

# Nevşehir bölgesinin kongre turizmi potansiyelinin turizm işletme yöneticilerinin bakış açısıyla değerlendirilmesi

Duygu Eren, Akif Alaşhan\*  
ÖZET

*Bu araştırmanın amacı, Nevşehir bölgesindeki kongre turizmi potansiyelinin değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesini ve hayata geçirilmesini sağlamaktır. Bu amaçla ilgili literatürde bir bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için gerekli olduğu belirtilen birtakım özelliklerin ne derece önemli olduğu ve söz konusu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu, bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin bakış açılarıyla değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda konu ile ilgili geçmişte yapılan çalışmalardan yararlanılarak, kongre turizminin geliştirilmesine yönelik ifadelerin yer aldığı bir anket formu oluşturulmuştur. Anket, kongre etkinliklerine hizmet sağlayan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri, özel belgeli konaklama tesisleri ile kongre etkinliklerini organize etme yetkisine sahip A grubu seyahat acentalarının üst ve orta kademe yöneticilerinden oluşan 198 katılımcıyla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için gerekli kaynak ve uygulamalarda merkezi eğilim ölçüleri gibi istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, doğal güzelliklere, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması, konaklama işletmelerinin sayısı, destinasyonun imajı ve güvenliği kongre turizmi açısından önemli görülmeyle birlikte Nevşehir’in bu alanlarda yeterli olduğu belirlenmiştir. Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı, kongre turizmüne yönelik ürün fiyat alternatifleri ve toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığının kongre turizmi açısından önemli olduğu, fakat Nevşehir’de bu özelliklerin yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Nevşehir’de kongre ve ziyaretçi bürosu ile kongre turizmüne hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üye olmadıkları da tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelime:** Kongre Turizmi, Nevşehir’de Kongre, Turizm İşletmeleri  
Gönderilme Tarihi:14.05.2020; Kabul Tarihi:17.07.2020. Araştırma Makalesi

## The assesment of Nevsehir convention tourism potential from the point of view of tourism business managers

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine and implement a number of new strategies that will contribute to the fore and development of congress tourism potential in the Nevşehir region. For this purpose, it has been tried to evaluate the importance of certain features which are stated to be necessary for the development of congress tourism in a region in the relevant literature and how sufficient these features are in Nevşehir from the perspectives of the tourism enterprises operating in the region. Accordingly, a questionnaire form containing statements about the development of congress tourism has been created by making use of the previous studies on the subject. The questionnaire was conducted face-to-face with 198 participants, consisting of 4 and 5 star hotel businesses, specially certified accommodation facilities and upper and middle level managers of the A group travel agencies who are authorized to organize congress events. Statistical analysis methods such as central tendency measures were used in the resources and practices necessary for the development of congress tourism in the region. As a result of the research, it has been determined that Nevşehir is sufficient in these areas, as it has important natural beauty, historical and cultural richness, number of accommodation establishments, image and security of the destination. It has been determined that the presence of physical spaces that allow for meetings, product price alternatives for congress tourism and the presence of technical equipment in the meeting halls are important for congress tourism, but these features are not sufficient in Nevşehir. With this, it has been determined that the congress and visitor bureau in Nevşehir and the businesses serving congress tourism are not members of national / international organizations in this field.*

**Keywords:** Congress Tourism, Congress in Nevşehir, Tourism Enterprises  
Submitted:14.05.2020; Accepted:17.07.2020. Research Paper

---

Duygu Eren	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi	0000-0002-9959-9521	<a href="mailto:deren@nevsehir.edu.tr">deren@nevsehir.edu.tr</a>	Türkiye
Akif Alaşhan*	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Meslek Yüksekokulu	0000-0002-1071-7801	<a href="mailto:akifalashan@nevsehir.edu.tr">akifalashan@nevsehir.edu.tr</a>	Türkiye

---

\*Sorumlu Yazar

---

## Giriş

Dünya genelinde, hizmet ekonomisi içerisinde yer alan turizm endüstrisi, 20. yüzyıldan bu yana ekonomik ve sosyal getirisi yüksek olmasından dolayı en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden biridir. Bugün birçok ülke, turizmi ulusal ve bölgesel kalkınma aracı olarak kullanmakta ve her geçen gün bu pazardan pay almak isteyen veya mevcut payını arttırmak isteyen ülkelerin sayısı artmaktadır. Ortaya çıkan rekabet ortamında turizmden beklenti içerisinde olan ülkeler yeni turistik destinasyon ve ürünler bulma yoluna girmektedirler. Bu gelişmeler turizmi tatil turizmi içerisinde alışlagelmiş olan belirli mevsimler ve kıyı bölgeleri dışına taşımaya çalışan çabalara dönüştürmüştür. Yayla turizmi, termal turizm, özel merak turizmi, golf turizmi, kongre turizmi, av turizmi, kültür turizmi vb. turizm türleri turizmin farklı mevsim ve bölgelere yayılması çabaları sonucu ortaya çıkmış olan alternatif turizm çeşitleri arasındadır. Bunlar arasında kongre turizminin, kongreye gelen katılımcıların tatilci turiste nazaran daha yüksek harcama gücüne ve eğilimine sahip olması, kamuoyu ve lobi oluşturmak adına da kullanılabilir olması gibi nedenlerden ötürü daha güçlü ekonomik ve politik etkiler yarattığı görülmekte, dolayısıyla bu anlamda daha istikrarlı olan kongre turizmi, diğer alternatif turizm türlerine göre daha fazla teşvik edilmektedir (McCartney, 2008).

Bugün dünya turizm gelirleri toplamda 1 trilyon 75 milyon doları aşmakta ve bunun 250 milyar doları kongre turizminden elde edilmektedir. Dolayısıyla kongre turizm gelirleri, dünya turizm gelirleri içerisinde yaklaşık % 30'luk bir paya sahiptir (TÜRSAB, 2014).

Kongre turizminin faydaları sadece harcamalarla ölçülmemektedir. Kongre turizminin oluşturduğu yeni iş alanları ve istihdam kapasitesi de ülkeler için ayrıca bir önem arz etmektedir. Bunların dışında kongrelere ev sahipliği yapan ülke veya bölgenin tanıtımı açısından kongre turizmi iyi bir propaganda aracı olabilmektedir (Karasu, 1990).

Günümüzde potansiyeli mevcut ülkelerin özellikle ekonomik getirisi, lobi oluşturma ve uluslararası alanda tanıtım imkânları göz önünde bulundurulduğunda kongre turizmini geliştirmek için bir nevi karşılıksız yatırımlar şeklinde girişimlerde buldukları ve bu amaçla kimi şehirlerini kongre şehri olarak yansıttıkları görülmektedir. Toplantı etkinlikleri genel olarak turizm endüstrisi içerisinde en hızlı gelişen alt alanlar arasındadır. En fazla vurgulanan nokta ekonomik katkısı olsa da imaj yaratma veya mevcut imajı geliştirme anlamında da oldukça önemlidir (McCartney, 2008).

Bugün ülkemizde İstanbul başta olmak üzere Antalya, İzmir ve Ankara kongre turizminin yaygın olduğu şehirlerdir. Ancak kongre turizmde de diğer turizm türlerinde olduğu gibi katılımcıların ulaşım problemi olmayan, daha az maliyetli ve yeni destinasyonlar görme eğilimi içerisinde oldukları gözlemlenmektedir. Bu anlamda eşsiz doğal oluşumları, zengin tarihi ve kültürel mirası ile kültür turları açısından oldukça popüler olan Kapadokya bölgesinde yer alan Nevşehir, kongre katılımcıları ve beraberindeki refakatçiler için ilgi ve istek uyandırabilecek bir destinasyondur. Bu anlamda çalışmada Nevşehir bölgesindeki kongre turizmi potansiyelinin değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesinin ve hayata geçirilmesinin sağlanması amaçlanmıştır. Bu durumun gerçekleştirilmesi, Nevşehir'in kültür turizmi için olduğu gibi kongre turizmi için de önemli bir destinasyon haline gelebilmesi açısından önemlidir. Böylelikle bölgenin turizmden olan beklentilerinin daha uzun vadelere yayılması mümkün olabilecektir.

