954-1968-1974 yıllarında ilk 10'da yer almayan Singapur, 1988'den beri ilk 10'daki yerini korumaya devam etmektedir (Weber & Chon, 2002, s. 10).

Tablo 9: 2010-2015 Dünya Sıralaması: Şehir Başına Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10)

Sıra/Yıl	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Viyana 154	Viyana 181	Viyana 195	Paris 204	Paris 214	Berlin 195
2	Barselona 148	Paris 174	Paris 181	Madrid 186	Viyana 202	Paris 186
3	Paris 147	Barselona 150	Berlin 172	Viyana 182	Madrid 200	Barselona 180
4	Berlin 138	Berlin 147	Madrid 164	Barselona 179	Berlin 193	Viyana 178
5	Singapur 136	Singapur 142	Barselona 154	Berlin 178	Barselona 182	Londra 171
6	Madrid 114	Madrid 130	Londra 150	Singapur 175	Londra 166	Madrid 171
7	İstanbul 109	Londra 115	Singapur 150	Londra 166	Singapur 142	Singapur 156
8	Lizbon 106	Amsterdam 114	Kopenhag 137	İstanbul 146	Amsterdam 133	İstanbul 148
9	Amsterdam 104	İstanbul 113	İstanbul 128	Lizbon 125	İstanbul 130	Lizbon 145
10	Sidney 102	Pekin 111	Amsterdam 122	Seul 125	Prag 118	Kopenhag 138

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 9’da dünya şehirleri sıralamasında ilk 10’da yer alan ülkelerin Singapur hariç hepsi Avrupa kentidir. Asya’nın en iyi performans gösteren kenti Singapur’un performansının yüksek oluşundaki ve kongre destinasyonu olarak tercih edilmesindeki neden, kolay ulaşılabilirlik, çekicilikler, altyapı, tesisler, konaklama, hizmet kalitesi, uygun fiyat, güvenli çevre, gibi faktörlere dayandırılmaktadır (Weber & Chon, 2002, s. 50-51).

Tablo 9’a göre, toplantı düzenleyicilerin genelde gelişmiş şehirleri tercih etmekte olduğu görülmektedir. Bu şehirlerde ulaşım, haberleşme, güvenlik, sağlık gibi altyapı; konaklama işletmeleri ile toplantı merkezleri gibi üstyapı tesisleri açısından sunulan olanakların çeşitli ve nitelikli olmasından kaynaklanmaktadır (Çakıcı, 2006, s. 9).

Büyük şehirlerin ve metropollerin gitgide büyüyen sorunlarıyla itici bir hal alması sonucu kongreler ikinci derecede önem taşıyan şehirlere yönelmektedir. Bu şehirlerin ucuz, daha az yorucu ve hizmet kalitesinin yüksek olması ile kongre katılımcıları daha çok tercih etmeye başlamıştır (Mustafazade, 2015).

Küçük ölçekli kongre ve konferanslar sürdürülebilir turizm kapsamında küçük kentlerdeki veya kırsal yerleşim birimlerindeki çevresel değerlerin ön plana çıkması ile bu bölgelere yönelik talebin artacağı düşünülmektedir. Metropollerin ilgi kaybetmesi ile büyük şehirlerdeki gürültünün, kalabalığın ve çeşitli çevresel kirliliklerin daha az olduğu küçük yerleşim alanlarına ve ikinci derecede önemli şehirlere yönelik tercihin artması ile bu tablonun ilerleyen yıllarda değişebileceği öngörülmektedir.

2. AVRUPA’DA KONGRE TURİZMİ

Günümüzde dünyadaki uluslar arası kongrelerin %60’ı Avrupa’da düzenlenmektedir. Altyapı ve üstyapının gelişmiş olması ayrıca kolay ulaşılabilir bir konumda olması ve birçok tarihi geçmişi olan kentin Avrupa’da yer alması nedenleri ile kongre organizasyonlarının yönelimini çekmektedir (Albayrak, 2013, s. 99).

Tablo 10: 2010-2015 Avrupa'daki Ülkelerde Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10)

Sıra/Yıl	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Almanya 542	Almanya 577	Almanya 649	Almanya 722	Almanya 659	Almanya 667
2	İspanya 451	İspanya 463	İspanya 550	İspanya 562	İspanya 578	İngiltere 582
3	İngiltere 399	İngiltere 434	İngiltere 477	Fransa 527	İngiltere 543	İspanya 572
4	Fransa 371	Fransa 428	Fransa 469	İngiltere 525	Fransa 533	Fransa 522
5	İtalya 341	İtalya 363	İtalya 390	İtalya 447	İtalya 452	İtalya 504
6	İsviçre 244	Hollanda 291	Hollanda 315	Hollanda 302	Hollanda 307	Hollanda 333
7	Hollanda 219	Avusturya 267	Avusturya 278	Portekiz 249	Avusturya 287	Portekiz 278
8	Avusturya 212	İsviçre 240	İsviçre 241	Avusturya 244	İsveç 238	Avusturya 258
9	Portekiz 194	Portekiz 228	İsveç 233	İsveç 238	Portekiz 229	Belçika 216
10	İsveç 192	İsveç 195	Belçika 194	Türkiye 221	İsviçre 226	İsveç 216

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 10'a bakıldığında ilk beşte yer alan Almanya, İspanya, İngiltere, Fransa, İtalya ekonomik yönden gelişmiş ve politik yönden dünyada etkin ülkeler olarak bilinmektedir. Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (NATO), Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), UIA gibi kuruluşların merkezlerinin Avrupa'da yer alması, talebin bölgeye yönelmesinde oldukça etkisi olduğu düşünülmektedir.

Tablo 11: 2010-2015 Türkiye'nin Avrupa Sıralamasında Düzenlenen Toplantı Sayısı ve Sırası

Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kongre Sayısı	160	159	179	221	190	211
Dünya Sıralaması	12	14	13	10	11	11

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 11'e göre toplantı sayısı bakımından Avrupa sıralamasında Türkiye, 2015'te 211 kongre 11'inci olmuştur. Komşu ülkeleri Yunanistan, Gürcistan, Bulgaristan'ı geride bırakmıştır.

Tablo 12: 2010-2015 Avrupa'daki Şehirlerde Düzenlenen Toplantı Sayısı (İlk 10)

Sıra/Yıl	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Viyana 154	Viyana 181	Viyana 195	Paris 204	Paris 214	Berlin 195
2	Barselona 148	Paris 174	Paris 181	Madrid 186	Viyana 202	Paris 186
3	Paris 147	Barselona 150	Berlin 172	Viyana 182	Madrid 200	Barselona 180
4	Berlin 198	Berlin 147	Madrid 164	Barselona 179	Berlin 193	Viyana 178
5	Madrid 114	Madrid 130	Barselona 154	Berlin 178	Barselona 182	Londra 171
6	İstanbul 109	Londra 115	Londra 150	Londra 166	Londra 166	Madrid 171
7	Lizbon 106	Amsterdam 114	Kopenhag 137	İstanbul 146	Amsterdam 133	İstanbul 148
8	Amsterdam 104	İstanbul 113	İstanbul 128	Lizbon 125	İstanbul 130	Lizbon 145
9	Londra 97	Budapeşte 108	Amsterdam 122	Prag 121	Prag 118	Kopenhag 138
10	Kopenhag 92	Lizbon 107	Prag 112	Amsterdam 120	Brüksel 112	Prag 123

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 12'ye bakıldığında ilk 10'daki kentlerin 2010'dan beri birbiriyle yarıştığı ve toplantı sayılarının birbirine yakın olduğu söylenebilir. Viyana, Paris, Londra,

Budapeşte, İstanbul gibi tarihi ve kültürel değerlere sahip, farklılıklarını koruyabilen kentler, buldukları ülkelerden daha çok tanınmaktadırlar ve kongre pazarından daha çok pay almaktadırlar.

3. TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ

Türkiye, bulunduğu coğrafi konumda Hitit, Urartu, Likya, Lidya, İyonya, Helen, Roma, Bizans, Osmanlı gibi pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Asya ve Avrupa kıtasının birleştiği noktada yer alması, Afrika ve Orta Doğu'ya yakın olması ile jeopolitik anlamda önemli durumdadır. Sahip olduğu İstanbul ve Çanakkale boğazları ile kuzeydeki devletlerin Akdeniz'deki devletlerle bağlantısını sağlamaktadır. Ayrıca Akdeniz'den kuzeybatıdaki Cebelitarık Boğazı ile Atlas Okyanusuna ve güneyde yer alan Süveyş Kanalı ile Kızıldeniz'e ve Hint Okyanusu'na bağlantısı bulunmaktadır. Birçok milletin ve dinin ortak temas noktasında olduğu için de önemli bir destinasyon olarak görülmektedir.

Türkiye'de düzenlenen ilk kongreler, İstanbul'da iki gün ara ile düzenlenen 1969'daki Dünya Uluslararası Kızılhaç Kongresi ve Dünya Ticaret Odaları Kongresi'dir (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 24).

Türkiye'nin kongre turizmi ile tanışması ve dönüm noktası 1995 yılı olarak kabul edilmektedir. Habitat-II ve Dünya Seyahat Acentaları Birliği (UFTAA)'nin 29. Dünya Kongresi bu yıl içerisinde gerçekleşmiştir (Koşan, 1996, s. 57). Habitat II ile doğan ihtiyaç sonucu, spor salonu olan Lutfi Kırdar Kompleksi dönüştürülerek İstanbul'un ilk ciddi kongre ve sergi sarayı haline getirilmiştir.

Dünyada gerçekleşen kongre sayısı 1995 yılında 20 bin iken 2005 yılında 35 bini geçmiştir. Geçmişte birçok medeniyete ev sahibi olmuş topraklar üzerinde. Asya ve Avrupa'nın birleştiği noktada yer alan Türkiye, tarihi ve kültürü ile cazip bir kongre destinasyonu olmaktadır (BAKA, 2012, s. 4).

Türkiye'de 1980 yılında turizm geliri 104 milyon dolar iken 2007 yılında 18,5 milyar dolara yükselmiştir. Turizm istatistikleri incelendiğinde verilerin istikrarsız olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak da Türkiye'nin çatışma simgesi haline gelen

Ortadoğu ile yakın bir coğrafi konumda bulunması ve terör gibi güvenlik olgusuna ters düşen olaylardan kaynaklandığı bilinmektedir (Arber, 2008).

2004 yılı İstanbul için uluslararası kongre pazarında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Düzenlenen Dünya Gazeteler Birliği ve Dünya Editörler Forumu'nun ardından düzenlenen OECD KOBİ'lerden sorumlu Bakanlar Konseyi, İslam Konferansı Örgütü Bakanlar Konseyi ve NATO Zirve Toplantısı için 10 binden fazla delege ve basın mensubu İstanbul'a gelmiştir (Arslan, 2009).

Türkiye'nin döviz gelirinin yüzde 21'inin turizmden sağlandığını ve bütçede oluşan açığın yüzde 40'ının da turizm gelirleriyle kapatıldığı bilinmektedir (www.turizmglobal.com, 2014). Türkiye'nin toplantı turizminden elde ettiği gelirin 3 milyar dolara yakın olduğu ve İstanbul'un bu gelirden aldığı payın 1,7 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir (Kaya, 2016, s. 24).

Yapılan bir anket çalışması sonuçlarına göre 2015 yılında Türkiye'de gerçekleşmesi planlanan 69 kongre 1.220 toplantı 1.340 etkinlik iptal olmuştur. 2016 da devam eden güvenlik sorunları nedeniyle etkinlik iptalleri devam etmektedir. İş amaçlı gelen ziyaretçi sayısı % 4,4 azaldığı kaydedilmiştir (Kaya, 2016, s. 24).

Kongre delegesinin, bir kongre ülkesini ya da şehrini tercih etmesi destinasyonun kendisine sunabileceği imkânların varlığı ve olumlu imajı ile mümkündür. Kongre delegeleri hızlı ve konforlu ulaşımı tercih eder, gitmek istedikleri destinasyona en kısa sürede varmayı ve en az düzeyde yorulmayı istemektedirler. Havayolu ve transfer hizmetleri bu yüzden önem arz etmektedir. Türk Hava Yolları, yeterli filoya ve kapasiteye sahip ve Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) üyesi bir kuruluştur. IATA'nın kongre döneminde katılımcılara indirim yapması da çekici bir faktör olmaktadır. Türkiye'deki destinasyon tercihi, ekonomik, sosyal ve kültürel bakımdan bir merkez olması ile İstanbul'da yoğunlaşmaktadır (Aymankuy, 1996, s. 27).

2015 Avrupa Kongre Şehirleri Sıralamasında, Türkiye'nin güçlü destinasyonlarından İstanbul 148 kongre ile 7'nci; Antalya 27 kongre ile 54'üncü; İzmir 13 kongre ile 104'üncü Ankara 9 kongre ile 130'uncu sırada yer aldı.

Tablo 13: 2000-2015 Türkiye Kongre Sayısı ve Sıralaması

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

Kaynak: (tr.icvb.org.tr)

Tablo 13'e göre Türkiye 2000'lerin başında ancak 35 kongre ile 34. sırada yer alırken, günümüzde düzenlenen kongre sayısı artmış ve 2013'te Avrupa sıralamasında ilk 10'a girerek şimdiye kadarki en büyük başarısına ulaşmıştır. Son 15 yılda düzenlenen kongre sayısı 6 kat artmıştır.

2011'de ise ülkeler kategorisinde 500'den fazla katılımcılı kongreler sıralamasında Türkiye'nin 9. olduğu, şehirler kategorisinde ise İstanbul'un 1. olduğu kaydedilmiştir (TUROB, 2012). Kongre turizminin büyüme hızı dünyada %6-10 arasında seyrederken Türkiye'deki büyüme hızı %22,5'tir (kdk.gov.tr, 2013).

Tablo 14: 2015 Yılında Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Geliş Nedenleri (%)

Nedenler	Oranı
Gezi, eğlence, kültür sportif ilişkiler	57,41
Yakınları ziyaret	10,35
Berberinde giden	15,46
Toplantı, konferans, kurs, seminer, ticari ilişkiler, fuar	5,12
Alışveriş	4,18
Diğer	3,5
Transit	2,33
Eğitim	0,72
Sağlık	0,49
Dini	0,46
Toplam	100

Kaynak: (EMITT, 2010-2015, s. 23)

Tablo 14'e bakıldığında en fazla payı boş zaman turistine yönelik amaçlarla ziyaret eden grubun aldığı görülmektedir. Ziyaret amacı, seyahat eden kişiye eşlik etmek olan beraberinde giden grubu ise ikinci en yüksek payı almaktadır. Yakınları ziyaret

%10'luk payla üçüncü sırada olurken, MICE etkinlikleri için Türkiye'ye gelenler ise %5'lik bir oranla dördüncü sırada yer almaktadır. Boş zaman turizmi tüm turizm faaliyetlerinin yarısından fazlasını oluştururken, mevsimsellikten ve krizlerden zor etkilenen özelliği olmasına rağmen -dünya turizmi potansiyeli içerisinde kongre turizmi payının %30 olduğu da göz önünde bulundurulursa (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 25)- toplantı turizmi için Türkiye'nin potansiyeline karşın aldığı payın düşük bir oran olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin toplam turizm gelirleri içinde kongre turizminin aldığı pay %25-30 olması beklenirken hala düşük bir oranda seyretmektedir (Ersun & Arslan, 2009, s. 90). Türkiye genelinde kongre turizminin toplam turizm gelirleri içerisindeki payı ise yüzde 7-8 civarında olmaktadır (ICVB, 2015, s. 4).

Türkiye sahip olduğu 4.000 km'lik Ege ve Akdeniz kıyı şeridi ile Akdeniz'deki en temiz kıyılara sahip ülke olarak anılmaktadır. Deniz-kum-güneş turizm kapasitesinin %70'ini barındırırken; kongre turizminin %70'i de aynı bölgede gerçekleşmektedir (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 23-24).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC)'nin hazırladığı bir raporda, Türkiye'nin yeni binyılın ilk on yılında yıldızı parlayan bir turizm merkezi olacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin turizm gelirlerinin 8 milyar dolardan 33 milyar dolara; gelen ziyaretçi sayısında 9 milyondan 25 milyona; iş gezilerinin payı 1,3 milyar dolardan 2,7 milyar dolara çıkacağı öngörülmektedir (Tavmergen & Aksakal, 2004, s. 29).

Türkiye'nin kongre turizmi ile ilgili birtakım göze çarpan sorunları da bulunmaktadır (Albayrak, 2013); (Arslan, 2009); (Karasu, t.y.); (Oktay, 1997):

- Yapısal Sorunlar: Kongre talepleri Türkiye'de genel olarak İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir gibi belirli bir altyapı sistemine sahip olan şehirlere yönlendirilmektedir. Toplantı turizmi potansiyeline sahip diğer kentlerden olan Mersin, Konya, Bursa tarihi ve kültürel çekiciliklere sahip olmasının yanı sıra altyapı ve üstyapı yatırımlarının tamamlanmış olduğu söylenememektedir. Yüksek kalitede konaklama tesisleri henüz yeterli sayıda bulunmamaktadır. Söz konusu talep çeken şehirlerde hem serbest turizme hem de kongre turizmine yönelik faaliyetler gerçekleştiği için zaman zaman yığılmalar olabilmektedir. Diğer turizm türleri gibi

destinasyonun sahip olduğu doğal, kültürel ya da tarihi çekicilikler ile hazır bir altyapıya sahip olmayan kongre sektöründe gerekli niteliklerdeki tesisleri oluşturabilmek için daha fazla maliyet gerektirmektedir.

- Reklam ve Pazarlama Sorunları: Türkiye'nin diğer ülkelerle rekabete girebileceği doğal ve tarihi çekicilikleri ve diğer turizm türlerinde de avantajı olmasına rağmen doğru reklam ve pazarlama stratejileri uygulanamadığından MICE sektöründen yeterli talep çekememektedir. Genelde kıyı turizmine dönük deniz-kum-güneş odaklı sezonluk tanıtım fazla olduğu için kongre turizminin sezon uzatıcı özelliği fazla değerlendirilememektedir. Özellikle son 3 yıldır Türkiye'de sürekli meydana gelen politik, sivil ve askeri çatışmaların yanı sıra terör olayları sonucu Türkiye'nin dünyadaki imajı oldukça kötü bir hal almış; bu durumun, var olan talebin başka destinasyonlara yönelmesine sebebiyet verdiği düşünülmektedir.
- Türkiye İmajı ve Ülke Tanıtımı Sorunu: İmaj eksikliği ilgi eksikliğine ve talep yetersizliğine neden olmaktadır. Ülkenin genelinin tanıtımına ve hedef kitleyi bilgilendirmeye yönelik, uygun kitle iletişim aracının kullanılması ile bu çalışmaların kişi, topluluk ya da kuruluşlarca yapılması sonucu gerçekleşen makro tanıtımlar için ciddi girişimler gerekmektedir. Makro tanıtımın iyi yapılması ile pazardan alınmak istenen pay artırılabilir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uyguladığı strateji "deniz-kum-güneş" odaklı tanıtım ile sınırlı kalmaktadır. Bu şekilde kitle turizmi ile ülkeye gelen turistlerin ucuz ürünler satın almaları kaliteyi yükseltmeye engel olmakta ve kongre turistlerinin talebini çekmeyi zorlaştırmaktadır. Bunun dışında Türkiye'nin bilinmeyen bir ülke olması egzotiklik anlamında avantaj arz etmekte ve potansiyel talepler için doğru strateji ile çekiciliği sağlayabilecek bir unsur olduğu düşünülmektedir. Ekonomi ve siyasette çıkmaz, kültürel mirasın tahribi, çevresel sorunlar, hizmet sunumunda kalite problemleri, doğal afetler ve terör gibi olumsuzluklar imajı etkiler. Rekabette üstünlüğün sağlanabilmesi açısından olumlu imaj yaratılması büyük önem taşır.
- Uluslararası Kuruluşlarda Temsil Sorunu: Türkiye'de kongre turizmiyle ilgili kurum ve kuruluşların, uluslar arası dernek veya birliklerden bazılarına üye olması bazılarına ise üyeliğinin eksikliği sonucu bir takım eksiklikler yaşanmaktadır. Bu

kuruluşlara üye olmanın uluslar arası anlamda tanınma ve pazarlama açısından etkisi büyüktür. Bu kuruluşlar kongre düzenleyicileri ve kongre şehirleri arasında adeta köprü görevi görmektedirler.