Bu çalışmada alternatif bir turizm çeşidi olarak kongre turizminin tanımına, tarihsel gelişimine ve özelliklerine değinilmiş, meydana getirdiği ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerden bahsedilmiştir. Ayrıca son olarak Nevşehir'in kongre turizmindeki mevcut durumu bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin bakış açılarıyla değerlendirilmiş ve ortaya çıkan eksiklikler ile bu eksikliklerin giderilmesi için gerekli çözüm önerileri sunulmuştur.

### **Kongre Turizminin Kavramsal Çerçevesi**

İnsanoğlu tarih boyunca dinlenmek, öğrenmek, tartışmak, oylamak veya karara varmak gibi nedenlerle birçok toplantı düzenlemiş ve bu toplantıları da sınıflandırarak her birine seminer, sempozyum, konferans, kongre gibi adlar vermiştir (Oktay, 1997).

Günümüzde eğitim, siyaset, bilim, tıp ve turizm gibi birçok alanda iletişimin zorunlu olduğu ve bu iletişimin ulusal veya uluslararası düzeyde düzenlenen toplantı organizasyonları ile sağlanabileceği göz ardı edilemez bir durumdur. Bu tür toplantı organizasyonları ise, düzenledikleri bölgelerde turistik anlamda bir hareketlilik sağlamalarından ötürü "Kongre Turizmi" olgusunu ortaya çıkarmaktadır (Dölalan, 2008). Dolayısıyla kongre turizmi sadece kongre amaçlı seyahatleri değil sempozyum, seminer, panel vb. tüm toplantı etkinliklerini kapsamaktadır.

Kongre turizmi, aynı veya farklı mesleklere mensup kişilerin sınırlandırılmış bir süre ve belirli bir program çerçevesinde mesleki, bilimsel veya belirli bir konuda bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla sürekli yaşadıkları veya çalıştıkları yerler dışına yaptıkları seyahat ve konaklamalardan meydana gelen olay ve ilişkilerdir (Çakıcı, 2013).

Kongre, seminer, konferans gibi bilgi alışverişi amacıyla ulusal veya uluslararası düzeyde organize edilen toplantılar, düzenledikleri ülkelere gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan birçok önemli yararlar sağlar.

Kongre turizminin sağladığı ekonomik faydalarının başında, toplantıların düzenledikleri destinasyonlarda büyük ölçekli harcamalara neden olması yer almaktadır (Çakıcı, 2013). Bu harcamaları, organizatörlerin harcamaları ve katılımcıların harcamaları olmak üzere iki grupta toplamak mümkündür (Koşan, 1996). Gelir düzeylerinin yüksek olması ve masraflarının kuruluşları tarafından karşılanmasından ötürü kongre turistinin harcama eğilimleri yüksektir. Ayrıca kongre katılımcılarının ve beraberinde gelen eşlerinin yapmış oldukları faaliyetler de kongre turizmi içerisinde değerlendirilir (Aymanıkuy, 2006). Kongre organizatörleri ise, kongrenin gerçekleşebilmesi için kongre öncesinde, kongre esnasında ve kongre sonrasında olmak üzere tüm süreç boyunca, yönetim, dokümantasyon, kira, tercüman, ikramlar ve uzmanlar için çeşitli türlerde harcamalar gerçekleştirmektedir (Çizel, 1999). Ayrıca kongre organizatörleri, kongre esnasında elektrik, telekom, temizlik, güvenlik gibi birçok yan hizmetten de faydalanmakta ve bu tür yan hizmetlerin tedariki için de harcama yapmaktadır (Gilbert, 2010'dan aktaran Cinnioğlu, Akcan ve Yazıt, 2015). Diğer taraftan organizatörlerin destinasyon seçiminde ağırlıklı olarak destinasyonun alt ve üst yapı olanaklarının etkili olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla kongre turizminin geliştiği bölgelerde diğer bölgelerde görülen alt ve üst yapıdaki eksiklikler ile trafik ve diğer alanlardaki olumsuzluklar en aza indirilmişlerdir veya tamamen giderilmiştir (Mustafazade, 2015). Bu anlamda kongrelerin aynı zamanda birçok iş koluna etki ettiği ve yeni iş alanlarının oluşmasını sağladığı da söylenebilir.

Toplumlar açısından ekonomik sermayenin yanında, sosyal sermayenin de oldukça büyük önemi vardır. Kongreler, toplumların inanç ve sosyal değerlerine, dolayısıyla da gelecekteki başarılarına önemli etkilerde bulunmaktadır (Arcodia ve Whitford, 2006). Kongre delegeleri, eğitim, kültür ve sosyal seviyeleri yüksek ve aynı zamanda alanlarında söz sahibi kişilerdir. Bu nedenle ziyaret ettikleri bölgede yaşayan insanları sosyal ve kültürel açıdan daha fazla ve olumlu yönde etkileyebilmektedirler. Bir ülke veya bölgede, özellikle delegelerinin kültüre ve sanata oldukça ilgili olduğu kongre turizminin gelişmeye başlamasıyla ülkedeki ve bölgedeki tarihi ve kültürel eserlerin korunması, bakımı ve onarımı gibi işler de daha çabuk ve titizlikle gerçekleştirilir (Aymanıuy, 2006). Diğer taraftan kongreler bir ülkenin dış tanıtımında da önemli bir yere sahiptir. Uluslararası bir kongreden memnun ve iyi bir izlenime sahip bir şekilde ayrılan delege, ülkenizin ücretsiz ve etkin bir şekilde tanınmasını gerçekleştirebilecek bir tanıtım aracıdır (Rogers, 2013). Ayrıca kongre turizmi, tatil turizminin bir alternatifi olarak, şehirlerde de çok rahatlıkla yapılabilmektedir. Bu bakımdan özellikle kıyılarıdaki tatil turizmi modelinin sonucu bu bölgelerde ortaya çıkan betonlaşmanın turizme vereceği zararı olumluya çevirmesi açısından faydalı bir turizm türü olarak görülebilir (Aydın, 1997).

Kongrelerin tarihsel gelişimini incelemek gerekirse; Uluslararası Dernekler Birliği (UİA) kaynaklarına göre bilinen ilk uluslararası kongre 1681 yılında Roma'da yapılan bir tıp kongresidir. 1860 yılına kadar dünya genelinde yılda ortalama 5 uluslararası kongre düzenlenmiş ve bu sayı 19.yy.'ın ilk yarısında yılda 100'e ulaşmıştır (Tavmergen ve Aksakal, 2004).

1896 yılında Amerika'nın Detroit şehrinde bazı işadamları katıldıkları toplantıların aynı zamanda toplandıkları şehir için önemli bir gelir kaynağı olduğunun farkına varmışlar ve tarihteki ilk örneği sayılabilecek toplantı bürosunu kurmayı düşünmüşlerdir (Weber ve Chon, 2002). Detroitli bu iş adamlarının Detroit'i bir kongre bölgesi olarak tanıtma kararı almalarıyla günümüzdeki kongre ve ziyaretçi bürolarının temelleri böylece atılmıştır (Özer, 2010).

Kongre turizminin asıl ciddi gelişiminin II. Dünya Savaşı sonrası başladığı görülmektedir. Bu dönemden itibaren birçok ülke bu tür toplantı etkinliklerine ekonomik fayda sağlamak maksadıyla ciddi önem göstermeye başlamış ve bu etkinlikler turizmin bir alt sektörü haline gelmiştir. Bilimsel, kültürel ve sosyal gelişmeler kongrelerin sayısını, dolayısıyla kongre turizmini arttırmıştır (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Dünya ticaretinin artması, yeni entegrasyonların ortaya çıkması neticesi insanların bilgi alışverişinde bulunmak ve tartışmak için bir araya gelmeleri, kongre amaçlı seyahatleri arttırmış ve kongre turizminin gelişimini hızlandırmıştır (Enes, 2013).

Birçok sektörde dernekleşme faaliyetlerinin ve uluslararası kongrelerin özellikle 1960 yılından itibaren hızla arttığı görülmektedir. Sanayinin giderek geliştiği bu yıllarda Avrupa'da kongre turizmi alanında da bir takım uluslararası örgütler kurulmuştur (Spiller, 2002). 1960'tan itibaren modern anlamda küresel boyutta gelişmeye başlayan kongre turizmi günümüzde turizm endüstrisinin en canlı sektörleri arasında bulunmaktadır (Jubayeva, 2013).

2013 yılında Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA) tarafından yayımlanan ve 1963 ila 2012 yılları arasında kapsayan Uluslararası Toplantıların Modern Tarihi adlı raporda, 1963 yılından itibaren 2012 yılına dek düzenlenen uluslararası toplantı sayısının her yıl yaklaşık olarak % 10 oranında arttığı görülmektedir. Bu aynı zamanda, düzenlenen toplantıların sayısının her 10 yılda 2 kat arttığı anlamına

gelmektedir (Kuşadası Ticaret Odası, 2014). Raporda ayrıca, 1963-1967 döneminde yaklaşık olarak 2 milyonu bulan katılımcı sayısının 2008-2012 döneminde 22 milyona ulaştığı görülmektedir (ICCA, 2013).

ICCA'nın yayınladığı bir başka rapora göre 2015 yılında dünya genelinde yaklaşık 12 bin 76 adet uluslararası kongre düzenlenmiştir. Düzenlenen kongrelerin ülkelere göre dağılımı incelendiğinde, 925 toplantı ile ABD en popüler ülke olurken 667 toplantı ile Almanya ikinci sıradadır. Bunu sırası ile 582 toplantı ile İngiltere, 572 toplantı ile İspanya takip etmektedir. Türkiye 211 toplantı ile listede 18. sırada yer almaktadır (ICCA, 2016). Rapordan anlaşılacağı üzere düzenlenen toplantılar çoğunlukla Avrupa'da, özellikle gelişmiş ülke ve şehirlerde gerçekleşmektedir.

Türkiye uluslararası düzeydeki kongrelerle ilk defa 1969 yılında düzenlenen "Dünya Kızıllaç Kongresi" ve "Dünya Ticaret Odaları Uluslararası Kongresi" ile tanışmıştır (Arslan, 2008). İlerleyen yıllarda Türkiye dünya kongre pazarındaki rekabette yer alabilmek için bazı girişimlerde bulunmuştur. Örneğin 1975 yılında kurulan "Tanıtma Genel Müdürlüğü" adlı birim daha sonra kongre turizmi alanındaki imkânların tanıtımını sağlamak, uluslararası kongreleri ülkeye kazandırmak ve kongrelerin organizasyonlarına yardımcı olmak üzere 1982 yılında "Kongreler ve Toplantılar Şubesi Müdürlüğü" adını almıştır (Karasu, 1985). Bu gelişmelerden sonra bazı önemli uluslararası kongreler Türkiye'ye kazandırılmıştır. Bu organizasyonlar arasında özellikle 1993 yılında düzenlenen ICCA genel kurulu, Türkiye için ekonomik getirisinin yanında ilerleyen yıllardaki kongrelerin ülkeye kazandırılmasındaki katkıları açısından ayrı bir öneme sahiptir (Aydın, 1997). Ayrıca 1996 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen ve son 20 yılın en büyük uluslararası organizasyonu sayılan "HABİTAT II-İnsan Yerleşmeleri Üzerine Birleşmiş Milletler Konferansı" adlı toplantı, Türkiye'nin dünya kongre pazarında adını duyurmasını sağlamıştır (Arslan, 2008). Diğer taraftan aynı yıl hizmete açılan Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı da Türkiye'nin sahip olduğu ilk ciddi kongre merkezi olması bakımından Türkiye için kongre turizmi alanındaki önemli gelişmelerden bir diğeridir (BAKA, 2012). Bu gelişmelerden sonra özel sektör de kongre pazarına ilgi duymaya ve bu alanda yatırımlar yapmaya başlamıştır. Böylece devletin yeterli olmadığı durumlar özel sektörün de katkısıyla giderilmeye başlanmıştır (Göymen, 2000).

Yine 1996 yılında İstanbul'da "Kongre ve Ziyaretçi Bürosu" kurulmuş, kongre turizmi alanında hizmet veren kongre merkezleri, otel ve seyahat acentaları gibi birçok işletme bu büroya üye olmuştur. Ayrıca aynı yıl Antalya'da da "Kongre ve Ziyaretçi Bürosu" açılmıştır (Aydın, 1997). Özellikle İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, başta İstanbul olmak üzere ülke kongre turizminin gelişiminde çekici bir güç olmuştur (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013).

Uluslararası kongre pazarında Türkiye için önem arz eden bir başka dönem 2004 yılı olmuştur. Bu yıl içerisinde düzenlenen birçok uluslararası kongre için on binin üzerinde delege ve basın mensubu Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Söz konusu kongreler büyük bir başarı ile gerçekleştirilerek bu konuda Türkiye'ye olan güveni arttırmıştır. Bu sayede gelecek dönemlere yönelik kongre taleplerine de öncülük etmiştir (Arslan, 2008).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) yayınlamış olduğu bir rapora göre, Türkiye'de 2004 ile 2013 yılları arasında her yıl düzenlenen kongre sayısındaki artış oranı %254'ü aşmıştır. 2004 yılında Türkiye'de 80 kongre düzenlenmiş 2013 yılında ise bu sayı 196'ya yükselmiştir. Bu artış Türkiye'yi dünya sıralamasında 10 basamak yükselterek 31'incilikten 21'inciliğe taşımıştır. Ayrıca bu verilere göre Türkiye Avrupa sıralamasında ise 18'incilikten 6 basamak yükselterek 12. sıraya ilerlemiştir. İl bazında bu artıştaki en

büyük pay ise İstanbul'a aittir. On yıllık dönemde İstanbul'daki ziyaretçi artışı % 435 olarak gerçekleşmiştir. (TÜRSAB, 2014).

Türkiye'nin kongre turizmindeki yükselişi 2013'ten sonraki birkaç yılda da devam etmiştir. ICCA'nın yayınlamış olduğu rapora göre Türkiye 2015 yılı içerisinde 211 uluslararası kongreye ev sahipliği yaparak dünya sıralamasında 18'inciliğe yükselmiştir. Aynı rapora göre İstanbul da 148 kongre ile şehirler bazındaki sıralamada dünya 8'incisi olmuştur (ICCA, 2016).

Şu an kongre turizmi pazarı Türkiye'de halen arzu edilen seviyelere ulaşmış olmasa da oldukça hızlı bir büyüme göstermektedir. Katılımcı sayısının 500 ve üzeri olduğu uluslararası nitelikteki kongrelerin baz alındığı sıralamalarda, Türkiye'nin büyüme hızının dünya ortalamasının 2 katı olduğu görülmektedir. Kongre turizminin büyüme hızı dünyada % 6 ila 10 civarında iken, Türkiye'deki büyüme hızı bu ortalamanın oldukça üzerindedir (TÜRSAB, 2014).

### **Kongre Turizminde Örgütlenmeler**

Kongre faaliyetleri alanında hizmet veren çeşitli mesleki gruplar ve arz unsurları, bu pazardaki etkilerini arttırmak ve bu pazardan daha fazla pay almak amacıyla örgütlenme yoluna gitmişlerdir. Bu tür örgütlenme faaliyetlerinde bulunmayan ülkelerin, kongre bürolarının, merkezlerinin ve organizatörlerin ise pazar payını genişletmeleri ve pazardan yeterli pay almaları pek mümkün olmamaktadır (Aymanıkuy 2006). Sonuç itibarıyla kongre turizminin yapısal özellikleri ve ortaya koyduğu ekonomik faydalar, bu alanda bazı yapıların oluşmasını gerekli kılmaktadır. Söz konusu yapılar kamu kuruluşları, özel teşebbüsler ve sivil toplum örgütlerinden oluşmaktadır (Arber, 2008). Kongre turizmi alanında oluşan bu örgütlenmeler genel olarak uluslararası kongre örgütleri, kongre ve ziyaretçi büroları ile kongre organizasyon işletmeleri olarak karşımıza çıkmaktadır

Uluslararası kongre örgütleri, özellikle şehir ve bölgelerin kongre destinasyonu olarak gelişmelerine olan etkilerinden ötürü bu alanda kendine ayrıcalıklı bir konum edinmiştir. Kongrelerin nerede, ne zaman ve nasıl yapılacağı ile ilgili kararları her ne kadar kongreyi düzenleyen kurum ile organizasyonu gerçekleştiren işletmeler veriyor olsa da, kongrenin düzenlendiği şehrin bir kongre destinasyonu olarak gelişmesi büyük ölçüde kongreleri ve kongre merkezlerini pazarlayan bu örgütlere bağlıdır. Bu örgütlerin sundukları hizmetler; kongre endüstrisi ile kamu sektörü arasındaki ilişkileri koordine etmek, hem alıcıları hem de satıcıları temsil etmek, toplantı ve grup planlayıcıları ile koordineli çalışmak, kongre turizmi alanındaki lider ya da öncülerin sektörel ihtiyaçlarını tedarik etmek, ziyaretçilere bilgilendirme hizmeti sunmak ve onların ihtiyaçlarını karşılamak şeklinde özetlenmektedir (Weber ve Roehl, 2001). Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği (Destination Marketing Association International- DMAI), Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (International Congress and Convention Association – ICCA), Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği (International Association of Professional Congress Organizers - IAPCO) vb. örgütler kongre turizmi içerisindeki öncü uluslararası örgütler arasında yer almaktadır.