- Toplantı Organizasyon Sorunu: Türkiye’de kongre düzenleme yetkisi seyahat acentalarındadır. Profesyonel kongre organizatörlüğü (PCO) yapan acenta sayısı ise oldukça azdır. Uluslar arası organizasyon taleplerinin kim tarafından düzenleneceği, örgütler arası sistemin oluşturulamamış olmasından kaynaklı problemler doğmaktadır. Proje üretme ya da ekonomik yetersizliklerden dolayı üretilen projelere katılamamak gibi sorunlar oluşmaktadır. Mevcut işletmeler çoğu zaman birbirlerini ve diğer destinasyonlardaki işletmeleri rakip olarak görmekte ve destek vermedikleri gözlemlenmektedir.
- Uluslararası Kataloglara Girme Sorunu ve Toplantıların Türkiye’ye Çekilmesi Sorunu: açıklanan diğer sorunlar sonucu gerekli kriterlerin mevcut olmaması ile tanıtım kataloglarına girme şansı düşmekte ve talep toplamada yetersiz kalınmaktadır.

Türkiye'ye yönelik bir SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Üstün yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar, Tehditler) analizi yapılacak olursa (TÜROFED, 2015, s. 39-50);

Güçlü Yönleri:

- Türkiye'nin maliyet düşürmek açısından uyguladığı Her Şey Dahil sistemi ile fiyat-kalite dengesini sağlamış bir ülke olarak tanınması,
- Kongre pazarındaki rakip ülkelere kıyasla Türkiye'nin sahip olduğu kongre otellerinin ve kongre merkezlerinin niteliksel, sayısal ve teknolojik anlamda üstün ve yeni olması,
- Türkiye insanlarının yabancılar karşı oldukça misafirperver davranması,
- Mevcut tesislerin yanı sıra doğal tarihi kültürel açıdan çoklu bir zenginlik sunması,
- Türkiye'ye giren Amerikan Doları, Euro, Pound gibi para birimlerinin kur farkı uygulamasından dolayı Türk lirasına kıyasla daha değerli olması ile daha fazla ürün hizmet kullanımına sahip olma avantajını sürmesi

Zayıf Yönleri:

- Türkiye'nin tanıtım ve pazarlamaya ayırdığı bütçenin rakip ülkelere kıyasla yetersiz olması,
- Yapılan tanıtım materyallerinin de rakiplerine kıyasla nitelik ve nicelik anlamında yetersiz kalması,
- Yurtdışından gelen toplantı taleplerini İstanbul, Antalya, İzmir, Ankara gibi yalnızca gelişmiş şehirlere yönlendirerek mevcut potansiyelin sınırlı düzeyde kullanılması,
- Kongre ve ziyaretçi bürosu örgütlenmesinin bulunmaması,
- Toplantı turizminin sağladığı faydalarla oluşması gereken bilincin, Türkiye toplumunda yeterli derecede oluşturulmuş olmaması,
- Türkiye'deki toplantı istatistiklerinin yetersiz olması, doğru toplanamaması veya güncel veri bulunmaması,
- Türkiye'deki profesyonel kongre organizatörleri (PCO)nin sınırlı sayıda olması,
- Yurtdışında Türkiye ile ilgili sağlıklı bir imajın yaratılamıyor olması,
- Uluslararası katılımcılara en büyük maliyet kalemlerinden birisi olan ulaşım, konaklama ve diğer yan hizmetlerde de yeterince indirim sunulamıyor olması,
- İngilizce dışındaki 2 veya 3 dil arasında çeviri ihtiyacı olduğunda ya da mükemmel düzeyde çeviriye gereksinim duyulduğunda, simültane tercüman konusunda eksikliğin olması,
- Ulusal toplantı tanıtım ve satış ofislerinin yurt dışındaki eksikliği,
- Kongre merkezi veya toplantı oteli yatırım aşamasında gereken fizibilite etütlerinin, pazar araştırmalarının, beklentilerin yeterince düzenli yapılmıyor olması,

Fırsatlar:

- Katılımcıların, hiç bilinmeyen destinasyonları merak etmesiyle bu destinasyonlara yönelik tercih eğilimlerinin artması,
- Ülkemizin AB üyesi olabilmek için üye ülkelere sağladığı teşviklerle toplantı talebinin artma ihtimalinin bulunması,
- AB fonlarından ve baka projelerinden yararlanmak şartıyla kongre turizmine yönelik eğitimler verilmesi; pazar araştırmaları yapma imkanının bulunması,

Tehditler:

- Toplantı pazarında Türkiye'nin rakibi ülkelerin tanıtım için daha fazla bütçe ayırıyor olması yapılan çalışmaların daha dikkat çekici olması,
- İşletmelerin hizmet kalitesinden çok fiyat bazında rekabete gitmeleri,
- Enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle dünya genelinde toplantılara bizzat katılan kişi sayısının azalmaya başlıyor olması

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 yılı raporuna göre; Türkiye’de Kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa, Mersin ve Eskişehir olarak sıralanıyor.

Tablo 15: 2010-2015 Türkiye’nin Kongre Şehirlerinin Toplantı Sayıları

Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	2015
İstanbul	109	113	128	146	130	148
Antalya	23	23	21	23	30	27
İzmir	6	-	11	22	12	13
Ankara	7	7	5	12	10	9
Diğer	15	16	14	18	8	14
Toplam	160	159	179	221	190	211

Kaynak: (www.iccaworld.org)

Tablo 15’e göre 2015’te İstanbul 148 kongre ile 8. olmuşken, Antalya 27 kongre ile 100’üncü; İzmir 13 toplantı ile 191’inci; Ankara ise 9 organizasyonla 254. sırada yer almıştır.

3.1. Antalya’da Kongre Turizmi

Doğal, tarihi ve kültürel zenginlikler açısından avantajlı durumda olan Antalya, İstanbul’dan sonra en çok kongre talebi çeken 2. şehirdir. Mevcut potansiyeline rağmen düzenlenen organizasyon sayısı bakımından İstanbul’a yakın sıralarda yer almamaktadır.

Akdeniz İklimi’ne sahip olmasından dolayı yaz ayları 3S (sun-sand-sea) odaklı tatil turizmini ve kongre turizmine yönelik talepleri aynı anda çekebilmektedir. Altyapı ve üstyapı yatırımlarının yeterli durumda olması, çok sayıda farklı düzeyde konaklama alternatiflerinin bulunması ve yan hizmetleri sunabilecek nitelikli işletmelerin varlığı açısından da olumlu bir profili bulunmaktadır.

Şimdiye kadar gerçekleşen uluslar arası bazı organizasyonlara ev sahipliği yapmıştır: Dünya Ormancılık Kongresi, Avrupa Erkekler Basketbol Şampiyonası; 2015'te NATO Dışişleri Bakanları Zirvesi ve G20 Zirvesi; EXPO 2016. G20 Zirvesi sırasında bölgeye 13.300 katılımcının iştirak ettiği tahmin edilmektedir.

3.1.1. Antalya Kongre Bürosu

Antalya Kongre Bürosu, Türkiye'nin ilk kongre bürosudur. 1996 yılında Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV) bünyesinde kurulmuştur. ICCA ve EFCT üyesidir. Çalışmaları, ATAV ve Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) tarafından finanse edilmektedir. Kurucuları arasında Antalya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (AESOB), Antalya Valiliği, Antalya Büyükşehir Belediyesi, Akdeniz Üniversitesi gibi kurum ve kuruluşlar da bulunmaktadır (Arslan, 2009, s. 129).

Antalya Kongre Bürosu'nun amaçları ise şu şekildedir (Aksu, 2013, s. 35):

- Kongre ve fuarcılık faaliyetlerinde Antalya'nın yurtdışında temsil edilmesi ve tanıtılması,
- Uluslararası kongre pazarındaki hareketlerin takip edilmesi,
- Kongre organizasyonlarında danışmanlık hizmeti verilmesi,
- Kongresistlerin beklentileriyle ilgili araştırmalar yapılması ve hizmet edecek personele eğitimler verilmesi,
- Antalya'nın uluslararası platformda temsil edilmesi gerekli derneklere üye olunması,
- Kongre taleplerine çekmeye yönelik olarak yapılan Pazarlama etkinliklerinin tüm bölgenin detaylı tanıtımının yapılacak şekilde hazırlanması ile ilgili çeşitli materyaller broşürler posterler hazırlanmasıdır.

3.2.İzmir'de Kongre Turizmi

ICCA raporlarında İstanbul ve Antalya'dan sonra en başarılı şehrimiz olan İzmir de tarihi ve doğal güzellikler bakımından avantajlı durumdadır. Uluslar arası hizmet veren İzmir Adnan Menderes Havalimanı, Türkiye'nin en çok yolcu taşıyan 4. havalimanıdır (www.adnanmenderesairport.com).

İzmir'in kongre turizmine yönelik altyapı ve üstyapı yatırımları, mevcut potansiyeline göre artırılabilir durumdadır. Bu yatırımlardan biri 2013 yılında hizmete açılan Efes

Kongre Merkezi'dir. Son teknoloji ekipmanla donatılmış oldukça nitelikli olan bu tesis, Türkiye'nin en büyük; Avrupa'nın ise 3'üncü en büyük kongre merkezidir (www.haberler.com, 2013).

Gelecekte turistler çevreye ve temiz doğal kaynaklara sahip destinasyonlara yönelim gösterecektir. Sanayileşmiş dünya nüfusunun %85'i için çevresel sorunlar en önemli konuların başında gelmektedir ve bazı grupları çekmek için çevresel duyarlılığın pazarlanması da önemli bir strateji olabilmektedir (Kahraman & Türkay, 2012, s. 115). Efes Kongre Merkezi kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlayacak bir sistemle inşa edildiği için bu taleplerin destinasyona çekilmesi için önemli bir tesis olması beklenmektedir.

3.2.1. İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu

İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, İzmir Turizm ve Tanıtım Vakfı, İzmir Valiliği, İzmir Ticaret Odası, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), İzmir Hilton Enternasyonel Otelcilik A.Ş, İzmir Turist Rehberleri Odası ve Fuarçılık gibi kuruluşların bulunduğu 24 ortaklı bir şirket olan İzmir Kongre ve Tanıtım A.Ş tarafından 2007 yılında kurulmuştur.

İzmir Kongre ve Ziyaretçi Bürosu'nun vizyonu en çok tercih edilen toplantı destinasyonu olabilmektir. Teklif sunumu için materyaller, tanıtım için materyaller, müşteri ve otel arasındaki bağlantıyı kurmak, organizasyonunu düzenleneceği yer ile ilgili öneriler sunmak, üyeler arası koordinasyonu sağlamak, şehir turları düzenlemek gibi hizmetler büronun sunduğu hizmetler içinde yer almaktadır (Aksu, 2013, s. 37).

4. İSTANBUL'DA KONGRE TURİZMİ

Roma, Bizans, Osmanlı imparatorluklarına başkent olan İstanbul, tarihi ve kültürel bir merkez olması, yalnız seyahat eden katılımcıların aileleriyle birlikte seyahat etmesi için teşvik edici bir etkidir. İstanbul'da düzenlenen toplantılar, program öncesine veya sonrasında dahil edilen Kapadokya, Efes veya Antalya turları ile uzamaktadır (Gökdeniz, 1996, s. 83).

Türkiye’de uluslar arası toplantıların %80’i İstanbul’da düzenlenmektedir (Arslan, 2009, s. 36). İstanbul, iki kıtada birden yer alan bir metropol olması, sahip olduğu uluslararası 2 havalimanı ve Türk Hava Yolları (THY)’nin birçok dünya kentine direk uçuşlarının olması ile kolay ulaşılabilirliği, çok sayıda beş yıldızlı otele ve rekreasyon tesislerine sahip olması, toplantı ve kongre merkezlerinin kalitesi ve sayısı ile kongre turizminin gerektirdiği altyapı ve üstyapı yatırımlarını tamamlamış ve yenilerinin eklenmeye devam ediyor olması, hizmet kalitesi ve fiyat politikalarıyla uluslar arası standartlarda bir dünya kenti olarak Türkiye’nin en çok toplantı talebi çeken şehri olmaya devam etmektedir.

Dünya çapında Habitat II, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT), IMF gibi birçok organizasyona ev sahipliği yapmış olması açısından dikkatleri çekerek talepleri toplayan bir kongre destinasyonudur. Ayrıca yıllardır yapılması planlanan “Harbiye Kongre Vadisi” ve çevresi düzenlemelerle sürekli gelişim içindedir.

ICCA verilerine göre İstanbul’da gerçekleşen kayıtlı ilk uluslararası kongre, 1952 yılındaki Uluslararası Kadın Avukatlar Federasyonu Kongresi (FIDA)’dır. 2000’li yılların başında dünyada 40’inci sırada yer alırken 2010 yılında son 15 yıl içerisindeki en iyi başarısını yakalamıştır (ICVB, 2010, s. 4).

1990’lı yıllarda turistlerin İstanbul’da ortalama kalış süresi 4 gün iken; 2000’li yıllarda 2,3 gün; 2010’da ise 4,3 gün olarak bilinmektedir (ISTKA, 2010, s. 54).

2011 yılında 500’den fazla kişinin katıldığı kongreler sıralamasında şehirler kategorisinde İstanbul, 53 uluslar arası kongre ile dünya 1.’si olmuştur (TUROB, 2012). 2013 yılına kadar bu birincilik devam etmiştir.

İstanbul, 2016’da İslam İşbirliği Teşkilatı 13. Zirvesi’nde 56 ülkeye ve Dünya İnsani Zirvesi esnasında da 5.000 kişiye ev sahipliği yapmıştır (www.aksam.com.tr, 2016).

Tablo 16: 2000-2015 İstanbul Kongre Sayısı ve Sıralaması

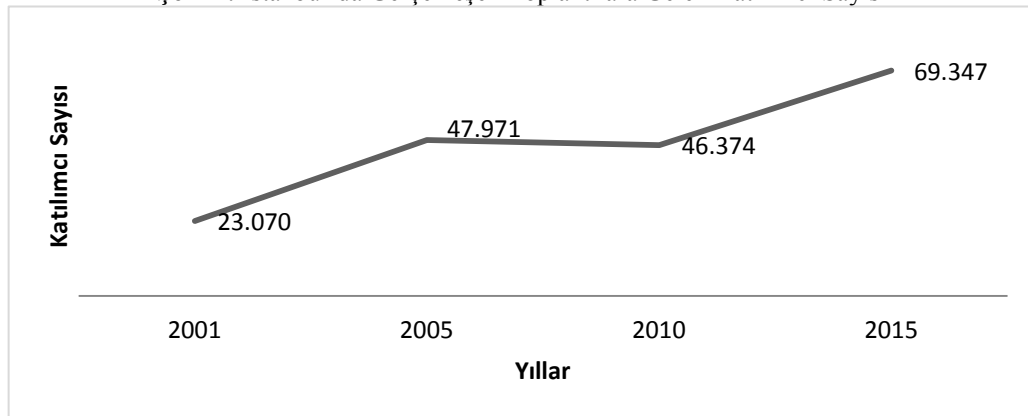
	Kongre Sayısı	Dünya Sıralaması	Avrupa Sıralaması
2000	27	36	21
2001	34	26	17
2002	33	34	22
2003	45	20	16
2004	52	25	18
2005	57	24	19
2006	73	15	12
2007	70	17	12
2008	72	17	12
2009	80	17	13
2010	109	7	6
2011	113	9	8
2012	128	9	8
2013	146	8	7
2014	130	9	8
2015	148	8	7

Kaynak: (tr.icvb.org.tr)

Tablo 16'ya bakıldığında ICCA istatistiklerine göre 2000'de 27 kongre ile 36. sırada olan İstanbul, yıllar geçtikçe toplantı turizminde yükselen bir ivme kazanmış 2015'te 148 kongre ile 7'nci sıraya yükselmiştir. Avrupa Kültür Başkenti seçildiği 2010'da son on yılın en iyi başarısını göstermiş ve Avrupa sıralamasında 6'ncı sırada yer almıştır. Ayrıca 2010'dan bu yana dünya sıralamasında ilk 10'daki yerini koruduğunu görülmektedir. 2015'te **Lizbon, Kopenhag, Prag, Amsterdam, Brüksel** gibi kentleri geride bırakarak 8'inci sırada yer almıştır.

2011-2013 yılları arasında 500 üzeri katılımcılı toplantılarda dünya birinciliğini koruyan İstanbul'un son yıllarına bakıldığında beklenmedik gerçekleşen olumsuz olayların talebi etkilediği düşünülmektedir. Ülke imajı oldukça kötü etkilenmiş ve bunun sonucu olarak turizme yönelik olumsuz etkiler ortaya çıkmıştır.

Şekil1: İstanbul'da Gerçekleşen Toplantılara Gelen Katılımcı Sayısı



Kaynak: (ICVB, 2010)

Şekil1'e göre İstanbul'da gerçekleşen toplantılara ilişkin ICCA ve Istanbul Convention and Visitors Bureau (ICVB) verileri incelendiğinde bu etkinliklere katılanların 2001-2015 yılları arasındaki sayısal gelişimi Şekil1'de gösterilmiştir. 2001'de 23.070 katılımcıyla başlayan İstanbul'un kongre serüveni 15 yıl içinde gelen delege sayısı 3 kat artmıştır.

Tablo 17: Uluslar arası Toplantıların Konuları

2016		2015	
Konular	Oranı	Oranı	Konular
Eğitim	8,39	6,5	Eğitim
Endüstri	9,09	7,3	Endüstri
Teknoloji	11,89	4,9	Ekonomi
Tıp	23,08	22,8	Tıp
Bilim	13,99	13,8	Bilim
Ulaşım	5,59	4,9	Ulaşım
Diğer	27,97	39,80	Diğer
Toplam	100	100	Toplam

Kaynak: ICVB, Meeting Planner's Guide 2016 & 2015 göstergelerinden faydalanılmıştır.