Kongre turizmi alanında oluşmuş bir diğer örgütlenme türü olan kongre ve ziyaretçi büroları, kar amacı gütmeyen uluslararası kongreleri özendirmeye çalışan ve genellikle ulusal turizm örgütüne veya yerel yönetimlere bağlı kuruluşlardır. (Karasu, 1985). Bu kuruluşlar iş ve toplantıların yarattığı ekonomik değer sonucu destinasyonların bu anlamda pazarlanabilmesi amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu anlamda ilk kongre bürosu 1895 yılında Amerika'daki Detroit şehrinde kurulmuştur. Günümüzde ise kongre sektöründeki artan

rekabet ile birlikte kongre destinasyonlarının tanıtımı ve pazarlanması amacıyla dünyanın birçok yerinde kongre ve ziyaretçi büroları kurulmuştur (Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013). Bu bürolarının kendi üyeleri ve toplantı planlayanlar olmak üzere toplantı açısından iki temel müşterisi vardır. Bürolar, bir taraftan kendi üyesi olan ve anlaşmaya girebilecek ev sahibi kuruluşun imkânlarını, diğer taraftan toplantı planlayanların ihtiyaçlarını belirleyerek iki tarafı buluşturmaktadırlar. Bürolar, hem ev sahipliği yapan kuruluşun hem de toplantı planlayanların çıkarlarını korumayı hedefleyerek asıl amaçları olan destinasyon imajını sağlamaktadırlar (Ha ve Love, 2005'den aktaran Arber, 2008). Uluslararası kongre organizatörleri, kongre organizasyonlarını doğrudan ticari kuruluşlarla değil, genellikle bu büroları aracılığı ile gerçekleştirme eğilimindedirler (Boyce, 2008).

Son olarak kongre turizmi alanında meydana gelen bir diğer yapılaşma türü kongre organizasyon işletmeleridir. Günümüz koşulları ve anlayışında, bir kongre organize etmek, o kongre ile ilgili; ileri safhada planlama, pazarlama, hizmet tedarikçilerinin saha tecrübesi ve koordinasyon gerektirmektedir. Bu hizmetleri, kongre talebinde bulunanların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda karşılayan ve bir düzen içerisinde yerine getirenlere profesyonel kongre organizatörü ya da planlayıcısı adı verilmektedir (Gregory ve Breiter, 2001). Kongre organizatörlüğü, dünya genelinde ilk olarak 1970'li yıllarda başlamış, bir meslek alanı haline gelmiştir (Çakıcı, 2013). Kongre sektörünün yapısı değiştikçe, kongre programı içerisindeki birçok ayrıntı ile uğraşmakta olan kongre planlamacıları çoğalmıştır. Günümüzde işletmeler, toplantı organizasyonları için kendi personelini kullanmakta veya bu organizasyonlar ile ilgilenen bu tarz profesyonel kuruluşlara yönelmektedir (Tavmergen ve Aksakal, 2004). Profesyonel kongre organizatörlerinin yanı sıra seyahat acentaları, destinasyon yönetim işletmeleri ve kongre büroları toplantı organizasyon alanında faaliyet gösteren başlıca işletme ve kuruluşlardır.

### **Kongre Turizm Destinasyonlarının Özellikleri**

Genel turizm açısından olduğu gibi kongre turizmi açısından da turistik çekim unsurları önem arz etmektedir. Ancak bir ülkede kongre turizminin gelişebilmesi için o ülkenin coğrafi konumu, iklimi, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile birlikte ayrıca bir takım alt ve üst yapı imkânlarına sahip olması gerekmektedir. Dolayısıyla genel turizm için elverişli olan her destinasyon kongre turizmi için yeterli olmayabilir (Aymankuy, 2006).

Kongre merkezlerinin sahip olması gereken özellikler şu şekilde belirtilmektedir (Karasu, 1985; Aydın, 1997; Tekeli, 2001; Aymankuy, 2006; Aksu, Yılmaz ve Gümüş, 2013 ve Çakıcı, 2013);

- Destinasyon çekiciliği: Destinasyonları çekici kılan ve turistlerin gideceği yeri tercih etmesini etkileyen, tarihi ve kültürel zenginlikler, sanatsal etkinlikler ile doğal güzellikler gibi unsurlardır.
- Coğrafi konum ve iklim: Kongrenin düzenleneceği yerin iklimsel özellikleri ve coğrafi konumu o destinasyonun özellikleri olması bakımından kongre talebini etkilemektedir. Örneğin katılımcılar kendilerine yakın bölgeleri tercih edebilirler. Ayrıca iklim şartları elverişli olan merkezler kongre turizmi açısından daha uygun destinasyonlardır.
- Modern ve rahat konaklama tesisleri: Kongre merkezi olarak tercih edilen destinasyonun yeterli sayı ve kapasitede konaklama tesislerine sahip olması gerekmektedir. Günümüzde ayrıca toplantı yapmaya elverişli, yeterli donanıma sahip birçok kongre oteli de bulunmaktadır.
- Düzenli ulaşım olanakları: Genellikle yoğun çalışma temposuna sahip katılımcılar için zaman oldukça önemli bir husustur. Bu anlamda delegelerin sadece kongre destinasyonuna getirilmesinde değil, kongre esnasında taşınmasında da kullanılacak ulaşım imkânları önem arz etmektedir.

- İletişim: İletişim kongre esnasındaki bilgi alışverişi için kullanılan teçhizatları ve kongreye dair kamuoyu oluşturabilmek adına gazete, radyo, televizyon vb. kitle iletişim araçları ile yapılan bildirimleri, duyuruları kapsamaktadır. Kongrelerin başarıyla gerçekleşmesi iletişimi her iki durumda da önemli ve gerekli kılmaktadır.
- Güvenlik: Günümüzde artan terör eylemleri destinasyonların güvenlik ile ilgili imajlarını da dikkate almayı önemli hale getirmektedir. Diğer taraftan önemli devlet adamları, politikacılar ve bilim adamları gibi delegelerin ağırlandığı kongrelerde toplantı salonlarının güvenliği de büyük önem arz etmektedir.
- Kongre ve toplantı salonlarının yeterliliği: Yapılan araştırmalar, yeterli alt yapıya ve teknik imkânlarla sahip kongre merkezlerinin toplantı yeri seçiminde önemli rolünün olduğunu göstermektedir. Bu anlamda bir kongre destinasyonundaki toplantı salonlarının, kongreyi düzenleyen kurum ve organizatörlerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek özelliklere ve kongrenin amacına uygun fiziksel şartlara sahip olması gerekmektedir.

Bunların yanı sıra Eren ve Yılmaz (2005), toplantı organizatörlerinin varlığının ve profesyonelliğinin, yiyecek-içecek, alışveriş, rekreasyon gibi imkanların çeşitliliğinin ve sunulan hizmetin fiyata değer olmasının da kongreye ev sahipliği yapacak olan şehrin belirlenmesinde dikkate alınan hususlar arasında olduğunu belirtmektedir. Tüm bu unsurların bir bütün olarak etkili olmasıyla birlikte, destinasyon hakkındaki bilgilere internet ortamından ulaşılabilmesi gibi teknolojik gelişmeler vb. özel bazı durumların da söz konusu destinasyonun, tercih edilmesinde etkili olduğu belirtilmektedir (Arber, 2008). Esasında bir bölgenin kongre destinasyonu olabilmesi, o bölgenin milletlerarası çağı yakalayabilmesini gerektirmektedir (Mert, 1992).

#### **Kongre Turizm Arz Unsurları ve Nevşehir'in Değerlendirilmesi**

Bir destinasyonun turizm arzını oluşturan unsurlar, temel kaynak ve çekicilikler, geliştirilmiş kaynaklar, destek faktörleri ve niteliksel belirleyiciler olmak üzere dört önemli faktörden meydana gelmektedir (Bahar ve Kozak, 2005).

Temel kaynak ve çekicilikler, doğal yollarla oluşmuş zenginlikler ile birlikte, tarihi ve arkeolojik eserler, sanatsal ve mimari özellikler, dinsel yapılar ve bölgenin yerel kültürü gibi faktörlerden oluşmaktadır. Bu faktörler bu tür destinasyonların pazarlanmasını kolaylaştırmaktadır (Ersun ve Arslan, 2009).

Nevşehir, Kapadokya bölgesinde yer alması itibariyle temel kaynak ve çekicilikler bakımından oldukça zengin koşullara sahiptir. Nitekim bölge, 1985 yılından bu yana, "Dünya Mirasları" listesinde yer almaktadır. Dünya Mirasları Listesi içerisinde yer alan yerleşimlerin yanı sıra Nevşehir; Zelve Açık Hava Müzesi, Hacıbektaş Veli Müzesi ve çeşitli kilise, kervansaray, yeraltı şehri, doğal sit alanları gibi daha birçok kültürel varlıklara sahiptir (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014). Diğer taraftan doğa harikası olarak bilinen peribacası oluşumlarının en yoğun bulunduğu alanlar Nevşehir il sınırları içerisinde yer almakta ve bölge Çekirdek Kapadokya olarak adlandırılmaktadır (Gülyaz, 2006).

Konaklama tesislerinin kalitesi ve yeterliliği, ulaşım sisteminin yapısı, eğlence ve alışveriş imkânlarındaki kalite ve çeşitlilik gibi unsurlar geliştirilmiş kaynakları oluşturan temel faktörlerdir (Ersun ve Arslan, 2009). Nevşehir'de bugün itibariyle toplam 467 konaklama işletmesi hizmet vermektedir. Bu işletmeler arasında 19 adet 4 yıldızlı, 7 adet ise 5 yıldızlı otel bulunmaktadır. Nevşehir ilinin toplam yatak kapasitesi ise 26.999'dur (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019). Nevşehir'in kongre kapasitesi ile ilgili kesin ve güncel bir veri bulunmamaktadır. Ancak 4 ve 5 yıldızlı otellerin turizm işletmeleri yönetmeliğince kongre salonlarına sahip olmaları gerektiği ve buna bağlı olarak bölgede yer alan toplam 26 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesinin çeşitli büyüklükte toplantı salonlarına sahip olduğu bilinmektedir. Bu



rakama istinaden kongre kapasitesi bakımından Nevşehir'in oldukça düşük bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca Özer'in 2010 yılında yaptığı bir araştırmaya göre otellerde teknik ekipman ve donanım açısından eksikliklerin olduğu ve bölgedeki otellerin çoğunlukla küçük çapta toplantılara ev sahipliği yaptığı sonucu da ortaya çıkmaktadır (Özer, 2010). Yılmaz (2014) tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırmada, bölgede konaklama işletmeleri dışındaki toplantı salonlarının da yetersiz olduğu belirtilmiştir (Yılmaz, 2014). Günümüze kadar gelinen süreçte 2015 yılı itibarıyla hizmete giren Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi, bölgenin kongre merkezi eksikliğini giderilmesi anlamındaki en önemli yatırımdır (www.nevsehir.edu, 2017). Ulusal ve uluslararası her türlü etkinliğe ev sahipliği yapabilecek donanımda inşa edilen bu merkezin haricinde büyük kongre organizasyonlarına ev sahipliği yapabilecek kapasitede başka bir kongre merkezi bulunmamaktadır.

Nevşehir'e ulaşım hâlihazırda karayolu ve havayolu ile sağlanabilmektedir. Anadolu'nun orta kısmında bulunması itibarıyla diğer birçok şehre otobüs seferleri düzenlenmekte ve karayolu üzerinden ulaşım sağlanabilmektedir. Bölgeye havayolu ile ulaşım ise genel olarak, il merkezine 30 km uzaklıkta bulunan Nevşehir Kapadokya Havalimanı kullanılmaktadır. Bölgeye ulaşım için kullanılan bir diğer havalimanı ise Kayseri Erkilet Havaalanı'dır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

Nevşehir'de doğa ve kültür turizmi, balon turizmi, atlı turizm ve çömlekçilik gibi farklı turizm çeşitlerine yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. Bilindiği gibi şarapçılık konusunda Orta Anadolu'daki önemli merkezlerden biridir. Ayrıca bölge gerek yerli gerekse yabancı birçok ünlü oyuncunun rol aldığı sinema ve dizi filmi, belgesel ve reklam filmlerine de ev sahipliği yapmaktadır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014). Fakat yine de Nevşehir'in eğlence, alışveriş, özel olay ve festivaller gibi diğer geliştirilmiş kaynaklar bakımından sınırlı olduğu söylenebilir. Nitekim bölgede hizmet veren rehberler, Nevşehir'in turistik ürün çeşitliliği açısından potansiyelinin olduğunu fakat bu potansiyelin yeterince değerlendirilmediğini belirtmektedirler (Yılmaz ve Çullu, 2012). Bölge için son yıllarda önemli bir sanatsal etkinlik ve tanıtım haline gelen Cappadox festivali dahi çok yeni olup ilki henüz 2015 yılında düzenlenmiştir (www.cappadox.com, 2017).

Bir bölgenin kongre turizminden gelir elde edebilmesi için yukarıda bahsedilen imkanların yanı sıra bu imkanları pazarlayacak, yerel ve ulusal düzeyde uzmanlaşmış kongre ve ziyaretçi büroları ile seyahat acentaları gibi kuruluşlardan oluşan destek faktörlerine de sahip olması gerekmektedir. Türkiye'de halen İstanbul, Antalya ve İzmir dışında kongre ve ziyaretçi bürosu bulunmamaktadır. Bununla birlikte Nevşehir'de faaliyet gösteren seyahat acentası sayısı ise 220'dir (TÜRSAB, 2019). Fakat Özer'in 2010 yılında gerçekleştirdiği araştırmada bölgedeki seyahat acentalarının birçoğunun faaliyet konusu olarak kongre organizasyonları ile ilgilenmediklerini ortaya koymaktadır (Özer, 2010).

Son olarak bir destinasyonun rekabet ölçüğünü ve sınırını etkileyen bir diğer unsur niteliksel faktörlerdir. Bu nitelikler de genellikle yerleşim yeri, güvenlik, destinasyon yönetimi ve pazarlama çabaları olarak ifade edilmektedir (Ersun ve Arslan, 2009). Nevşehir ve içinde yer aldığı Kapadokya bölgesi hali hazırda güvenlik bakımından bir sorun olmaması nedeniyle kongre turizmi açısından avantajlı sayılabilecek bölgeler arasında yer almaktadır (Yılmaz, 2014). Özellikle kongre turizmi alanında olmasa da genel anlamda bölgeyi ziyaret eden turist sayısının artırılması ve turizm talebinin 12 aya yayılması için ulusal ve uluslararası platformlarda bölge tanıtımına yönelik faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu anlamdaki faaliyetlerin başında ulusal ve uluslararası turizm fuarlarına katılmak yer almaktadır. Bunlara ek olarak bölgedeki çeşitli turizm işletmecileri ve kamu kurumu yetkililerinden oluşan heyetler bölgenin tanıtımını gerçekleştirmek ve ikili

görüşmeler düzenlemek üzere yurtdışındaki hedef ülkelere geziler düzenlemekteler (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014).