Yukarıdaki Tablo 17 ve aşağıdaki Tablo 18'e göre, ulusal ve uluslar arası toplantı konuları içerisinde en çok payı tıp almaktadır. Geçmişten günümüze değin en fazla düzenlenen toplantılar genellikle tıp alanında olmuştur. İnsanlara daha sağlıklı ve uzun bir ömür sürdürmesini sağlamak hedefi olan tıp dünyasında yaşanan gelişmelerin hepsi, kamuoyuyla paylaşılması gereken önemli olaylar olmuştur. Ayrıca Türkiye'de oldukça gelişmiş olan göz cerrahisi, tüp bebek ve saç ekimi alanları her yıl binlerce insanı İstanbul'a çekmektedir.

Tablo 18: Ulusal Toplantıların Konuları

2016		2015	
Konular	Oranı	Oranı	Konular
Diğer	34	9,8	Bilim
Eğitim	10,6	30	Diğer
Endüstri	6,6	18,9	Eğitim
İşletme	9,1	4,2	Güvenlik
Mimari	8,4	10,5	Kültür ve Sanat
Teknoloji	10,6	3,5	Teknoloji
Tıp	20,8	23,1	Tıp
Toplam	100	100	Toplam

Kaynak: ICVB, Meeting Planner's Guide 2016 & 2015 göstergelerinden faydalanılmıştır.

İstanbul, Avrupa Yakası'nda bulunan 34 ve Anadolu Yakası'ndaki 19 üniversite ile aynı zamanda büyük bir eğitim kentidir. Çoğu Erasmus değişim programı ile öğrenci kabul

etmektedir. İstanbul'da 2016'da eğitimle ilgili uluslar arası %8 oranında; ulusal %11 oranında toplantı düzenlenmektedir.

4.1. İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu

ICVB, 1996 yılından itibaren faaliyettedir. Turizm Geliştirme Vakfı (TUGEV) bünyesinde, kar amacı gütmeyen bir örgüttür. TUGEV yönetim kurulu, örgütlenme yapısının başında bulunmaktadır. İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosunun bütçesini destekleyenler içerisinde TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUGEV, İstanbul Ticaret Odası (İTO), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), TURSAB, Türkiye Otelciler Birliği (TUROB), Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), THY, İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) gibi kuruluşlar yer almaktadır (Aksu, 2013, s. 32).

ICVB, ICCA, Avrupa Şehirleri Pazarlaması (ECM), Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (DMAI), Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (MPI), Profesyonel Konvansiyon Yönetimi Birliği (PCMA) gibi kuruluşların üyesidir (Aksu, 2013, s. 35).

ICVB'nin kuruluş amacı olarak İstanbul'un ve Türkiye'nin yurtiçi ve yurtdışı tanıtımının yapılması ile kongre, konferans, fuar ve sergi gibi organizasyonların düzenlenmesi özendirilerek turizmin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Tüm CVB'ler gibi kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan ICVB'nin misyonu ise kongre sektöründe, destinasyonun bir bütün olarak pazarlanması ve pazardaki payının artırılmasına yönelik çalışmaları gerçekleştirmektir. Temel görevleri ise (Aksu, 2013, s. 32-33);

- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uluslar arası kongrelerinin ve fuarlarının organizasyonu,
- Kongre aday dosyası hazırlayıp bu dosyanın sunumunu yapmak,
- Hem alıcıları hem satıcıları temsil etmek,
- Satış için ziyaretlerde bulunmak,
- Alıcılar için tanıtım gezileri organize etmek,
- Uluslar arası sektör toplantılarına katılarak İstanbul'u temsil etmektir.

İstanbul Kalkınma Ajansı'nın (İSTKA) 2014 Yılı Küresel Turizm Merkezi İstanbul Mali Destek Programı kapsamında, TUGEV tarafından ICVB iştiraki ile 'Uluslararası Medya Çalışması' gerçekleştirilmiştir. Projenin genel amacı, İstanbul'un kongre sektörü alanında popüler ve daha çok tercih edilen bir destinasyon haline getirilmesidir. Projenin özel amacı ise, reklam, tanıtım, halkla ilişkiler ve pazarlama kanallarının çeşitlendirilerek İstanbul'un

uluslararası kongre ve toplantı sektörü medyasında tanıtımının daha etkili düzeyde gerçekleştirilmesidir. Hedef, kongre şehirleri arasında İstanbul'un ilk 5'e girmesidir (tr.icvb.org.tr) .



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: İSTANBUL'UN EKONOMİK VE DEMOGRAFİK DURUMU

1. İSTANBUL'DA EKONOMİK FAALİYETLER

Kongre destinasyonu olması planlanan ülke ya da kentin yalnızca kongre merkezlerinin ya da konaklama tesislerin varlığı yeterli olmamaktadır. Ekonomik istikrarı olan, sanayisi gelişmiş başarılı bir destinasyon olması da önemlidir.

Sürdürülebilir bir turizmde, ekonomi ve turizm bütünleşmiş yapıdadır ve sektörler birbirini desteklemektedir. Ekonomi; tarım, sanayi ve hizmetler sektörü olmak üzere üç temel sektörden oluşur (Bozgeyik & Yoloğlu, 2015). İstanbul'da gayri safi hasılanın %40'ı sanayi, %30'u ticaret ve geri kalanı diğer sektörlerden sağlanır. Tarımın payı sadece %1'dir. Türkiye bütçesinin ana kaynağı İstanbul'dur, denebilir (www.cografya.gen.tr).

2. SANAYİ VE TİCARET

Dünyada kongre turizmi çoğunlukla sanayileşmiş ülkelerde yapılmaktadır. Mekan ve mekanın yer aldığı kent de önem taşımaktadır. Endüstrinin gelişmesiyle dışa bağımlılık azalır. (Gürsel, 2014, s. 2)

Özellikle dış ticaretin gelişmesi, ülkeler açısından siyasi ve politik önem taşımaktadır. Ticari anlamda ekonomisini milli temeller üzerine kurmuş ülkelerin gelişmesi hızlı şekilde olmaktadır. İstanbul'da ticaret siciline kayıtlı oldukça fazla sayıda firma varken bunların bir kısmı aynı zamanda İTO'ya üyedir.

Tablo 20: Faaliyette Olduğu Yakaya Göre Firma Sayıları

	Ticaret Siciline Kayıtlı Firma Sayısı	İTO'ya Kayıtlı Firma Sayısı
Anadolu Yakası	184.943	133.184
Avrupa Yakası	360.007	256.744
Diğer	150	0
Toplam	545.100	389.928

Kaynak: <http://www.ito.org.tr/wps/portal>

Türkiye'nin en büyük sanayi ve ticaret merkezi İstanbul'dur. Büyük nüfus hacmi ile işgücü bulmada kolaylık ve hammaddeye ulaşım bakımından elverişli bir lokasyonda yer almaktadır. Türkiye'nin en büyük 100 sanayi kuruluşunun 42'si ve en büyük 500 kuruluşun 250'si İstanbul'dadır. 1952'de kurulan İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye'nin en büyük sanayi odasıdır. 40 meslek grubundan 7000'e yakın üyesi vardır. Türkiye'nin en eski kuruluşlarından olan İstanbul Ticaret Odası (İTO), 1882'de kurulmuştur (www.istanbul.gov.tr).

Organize Sanayi Bölgeleri'nin özellikle, Kartal-Pendik-Tuzla hattında yoğunlaşması dikkat çekmektedir. Uluslar arası toplantı konuları içerisinde 4'üncü en yüksek payı alan endüstri, ülkelerin gelişiminde önemli olan bir sektördür.

Tablo 19: İstanbul'daki Organize Sanayi Bölgeleri

Anadolu Yakası		
İstanbul Deri Organize Sanayi Bölgesi	Tuzla	1982
İstanbul Dudullu Organize Sanayi Bölgesi	Ümraniye	1995
İstanbul Tuzla Organize Sanayi Bölgesi	Tuzla	2000
İstanbul Anadolu Yakası	Tuzla	2000
Birlik Organize Sanayi Bölgesi	Tuzla	2001
İstanbul-Tuzla Kimya Sanayicileri Organize Sanayi Bölgesi	Tuzla	2001
Avrupa Yakası		
İstanbul İkitelli Organize Sanayi Bölgesi	Başakşehir	2001
İstanbul Beylikdüzü Organize Sanayi Bölgesi	Beylikdüzü	2002

Kaynak: <https://osbbs.sanayi.gov.tr/citydetails.aspx?dataID=224>

3. TEKNOLOJİ

Teknoloji, kısaca bilimsel bilgidен yararlanarak yeni bir ürün geliştirmek, üretmek ve hizmet desteği sağlamak için gerekli bilgi, beceri ve yöntemler bütünü olarak tanımlanabilir (Yıldırım, 2014).

Sanayileşmenin en belirgin ögesi teknoloji üretebilmektir. Teknoloji üretebilen, bilgiyi ürün tasarlamada kullanabilen ülkeler ticarete rekabet üstünlüğü, savunma sistemlerinde de caydırıcılık sağlayabilir. Kendi teknolojisini üreten bir sanayileşme ile ulusal ekonomiye ve ulusal teknolojiye en yüksek katkıyı sağlanabilir.

Teknoparklar, bilgiyi üreten üniversiteyi, bilgiyi uygulamaya aktaran sanayiye, verimli işbirliği platformu oluşması için gerekli destekleri sağlayan ve önlemleri alan devleti aynı çatı altında buluşturan yerlerdir (Etzkowitz, 2002). Çeşitli Ar-Ge ve inovasyon

çalışmalarının yapıldığı teknoparklardan İstanbul'da 5 tane bulunmaktadır. Bunların 4'ü Avrupa Yakası'nda, 1'i Anadolu Yakası'ndadır.

Tablo 21: İstanbul'daki Teknoparklar

Teknopark Adı	İlçe
Boğaziçi Teknopark	Sarıyer
İstanbul Teknokent	Avcılar
İTÜ Arı Teknokent	Sarıyer
Teknopark İstanbul	Pendik
Yıldız Teknik Üniversitesi Teknopark	Esenler

Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye'deki_teknokentler_listesi

Teknopark, Savunma Sanayii Müsteşarlığı (SSM) ve İTO ana ortaklığında kurulmuş bir teknoloji geliştirme bölgesidir. İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı'nı da kapsayan bir alanda kurulan Teknopark, Türkiye'nin kendi markalarını yaratacak bir teknoloji üssü olmayı hedeflemektedir. Şuan için 2.500 Ar-Ge personeline ev sahipliği yapmaktadır.2017'de yapımına başlanması planlanan, iki ayrı metro hattı ve Yüksek Hızlı Tren (YHT) ile Teknopark'a ulaşımın sağlanacağı projeler söz konusudur. Konum olarak yer aldığı Pendik-Tuzla bölgesi deniz ulaşımı ve tersaneler açısından da Türkiye'nin önemli merkezlerinden birisidir (www.teknoparkistanbul.com.tr).

Teknoparklarda ilk evrede az sayıda ve çok iyi yetişmiş elemanlar çalışmaktadır. Kitleleri istihdam etme yeteneğine erişmesi kurumsallaşması ve genişlemesiyle olacaktır. Bünyesine daha fazla firmanın dahil olmasıyla istihdam sayısı artacaktır (Kıncal, s. 14-15).

Teknopark İstanbul'un bünyesindeki AVM'ler, eğitim kurumları, hastaneler tamamlandığında yani 2. ve 3. etapları bittiğinde yaklaşık 30 bin kişiyi istihdam edebilir hale gelecektir. Her türlü sosyal ve kültürel ihtiyacı karşılayabilecek bir ortam olması hedeflenmektedir.

Teknopark'ın uluslar arası başarılarına imza atması, yapılan buluşlar ve alınan patentler, teknolojik ve bilimsel gelişmeler arttıkça bu bilgilerin kamuoyu ile paylaşılması ihtiyacı doğacaktır. Yapılacak tanıtımlara ve toplantılara bilim insanlarından, ilgili sektörlerden ve dünya basınından gelenler olacak ve bu insanların aynı anda ağırlanabileceği bir toplantı alanı gereksiniminin meydana geleceği düşünülmektedir.

Teknopark bünyesinde son teknoloji ekipmanın bulunacağı bir konferans salonunun yapılması planlanmaktadır. Ancak kapasitesi ile ilgili bir bilgi henüz mevcut değildir.

Teknopark İstanbul, 2017 yılında yapılacak olan IASP (Uluslararası Teknoparklar Birliği) Dünya Teknoparklar Kongresi'ne de ev sahipliği yapacaktır.

4. NÜFUS, EĞİTİM, İSTİHDAM

İstanbul'a bakıldığında 15 milyona yakın nüfusu ile "Mega Kent" ünvanını taşımaktadır. Geçmişten günümüze değin İstanbul dünya dikkatini üzerine toplayan metropol bir kenttir. Farklı kültürlerden ve dinlerden insanların yaşaması, ticaretin odak noktası olması, batı ile demiryolu bağlantısına sahip olması, İstanbul Boğazı'nın ticari gemilerin kuzeye ulaşması için yol olması gibi nedenlerle sürekli etkileşime maruz kalmış ve dinamik bir şekilde gelişerek şimdiki halini almıştır.

İstanbul'a, Doğu ve İç Anadolu'dan üniversite okumak için ya da işe girme umuduyla gelenlerin; mutsuz veya zor bir hayat sürdürdüğünü düşünen insanların daha iyi bir yaşam hayali ile kente yerleşmesi de nüfus artıran etkenlerdendir. İstanbul'un gitgide artan nüfusa sahip bir kent haline gelmesinde aşağıdaki demografik süreçler etkili olmaktadır (Turan & Turan, s. 164):

- Göç: Fırsat arayışı ile diğer bölgelerden göç artacaktır.
- Geçici İşçilerin Varlığı: Her yeni proje için inşaat aşamasında kısa dönemli işçi akını yaşanmakta, bölge nüfusu artmaktadır.
- Yer Değiştirme: Arazi kullanımı ve ulaşımda sorunlar olabilir.

İstanbul'un 2016'da kaydedilen toplam nüfusu 14.804.116'nın, 9.575.748 (%65)'i Avrupa Yakası'nda, 5.228.368 (%35)'i Anadolu Yakası'nda kayıtlıdır. TÜİK verilerine göre, 2017 işsizlik oranı %13'e yükselerek son yedi yılın en yüksek düzeyini yaşamaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde temel işsizlik verisi olarak kabul edilen tarım dışı işsizlik ise %15,2 oranındadır. İstihdam edilenlerin; %18,3'ü tarım, %19,8'i sanayi, %6,5'i inşaat, %55,4'ü ise hizmetler sektöründe yer almaktadır (www.hurriyet.com.tr, 2017).

Nitelikli işgücünü artırmak ve kentin yaşam kalitesini yükseltmek adına okullaşma oranı önemlidir. 2005'ten bu yana eğitim kalitesini artırmak adına çalışmalar yapılmakla birlikte yoğun göç ve doğal nüfus artışı sebebiyle derslik başına düşen öğrenci sayısındaki artışın önüne geçilememektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011).

Oturdukları yakadan diğerine çalışmak için geçen kişi sayısı da oldukça fazladır. Günlük yer değiştirme miktarı fazla olunca trafik yoğunluğu da fazla olmaktadır. Son yıllarda ulaşım sistemleri entegre edilerek artmaya devam etse de yaklaşık 2,5 milyon araç her gün trafikte olmaktadır.

Kongre merkezlerinin, yatırım ve işletme süreçlerinde doğrudan ya da dolaylı olarak ortaya çıkan işgücü ihtiyacı, istihdam edilmesi daha güç olan vasıfsız nüfus için konaklama veya yiyecek-içecek hizmetlerinde arz yaratacağı savunulmaktadır. Ayrıca kongre sayesinde oluşan toplam işgücü önemli ölçüde artacağından halkın satın alma gücü fazlalaşır, gelir düzeyi artacaktır (Oktay, 1997, s. 67).

Tablo 22: İstanbul Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus 2011-2015

15 yaş ve üzeri nüfus kayıtları

		Toplam nüfus	Okuma yazma bilmeyen	Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	İlkokul mezunu	İlköğretim mezunu	Ortaokul veya dengi okul mezunu
2011	Toplam	10 355 152	340 104	432 981	2 581 306	1 958 961	510 229
	Erkek	5 167 961	52 515	148 946	1 118 408	1 102 404	349 019
	Kadın	5 187 191	287 589	284 035	1 462 898	856 557	261 210
2012	Toplam	10 555 290	326 151	450 007	2 535 405	2 112 340	604 768
	Erkek	5 268 712	49 967	153 561	1 088 883	1 189 361	345 577
	Kadın	5 286 578	276 184	296 446	1 446 522	922 979	259 191
2013	Toplam	10 784 805	310 869	463 747	2 479 882	2 187 393	598 649
	Erkek	5 387 237	47 255	157 403	1 053 453	1 238 727	341 578
	Kadın	5 397 568	263 614	306 344	1 426 429	948 666	257 071
2014	Toplam	10 953 151	313 055	454 250	2 466 627	1 949 501	1 006 135
	Erkek	5 472 078	47 171	150 748	1 045 653	1 109 661	563 568
	Kadın	5 481 073	265 884	303 502	1 420 974	839 840	442 567
2015	Toplam	11 177 884	310 790	416 735	2 509 672	1 699 038	1 247 095
	Erkek	5 585 261	45 999	129 116	1 066 871	977 648	699 443
	Kadın	5 592 623	264 791	287 619	1 442 801	721 390	547 652

Not: Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları.
Yabancılar kapsama alınmamıştır.

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Tablo 22'ye göre, okuma yazma bilmeyen nüfusun yanı sıra niteliksiz işgücü sayılan ortaokul ve öncesi eğitim kurumları mezunu olup İstanbul'da ikamet eden kişi sayısı 5,5 milyona yakındır. Bu kesimin istihdamının zor olduğu göz önüne alınırsa çoğunun işsiz olduğu varsayılabilir. Dolayısıyla kişilerin İstanbul'daki her yeni projeden istihdam beklentisi oldukça yüksektir.

Anadolu Yakası'nda Sabiha Gökçen Havalimanı'na yakın olan, gelişmelerden ve değişimlerden direkt etkilenen Kurtköy, Güllübağlar, Harmandere, Ertuğrul Gazi Mahallesi, Tuzla, Pendik gibi yerleşim merkezleri mevcuttur. Bu birimlerde, geçmişte iş bulma ümidi ile göç eden bireylerin sayısının da oldukça fazla olduğu düşünülmektedir.