## **Turizm İşletmelerinin Bakış Açılılarıyla Nevşehir’de Kongre Turizminin Değerlendirilmesi**

Çalışmanın bu bölümünde Nevşehir’de kongre turizminin değerlendirilmesine yönelik bulgular incelenmiştir. Kongre turizmi hususunda belirtilen özelliklerin kongre turizminin geliştirilmesi açısından ne derece önemli olduğu ve bu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ortaya konulmuştur.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Bu araştırmanın amacı, Nevşehir bölgesindeki kongre turizmi potansiyelinin değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesini ve hayata geçirilmesini sağlamaktır. Bu amaçla ilgili literatürde bir bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için gerekli olduğu belirtilen birtakım özelliklerin ne derece önemli olduğu ve söz konusu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu, bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin bakış açılarıyla değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Araştırma Nevşehir il ve ilçe merkezlerinde yapıldığından dolayı araştırmanın evrenini Nevşehir ilinde yer alan konaklama işletmeleri ve seyahat acentalarının üst ve orta kademe yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup belediye belgeli konaklama işletmeleri ve pansiyonlar çalışma alanı dışında tutulmuştur. Dolayısıyla araştırmanın örnekleme, araştırmanın gerçekleştirildiği 2018 yılı itibarıyla Nevşehir il ve ilçe merkezlerinde faaliyet gösteren 9 adet 5 yıldızlı, 18 adet 4 yıldızlı otel işletmesi, 37 adet özel belgeli konaklama tesisi ve 174 adet A grubu seyahat acentası olmak üzere toplam 238 işletmenin üst ve orta kademe yöneticilerinden oluşmaktadır.

Veriler, kongre turizminin geliştirilmesi açısından önem arz etmesi muhtemel özellikler ve bu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ile ilgili ifadeler içeren anket yoluyla toplanmıştır. Örneklem gurubunu oluşturan toplam 238 adet işletme içerisinde 7 adet 5 yıldızlı, 14 adet dört yıldızlı otel işletmesi, 33 adet özel konaklama tesisi ve 144 adet A grubu seyahat acentası yöneticilerine olmak üzere toplam 198 anket yüz yüze uygulanmıştır. 40 adet işletmeye ise kapalı olmaları veya görüşmek istememeleri nedeniyle ulaşılamamıştır.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların bakış açılarıyla kongre turizminin geliştirilmesi açısından önem arz eden özellikler ve bu özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bu ifadeler, kongre turizmi ile ilgili literatür incelemesi neticesinde bu alanda yazılan kitap, makale ve tezlerden yararlanılarak oluşturulmuştur (Erdoğan, 2006; Enes, 2013; Dölalan, 2008; Yılmaz, 2014). Araştırmada kongre turizminin geliştirilmesi açısından belirtilen özelliklerin önem derecesi 4 aralıklı (1=Hiç önemli değil, 2=Önemsiz, 3=Önemli, 4=Çok önemli) ölçek ile ölçülmüştür. Aynı özelliklerin Nevşehir’de ne derece yeterli olduğu ise 3 aralıklı (1=Yok, 2=Var yetersiz, 3=Var yeterli) ölçek ile ölçülmüştür.

İkinci bölümde ise katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalıştığı işletmenin türü, sektörde çalışma süresi ve işletmede çalışma süresi gibi demografik özelliklerine ilişkin ifadeler yer almaktadır.

Araştırmada elde edilen veriler bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Bölgede kongre turizminin geliştirilmesi için gerekli kaynak ve uygulamalarda merkezi eğilim ölçüleri gibi istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Analizlerde frekans ve yüzde dağılımları, median (ortanca değer) ve mod (tepe değer) gibi merkezi eğilim ölçülerinden faydalanılmıştır.

## Araştırmanın Bulguları

Tablo 1’de araştırmaya katılan yöneticilerin demografik özelliklerine ilişkin elde edilen bilgilere yer verilmektedir.

*Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri*

	N	Frekans	Yüzde (%)		N	Frekans	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>	198			<b>Departman</b>	198		
Kadın		63	31,8	İşletme sahibi		66	33,3
Erkek		135	68,2	Genel müdür		48	24,3
<b>Yaş</b>	198			Önbüro müdürü		14	7,1
20- 25 arası		39	19,7	Satış-Pazar. müd.		32	16,2
26- 35 arası		85	42,9	Operasyon müd.		38	19,2
36- 45 arası		50	25,3	<b>Sektörde çal. sür.</b>	198		
46- 55 arası		12	6,1	1-3 yıl arası		28	14,1
56 ve üzeri		12	6,1	4-7 yıl arası		37	18,7
<b>Öğrenim Dur.</b>	198			8-11 yıl arası		51	25,8
İlköğretim		4	2,0	12-15 yıl		34	17,2
Lise		55	27,8	16 yıl ve üzeri		48	24,2
Ön lisans		50	25,3	<b>İşletmede çal. sür.</b>	198		
Lisans		81	40,9	1-3 yıl arası		77	38,9
Lisansüstü		8	4,0	4-7 yıl arası		67	33,8
<b>İşletmenin Sta.</b>	198			8-11 yıl arası		32	16,2
5 yıldızlı otel		7	3,5	12-15 yıl		6	3,0
4 yıldız otel		14	7,1	16 yıl ve üzeri		16	8,1
Butik otel		33	16,7				
Seyahat Acen.		144	72,7				

Tablodan da anlaşılacağı üzere özetle araştırmaya katılan yöneticilerin çoğunluğunu erkek, 26-35 yaş aralığında, lisans mezunları oluşturmaktadır. Bu katılımcıların çoğunluğunun seyahat acentası çalışanı olduğu sonucuna varılırken aynı zamanda çoğunun işletme sahibi olduğu gözlemlenmiştir. Sektör deneyimleri ele alındığında yöneticilerin en çok 8-11 yıl arası hemen ardından ise 16 yıl ve üzeri deneyime sahip olduğu görülmekte dolayısıyla genelinin sektör deneyiminin oldukça fazla olduğu gözlemlenmektedir. Son olarak yöneticilerin mevcut işletmelerinde çalışma süreleri dikkate alındığında 1-3 yıl aralığının en fazla olduğu bulgusuna varılmıştır.

## **Kongre Turizminin Geliştirilmesi Açısından Belirtilen Özelliklerin Ne Derece Önemli Olduğunun Değerlendirilmesi**

Tablo 2’te kongre turizminin geliştirilmesi açısından belirtilen özelliklerin katılımcılar açısından önem derecesi gösterilmiştir.

**Tablo 2: Kongre Turizminin Geliştirilmesi Açısından Belirtilen Özelliklerin Önem Derecesi**

	Frekans	Yüzde	Medyan
Doğal güzelliklere sahip olması	126	63,6	3,00
Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması	127	64,1	3,00
Alışveriş olanaklarının olması	120	60,6	3,00
Yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği	111	56,1	3,00
Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı	131	66,2	3,00
Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi	106	53,5	4,00
Rekreasyon olanaklarına sahip olması	133	67,2	3,00
Konaklama işletmelerinin sayısı	152	76,8	4,00
Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi	179	90,4	4,00
Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı	167	84,3	4,00
Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı	97	49,0	3,00
Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri	140	70,7	4,00
Kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri	144	72,7	4,00
Bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri	164	82,8	4,00
Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)	160	80,8	4,00
Toplantı salonlarındaki teknik donanımlarının varlığı	171	86,4	4,00
Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı	109	55,1	4,00
İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı	137	69,2	3,00
Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması	146	73,7	4,00
Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı	130	65,7	4,00
Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim	129	65,2	4,00
Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri	95	48,0	3,00
Kongre turizm konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması	153	77,3	4,00
Destinasyonun imajı	152	76,8	4,00
Destinasyonun güvenliği	163	82,3	4,00

Ölçek: 1.Hiç önemli değil, 2.Önemsiz, 3.Önemli, 4.Çok önemli

Ankete katılan yöneticilerin verdikleri cevaplara ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında anketteki tüm ifadeler için en çok tekrar eden cevapların önemli ve çok önemli seçenekleri olduğu görülmektedir. Bu sonuç katılımcıların çoğunun ankette yer alan 25 ifadenin tamamını kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından önemli veya çok önemli bulduklarını ortaya koymaktadır. Yöneticilerin bakış açısına göre bir destinasyonda kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından çok önemli görülen hususlar sıralamasında ilk sırada konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi (%90,4) yer almaktadır. Katılımcıların anketteki ifadelerine verdikleri cevaplar dışında yaptıkları yorumlarda da birçoğu toplantı etkinlikleri için genel olarak toplantı salonu bulunan konaklama işletmelerinin tercih edilmesinden ötürü bu işletmelerin hizmet kalitesini en önemli husus olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. İkinci sırada ise toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığı (%86,4) gelmektedir. Katılımcılar bu durumu ise bir bölgede kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından toplantı salonlarının sayıca yeterli olmasından ziyade bu salonların teknik donanım bakımından yeterli olmasının daha gerekli olduğunu ifade ederek açıklamaktadır. Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesini ve toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığını sırasıyla bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı (%84,3), kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri (%82,8), destinasyonun güvenliği (%82,3), toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (%80,8), kongre turizmi konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması (%77,3), konaklama işletmelerinin sayısı (%76,8), destinasyonun imajı (%76,8), kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması (%73,7), kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri (%72,7), kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri (%70,7), kongre ve ziyaretçi

bürolarının varlığı (%65,7), kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim (%65,2), coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı (%55,1) ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi (%53,5) takip etmektedir.