Tablo 22(Devam): İstanbul Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus 2011-2015

15 yaş ve üzeri nüfus kayıtları

		Lise veya dengi mezunu	Yüksek okul veya mezunu	Yüksek lisans mezunu	Doktora mezunu	Bilinmeyen
2011	Toplam	2 474 684	1 236 690	133 118	32 290	554 789
	Erkek	1 330 990	668 389	75 803	19 062	302 425
	Kadın	1 143 694	568 301	57 315	13 228	252 364
2012	Toplam	2 494 781	1 332 877	139 001	33 001	526 959
	Erkek	1 345 262	712 477	78 457	19 442	285 725
	Kadın	1 149 519	620 400	60 544	13 559	241 234
2013	Toplam	2 496 841	1 518 682	171 292	40 676	516 774
	Erkek	1 358 634	790 090	96 627	23 734	276 736
	Kadın	1 138 207	728 592	74 665	16 942	237 038
2014	Toplam	2 625 116	1 683 590	184 119	42 173	228 585
	Erkek	1 434 903	870 993	103 097	24 473	121 811
	Kadın	1 190 213	812 597	81 022	17 700	106 774
2015	Toplam	2 683 399	1 921 392	206 463	43 982	139 318
	Erkek	1 464 156	988 083	114 294	25 277	74 374
	Kadın	1 219 243	933 309	92 169	18 705	64 944

Not: Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları.
Yabancılar kapsama alınmamıştır.

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Tablo 22(Devam)'a göre lise ve dengi okul mezunu, üniversite, yüksek lisans ve doktora eğitimini tamamlamış nüfustan fazladır. Ara eleman olarak kullanılması

gereken lise, meslek lisesi ve dengi okul mezunları için iş bulma kapasitesinin daha fazla olması gerekmektedir. İşletmeler ise günümüzde ara eleman ihtiyacını fakülte mezunlarından temin etmektedir.

Turizm, 54 başka sektörü etkileyen lokomotif bir sektördür. ABD’de yapılan bir araştırmaya göre her 100.000 delegenin, diğer sektörlerde 1.000-2.000 kişiye ek istihdam sağladığı belirtilmiştir. Dolayısıyla her sektörden turizm içinde istihdama gereksinim vardır.

Kongre turizminin ekonomik anlamda kitle turizminden 3,5 kat fazla getiri sağladığı düşünülürse; 2015 verilerine göre 11 milyon, 2016 verilerine göre 14 milyon İstanbul nüfusu içinde işsiz olup, sektörde kullanılabilecek olanların istihdam edilmesi için yapılacak yeni yatırımlar büyük grupların istihdamı için yardımcı olacaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: KONGRE DESTİNASYONU İSTANBUL'DA TALEBİ ETKİLEYEN DESTİNASYON SEÇİM KRİTELERİ

1. DOĞAL ÇEVRE

1.1. İklim

İstanbul ılıman bir iklim ve uzun süren bir yaz mevsimine sahiptir. Doğal çekicilik ve iklimsel özellikler dikkate alındığında İstanbul yılın 12 ayında turist ziyaretine uygun bir kenttir (Kahraman, 2014).

1.2. Flora & Fauna

İstanbul, iki kıta ve iki deniz arasındaki coğrafi konumu sebebiyle Karadeniz kıyılarından nemli ve soğuk iklim ile Marmara denizinin daha sıcak Akdeniz ikliminin etkisi altında olağanüstü biyoçeşitlilik içermektedir. 2.500 bitkiye ev sahipliği yapması ve habitat zenginliği açısından Hollanda'yı ve İngiltere'yi geride bırakmaktadır. 39'u endemik 18'i doğal bitki türü bulunmaktadır (Özhatay)

İklim özellikleri göz önüne alındığında İstanbul ve yakın çevresinde yazın yeşil, kışın yaprak döken ağaç ve çalılarının hakim olduğu bir bitki örtüsüne sahiptir. İstanbul İli orman alanlarının % 58,4'ü Avrupa Yakası'nda, % 41,6'sı Anadolu Yakası'nda bulunmaktadır (İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023).

Fauna açısından da İstanbul oldukça zengin alt bölgelere sahiptir. Boğaziçi, göçmen kuşlar için Avrupa'daki en önemli göç yollarından biri üzerinde yer almaktadır. Terkos Gölü ve çevresi, Büyükçekmece Gölü, Küçükçekmece Gölü, Bogaziçi, Şile kıyıları ve Şile Adaları ülke düzeyinde önemli kuş alanlarıdır. Ayrıca, farklı alanlarda yaban hayatı koruma sahaları ile üretim istasyonları mevcuttur (İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023).

1.3. Tabiat Parkları

Anadolu Yakası'nda, Beykoz, Şile, Avrupa Yakası'nda Silivri, Çatalca, Büyükçekmece Küçükçekmece, Kilyos ve Sarıyer yer almaktadır. Terkos- Kasatura Kıyıları, Ağaçlı Kumulları, Kilyos Kumulları Batı İstanbul Meraları, Kuzey Boğaziçi, Sahilköy-Şile Kıyıları, Ömerli Havzası İstanbul'da yer alan önemli bitki alanlarıdır. Ayrıca farklı alanlardaki çeşitli Kent Ormanları, Tabiat Parkları ve Atatürk Arbretumu ile fauna incelemeleri açısından çeşitli türde ağaç ve bitki türü sunmaktadır (İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023).

Tablo 23: İstanbul'daki Tabiat Parkları

	Tabiat Parkı Adı	Bulunduğu İlçe	Bilinirliği
1	Avcıkoru Tabiat Parkı	Şile	B
2	Ayvat Bendi Tabiat Parkı	Eyüp	B
3	Bentler Tabiat Parkı	Sarıyer	T
4	Büyükkada Tabiat Parkı	Adalar	M
5	Çilingöz Tabiat Parkı	Çatalca	B
6	Değirmenburnu Tabiat Parkı	Adalar	M
7	Dilburnu Tabiat Parkı	Adalar	M
8	Elmasburnu Tabiat Parkı	Beykoz	B
9	Falih Rıfkı Atay Tabiat Parkı	Sarıyer	T
10	Fatih Çeşmesi Tabiat Parkı	Eyüp	B
11	Fatih Ormanı (Park Orman) Tabiat Parkı	Şişli	T
12	Fatih Ormanı Tabiat Parkı	Şişli	B
13	Göktürk Göleti	Eyüp	B
14	Hacetderesi	Tuzla	B
15	İrmak Tabiat Parkı	Sarıyer	T
16	Kirazlıbent Tabiat Parkı	Eyüp	T
17	Kömürcübent Tabiat Parkı	Sarıyer	T
18	Marmaracık Tabiat Parkı	Sarıyer	B
19	Mehmet Akif Ersoy Tabiat Parkı	Sarıyer	T
20	Mihrabat Tabiat Parkı	Beykoz	T
21	Neşetsuyu Tabiat Parkı	Sarıyer	T
22	Polonezköy Tabiat Parkı	Beykoz	M
23	Şamlar Tabiat Parkı	Gaziosmanpaşa	B
24	Türkmenbaşı Tabiat Parkı	Sarıyer	B

Kaynak: İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023, s.127

Not: Değerin bilinirliği; Bölgesel seviyede B, Ülke seviyesinde T, Milletlerarası seviyede: M

Çevresel ve doğal güzelliklere ilgili olan yabancı kongre katılımcıları için İstanbul'da bulunan tabiat parklarının tanıtımının doğru ve kullanımının özendirici olacak şekilde gerçekleştirilmesi önemlidir. Bitki örtüsü ve yaban hayat özelliğine sahip bu alanların önemini farkına varılması ve temizliğinin sağlanması da bölgelerin devamlılığı açısından önemlidir.

1.4. Plajlar ve Sular

Avrupa Yakası'nda Büyükçekmece, Küçükçekmece, Terkos gölleri ve Çatalca'da bulunan Büyükkokmuşgöl ve Küçükkokmuşgöl, Anadolu Yakası'nda Riva, Ağva ve Tuzla'da yer alan Kamil Abduş Gölü İstanbul'un en önemli sulak alanlarını barındırmaktadır. Bu alanlar sucul bitki örtüsü bakımından da çok zengin bölgelerdir (İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023).

Türkiye Halk Sağlığı Kurumu'nun 2016'da 15 günde bir yaptığı denetimler sonucu İstanbul'daki plaj sularının kalite derecelendirmesi Tablo 24'teki gibidir. İstanbul'un 421 kilometrelik sahilinin birçok noktasından denize girilebilmek mümkün görünmektedir.

Tablo 24: İstanbul'daki Plajların Su Kalitesi

İlçe	Plaj Sayısı	A Kalite	B Kalite	C Kalite	D Kalite
Beykoz	6	6	-	-	-
Şile	18	7	11	-	-
Kadıköy	3	3	-	-	-
Tuzla	4	1	3	-	-
Büyükçekmece	8	3	5	-	-
Küçükçekmece	3	-	2	-	1
Bakırköy	4	-	2	-	2
Arnavutköy	5	-	5	-	-
Sarıyer	8	-	8	-	-
Silivri	13	-	13	-	-
Çatalca	6	3	3	-	-
Beylikdüzü	1	-	1	-	-
Büyükkada	5	5	-	-	-
Heybeliada	2	2	-	-	-
Burgazada	1	1	-	-	-
Kınalıada	4	4	-	-	-
Sedef Adası	1	1	-	-	-
Toplam	92	36	53	-	3

Kaynak: (www.adalardan.net, 2016)

Tablo 24'e göre A kalite: mükemmel, B kalite: iyi, C kalite: kötü, D kalite: yasak olarak derecelendirilmektedir. İstanbul deniz suları için C kalite plaj bulunmaz iken, girilmesi uygun görülmeyen yasaklı 3 plaj vardır.

İstanbul'daki 92 plajın 31'i Anadolu Yakası'nda iken, bunların 17'si A kalite plaj, 14'ü B kalite plajdır. Prens adalarındaki 13 plajın hepsi ise A kalite girilebilir suya sahiptir. Geri kalan 48 plajın 6'sı A kalite, 39'u B kalite, 3'ü D kalite olup Avrupa Yakası'nda bulunmaktadır.

2. ULAŞILABİLİRLİK

Havaalanlarının ulusal ekonomiye, etkisi yıllarca sürebilecek faydası bulunduğu bilinmektedir. Havaalanı şebekeleri, ulusal ve bölgesel yanı dünyadaki temel merkezleri birbirine bağlamakta, bulunduğu bölgeye sosyal ve ekonomik katkı sağlamaktadır (Turan & Turan, s. 162).

İstanbul, Avrupa Yakası'nda Atatürk Havalimanı ve Anadolu Yakası'nda Sabiha Gökçen Havalimanı ile yıllık yaklaşık 90 milyon yolcuya hizmet vermekte olan bir mega kenttir. 2019'da tamamlanması planlanan üçüncü havalimanı projesinde ise yıllık yolcu hacminin 150 milyon olacağı tahmin edilmektedir. İstanbul coğrafi konumu itibariyle birçok Avrupa ülkesine 2-4 saatlik; kuzey Afrika ülkelerine ise 4 saatlik uçuş mesafesi yakınlıktadır. Ulusal havayolu şirketi THY, 296 noktaya direkt uçuş gerçekleştirmektedir (ICVB, 2016, s. 131).

2001 yılında hizmete giren Sabiha Gökçen Havaalanı (ISG), İstanbul- Kocaeli üretim hattı ve turizm hattı açısından stratejik bir yerdedir. Asya Yakası'nda yer almakta; Kadıköy'e 35 km, Taksim'e ve konferans alanlarına 50 km ve İzmit'e 69 km uzaklıktadır.

Sabiha Gökçen Havaalanı'nın bulunduğu çevrede toplu konut ihtiyacının doğması, AVM ve otel yatırımlarının artması, raylı ulaşım sistemlerinin bölgeye uzatılması ile ulaşımın kolaylaşacak olması, bölgenin değerini artırmaktadır. Ayrıca yakın lokasyonda birçok üniversitenin açılması ve Teknopark gibi bir bilim merkezi kurulması havaalanının yer aldığı Anadolu Yakası'nda olumlu sosyal etkiler meydana getirmiştir.

İstanbul Atatürk Havalimanı(AHL) ise, Türkiye'nin ve Avrupa'nın en önemli hava limanlarından biridir. Havalimanının, Kongre Vadisi olarak adlandırılan Harbiye'ye yakınlığı, konaklama işletmelerinin ve kongre merkezlerinin çoğunun Avrupa Yakası'nda bulunması, tarihi yarımada'nın yer aldığı kıtada bulunması, ulaşım ağının daha gelişmiş olması açısından kongre düzenleyicilerinin tercihi genelde bu kıtaya yöneliktir.

Tablo 25: Yıllara Göre İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı Yolcu İstatistikleri

Yıllar	İç Hatlar	Dış Hatlar	Toplam
2006	2.153.561	762.893	2.916.454
2007	2.563.283	1.228.342	3.791.625
2008	2.789.743	1.568.967	4.358.710
2009	4.547.673	2.092.285	6.640.230
2010	7.665.021	3.933.005	11.598.026
2011	9.117.049	4.571.930	13.688.979
2012	9.752.385	5.120.525	14.872.910
2013	12.029.274	6.813.166	18.842.788
2014	15.028.257	8.603.626	23.631.883
2015	18.581.984	9.703.594	28.285.578
2016	20.118.329	9.533.214	29.651.543

Kaynak: (www.sabihagokcen.aero, 2017)

Tablo 25'e ve Tablo 26'ya göre, 2016'da AHL'nin yıllık yolcu trafiği 60 milyon; ISG'nin yıllık yolcu trafiği 29 milyon olarak kaydedilmiştir. ISG'nin yıllık yolcu kapasitesi AHL'nin yarısı kadar olmasına rağmen iç hatlar neredeyse aynı yoğunluktadır. Dış hatlar yoğunluğu açısından ISG geride kalmıştır.

Tablo 26: Yıllara Göre İstanbul Atatürk Havalimanı Yolcu İstatistikleri (Milyon)

Yıllar	İç Hatlar	Dış Hatlar	Toplam
2006	9,1	12,2	21,3
2007	9,6	13,6	23,2
2008	11,5	17,1	28,6
2009	11,4	18,4	29,8
2010	11,8	20,3	32,1
2011	13,6	23,8	37,5
2012	15,3	29,7	45,0
2013	17,2	34,1	51,3
2014	18,7	38,2	56,9
2015	19,3	42,0	61,3
2016	19,1	41,0	60,1

Kaynak: (www.ataturkairport.com, 2017)

Anadolu Yakası'nın metro ağını uzatmaya yönelik projeler; kentsel dönüşüm ile estetik olmayan yapılaşmanın düzeltilmesi; Kurtköy'e yapılan ekonomik, sosyal ve teknolojik yatırımların bölgeyi değerlendirmesi ile yabancı sermayenin de dikkatini çekeceği; Formula1 pistinin aktif hale getirilmesi; Teknopark'ın tamamlanması; kurulacak olan İstanbul Finans Merkezi'nin ISG yolcu trafiğini artıracığı düşünülmektedir.

Böyle bir kapasiteye sahip olmasına rağmen Anadolu Yakası'nda yeterli kongre ve fuar merkezi bulunmadığı için kongre turizmine dönük hizmetleri yeterince karşılayamamaktadır (Arslan, 2009, s. 62). Bölgede havaalanı oteli ve toplantı amacıyla

kullanılmak için yapılan otel yatırımları mevcuttur ancak henüz yeterli olmadığı düşünülmektedir.

Seyahatin gereklerinden olan vize ise elektronik vize başvuru sistemi ile başvurulara vize alma konusunda oldukça rahat ve pratik bir yöntem sunmaktadır (ICVB, 2016, s. 131).

3. KENT İÇİ ULAŞIM

3.1. Karayolu Ulaşımı

Belediyeye bağlı veya özel otobüslerle İstanbul'un birçok noktasına ulaşım sağlamak mümkündür. Bunların yanı sıra minibüs, dolmuş ve taksiler de alternatif seçeneklerdir. 2007 yılında hizmete açılan metrobüs ise trafiğin tamamından ayrılmış olan kendisine ait şerit üzerinde işleyen uzun bir otobüstür. Karayolunda seyahat süresi açısından oldukça tasarruflu bir seçenektir. Metrobüsün ilk durağı Anadolu Yakası'nda Söğütlüçeşme'den başlayıp, D-100 karayolu üzerinden Zincirlikuyu-Avcılar-Cevizlibağ arası ulaşımı sağlar. Güzergah üzerindeki birçok otele, kongre ve fuar merkezine ulaşım mümkündür.

Avrasya Tüneli, Marmaray tüp geçidinden sonra ikinci deniz altı tünelidir. 20 Aralık 2016'da açılışı gerçekleşen tünel iki katlı araç yolu olup, Kennedy Caddesi'nde Kumkapı ile D-100 Karayolu'nda Koşuyolu mevkiî güzergahında geçiş imkanı sağlayan karayolu tünelidir. İstanbul'un özellikle köprü trafiği yükünün azalacağı öngörülmektedir.

Kongreye grup halinde gelen delegeler varsa genelde toplu taşımayı kullanmak yerine on kişinin dağılmadan aynı anda seyahat edebileceği özel araçları kiralamayı tercih etmektedirler. Kısa süreli olarak buldukları kentin trafiğinde vakit kaybetmek kongresistlerin istemediği bir şey olup bu noktada İstanbul'un trafik probleminin kontrol edilebilir olması önemlidir.

3.2. Demiryolu Ulaşımı ve Raylı Ulaşım

İstanbul'da, iki ana tren garı bulunmaktadır. Sirkeci Garı, Sirkeci-Halkalı Banliyö Hattı başlangıç noktasıdır. 1883-1977 yılları arasında Paris-İstanbul seferini yapan Orient Express'e de ev sahipliği yapmış, Avrupa ülkeleri ile bağlantısı bulunan bir demiryoludur.

Anadolu Yakası'nda ise Haydarpaşa Garı, İstanbul-Bağdat Demiryolu hattının başlangıç istasyonu olarak inşa edilmiştir. Haydarpaşa-Gebze ulaşımı sağlamakta olup, 19 Haziran 2013'ten beri yenileme çalışmaları sürmektedir (tr.wikipedia.org).

Marmaray Projesi kapsamında bu iki hattın birleştirilmesi söz konusu olup, Gebze-Halkalı arası ulaşımın tek vasıta ile sağlanması devam eden bir projedir. Marmaray Metroyu, İstanbul Boğazı altından geçen bir tüp tünelle Ayrılıkçeşme-Yenikapı arası hizmet vermektedir.

Avrupa Yakası'nda 1989'dan beri metro ulaşımı varken, Anadolu Yakası'na metro inşa edilmesi ve hizmete açılması 2012'yi bulmuştur. Mevcut metrolardan M1A, M1B, M2, M3, M6 metroları Avrupa Yakası'nda günlük ulaşımında önemli rol oynamaktadır. M4 metro hattı İstanbul'un en uzun metrosu olup, Anadolu Yakası'nda Kadıköy-Pendik arası ulaşımı D-100 hattı boyunca sağlamaktadır. M4 hattının Sabiha Gökçen Havalimanı'na uzatılması ihtimali gündemdedir.

Demiryolu ve metro hatlarının yanı sıra füniküler (Tünel - Karaköy ve Taksim - Kabataş), modern tramvay (Zeytinburnu - Kabataş Hattı ve Güngören - Bağcılar), nostaljik tramvay Tünel - Taksim ve Kadıköy - Moda) ve teleferik hatları (Taksim - Maçka ve Eyüp - Piyer Loti) da İstanbul'da mevcuttur.

Kongre delegelerinin istedikleri noktaya varabilmesi için ulaşımın, pratik ve kısa sürede sağlanması önemlidir. Genellikle karayolu ulaşımı, sınırlı vakte sahip delegeler tarafından tercih edilmemekte ve çoğunlukla gitmek istedikleri her yere metro ile ulaşımı sağlamayı arzu etmektedirler.

İstanbul'daki mevcut raylı sistem uzunluğu 2004 öncesi 45,1 km iken 2016 itibarıyla 145,45 kilometreye ulaşmış olup 2019 sonunda 482,10 km olması planlanmaktadır. 2019 sonrası hedef ise 1.000,15 kilometredir (www.metro.istanbul).

İstanbul'un gelecekte önemli bir finans merkezi olması düşünülürken diğer finans merkezi kentlerin raylı sistem uzunluğuna bakıldığında Hong Kong(262km)'u ve Singapur(101km)'u geride bıraksa da Paris(1.705km), Londra(1.633km), New York(971km) gibi merkezlerin gerisinde kalmaktadır (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011).

3.3. Denizyolu Ulaşımı

İstanbul Boğazı, Haliç ve Prens Adaları deniz ulaşımı vapur, deniz otobüsü veya özel işletmelere ait motorlar ile sağlanmaktadır. Kent içi yolcu taşımacılığındaki denizyolunun payı %4,38 oranla raylı ulaşım(%17,60) ve karayolu(%78,02) ulaşımına kıyasla düşük kalmaktadır (www.iETT.istanbul).

Avrupa Yakası'nda Yenikapı Bakırköy, Avcılar, Büyükçekmece, Kabataş, Beşiktaş, İstinye, Sarıyer olmak üzere 8, Anadolu Yakası'nda ise Kadıköy, Bostancı, Pendik, Kartal, Beykoz, Burgazada, Kınalıada, Heybeliada, Büyükada, Harem, Maltepe 11 adet olmak üzere 17 adet deniz terminali bulunmaktadır (İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023).

4. MEVCUT KONGRE ALTYAPISI

4.1. Kongre Merkezleri

İstanbul, Türkiye'nin en fazla ziyaretçi çeken ve toplantı düzenlenen şehridir. Ekonomisi, sanayisi, tıbbi ve teknolojisi ile Türkiye'nin diğer kentlerinden önde gelmektedir. Günümüzün önemli sorunlarından trafik ise gün geçtikçe gelişmekte olan ulaşım sistemlerinin altyapıya dahil edilmesiyle çözümlenmeye devam etmektedir.

Kongre destinasyonu adayı bir kentin toplantı imkanları ve çeşitliliği de önem taşımaktadır. İstanbul'da konumlandırılmış olan toplantı ve fuar merkezlerine bakıldığında genel olarak Atatürk Havalimanı ve Sergi Bölgesi, Harbiye Kongre Vadisi, Haliç, Merkezi İş Alanı olarak adlandırılan Levent olmak üzere 4 bölgede yoğunlaştığı görülmektedir. Anadolu Yakası'nda ise kongre merkezi bulunmamakla birlikte mevcut otellerin bünyesinde toplantı organizasyonları gerçekleştirilmektedir.

Mevcut kongre tesislerinin yer aldığı lokasyonlar incelendiğinde genellikle ulaşım sistemleri gelişmiş, alternatif ulaşım sistemleri olan bölgelerde bulunduğu görülmektedir. Ayrıca kent merkezine, ticari, tarihi ve kültürel alanlara yakınlığı itibarıyla da dikkat çekmektedir. Kongresistler için toplantının gerçekleşeceği tesis ile konaklama yapacağı yer arası uzaklığın yürüyüş mesafesi olması önemlidir. Kongre

sonrası artan zamanda da ulaşım ile fazla vakit kaybetmeden çevreyi gezmek, rekreasyonel faaliyetlerde bulunmak ve alışveriş yapmak isteyecektir.

Tablo 27: Ulusal ve Uluslararası Toplantıların Düzenlendiği Mekanlar

Mekan	Uluslararası Toplantı		Ulusal Toplantı	
	2015	2016	2015	2016
Otel	40,7	48,3	28,7	33,9
Üniversite	13,8	30,8	51,8	42,7
Kongre Merkezi	26	13,3	16	5,8
Diğer	19,5	7,7	3,5	17,5
Toplam	100	100	100	100

Kaynak: ICVB, Meeting Planner's Guide 2016 & 2015 göstergelerinden faydalanılmıştır.

Tablo 27'ye göre uluslararası toplantıların otellerde gerçekleşme oranı %50 iken bkz. Tablo 4'e göre 2010 verilerine kıyasla, üniversitelerde yapılan toplantıların ise %10 artarak %21'den %30,8'e çıktığı görülmektedir. Kongre merkezlerinde gerçekleşen toplantı oranı ise %26'dan düşerek %13 olmuştur. Kültür merkezi, müze vd. mekanlarda gerçekleşen kongreler ise %7,7 oranındadır.

Tablo 27'deki, ulusal toplantılardaki mekan tercihi ise uluslararası toplantıların mekan tercihine göre farklılık göstermektedir. Ulusal toplantıların üniversitelerde gerçekleşme oranı %42 ile en fazla iken, otellerde %33,9 oranında gerçekleşmektedir. En düşük payı alan kongre merkezleri tercihi ise %5,8'dir.

Bakırköy çevresindeki fuar ve sergi tesislere bakıldığında Atatürk Havalimanı'na yakınlığı ile dikkat çekmektedir. Kongre Vadisi ise eğlence, yeme-içme, alışveriş gibi faaliyetlerin karşılanabileceği bir bölge olan Taksim'de bulunmaktadır. Her şeyin aynı anda ve birbirine çok yakın olması kongresistler için avantaj olduğundan ve merkezi bir bölge olması, Tarihi Yarımada'ya olan yakınlığı nedeniyle de çok fazla tercih edilmektedir.

Haliç Kongre Merkezi'nin tarihi "Altın Boynuz" denilen lokasyonda açılması, otel ve tesis yatırımlarını artırmış, bölgeyi toplantı sektörüne hizmet edebilir niteliğe getirmiştir. Haliç Kongre Merkezi, 5 km'lik alan içerisinde toplam 2.757 oda kapasiteli 9 adet 5 yıldızlı, 4 adet 4 yıldızlı oteller ve butik oteller ile çevrilidir (www.halic.com).

Tablo 28: İstanbul'daki Kongre Merkezleri ve Kapasiteleri

Kongre Merkezleri	Toplantı Salonu Sayısı	En Büyük Salon Kapasitesi Tiyatro Düzeni (Kişi)
İstanbul Kongre Merkezi (ICC)	109	3.555
Haliç Kongre Merkezi	21	3.004
Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı (ICEC)	44	3.500
İstanbul Hilton Convention Center	27	300
Grand Cevahir Oteli Kongre Merkezi	21	2.500
WOW Convention Center	34	4.000
Harbiye Askeri Müze Kültür Merkezi	10	513
Feshane Fuar Kongre Kültür Merkezi	4	3.500
Fulya Fuar ve Kültür Merkezi	5	700
Ara Toplam	275	21.572
İstanbul Fuar Merkezi	7	250
Zorlu Performans Sanatları Merkezi	8	2.190
Cemal Reşit Rey Konser Salonu	1	915
Abdi İpekçi Arena	1	12.000
Cemil Topuzlu Açık hava Tiyatrosu	1	5.000
CNR EXPO İstanbul Fuar Merkezi	8	200
TÜYAP Fuar Alanı	22	750
Toplam	323	42.877

Kaynak: ICVB, Meeting Planner's Guide 2016, 2015, 2014'ten faydalanılmıştır. (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011). Tesislerin web sitelerinde yer alan bilgiler kullanılmıştır.

Yukarıdaki Tablo 28'de kongre ve toplantı amaçlı kullanılabilir tesislerin bünyesinde yer alan salon sayısı ve en büyük salon salonlarının tiyatro düzenindeki kapasiteleri belirtilmiştir. Tesislerde talebe göre seçilebilecek birçok büyüklükte salon mevcuttur. Salon kapasiteleri 18 kişi ile 12.000 kişi arasında değişmektedir. Tesislerin toplamda 160.000 kişi kapasiteyi aşacağı tahmin edilmektedir. Tesislerin hepsinin Avrupa Yakası'nda yer aldığına dikkat çekilecek olursa Anadolu Yakası'ndaki tesis eksikliği göze çarpmaktadır.

4.2. Kongre Hizmeti Sunan Oteller

2.500 üzeri katılımcılı toplantıları gerçekleştirmek bir kent için önemli bir event iken, sınırlı sayıda olan bu toplantıları kapmak CVB'ler için adeta bir yarış haline gelmektedir. Ancak günümüzde uluslar arası dernek ve birliklerin üye sayıları ve teşvikler azaldığı için az katılımcılı toplantılar olarak trend geriye doğru işlemeye başlamıştır. Küçük grupların katılımcı olacağı toplantılarda bu yüzden kongre salonları değil, konaklama, yeme-içme ve toplantı fonksiyonlarını aynı anda karşılayabilecek toplantı otellerine yönelimler artmaktadır. Toplantı ve konaklamanın aynı yerde gerçekleşecek olması katılımcı için maksimum fayda yaratmaktadır.

Tablo 29: Ulusal ve Uluslar arası Toplantıların Büyüklükleri (%)

Delege Sayısı	Ulusal Toplantılar		Uluslar Arası	
	2015	2016	2015	2016
500'den Az	70,6	82,1	61,8	77
500-1000	21,7	11	25,2	12
1000-2500	7	5,1	10,6	7
2500 Üzeri	0,7	1,8	2,4	4
Toplam	100	100	100	100

Kaynak: ICVB, Meeting Planner's Guide 2016 & 2015 göstergelerinden faydalanılmıştır.

Tablo 29'da görüldüğü gibi en fazla payı 500 kişiden az katılımcılı toplantılar almaktadır. Kişi sayısı arttıkça gerçekleşen toplantıların da azaldığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak büyük toplantıların organize edilmesinin zorluğu, az sayıda event olması, adaylık süreçlerinin zahmetli geçmesi gösterilebilir.

Salon kapasitesinin büyük bölümünü bünyesinde bulunduran oldukça fazla sayıda 5 ve 4 yıldızlı otel bulunmaktadır. Ancak bu otellerin birçoğunun ICVB üyeliği bulunmamaktadır, üye olanlar ise genellikle Avrupa Yakası'ndaki tesislerdir.

Tablo 30: Kongre Hizmeti Veren Beş ve Dört Yıldızlı Oteller ve Kapasiteleri

Otel Adı	Toplantı Odası Sayısı	Salon Adı	En Büyük Salonun Kapasitesi
10 Karaköy A Morgans Original	1	Balıklı	77
Barcelo Eresin Topkapı	13	Ballroom	750
Conrad İstanbul	27	Ballroom 1+2+3	950
Crown Plaza Asya	26	Topkapı	1.700
Dedeman İstanbul Esentepe	16	Ballroom	450
Divan Taksim Şişli	6	Meclis Ballroom	320
Elite World Business Küçükçekmece	11	Dolmabahçe	690
Elite World Europe	9	Ball 2	825
Elite World İstanbul Taksim	9	Lalezar	400
Eresin Crown Hotel Sultanhamet	1	Bosphorus Room	150
Eser Premium Hotel & Spa Büyükçekmece	9	Diamond Ballroom	940
Grand Hyatt	19	Grand Ballroom	500
Hilton Garden Inn İstanbul Golden Horn	9	Büyükada 1+2	230
Hilton İstanbul Bomonti	32	Grandballroom	3.200
Hilton İstanbul Bosphorus	27	Şadırvan B	300
Hyatt Regency İstanbul Ataköy	17	Ballroom	1.200
Intercontinental İstanbul Taksim	13	Dolmabahçe Ballroom	700
İstanbul Marriott Hotel Şişli	8	Grand Ballroom	1.120
Konak Hotel Taksim	3	Bergama	110
Le Meridien	10	Grand Ballroom	850
Mercure Taksim İstanbul	2	Taksim	30
Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn	12	Golden Horn Ballroom	200
Mövenpick Hotel İstanbul Levent	11	Ballroom	550
Ramada Plaza İstanbul Şişli	9	Ballroom	300
Polat Renaissance Hotel Beşiktaş	13	The Ball	600

Polat Renaissance Hotel Yeşilyurt	13	Ballroom A+B+Foyer	1.500
Shangri La Bosphorus	11	Shangri La Ballroom	1.050
Sheraton İstanbul Ataköy	11	Grand Ballroom	600
Sheraton İstanbul Maslak	13	Galaxy1/2/3/	800
Swissotel The Bosphorus Beşiktaş	29	Fuji Ballroom	1.600
The Marmara Pera	5	Pera I	180
The Marmara Taksim	18	Grand Ballroom	700
The Ritz Carlton	10	Ballroom	600
Vault Karaköy, The House Hotel	4	Kasa Lokanta	60
Wyndam Grand İstanbul Europe	16	Grand Ballroom	600
Wyndam Grand İstanbul Levent	22	Piri Reis1+2+3	1.100
Toplam	465		25.932

Kaynak: ICVB, Meeting Planner's Guide 2016, 2015, 2014 göstergelerinden faydalanılmıştır.

Not: Yalnızca ICVB üyesi konaklama tesislerinin kapasiteleri yer almaktadır.

Tablo 31: Anadolu Yakası'nda Kongre Hizmeti Veren Oteller

Otel Adı	Toplantı Odası Sayısı	Salon Adı	En Büyük Salonun Kapasitesi
Ağaoğlu My City	9	Paito	350
Bostancı Prensos	1	Mustafa Kemal	400
By Otell	13	Periodot	700
Cevahir Otel Asya	9	Prens Adası	600
Crowne Plaza Asya	27	Topkapı	1.800
Dedeman Bostancı İstanbul	13	Aristo1-4	710
Dila Hotel	2	Kadiköy	150
Divan Asya	10	Ballroom	1.000
Dream Hill Business Deluxe	7	Büyükada	489
Elite Hotels Dragos	12	Sedef	150
Holiday Inn Express Altunizade	3	A/B/C	35
Hotelsuadiye	5	Konferans	170
ISG Airport Hotel	5	Ballroom	250
Mercure İstanbul Altunizade	13	Ballroom	260
Miracle İstanbul Asia	10	Beylerbeyi	2.000
Radisson Blu İstanbul Asia	14	Ballroom I+II	480
Ramada İstanbul Asia	4	Bünyamin Kara	148
The Green Park Bostancı	18	Kadiköy	650
The Green Park Pendik	37	Oditoryum	1.500
Titanic Business Asia	23	Karina I+II	900
Wyndham Grand Kalamış	17	Kalamış	750
Toplam	252		13.492

Tablo 31'e bakıldığında Anadolu Yakası'ndaki otellerin çoğunun bünyesinde oldukça fazla sayıda toplantı salonlarının bulunması, bu ihtiyacı karşılamaya yönelik konseptlerde tesisler olduğunu göstermektedir. Mevcut kongre salonlarının 35 kişiden 2.000 kişiye kadar çeşitli büyüklüklerde toplantılar için uygun olduğu görülmektedir.

4.3. Üniversiteler

İstanbul'da 54 üniversite bulunmaktadır. Bunların 7'si devlet üniversitesi; beşi meslek yüksek okul olmak üzere 47'si vakıf üniversitesidir. 36'sı Avrupa Yakası'nda bulunurken, 18'i Anadolu Yakası'ndadır. Ayrıca askeri eğitim veren Deniz Harp Okulu Tuzla'da, Hava Harp Okulu Yeşilköy'de yer almaktadır.

Tablo 32: Anadolu Yakası'ndaki Kongre Salonu Olan Üniversitelerin Kapasiteleri

Üniversite Adı	Salon Sayısı	Toplam Kapasitesi
Acıbadem Üniversitesi	25	750
Gedik Üniversitesi	2	600
Marmara Üniversitesi	13	2.666
Medeniyet Üniversitesi	1	300
Okan Üniversitesi	8	595
Piri Reis Üniversitesi	3	818
Yeditepe Üniversitesi	5	1.980
Toplam	57	7.709

Kaynak: İCVB, Meeting Planner's Guide 2016, 2015, 2014'ten faydalanılmıştır. Okulların web sitelerinde yer alan bilgiler kullanılmıştır.

Anadolu Yakası'nda yer alan üniversitelerin bünyesindeki toplantı salonu sayısı 57 ve toplam kapasitesi 7.709'dur. Avrupa Yakası'ndaki üniversiteler ise 53 salon toplam 7.280 kişi kapasitelidir.

Ulusal toplantıların bkz. Tablo 27(s.64)'ye göre %40-50 oranında; uluslararası toplantıların ise %15-30 oranında gerçekleştiği göz önünde bulundurulursa üniversitelerin bünyesinde önemli bir kapasite mevcuttur.

Geçmişte üniversitelerde gerçekleşen toplantılar incelendiğinde çoğunlukla Acıbadem, Boğaziçi, İstanbul, İstanbul Teknik, Kadir Has ve Koç üniversitelerinde gerçekleştiği görülmektedir (tr.icvb.org.tr). Diğer okulların talep çekmesindeki eksiklik eğer fiziksel yeterliliklerden kaynaklı ise bu fonksiyonların belirli kaliteye ulaşması ve teknolojik ekipmanların dönemsel şartlara uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Aksi halde bu durumun mevcut olduğu okullar için toplantı talebini çekmede engel oluşturabilir. Ayrıca salonların, kullanılacak kişi sayısına göre genişletilip küçültebiliniyor olması da tercih edilmesi yönünde fark yaratıyor olabilir.

5. KONAKLAMA İMKANLARI

İstanbul, ağırladığı ziyaretçi sayısı ile orantılı olarak fazla sayıda ve iyi nitelikte konaklama arzına sahiptir. Çok sayıda lüks nitelikte 5 ve 4 yıldızlı tesis olması, düşük bütçeli katılımcıların konaklamasını zor kılmaktadır. Uluslar arası delegeler 5 ve 4 yıldızlı konaklama işletmelerini tercih ederken ulusal toplantı katılımcıları genellikle 3 yıldızlı konaklama tesisleri tercih etmektedirler. 2011 Eylem Planı'nda da dikkat çekilmiş olan 3 yıldızlı otel yatırımlarının artırmaya yönelik çabaların yeterli düzeye ulaşmadığı düşünülmektedir. 5 ve 4 yıldızlı otel yatırımlarının ise daha az gerçekleştiği düşünülmektedir. 2015 yılsonu itibarıyla İstanbul'da Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Belgeli tesislerin, sayı, oda, yatak kapasitesi Tablo 33'te gösterilmiştir.