Yukarıda belirtilen 16 ifade katılımcıların çoğunluğu tarafından çok önemli olarak değerlendirilirken ankette yer alan diğer ifadelerin tamamı için ise en fazla tekrar eden tercih önemli seçeneği olmuştur. Önemsiz ve hiç önemli değil seçeneklerinin ise tabloda yer almadığı görülmektedir. Dolayısıyla katılımcılar arasında bu seçeneklerin her ikisinin de en çok tekrar eden tercihler arasına girecek oranda bir işaretleme yapılmadığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak doğal güzelliklere sahip olması, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması, alışveriş olanaklarının olması, yerli halkın misafirlere karşı konuk severliği, yiyecek içecek işletmelerinin sayısı, rekreasyon olanaklarına sahip olması, bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı, iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı ve kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri kongre turizminin geliştirilebilmesi açısından birinci derece de olmasa da önemli görülmektedir.

### **Kongre Turizmi Açısından Belirtilen Özelliklerin Nevşehir’de Ne Derece Yeterli Olduğunun Değerlendirilmesi**

Tablo 3’te kongre turizmi açısından belirtilen özelliklerin katılımcılar açısından Nevşehir’de ne derece yeterli olup olmadığı gösterilmiştir.

**Tablo 3: Kongre Turizmi Açısından Belirtilen Özelliklerin Nevşehir’deki Yeterlilik Derecesi**

	Frekans	Yüzde	Mod
Doğal güzelliklere sahip olması	158	79,8	3
Tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması	165	83,3	3
Alışveriş olanaklarının olması	142	71,7	2
Yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği	139	70,2	3
Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı	121	61,1	2
Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi	161	81,3	2
Rekreasyon olanaklarına sahip olması	133	67,2	3
Konaklama işletmelerinin sayısı	148	74,7	3
Konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi	147	74,2	2
Bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı	113	57,1	2
Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı	132	66,7	2
Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri	155	78,3	2
Kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri	161	81,3	2
Bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri	107	54,0	2
Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânların varlığı (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.)	175	88,4	2
Toplantı salonlarındaki teknik donanımlarının varlığı	159	80,3	2
Coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı	155	78,3	3
İklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı	161	81,3	3
Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması	103	52,0	2
Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı	198	100,0	1
Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim	123	62,1	2
Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri	124	62,6	1
Kongre turizm konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması	134	67,7	2
Destinasyonun imajı	105	53,0	3
Destinasyonun güvenliği	140	70,7	3

Ölçek: 1.Yok, 2.Var yetersiz, 3.Var yeterli

Ankete katılan yöneticilerin verdikleri cevaplara ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında yöneticilerin ankette yer alan toplam 25 ifade içerisinde 14'ünü Nevşehir'de var yetersiz buldukları görülmektedir. Yüzde sıralaması baz alındığında bu 14 ifade içerisinde yöneticiler açısından en fazla toplantı yapılmasına olanak sağlayan kongre merkezleri, toplantı salonları vb. fiziksel mekânların varlığı (%88,4) yetersiz bulunmaktadır. Katılımcıların anketteki ifadelerine verdikleri cevaplar dışında yaptıkları yorumlarda birçok yönetici Nevşehir'de katılımcı sayısı fazla toplantıların düzenlenebileceği kapasitede salonlara sahip çok az sayıda otel ve sadece bir kongre merkezi olduğunu, mevcut bu oteller arasında da bazılarının kapanması ile bu sayının daha da düştüğünü ve yetersiz hale geldiğini ifade etmişlerdir. İkinci sırada ise yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi ve kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri (%81,3) yetersiz görülmektedir. Yöneticilere göre Nevşehir'de toplantı amacıyla gelen ziyaretçileri konaklama işletmeleri dışında ağırlayabilecek kaliteli hizmet sunabilen yiyecek içecek işletme sayısı pek azdır. Ayrıca toplantıların bölgede genellikle belirli bazı konaklama işletmelerinde yapılabilir olmasından ötürü yeterli düzeyde fiyat alternatiflerinin oluşmadığını da belirtmektedirler. Bu özelliklerden sonra Nevşehir'de sırasıyla toplantı salonlarındaki teknik donanımların varlığı (%80,3), kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri (%78,3), konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi (%74,2), alışveriş olanaklarının olması (%71,7), kongre turizmi konusunda eğitilmiş ve deneyimli personelin olması (%67,7), bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı (%66,7), kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim (%62,1), yiyecek içecek işletmelerinin sayısı (%61,1), bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı (%57,1), bölgenin kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri (%54) ve kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması (%52) özellikleri yetersiz görülmektedir.

Yukarıda belirtilen ve Nevşehir açısından yetersiz görülen 14 özelliğin dışında doğal güzelliklere sahip olması, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması, yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği, rekreasyon olanaklarına sahip olması, konaklama işletmelerinin sayısı, coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı, iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı, destinasyonun imajı ve destinasyonun güvenliği olmak üzere toplam 9 özellik bakımından ise Nevşehir yeterli olarak değerlendirilmiştir. Bu ifadeler arasında Nevşehir'de en yeterli görülen özellik tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması (%83,3) olmuştur. Yöneticiler bölgenin çok eski zamanlardan bu yana çeşitli medeniyetlere ve özellikle Hıristiyanlık tarihi için çok önemli mekânlara ev sahipliği yapmış olması bakımından birçok yer altı şehri, kilise, açık hava müzesi ve kervansaray gibi tarihi ve kültürel kaynaklara sahip olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılara göre bölgeyi turistik anlamda çekici kılan temel unsurlar sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleridir. İkinci sırada iklim koşullarının şehrin tercih edilmesine katkısı (%81,3), üçüncü sırada ise doğal güzelliklere sahip olması (%79,8) gelmektedir. Bunları sırasıyla coğrafi konumun şehrin tercih edilmesine katkısı (%78,3), konaklama işletmelerinin sayısı (%74,7), destinasyonun güvenliği (%70,7), yerli halkın misafirlere karşı konuk severliği (%70,2), rekreasyon olanaklarına sahip olması (%67,2) ve destinasyonun imajı (%53) takip etmektedir.

Kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı ve kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal/uluslararası kuruluşlara üyelikleri ifadeleri ise yöneticiler tarafından Nevşehir'de yok olarak değerlendirilmiştir. Bunlar arasında kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı ifadesine katılımcıların tamamının (%100) yoktur seçeneğini işaretlemesi bu büroların ülkemizde sadece İstanbul, Antalya ve İzmir illerinde olması bakımından muhtemel sonucu teyit etmiştir. Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal veya uluslararası kuruluşlara üyelikleri ile ilgili ifadeye bağlı olarak ise yöneticiler birçok işletmenin bu

gibi kuruluşların varlığından haberdar olmadıkları için veya bu gibi kuruluşlara üyelik bedellerinin işletmeler açısından ek bir maliyet oluşturduğu için tercih edilmediği yorumunda bulunmuşlardır.

## **Sonuç ve Öneriler**

Kongre turizmi, kongreye gelen katılımcıların tatilci turiste nazaran daha fazla harcama gücüne ve eğilimine sahip olması, kamuoyu ve lobi oluşturmak adına da kullanılabilir olması gibi nedenlerden ötürü daha güçlü ekonomik ve politik etkiler yaratmakta, dolayısıyla bu anlamda daha istikrarlı olması bakımından diğer alternatif turizm çeşitlerine nazaran daha fazla teşvik edilmektedir.