Tablo 33: Kültür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

Türü\Yeri	Tesis Sayısı		Toplam Tesis Sayısı	Oda Sayısı		Yatak Sayısı		Toplam Yatak Sayısı
	Avrupa	Anadolu		Avrupa	Anadolu	Avrupa	Anadolu	
Özel Tesis	112	12	124	4.188	411	10.630	819	11.449
Butik Otel	15	2	17	716	42	1.436	84	1.520
5*	74	19	93	18.637	4.891	37.706	9.960	47.666
4*	109	10	119	12.494	971	25.032	1.921	26.953
3*	97	16	113	5.709	853	11.179	1.633	12.812
2*	40	4	44	1.450	146	2.276	295	2.571
1*	6	1	7	144	19	271	38	309
Apart Otel	2	1	3	58	36	154	72	226
Pansiyon	3	1	4	26	9	52	18	70
Hostel	1	-	1	123	-	166	-	166
Toplam	459	66	525	43.545	7.378	88.902	14.840	103.742

Kaynak: (İstanbul Kültür Turizm Müdürlüğü, 2016, s. 18)

Tablo 33'de Avrupa ve Anadolu Yakası olarak ayrı belirtilen işletme belgeli tesis sayısı toplam 525 olup, bu tesislerin tamamının yatak kapasitesi 103.742'dir. Avrupa Yakası'nda 459 tesis olup 43.545 oda sayısı ve 88.902 yatak kapasitesi; Anadolu Yakası'nda ise toplam 66 tesis olup, 7.378 oda sayısı ve 14.840 yatak kapasitesini bulunmaktadır.

Mevcut işletme belgeli tesislerin %87'si Avrupa Yakası'nda, %13'ü Anadolu Yakası'nda bulunmaktadır. Yatak kapasitesinin ise %86'sı Avrupa'da olup %14'ü Anadolu'dadır.

İstanbul'un Anadolu Yakası'nın Orta Doğu'nun finans merkezi olarak planlanmış olmasını dikkate aldığımızda, KTB'den işletme belgeli turizm tesis ve yatak arzının Anadolu Yakası'nda artırılmasına ihtiyaç bulunduğu düşünülmektedir.

Tablo 34: Kùltür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım Belgesi Konaklama Tesisleri

Türü\Yeri	Tesis Sayısı		Toplam Tesis Sayısı	Oda Sayısı		Yatak Sayısı		Toplam Yatak Sayısı
	Avrupa	Anadolu		Avrupa	Anadolu	Avrupa	Anadolu	
Özel Tesis	15	1	16	487	12	982	24	1.006
Butik Otel	16	-	16	574	-	1.152	-	1.152
5*	33	6	39	8.573	1.361	18.612	2.834	21.446
4*	46	9	55	5.594	1.351	11.156	2.874	14.030
3*	42	11	53	1.919	751	3.905	1.457	5.362
2*	5	3	8	101	46	192	92	284
1*	3	-	3	62	-	124	-	124
Hostel	1	-	30	-	30	60	-	60
Toplam	161	30	191	17.340	3.521	36.183	7.281	43.464

Kaynak: (İstanbul Kùltür Turizm Müdürlüğü, 2016, s. 18)

Tablo 34'te KTB'den yatırım belgesi almış olan tesis ve yatak sayısı gör÷lmektedir. İstanbul'da inşası devam eden toplam 43.464 yatak kapasiteli 191 konaklama tesisi bulunmaktadır.

Uluslar arası toplantı delegeleri kongre için gittikleri kentte 5 ve 4 yıldızlı otelleri tercih ederken, ulusal toplantı delegeleri 3 yıldızlı otelleri tercih etmektedirler. Yatırım aşamasındaki tesisler tamamlandıktan sonra sırasıyla Avrupa ve Anadolu'daki 5 yıldızlı otel sayısı 107 ve 25; 4 yıldızlı otel sayısı 155 ve 19; 3 yıldızlı otel sayısı 139 ve 27 olacaktır. Bu sayılara göre üç yıldızlı konaklama tesislerini artırmaya yönelik yatırımlar gerçekleştiği gör÷lmektedir.

6. REKREASYON

6.1. Yeme-İçme ve Eğlence

İstanbul'un en popüler meyhane ve barları Beyoğlu İstiklal Caddesi'nde toplanmıştır. Çiçek Pasajı, Tünel Pasajı, Asmalımescit Sokağı, Nevizade Sokağı, Fransız Sokağı Beyoğlu'ndaki önemli yerlerdir.

Anadolu Yakası'nda bulunan Bağdat Caddesi ve Kadıköy semtlerinde de dünya mutfağından birçok restoran, kafe ve bar bulunmaktadır. Şehrin iki yakasından da ulaşımı sağlanan Prens Adaları ve Anadolu Kavağı da balık restoranlarıyla ünlüdür.

Tablo 35: Kùltür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Yeme-İçme Ve Eğlence Tesisleri

Türü	Sayı		Toplam Kapasite	Kapasite		Toplam Kapasite
	Avrupa	Anadolu		Avrupa	Anadolu	
Özel Tesis	146	29	175	22.144	6.289	28.433
Lüks Lokanta	1	-	1	600	-	600
1.Sınıf Lokanta	105	57	162	25.890	17.119	43.009
2. Sınıf Lokanta	32	14	46	4.958	1.910	6.868
Kafeterya	5	1	6	640	175	815
Müstakil Eğlence Yerleri	6	1	7	950	50	1.000
Bar	2	2	4	210	90	300
Günübirlik Tesisler	9	7	16	2.345	1.245	3.590
Kongre Merkezleri	3	-	3	-	-	0
Yat Limanları	2	-	2	-	-	0
Ara Toplam	311	111	422	57.497	26.518	84.015
Yüze Lokantalar			46			16.742
Günübirlik Gezi Tekneleri			73			12.961
Ticari Yatlar			180			1.225
Havuzlar			1			-
Genel Toplam			722			115.543

Kaynak: (İstanbul Kùltür Turizm Müdürlüğü, 2016, s. 19)

Tablo 35’te Kùltür ve Turizm Bakanlığından “İşletme Belgeli” Yeme – İçme ve Eğlence Tesisleri yer almaktadır. Toplamda İstanbul’da yer alan 722 tesisin kapasitesi 115.543 kişidir. Bu kapasitenin 30.928 kişilik kısmı Yüzer Lokantalar, Günübirlik Gezi Tekneleri ve Ticari Yatlar olarak belgelendirilen deniz taşıtlarına aittir.

Tablo 36: Turizm Yatırımı Belgeli Yeme-İçme Ve Eğlence Tesisleri

	Avrupa	Anadolu	Avrupa	Anadolu	Toplam Kapasite
	Sayı		Kapasite		
1.Sınıf Lokanta	13	7	3.165	1.186	4.351
Eğlence Merkezi	-	1	-	300	300
Özel Belgeli	2	1	1.470	60	1.530
Yat Limanları	1	-	-	-	-
Toplam	16	9	4.635	1.546	6.181

Kaynak: (İstanbul Kùltür Turizm Müdürlüğü, 2016, s. 19)

Tablo 36’da KTB’den yatırım belgesi almış olan tesislerin sayıları görölmektedir. İstanbul’da inşası devam eden toplam 6.181 kişi kapasiteli Yeme-İçme ve Eğlence Tesisi bulunmaktadır.

Ünlü açık hava gece kulüplerinden Sortie, Reina, Anjelique Ortaköy’de bulunmaktadır. Anadolu Yakası’nın en iyi etkinlik mekanları ise genelde Kadıköy’de bulunmaktadır.

6.2. Alışveriş

Kapalıçarşı(1461), Mahmutpaşa Çarşısı(1462) ve Mısır Çarşısı(1660) olmak üzere İstanbul'da üç tane tarihi çarşı bulunmaktadır, üçü de Avrupa Yakası'nda Fatih semtindedir.

Kapalı Çarşı'da 4000 dükkan ve yaklaşık 25000 çalışan bulunmaktadır. Satılan çoğu ürün Türkiye'de üretilen ürünler olup ihraç edilmektedir. El işçiliğinin yoğun olduğu ürünlerdir. Genellikle halı ve mücevheratın yanında meşhur Türk işi gümüşten yapılmış eserler, bakır, bronz hediyelik ve dekoratif eşya, seramik, oniks ve deriden mamul ürünler satışa sunulmaktadır. Dünyanın en büyük çarşısı olup, her kültürden turisti çekmektedir. 2014 Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre yıllık 91.250.000 ziyaretçi sayısı ile 1. sırada yer almaktadır.

Bunların yanı sıra ICVB verilerine göre İstanbul'da 112 kadar AVM bulunmaktadır. Yaklaşık %70'i Avrupa Yakası'nda bulunurken, %30'u Anadolu Yakası'ndadır.

7. KÜLTÜREL ZENGİNLİK

7.1. Tarihi ve Arkeolojik Yapılar

Roma, Doğu Roma ve Osmanlı gibi büyük İmparatorluklara başkentlik yapmıştır. Bu görkemli geçmişi ile farklı dinleri, kültürleri, toplulukları ve bunların ürünü olan yapıtları benzersiz bir coğrafyada bir araya getiren İstanbul, 1985 tarihinde Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Dünya Miras Listesi'ne 4 bölge olarak dahil edilmiştir. Bunlar; Hipodrom, Ayasofya, Aya İrini, Küçük Ayasofya Camisi ve Topkapı Sarayı'nı içine alan Sultanahmet Kentsel Arkeolojik Sit Alanı; Süleymaniye Camisi ve çevresini içine alan Süleymaniye Koruma Alanı; Zeyrek Camisi ve çevresini içine alan Zeyrek Koruma Alanı ve İstanbul Kara Surları Koruma Alanı'nı içermektedir (OECD, 2008, s. 151).

2000 yılında sivil toplum örgütlerinin öncülüğünde başlatılan "İstanbul Avrupa Kültür Başkenti" projesi sonuca ulaşmış; İstanbul, AB Kültür Bakanları tarafından verilen "2010 Avrupa Kültür Başkenti" ünvanını elde etmiştir.

7.2. Festivaller

Festivaller bir kültürü tanıtmak yurt ve dünya barışını sağlamak açısından yardımcı unsurlardır. Ayrıca aile, din, etnik yapı, politika gibi pek çok yönden toplumları birleştirmekte ve entegrasyonunu sağlamaktadır. Düzenledikleri bölgeye ekonomik katkı sağlayıp kent tanıtımını yapmak gibi işlevleri bulunmaktadır. Turistler açısından çekicilik unsuru olan etkinliklerin her yıl düzenli olarak gerçekleştirilmesi, tanıtımlarının iyi yapılması ve uluslararası hale getirilmesi önemlidir.

İstanbul'da düzenli olarak gerçekleşen birkaç festival vardır. Ancak tanıtımlarının iyi yapılamaması gibi nedenlerden dolayı katılımlar beklenenden düşük seviyede gerçekleşmektedir. İstanbul gibi bir mega kent için daha fazla uluslararası nitelikte etkinlik ve festival düzenlenmesi gerekmele birlikte, cazibe unsuru olarak kullanılmalıdır.

Sabancı Üniversitesi Gösteri Merkezi (SGM) 912 kişilik kapasitesiyle, Bostancı Gösteri Merkezi (BGM) toplam 2.377 kişilik oturma kapasitesiyle, Caddebostan Kültür Merkezi (CKM) büyük salonunda 656 koltuk; 2 küçük salonunda 125'er koltuk kapasitesiyle tiyatro, konser, sergi ve panellere ev sahibi olabilecek mekanlardır. Ayrıca İstanbul Anadolu Yakası'nın en hızlı gelişen bölgelerinden biri olan Ataşehir'de bulunan Ülker Sports Arena, 15.000 kişi kapasitesi ile basketbol müsabakalarının yanı sıra uluslararası konser ve gösterilerin de düzenlenebileceği bir mekandır.

Türkiye'deki festival ve etkinliklerin daha organize bir şekilde ve ulusal ziyaretçilerin yanında uluslararası ziyaretçilere de açılabilmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır (Giritlioğlu & Avcıkurt, 2010, s. 85).

7.2.1. İstanbul Uluslararası Film Festivali

1982 yılından beri nisan ayında düzenlenen festivalde her yıl 200'ü aşkın film gösterilmektedir. Gösterilen filmlerin sayısı itibarıyla Türkiye'deki en kapsamlı film festivali olan İstanbul Film Festivali, 2016 yılında 90.000'e varan izleyici sayısı ile Türkiye'nin en büyük film festivali de sayılmaktadır (film.iksv.org).

7.2.2. İstanbul Uluslararası Tiyatro Festivali

Yerli ve yabancı tiyatro ve dans topluluklarının iki yılda bir Mayıs ayında, üç hafta boyunca izleyiciyle bulunduğu uluslararası bir etkinlik olan İstanbul Tiyatro Festivali ilk kez 1989 yılında gerçekleştirilmiştir. 2002 yılından bu yana iki yılda bir düzenlenen festival kapsamındaki yapımlar ve topluluklar, hem izleyiciye hem de sanat dünyasına farklı açılımlar kazandırmakta; ulusal ve uluslararası, klasik ve çağdaş yorumlar, her iki yılda bir İstanbul Tiyatro Festivali merceğinden sahnelere yansımaktadır (tiyatro.iksv.org).

7.2.3. Uluslararası Müzik Festivali

IKSV'nin ilk kez 15 Haziran-15 Temmuz 1973 tarihleri arasında düzenlendiği festival, 1973'ten beri müşterek bir platform oluşturarak ırk, etnik köken, din, inanç ayrımı gözetmeksizin toplumlar ve kültürler arasındaki diyalogu güçlendirmek; kültürel çeşitlilik, ifade özgürlüğü gibi değerleri pekiştirmek için çaba göstermektedir (muzik.iksv.org).

7.2.4. Uluslararası Caz Festivali

İstanbul Caz Festivali, 1994'ten beri düzenlenmektedir. Her yıl temmuz ayının ilk yarısında İstanbul'un değişik etkinlik mekânlarında gerçekleştirilen İstanbul Caz Festivali, programında caz müziğinin yanı sıra pop, rock ve dünya müziğinden farklı tarzlara da yer vermektedir (caz.iksv.org).

7.2.5. İstanbul Uluslararası Bienali

IKSV'nin 1987 yılından bu yana, farklı kültürlerden sanatçılar ve izleyiciler arasında görsel sanatlar alanında İstanbul'da bir buluşma noktası oluşturmayı amaçlamaktadır. Her iki yılda bir eylül-ekim aylarında düzenlenen bienal, güncel sanatın yeni eğilimlerini bir araya getirerek izleyiciye sunarken, yurtiçi ve yurtdışındaki sanat çevreleri, sanatçı, küratör ve eleştirmenler arasında uluslararası bir kültür ağının kurulmasına olanak sağlamıştır. Türkiye'de ve bulunduğu coğrafyada düzenlenen en geniş çaplı uluslararası sanat sergisi olma özelliği taşımaktadır (bienal.iksv.org).

7.2.6. İf İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali

İf İstanbul Uluslararası Bağımsız Filmler Festivali'nde filmler 2002'den bu yana her yıl İstanbul'da, Ankara'da ve İzmir'de sinemalarda şubat-mart aylarında, farklı ve güncel temalar altında toplanarak izleyiciyle buluşturulmaktadır. (www.ifistanbul.com).

7.2.7. İstanbul Shopping Fest

2011 yılında kurulan festivalin misyonu, İstanbul'u dünyanın alışveriş, kültür ve eğlence merkezi haline getirmektir. Her yıl temmuz ayının ilk haftasında gerçekleştirilen festival süresince, katkıda bulunan tüm dükkanlar özel indirimler sunmaktadır ve vergiden muaf alışveriş imkânı tanındığı için özellikle yabancı turistleri cezp etmektedir (en.wikipedia.org).

7.3. Müzeler

Geçmiş zamanlarda yaşamış insan topluluklarına ait kültürel ve tarihsel değeri olan nesnelere sergileyerek, ülkelerin ve uygarlıkların tarihsel oluşumunu yansıtan müzeler; insanları geçmiş zamanlara bağlamakta ve turistlerin ziyaret ettiği yerlerin başında gelmektedirler (Sezer, 2010, s. 50).

Türkiye deniz-kum-güneş turizmine sıkışmış ve buna bağlı olarak mevsimsel turizme yoğunlaşmış bir politika izlemektedir. Kongre turizmi, mevsimsellikten kurtuluş anlamında önem arz etmekle birlikte, kültür seviyesi yüksek katılımcıların kente gelmesi, kültürel faaliyetlerin uluslararası nitelikte olması ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Festival ve sergilerin yanı sıra müzelerin varlığı da kültürel çekicilik yaratmaktadır.

İstanbul'daki 82 müzenin 3'ü genelkurmay başkanlığına, 17'si kültür turizm bakanlığına, 4'ü vakıflar genel müdürlüğüne bağlıdır. 49 özel müze ve 9 milli saray bulunmaktadır. KTB'ye bağlı müzelerin 2'si, milli sarayların 4'ü; özel müzelerin 6'sı Anadolu Yakası'nda bulunmaktadır.

Mevcut kapasiteyi artırmak için gerekli iyileştirme ve düzenlemelerin sağlanarak Milli Saraylar, köşkler, yalılar gibi müze ve tarihi eser niteliğinde olan binaların salonlarının hizmete sokularak orijinal bir arz yaratılması akla gelen ilk önerilerdendir (Karasu, t.y.).

İBB'ye ait sosyal tesis olan BELTUR A.Ş. işletmesinde 9 tarihi köşk bulunmaktadır. Bunların 3'ü Anadolu Yakası'nda yer almaktadır. Gerekli teknolojik donanım sağlandığı takdirde toplantı taleplerini karşılamaya yönelik kullanılabilir alanlar olarak düşünülmektedir.

Tablo 37: Beltur A.Ş. İşletmesindeki Tarihi Köşkler

Adet	Tarihi Köşkler	Salon Sayısı	En Büyük Salon Kapasitesi (Kişi)	İlçe
1	Beyaz Köşk	1	120	Sarıyer
2	Çadır Köşk	5	400	Beşiktaş
3	Hidiv Kasrı	7	400	Beykoz
4	Küçük Çamlıca Köşkü	3	100	Küçük Çamlıca
5	Malta Köşkü	3	90	Beşiktaş
6	Pembe Köşk	2	70	Sarıyer
7	Sarı Köşk	2	90	Sarıyer
8	Su Köşkü	1	80	Küçük Çamlıca

Kaynak: (www.beltur.istanbul)

Tablo 37'deki mekanların Anadolu Yakası'nda olanları: Hidiv Kasrı 7 salonuyla iç mekanda 460, dış mekanda 1.000 kişilik kapasitesi ile çok büyük bir arza sahiptir. Ayrıca Küçük Çamlıca Köşkü iç mekanda 225, dış mekanda 500; Su Köşkü ise iç mekanda 80, dış mekanda 250 kişiyi ağırlayabilecek kapasiteye sahiptir.

8. GERÇEKLEŞMESİ BEKLENEN PROJELER

8.1. İstanbul Finans Merkezi

Anadolu Yakası'nda inşası devam eden İstanbul Finans Merkezi'nin 1 milyon 700 bin metrekarelik alanıyla Ataşehir'de 40-70 bin istihdam yaratacağı söylenmektedir. Bölgede planlanan raylı ulaşım sistemleri, 3 katlı İstanbul Tüneli'nin ve Avrasya Tüneli'nin Ataşehir'e bağlantısı olması ile burada çalışacak nüfusun yoğunluğunun trafiğe yansımayacağı düşünülmektedir. İstanbul Finans Merkezi'nde yaklaşık 560 bin metrekaresi ofis, 90 bin metrekaresi alışveriş merkezleri, 70 bin metrekaresi otel, 60 bin metrekaresi rezidans ve 2 bin kişi kapasiteli bir kültür ve kongre merkezi olacak şekilde inşa edilecektir (www.haberturk.com, 2015).

Avrupa Yakası'nda yer alan şirketlerin, Anadolu Yakası'nı daha uygun fiyatlı kiralar, ve düzenli yerleşime sahip olması gibi nedenlerle tercih ederek ofislerini buraya taşımaya başlaması da dikkat çekmektedir. Finans Merkezi tamamlanınca bünyesinde

yer alacak çok sayıda firmanın uluslar arası anlaşmalar yapması söz konusu olacaktır. Yaratacağı potansiyel ile bölgedeki iş turizminin artması öngörülmektedir.

Projenin hedefi büyük bir finans merkezi inşa etmek ve İstanbul'u uluslararası bir finans merkezi haline getirmektir. Dört bölgeden oluşacak projede özel kurumlara ve denetim kuruluşlarına ait binalar, banka ve finans merkezlerine ait binalar, kongre ve kültür merkezi, beş yıldızlı otel, rezidans ve konut birimlerinin yanı sıra destek ve hizmet birimlerinden okul, polis, itfaiye binası da yer alması planlanmıştır (ililproje.com.tr, 2013).

8.2. Yassıada

Yassıada, Anadolu Yakası Prens Adaları'na yakın küçük bir adadır. Kültür ve Turizm amaçlı kullanılması planlanan tesisin inşaatına başlanmış durumdadır. Kongre amaçlı hizmet verebilmesi için 200 yataklı bir otelin, kongre merkezinin, bir restoranın ve caminin bulunacağı, tamamlandıktan sonra ise 700 civarı kişiye istihdam yaratacağı öngörülmektedir (www.adagazetesi.com.tr).

Roma ve Osmanlı Dönemi'nden yapılar bulunan adada bu unsurlar (Bizans zindanları, şato, kale, sarnıç) korunarak açık hava müzesi ve/veya kapalı hava müzesi haline getirilecektir. Deniz ulaşım araçlarının yanaşabilmesi için iskele inşa edilecektir. 1960 darbesinin yargılamalarının yapıldığı adanın tarihi önemi de bulunmaktadır.

8.3. Büyük İstanbul Tüneli

İstanbul Boğazı'nın altından geçerek İstanbul'un Asya ve Avrupa yakaları arasında Eyüp-Ümraniye güzergahında, kara ve demir yolu ulaşımı sağlayacak olan, üç katlı, tünel projesinin 2020'de açılması planlanmakta olup, ihale aşamasındadır. Üçüncü Havalimanı, Sabiha Gökçen Havalimanı, İstanbul Finans Merkezi ile bağlantısının olması planlanmaktadır (www.ntv.com.tr).

BEŞİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL’UN KONGRE TALEBİNİN İNCELENMESİ; ANADOLU YAKASI’NIN ARZ POTANSİYELİ

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

İstanbul da mevcut durumdaki fuar, kongre ve toplantı amaçlı kullanılabilir tesislerin hepsinin Avrupa Yakası’nda bulunduğu görülmektedir. Yeni yatırımların halen Avrupa Yakası’na yönelik devam etmesine rağmen Anadolu Yakası’nda kongre merkezinin bulunmaması dikkat çekmektedir. Bu eksikliğin nedenlerinin nelerden kaynaklandığını ortaya çıkarmak ve Anadolu Yakası’ndaki ürün çeşitlendirmesinin hangi alanlarda gerçekleşmesi gerektiğini keşfetmek/belirlemek, turizm ve kongre turizmi açısından İstanbul’un Anadolu Yakası’nın Avrupa Yakası’na göre neden geride kaldığını ortaya çıkarmak araştırmanın amacıdır.

İstanbul’un iki kıtası arasındaki destinasyon tercihinin neye göre yapıldığına ve talebi etkileyen faktörlerin neler olduğuna ulaşarak geliştirilmesi gereken alanları belirlemek anlamında çalışma önem taşımaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, iki aşamada gerçekleşmiş olup birinci aşamada ikincil kaynaklar kullanılarak (kitap, makale, süreli yayınlar, kurum/dernek web siteleri) literatür taraması ve doküman incelemesi yapılmış; ikinci aşamada örnekleme yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmıştır.

Gerçekleşen görüşmelerde konunun dağılmasını engellemek adına yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmış, yönteme uygun açık uçlu sorular hazırlanmıştır. Görüşmelerde kullanılan sorular, Anadolu Yakası’nda gerçekleşmekte olan veya ileride gerçekleşecek değişim ve gelişimlerin kongre turizmi talebinde olumlu bir etki yaratıp yaratmayacağını keşfetmeye veya öngörüle bulunmaya yönelik hazırlanmıştır.

İlk 2 soru görüşülen kişiyi cevap vermeye güdüleyecek yönde hazırlanmış, Toplamda 10 soru hakkında görüş alınmıştır.

Görüşmelerde kullanılmış sorular EK-1’de verilmiştir.

Örnekleme, kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenen turizm ve kongre sektörü alanında otorite sahibi kişilerden oluşmaktadır. 10 kişi ile görüşme talebinde bulunulmuş, geri dönüş yapan 7 kişi ile yapılan görüşmeler yaklaşık 75’er dakika sürmüştür, veri kaybını önlemek ve zamandan kazanmak adına kayıt cihazından faydalanılmıştır. Görüşülen kişilerin yorumlarına önem verilmiş, farklı bakış açıları ile detayların aydınlatılması amaçlanmıştır.

3. ANALİZ VE BULGULAR

Sektörde uzun yıllar deneyim kazanmış kişilerle yapılan görüşmeler sonucu, Anadolu Yakası’na yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, yatırım tercihleri ve talebin tercihiyle ilgili elde edilen bulgular bir SWOT analiz tekniği uygulanarak incelenmiş; sonuçları üstünlükler, zayıflıklar, fırsatlar ve tehditler bağlamında aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

Üstünlükler

- Avrupa Yakası’nda yoğun olan trafik problemi Anadolu Yakası’nda daha az görülmektedir.
- Olumsuz olayların daha az yaşanması ile Anadolu Yakası güvenli ve huzurlu bir profil sergilemektedir.
- İstanbul Finans Merkezi projesi kapsamında Anadolu Yakası’nda ulaşım, ofis, konut, turizm tesisleri, kongre, eğitim, sağlık ve güvenlik konularında ilerleme gerçekleşecektir.
- Yakın zamanda hizmete açılmış Anadolu-Avrupa arası ulaşım hatlarından Marmaray, Avrasya Tüneli ile ulaşım süresinin yayalar ve araçlar için 15 dakikaya indirgenmiş olması önemli bir avantaj yaratmaktadır.
- Sınai ve ticari işletmelerin Anadolu Yakası’nda daha yaygın olması, iş turizmi ve kongre turizmi bağlamında üstün olanak ve olasılıklar sunmaktadır.

Zayıflıklar

- Anadolu Yakası'na yönelik tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yetersiz kalması talep üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır.
- Farklı ulaşım sistemlerinin birbirleriyle entegrasyonu henüz yeterli değildir.
- Anadolu Yakası'ndaki otellerin yoğun olarak 2 ayrı bölgede (Ataşehir ve Kurtköy) konumlanmış olması; kongre merkezinin bulunmaması gibi nedenlerle, Kongre Vadisi'ndeki gibi hem toplantı hem konaklama hizmetini aynı yerde sunan bir arz görülmemektedir.
- Otellerin yoğunlaştığı bir bölgenin oluşmamış olması konaklama işletmelerinin bölgedeki dağılımında dengesizlik yaratmaktadır.
- Anadolu Yakası'ndaki mevcut konaklama tesislerinin kent merkezine ve tarihi unsurlara uzak olması ve bu bölgelere ulaşmak için sınırlı vakte sahip delegelerin yolda vakit kaybı yaşamak istememesine bağlı olarak, eski kent merkezi olan Sultanahmet ve çevresine yakın konumlandırmaya sahip tesislere talep daha fazladır.
- İstanbul'da 5 ve 4 yıldızlı otellerin çoğu 2000 üzeri katılımcılı toplantıları gerçekleştirebilecek niteliktedir ancak bu tesislerin sayısı Anadolu Yakası'nda azdır. Bölgede havaalanı oteli ve toplantı amacıyla kullanılmak için yapılan otel yatırımları mevcuttur. Ancak henüz yeterli düzeye ulaşmamıştır.
- ISG'deki direkt uçuş sayısının AHL'ye kıyasla daha az sayıda gerçekleşmesi de talebi yönlendirmektedir.
- Kültürel ve sportif etkinlikler yeterli sayıda ve kalitede gerçekleşmemektedir.

Fırsatlar

- Yapılması planlanan İFM Projesi kapsamında ulaşım ve güvenlik imkanlarının geliştirilmesine yönelik çalışmalar ve Anadolu Yakası'ndaki yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik projelerin yavaş da olsa uygulanmaya başlanması önemli görülmektedir.
- Kentsel dönüşüm kapsamında depreme dayanıklı ve kaliteli konutların inşası, altyapının iyileştirilmesine ve yenilenmesine yönelik çalışmalar da önemsenmektedir.
- Havaalanı-kent merkezleri arası bağlantılar, yürütülen kent içi ulaşım yatırımları tamamlandığında farklı ulaşım sistemleri ile entegre edilecek olması ve ulaşım

aktarma noktalarının planlanması ile zahmetsiz ulaşım olanak ve olasılıklarının yaratılacak olması avantaj olarak değerlendirilmektedir.

- ISG'deki büyüme çalışmalarının yolcu trafiğini ve direkt uçuş sayısının artıracığı düşünülmektedir.
- İstanbul Park F1 pistinin Anadolu Yakası'nda bulunması sportif etkinlikler yönünden gelecekte fırsat yaratacağını düşündürmektedir.
- Kurtköy'de bulunan Teknopark İstanbul'un, üniversite ve iş dünyası arası işbirliğini desteklemesiyle İstanbul'daki ve Anadolu Yakası'ndaki inovasyon altyapısının gelişiçeğinin göstergesidir.
- Altı farklı OSB'nin ISG yakınında bulunması ile endüstriyel anlamda başarılı bir destinasyon algısını artırmaktadır.
- Üsküdar'da ve Kadıköy'de tarihi yapıların bulunması kültürel varlıklar yönünden pozitif etkiler yaratmaktadır.
- Bilinirliğinin az olmasına olumlu açıdan bakıldığında, Anadolu Yakası'na egzotik bir imaj yaratılarak çekicilik kazandırılmasının sağlanabileceği düşünülmektedir.
- Pendik, Maltepe, Kadıköy, Üsküdar semtlerinde yapılan düzenlemeler, iyileştirmeler ve oluşturulan etkinlik alanlarının artışı önemli fırsatlar yaratacaktır.

Tehditler

- İstanbul'un, çok merkezli işleyişe geçememesi iki yaka arasındaki nüfus-istihdam dengesini sağlamamaktadır.
- Siyasi sorun yaşanan ülkelerin pazarlarından ya da fuarlardan çekilme problemi ile tanıtım ve pazarlama anlamında aksaklıkların yaşanabilme ihtimalleri tehdit oluşturmaktadır.
- Anadolu Yakası'ndaki çekicilik unsurlarının, Tarihi Yarımada'dakilere kıyasla daha az sayıda ve kapasitede olması, bu anlamda yetersizlik yaratmaktadır.
- Turizm alanındaki yatırımların genelde özel sektör tarafından gerçekleştirildiği göz önüne alınınca, yatırımcıların karlı gördüğü bölgeye yönelmesi dikkat çekmektedir.
- Yeni yatırımların maliyetlerinin yüksek oluşu ve yatırımcıların yeterince teşvik edilmemesi girişimcileri çekimsiz davranmaya yönlendirmektedir.

- Otellerin talebi artırmaya yönelik izlediği yanlış stratejiler ile düşük fiyat uygulaması rekabet koşullarını olumsuz etkilemektedir.
- Tesislerde, turizm işletmeciliği alanında lisanslı ya da eğitim almış, misafirperverlik sergileyebilen, hoşgörü düzeyi yüksek, yabancı dil konuşabilen, işleri ne zaman ve nasıl yapacağını bilen personellerin istihdam edilmesi gerekmektedir. Ancak çoğunlukla işverenler ve yöneticiler, maliyeti yüksek eğitilmiş personel çalıştırmaktan kaçınmakta ve daha düşük maliyetli diye sektör bilgisi olmayan kişileri personel olarak istihdam etmektedir. Yöneticilerin, misafir memnuniyetine daha fazla odaklanması gerekirken, bireysel ya da işletme giderlerini düşük tutmak için bu tercihi yapması aslında tesise de destinasyona negatif etki yaratmakta, hizmet alanında standartlaşmaya engel teşkil etmektedir.

4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Başarılı gerçekleşen uluslararası kongreler, kongre destinasyonu kent veya otel için imaj ve itibar açısından oldukça önemli organizasyonlardır.

Mega kentin sahip olduğu kongre ve turizm tesisleri kongre turizmi için tek başına yeterli olmamakta, çekicilik unsurları açısından da arz yaratılması gerekli görülmektedir. Ancak Anadolu Yakası tesis ve çekicilik anlamında geride kalmakta olduğundan talep yaratacak bazı unsurların geliştirilmesi bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir. Mevcut tesislerin benzerlerini inşa etmek yerine farklı konseptlerde tesisler oluşturulmalı veya var olanlar bu doğrultuda düzenlenmelidir. Etkinlik destinasyonu ya da alışveriş destinasyonu gibi konumlandırmalarla farklı bir imaj çizilmesi Anadolu Yakası'ndaki turizmi geliştirmek için bir strateji olabilir. İFM tamamlandıktan sonra "Finans Şehri İstanbul" olarak tanıtım ve pazarlaması yapılabilir.

ICCA verilerine göre ulusal ve uluslararası toplantılar içerisinde en fazla payı 50-500 kişi katılımlı toplantılar almaktadır. Uluslararası toplantıların neredeyse yarısının otellerde gerçekleştiği düşünülürse, Anadolu Yakası'ndaki otellerin çoğu, toplantı sektörüne hizmet edebilecek şekilde tasarlanmıştır. Bölgedeki mevcut yatırımların şimdiki ihtiyacı karşılayacağı düşünülse de ilerleyen zamanda İFM'nin aktif hale gelmesi ve büyümesiyle bölgede bir kongre ve fuar merkezi ihtiyacı doğabilecektir.

Yabancı kongre delegeleri toplu taşımada otobüsleri tercih etmemektedirler. Bu altyapıyı geliştirmeye yönelik yatırımlar uzun yıllardır sürmektedir. Devam eden projeler tamamlandığında Anadolu Yakası raylı ulaşım sistemleri açısından yeterli bir altyapıya sahip olacaktır.

Elde edilen bilgiler belirli konularda yoğunluk göstermiş olup, görüşmeler doğrultusunda sonuçlar aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Ulaşım:

- ISG'nin kapasite artırmaya yönelik yatırımlarının tamamlanması sonucunda ağırlanabilecek yolcu kapasitesinin %50 oranında artacak olması, ulaşım açısından avantaj yaratmaktadır. İlerleyen zamanlarda yeni bir terminal yapılması ihtiyacı da oluşabilir.
- Bir destinasyonda havaalanına yakın bir kongre ve fuar merkezinin olması önemlidir. Kısıtlı zamana sahip delegenin zahmetsiz ve oldukça kısa sürede toplantı alanına ulaşması önemlidir. Anadolu Yakası'nda yapılması planlanan M5 ve M8 metro hatları ile ulaşımın daha elverişli şartlar kazanacağı düşünülmektedir.
- Metro hattının ISG'nin bulunduğu noktaya kadar ilerleyecek olması ile Kurtköy'den tarihi ve arkeolojik eserlerin bulunduğu Tarihi Yarımada bölgesine ulaşımın kısılacağı düşünülerek kongresistlere günübirlik kültürel ya da gastronomik turlar düzenlenebilir.

Tesis:

- Kongre delegeleri en fazla 5,4 ve 3 yıldızlı otelleri tercih etmektedir. 3 yıldızlı konaklama tesislerini artırmaya yönelik teşvikler devam etmekte ve yatırımlar artmaktadır. Ancak daha düşük bütçeli firmaların katılımcıları ya da akademisyenler ve öğrenciler için daha uygun fiyatlarla konaklama imkanı sunan tesislere gereksinim bulunmaktadır.
- Yapılacak yeni yatırımlarda tesisin kapasitesi ve büyüklüğü hedeflenen pazara ve talep düzeyine yönelik olarak belirlenmeli, gerekiyorsa konseptler planlanmalı, mekanlar kullanım amacına uygun olarak tasarlanmalıdır.

- Bölgedeki mevcut yatırımların şimdiki kongre ihtiyacını karşılayacağı düşünülse de ilerleyen zamanda İFM'nin aktif hale gelmesi ve büyümesiyle bölgede bir kongre ve fuar merkezi ihtiyacı doğabilecektir.
- İstanbul'un Asya Kıtası'nı İstanbul'dan ayırmış gibi tanıtımının ve pazarlamasının göz ardı edilmesi, bilinirliğinin zayıf oluşuna yol açmaktadır. Oysaki Üsküdar'da yer alan tarihi Adile Sultan Sarayı, Beylerbeyi Sarayı, Hidiv Kasrı, Küçüksu Kasrı gibi yapılar kongre turizminde kullanılabilir şekilde düzenlenirse, küçük toplantıların dikkatini çekecek unsurlar haline gelebilir.
- Mevcut tesislerden BGM, SGM, Ülker Sports Arena gibi tesisler kongre turizmine kazandırılmalı, eğlence amaçlı gerçekleşen etkinlikler için takvimler oluşturulmalı ve zengin şekilde planlanmalıdır.
- Anadolu Yakası'nda yer alan üniversitelerin potansiyeli iyi değerlendirilmelidir. %42 gibi bir oranla üniversitelerde gerçekleşen ulusal kongrelerin Anadolu Yakası'ndaki okullara yönlendirilmesi bir strateji olabilir.

Etkinlik:

- Anadolu Yakası'nın eğlence mekanlarının en çok bulunduğu ilçesi Kadıköy'ün bilinirliği artırılmalıdır. Kongresistlere Kadıköy'ü tanıtan, ulaşımını anlatan, konserlerden bahseden haftalık etkinlik listeleri oluşturulup, konakladıkları tesis tarafından verilecek tanıtım broşürleri oluşturulabilir. Bunun için belediyelerin ve turizm işletmelerinin işbirliği içerisinde hareket etmesi gerekmektedir.
- Kültürlerin birbiriyle entegre olmasını sağlayan müzeler ve festivaller Anadolu Yakası'nda artırılmalıdır.
- Yarış takviminden 2009'da çıkarılmış olan İstanbul Park F1 pistinin yeniden yarış takvimine dahil edilmesi ile gerçekleşecek yarışlar çekici unsur olarak kullanılabilir olacaktır.
- İstanbul'da gerçekleşen festivallerin devamlılığının ve tanıtımının yurtdışında yeterli derecede olması, eğitim ve kültür seviyesi yüksek delegelerin dikkatini çekecek etkinlikler olup, bu etkinlikler Anadolu Yakası'na çekilebilir.
- ISG'ye yakın olan Tuzla ve Pendik marinaları, Boat Show gibi organizasyonlara ev sahipliği yapan mekanlar olarak paylaşılmalıdır. Ayrıca Türkiye'nin en büyük marinası Kalamış-Fenerbahçe Marina da Anadolu Yakası'nda yer almaktadır.

Tanıtım ve Pazarlama:

- En önemli nokta ise yaşanan olumsuz olaylardan ötürü İstanbul'un tanıtımı ve pazarlama çalışmaları normal seyrinde devam etmeli, uluslar arası pazarlardan çekilmeler gerçekleşmemeli, oluşan güvenlik algısını ve imaj zedelenmesini düzelterek stratejiler geliştirilmelidir.
- Kongre arzını oluşturan seyahat acentaları, kongre ve toplantı organizatörleri, konaklama tesisleri, kamu kurum/kuruluşları ve ülke/kent bazında görev alması gereken tüm paydaşların bir araya gelerek, hizmetlerin tek elden tanıtım ve pazarlamasının yapılabilmesi için çatı kuruluş olan ICVB bünyesinde toplanmalı, ICVB üyesi tesis ve işletme sayısı artmalıdır.
- 2.000-5.000 kapasiteli salonlar yerine, kongre pazarında daha çok gerçekleşen 50-500 kişi katılımlı kongrelere yönelik stratejilerin oluşturulması daha mantıklı görünmektedir.
- Prens Adaları'na deniz yoluyla gerçekleşen ulaşım sırasında bu süreç Anadolu Yakası'nı tanıtan bir deniz turu gibi değerlendirilip pazarlamaya yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Tuzla'da ve Kurtköy'de yer alan eğlence parkları destinasyon pazarlama aşamasında çekici unsur olarak sunulmalıdır.

Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi:

- Kongre delegeleri aynı zamanda doğaya ilgi gösteren bireyler oldukları için doğal çevre de dikkatlerini çeken unsurlardandır. Anadolu Yakası kıyısında yer alan Prens Adaları ise bu ihtiyacı karşılayabilecek önemli bir noktadır. Konaklama ve yeme-içme hizmetlerini doğa ile iç içe bir ortamda sunan işletmelerin bulunduğu Büyükkada'nın potansiyeli daha efektif değerlendirilmelidir.

Diğer:

- TÜYAP gibi merkezden uzak tesis konumlandırmalarından kaçınılmalı, tesisler kent merkezine yakın, sosyo-kültürel yapının bir parçası olabilecek şekilde, kongresist ve yerel halkın etkileşimde bulunabileceği lokasyonlarda konumlandırılmalıdır.

- Ataşehir, Pendik, Ümraniye çevresinde yoğunlaşan AVM'ler, mevcut otellere yakın mesafelerde bulunmaktadır. Alışveriş festivalleri ile etkinlikler düzenlenerek bu noktalar geliştirilebilir ve Anadolu Yakası için bir alışveriş destinasyonu konumlandırması oluşturulabilir.
- İstanbul'un farklı bölgelerde bulunan 5 teknopark ile bilim ve teknoloji alanlarında zamanla yaşanacak gelişmeler doğrultusunda düzenlenen uluslararası ve ulusal toplantıların da zamanla artacağı ve arz ihtiyacının doğacağı öngörülmektedir.
- Tıbbi, teknolojisi, sanayisi ile gelişmiş olmasının yaratacağı imaj; akademik ve bilimsel anlamda yaratacağı çekicilik ile doğru yönlendirilirse Anadolu Yakası kongreler için daha verimli şekilde değerlendirilebilir, konumlandırılabilir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Aksu, A. (2013). *Örneklerle Kongre Ve Fuar Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, K. (2009). *Türkiye'de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları* (Gözden Geçirilmiş Tıpkıbasım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çakıcı, C. (2006). *Toplantı Yönetimi Kongre, Konferans, Seminer Ve Fuar Organizasyonları* (İkinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fenich, G. G. (2014). *Meetings, Expositions, Events, and Conventions* (3rd Edition). Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- İçöz, O. (2011). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi* (Yedinci Basım). Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kahraman, N., & Türkay, O. (2012). *Turizm ve Çevre* (Gözden Geçirilmiş Beşinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2011). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar* (Gözden Geçirilmiş On Birinci Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- McCabe, V., Poole, B., Weeks, P. & Leiper, N. (2000). *The Business And Management Of Convention*. Sydney & Melbourne. John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Montgomery, R. J., & Strick, S. K. (1994). *Meetings, Conventions, and Exhibitions: An Introduction To The Industry*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- OECD. (2008). *OECD Territorial Reviews, İstanbul, Turkey*, Paris.

Tavmergen, İ. P., & Aksakal, E. G. (2004). *Kongre ve Toplantı Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

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

Makaleler ve Süreli Yayınlar

Aymankuy, Y. (1996, Ocak). Kongre Turizminin Gelişimi ve Türkiye'deki Kongre Turizmi. *Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi* , s. 17-35.

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.

Bozgeyik, Y., & Yoloğlu, Y. (2015). Türkiye'de Turizm Gelirleri ile GSYH Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (40), s. 627-640.

Crouch, G.I. & Ritchie, J.R.B. (1998), 'Convention Site Selection Research: A Review, Conceptual Model, and Propositional Framework', *Journal of Convention and Exhibition Management*, vol. 1, pp. 49-69.

Dallı, Ö. (1996, Ocak). Kongre Turizmi İle İlgili İstatistikler. *Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi* .

Ersun, N., & Arslan, K. (2009). Kongre Turizmini Geliştirilmesinde Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü ve Önemi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (15), s. 89-114.

Etzkowitz, H. (2002). The Triple Helix of University-Industry-Government Implications for Policy and Evaluation. *Working paper* .

Giritlioğlu, İ., & Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama). *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (4), s. 74-89.

- Gökdeniz, A. (1996, Ocak). Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeri, Fiziksel Donanımları, Boş Zaman-Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye'nin Yapısal Analizi. *Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi* , s. 68-87.
- Huges, G. (1996, Ocak). Konferans Turizmi - Satıcının Düşü. *Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi* , s. 36-49.
- Kahraman, N. (2014). İstanbul'un Turizm Arz-Talep Yapısı Ve Gelişimi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi* (25), 163-190 .
- Karasu, T. (t.y.). Kongre Turizmi Üzerine Düşünceler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32-34.
- Kıncal, A. Bütüncül Bir Yaklaşımla Teknoparkların Ülke Ekonomisi Üzerindeki Etkileri.
- Koşan, A. (1996, Ocak). Kongre Turizmi. *Turizmde Seçme Makaleler: 24 Özel Sayı: Kongre Turizmi* , s. 50-58.
- Küçükaltan, D., & Havuç, E. (1996, Ocak). Trakya'da Kongre Turizmi Olanakları: Edirne Örneği. *Turizmde Seçme Makaleler:24 Özel Sayı: Kongre Turizmi* , s. 59-67.
- Özdemir, M. (2014). Türklerde Turizm . *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* , 25 (1), 121-130.
- Şahin, B., Sönmez, B., & Kahveci, H. (2014). Kişilerin Uluslararası Seyahat Engellerini Ölçmeye Yönelik Bir Arştırma. *15. Ulusal Turizm Kongresi Engelsiz Turizm*, s.1203-1219. Ankara.
- Turan, F., & Turan, S. K. (t.y.) *Havaalanlarının Sosyal Etkileri: Sabiha Gökçen Havaalanı*. Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Ankara .
- Yıldırım, İ. (2014, Eylül 25-27). Asansör Sempozyumu. *Türkiye ve Asansör Teknolojisi*, 149-152. İzmir.

Tezler

- Akgül, V. (2010). Türkiye'de Turizmzin Mevsimsellikten Çıkarılarak On İki Aya Yayılmasına Yönelik Değerlendirme: Öne Çıkan Alternatif Turizm Türleri. Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Arber, E. (2008). *Türkiye'de Kongre Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Alan Araştırması*. T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Atabaş, A. (2008). *Kongre Turizmi Bağlamında Şehir Markalaşması: Trabzon İncelemesi*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Çizel, B. (1999). Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Delice, K. (2012). *Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Toplantılarda Katılımcı Algularının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir Uygulama*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Dölalan, G. (2008). Ankara'da Kongre Turizmi: *A Grubu Seyahat Acentalarının Bakış Açıklarına Yönelik Bir Araştırma*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Enes, K. (2013). *Ankara'da Kongre Turizmi Potansiyeli*. T.C.Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Erdoğan, C. (2006). *İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma*. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

- Jubayeva, A. (2013). *Uluslararası Kongre Turizminin Kazakistan'daki Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi, Sorunları ve Çözüm Önerileri*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Mustafazade, N. (2015). *Kongre Turizmi ve Önemi*. Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bakü.
- Oktay, İ. Ç. (1997). *Güncel Turizm Yönelimi İçinde Kongre Turizmi ve İstanbul*. T.C. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Pembegül, T. (2008). *Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Kongre Merkezlerinin Avrupa'daki Örneklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Sezer, M. S. (2010). *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Raporlar & Dergiler

- BAKA. (2012). *Kongre Turizmi Sektör Raporu*. T.C. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı.
- EMITT. (2016). *2000-2015 Turizm İstatistikleri*. Ekin Grubu Araştırma Birimi.
- ICVB. (2010). *2010 ICCA İstatistik Raporu*. İstanbul: İTO.
- ICVB. (2016). *İstanbul Meeting Planner's Guide*.
- ICVB. (2015). *İstanbul Meeting Planner's Guide*.
- ICVB. (2014). *İstanbul Meeting Planner's Guide*.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2011). *İstanbul Uluslararası Finans Merkezi "Altyapı Komitesi Çalışma Raporu"*. İstanbul.

T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, I. Bölge Müdürlüğü. *İstanbul Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023*. İstanbul.

İstanbul Kültür Turizm Müdürlüğü. (2016). *İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu*.

ISTKA. (2010). *Türkiye ve İstanbul Bölgesi'nde Turizm*. İstanbul Kalkınma Ajansı, İstanbul.

Turizm ve Yatırım Dergisi. (2012). Toplantı ve Kongre Turizmi: Sektörün Hızlı Büyüyen Pazarı.

TÜROFED. (2015). *Turizm Raporu*.

TÜSİAD. (2014). *Türkiye'de Alternatif Turizmin Gelişimine Yönelik Değerlendirmeler*. İstanbul: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği.

Web Sitesinden Belge

Gürsel, Ü. (2014). Kongre Turizmi Destinasyonlarını Ön Plana Çıkaran Etmenler. http://www.academia.edu/10990270/KONGRE_TUR%C4%B0ZM%C4%B0_DEST% C4%B0NASYONLARINI_% C3%96N_PLANA_% C3%87IKARAN_ETM ENLER

Kaya, D. S. (2016). Türkiye İş Bankası: https://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/sr201606_turizmsektoru.pdf (Erişim Tarihi: 11.11.2016)

ICCA. <http://www.iccaworld.org>. (Erişim Tarihi: 18.12.2016)

ICVB. (2015). İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu: <http://icvb.org.tr/wp-content/uploads/2015/09/KONGRE-TURIZMI.pdf> (Erişim Tarihi: 12.11.2016)

Özhatay, N. <http://howtoistanbul.com/tr/the-flora-of-istanbul/2764> (Erişim Tarihi: 23.04.2017)

TUROB. (2012). Türkiye Otelciler Birliği: <http://www.turob.com/Resources/doc/istanbul%20dünya%201.doc> (Erişim Tarihi: 12.11.2016)

TÜRSAB. (2013). <http://www.turizminsesi.com/file/turkiye-kongre-turizmi-raporu.doc>
(Erişim Tarihi: 18.12.2016)

İnternet

<http://bienal.iksv.org/tr/bienal/tarihce> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://caz.iksv.org/tr/festival/tarihce> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

https://en.wikipedia.org/wiki/Istanbul_Shopping_Fest (Erişim Tarihi: 02.04.2017)

<http://film.iksv.org/tr/festival/tarihce> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://ililproje.com.tr/haber/dev-sirketlerin-yeni-cazibe-merkezi/2027> (Erişim Tarihi:
20.04.2017)

<http://kdk.gov.tr/haber/kongre-turizminde-10-yilda-254luk-buyume/426> (Erişim Tarihi:
02.02.2017)

<http://muzik.iksv.org/tr/festival/tarihce> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://tiyatro.iksv.org/tr/festival/tarihce> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://tr.icvb.org.tr/icca-istatistiklerine-gore-turkiye-3/#.WFr9bVOLTIU> (Erişim Tarihi:
22.12.2016)

<http://www.adagzetesi.com.tr/yassiada-turk-muhendislerine-emanet.html> (Erişim Tarihi:
21.02.2017)

<http://www.adalardan.net/istanbulun-en-temiz-plajlari-2016/> (Erişim Tarihi: 02.04.2017)

<http://www.adnanmenderesairport.com/tr-TR/tavhakkında/Pages/Hakkında.aspx> (Erişim
Tarihi: 28.12.2016)

[http://www.aksam.com.tr/guncel/bm-insani-zirvesi-neden-turkiyede-yapiliyor/haber-
517959](http://www.aksam.com.tr/guncel/bm-insani-zirvesi-neden-turkiyede-yapiliyor/haber-517959) (Erişim Tarihi: 26.12.2016)

<http://www.ataturkairport.com/tr-TR/havayollari1/Pages/istatistikler.aspx> (Erişim Tarihi:
15.02.2017)

<http://www.beltur.istanbul/dugun/mekan-kapasiteleri.asp> (Erişim Tarihi: 10.04.2017)

<http://www.cografya.gen.tr/tr/istanbul/ekonomi.html> (Erişim Tarihi: 22.03.2017)

<http://www.haberler.com/basbakan-erdogan-efes-kongre-merkezi-nin-acilisini-5238553-haberi/> (Erişim Tarihi: 28.12.2016)

<http://www.haberturk.com/ekonomi/emlak/haber/1048319-her-tup-finans-merkezine-cikiyor> (Erişim Tarihi: 01.03.2017)

<http://www.halic.com/tr/istanbul-ve-halic/istanbul-ve-halic-bolgesi> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://www.hurriyet.com.tr/issizlik-yuzde-13-ile-yedi-yilin-en-yukse-gine-c-40429281> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://www.iett.istanbul/tr/main/pages/istanbulda-toplu-ulasim/95> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://www.ifistanbul.com/festival/if-nedir/> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://www.istanbul.gov.tr/Files/ebulten/2016-5/iceriksanayi.html> (Erişim Tarihi: 22.03.2017)

http://www.ito.org.tr/wps/portal!/ut/p/c5/hY67DoJAFEQ_6V4RhC0X5BVZnosCDSHRGFAeiRsMfL1b2FgQZ8qTMxmoQHZo5vbeiHYcmicUUB1qjFNdczwFI-bp6LuBg8gTdKkueSn5Rij-sS9QoFpnnTGxRRTBas28WxMl5PaO8dNeHOnCRBBfz2luUisXL_KQTVWz6tqEoI-GmakRQZ5pX779KfTG_gYlVPrmN6YBh9KEqc_nyXvjB (Erişim Tarihi: 27.04.2017)

<http://www.metro.istanbul/media/76170/raylisistemler-vizyon.jpg> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

<http://www.ntv.com.tr/ekonomi/3-katli-buyuk-istanbul-tuneli-projesine-4-teklif,WQYqRrQf4EyxIwNJH3rEng> (Erişim Tarihi: 05.03.2017)

<http://www.sabihagokcen.aero/kurumsal-bilgiler/havalimani-trafik-raporu> (Erişim Tarihi: 15.02.2017)

<http://www.teknoparkistanbul.com.tr/dosyalar/teknopark-istanbul-bilgi-notu.pdf> (Erişim Tarihi: 18.02.2017)

<http://www.tuik.gov.tr>

<http://www.turizmglobal.com/tursabtan-davutogluna-turizm-raporu/> (Erişim Tarihi: 19.12.2016)

<https://osbbs.sanayi.gov.tr/citydetails.aspx?dataID=224>

[https://tr.wikipedia.org/wiki/M5_\(Metro_%C4%B0stanbul\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/M5_(Metro_%C4%B0stanbul)) (Erişim Tarihi: 20.04.2017)

https://tr.wikipedia.org/wiki/%C5%9Eark_Ekspresi (Erişim Tarihi: 20.04.2017)



EK-1

Görüşmelerde kullanılmış sorular aşağıdaki gibidir:

1. Kaç yıldır sektörde çalışıyorsunuz?
2. Sektöre girmeye nasıl karar verdiniz?
3. Mevcut kongre veya fuar merkezlerine baktığımızda ağırlıklı olarak Avrupa Yakası'nda Harbiye, Haliç ve Yeşilköy çevresinde bulunduğunu görüyoruz. Ancak Anadolu Yakası'nda böyle bir yatırımın varlığından söz etmek mümkün değil. Böyle bir girişimde bulunulmamış olmasının sebebi ne olabilir?
4. Sabiha Gökçen Havalimanı'nda büyüme çalışmaları yapılmakta. Yolcu kapasitesinin artacak olması kongre turizmine yönelik gelişime katkı sağlar mı?
5. Üçüncü havalimanı yakınında kurulması düşünülen kongre/fuar merkezi inşa edilirse diğer tesislere olan talebi ve Anadolu Yakası'ndaki gelişimi etkiler mi?
6. Anadolu Yakası'ndaki entegre ulaşım sistemlerinin yeni gelişiyor olması bölgeyi geçmişte nasıl etkilemiştir ve gelecekte nasıl etkileyebilir?
7. Anadolu Yakası'nda yapay bir takım çekicilikler/etkinlikler oluşturulmasıyla ilgili ne düşünüyorsunuz?
8. Ataşehir'de kurulacak olan İstanbul Finans Merkezi projesi Dubai, New York gibi kentlerle yarıştırlabilecek bir merkez olarak düşünülüyor. Anadolu Yakası'ndaki toplantı ve konaklama arzını yeterli görüyor musunuz, yoksa yeni arz ihtiyacı doğarmı?
9. Konaklama arzının yalnızca %10-15'i Anadolu Yakası'ndayken bir konaklama arzı eksikliğinden söz etmek doğru olur mu? Kongre turizminin gelişmemesini buna bağlayabilir miyiz?
10. Genel hatlarıyla İstanbul'daki kongre turizmini değerlendirmeniz mümkün mü? İlerleyen zamanlarda düzelmeye nasıl gerçekleşir?