Yapılan çalışmada temel amaç; Nevşehir bölgesinde var olan mevcut turizm potansiyelinin kongre turizmi açısından da değerlendirilerek ön plana çıkarılmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunacak birtakım yeni stratejilerin belirlenmesini ve hayata geçirilmesini sağlamaktır. Çalışmada Nevşehir’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin, özel belgeli konaklama işletmelerinin ve A gurubu seyahat acentalarının üst ve orta kademe yöneticileri ile görüşülmüştür.

Çalışma sonuçlarına göre Nevşehir doğal güzellikler, tarihi ve kültürel zenginlikler, konaklama işletmelerinin sayısı, iklim koşulları, coğrafi konum, yerli halkın misafirlere karşı konukseverliği, rekreasyon olanakları, destinasyon imajı ve güvenliği bakımından yeterli görülmekte ve bu anlamda kongre turizmi açısından avantajlı sayılabilecek bir konumdadır. Dolayısıyla kongre turizminin Nevşehir’de gelişimi açısından bu hususların korunması önemlidir.

Konaklama işletmelerinin sayısı ve hizmet kalitesinin kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olduğu fakat bu işletmelerin sayı bakımından Nevşehir’de yeterli, hizmet kalitesi bakımından ise yetersiz olduğu karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuca ilişkin olarak, yeni konaklama işletmelerinin faaliyete geçmesinden ziyade mevcut işletmelerin hizmet kalitelerini yükseltecek bir takım uygulamalara gitmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda bölgedeki konaklama işletmeleri kongre turizmi konusunda daha bilinçli olmalı, özellikle düşük maliyetli olması gerekçesiyle yeterli eğitim ve deneyime sahip olmayan ucuz personel yerine daha kaliteli hizmet sunabilecek kalifiye personel çalıştırmalı veya çalışanlarını eğitmelidirler. Ayrıca bu konuda sadece işletme yöneticilerinin duyarlı davranmasını beklemekle yetinilmemesi gerektiği, bölgedeki farklı işletme belgelerine sahip tüm konaklama işletmelerinin aynı hassasiyetle denetlenmesinin de hizmet kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülebilir.

Alışveriş olanaklarının olması kongre turizmi açısından önemli görülmekte fakat Nevşehir’de bu olanaklar yetersiz kalmaktadır. Bölgenin alışveriş olanakları konusunda hediyelik eşya, halı, kilim ve çanak çömlekle sınırlı kaldığı; bunların dışındaki giyim, kozmetik vb. genel alanlarda ise yetersiz olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, söz konusu alanlardaki alışveriş olanaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca mevcut hediyelik eşya satan işletmelerin fiziksel ortamlarının iyileştirilmesi de kongre turizmi açısından önemlidir.

Yiyecek içecek işletmelerinin sayısı kongre turizmi açısından önemli fakat Nevşehir’de bu işletmelerin sayısı yetersiz olarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu işletmelerin hizmet kalitesi kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olarak değerlendirilirken Nevşehir’deki yiyecek içecek işletmeleri hizmet kalitesi anlamında da yetersiz kalmaktadır. Kongre katılımcılarının konaklama işletmeleri dışındaki yiyecek içecek işletmelerinden de faydalanabilmesi açısından bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin sayısının

arttırılması ve mevcut işletmelerin de hizmet kalitelerini yükseltmeleri kongre turizminin gelişimine katkı sağlayacaktır.

Bölge içi ulaşım kolaylıklarının varlığı önemli, bölgeye yönelik ulaşım imkânlarının varlığı ise çok önemli görülmekte fakat her ikisi bakımından da Nevşehir yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla bölgeye yönelik özellikle gerek yurt içi gerek yurt dışı direk uçuş seferlerinin arttırılması gerekmektedir. Ayrıca bölgeye kara yolu ulaşım imkânlarının da geliştirilmesi, bu anlamda bölgeye yönelik hızlı tren ulaşımı gibi projelerin bir an önce hayata geçirilmesi ve tamamlanması da bu kapsamda faydalı olacaktır. Bununla birlikte, bölge içi ulaşım imkanlarının iyileştirilmesi için Nevşehir'in özellikle turistik anlamda en fazla ziyaret edilen merkezleri arasındaki dolmuş seferleri arttırılmalı ve bu seferler yüksek sezonlarda daha geç saatlere kadar devam etmelidir.

Kongre turizmine yönelik ürün fiyat düzeyleri ve kongre turizmine yönelik ürün fiyat alternatifleri kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olup bu özelliklerden hiçbiri Nevşehir'de yeterli değildir. Bu nedenle toplantı alıcılarının da, diğer müşteriler gibi, fiyat odaklı oldukları göz önünde bulundurulduğunda bölgede kongre turizmine yönelik ürünlerin fiyat düzeyleri düşürülmeli ve farklı fiyat alternatifleri sunulmalıdır. Bunun için de bölgede kongre turizmine hizmet veren işletme sayısı ve bu işletmelerin sundukları imkanların da yeterli olması gerekmektedir.

Kongre turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri çok önemli görülmekte fakat Nevşehir'in bu alandaki tanıtım faaliyetleri yeterli bulunmamaktadır. Bu durumun iyileştirilmesi için öncelikle kamu kurumu ve özel sektördeki paydaşların bölgenin kongre turizmine yönelik ortak bir vizyon geliştirmeleri ve bu vizyon doğrultusunda tanıtım çabalarını arttırmaları önemlidir.

Toplantı yapılmasına olanak sağlayan fiziksel mekânlar (kongre merkezleri, toplantı salonları vs.) ve bu salonlardaki teknik donanımların varlığı kongre turizminin geliştirilmesi açısından çok önemli olup bu özelliklerden hiçbiri Nevşehir'de yeterli değildir. Bölgede toplantı salonlarının ve özellikle uluslararası toplantılara ev sahipliği yapabilecek bağımsız kongre sarayı gibi tesislerin yapımına önem verilmelidir. Bu anlamda Avanos civarındaki kayalardan oyma kongre merkezi projesinin tekrara hayata geçirilip tamamlanmasının bölgenin kongre turizminin geliştirilmesi bakımından faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bölgede kongre turizmine yönelik hizmet veren işletmelerin konuya gereken hassasiyeti gösterip mevcut kongre salonlarındaki teknik donanımlarını iyileştirilmeleri gerekmektedir.

Kongre turizmi konusunda uzmanlaşmış seyahat acentelerinin olması çok önemli fakat Nevşehir'de bu alanda uzmanlaşmış seyahat acentası sayısı yetersizdir. Bölgedeki mevcut acentaların kongre turizmi alanına yönelmeleri bölgenin bu alanda gelişimini hızlandıracağı gibi bu işletmelere yeni bir pazar kaynağı da oluşturacaktır. Dolayısıyla bölgedeki seyahat acentaları bölgeyi kongre turizmi anlamında da pazarlamalı ve bu alandaki faaliyetlerini geliştirmelidir.

Kongre turizmine hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim çok önemli olup Nevşehir'de bu alanda hizmet veren işletmeler arasındaki iletişim yetersizdir. İşletmelerin kişisel menfaatlerinden ziyade bölgenin çıkarlarını gözeterek işbirliği içinde hareket etmeleri önemlidir. Bunun sağlanması için sektördeki özel ve kamu alanındaki tüm paydaşların kongre turizmi anlamında işbirliğini arttırmalı ve daha önce de belirtildiği gibi ortak bir vizyon geliştirmelidir.



Kongre turizmi konusunda eğitimli ve deneyimli personelin olması çok önemli olmasına rağmen Nevşehir’de bu alandaki eğitimli ve deneyimli personel sayısı yetersizdir. Bölgede kongre turizmine hizmet veren işletmelerin toplantı satış müdürü, toplantı müdürü gibi departmanları arttırarak bu alanda kariyer imkânları oluşturmaları dolayısıyla personelin bu alanda kendilerini geliştirmeleri teşvik edilmelidir. Ayrıca işletmelerin bölgede turizm alanında eğitim veren üniversitelerin ilgili birimleri ile temaslarını arttırıp bu bölümlerden mezun olan öğrencilerin istihdam edilmelerine ağırlık vermelidir.

Kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu alandaki ulusal veya uluslararası kuruluşlara üyelikleri önemli fakat Nevşehir’de kongre turizmine hizmet veren işletmelerin bu kuruluşlara üyelikleri yoktur. Dolayısıyla bölgedeki işletmeler bu kuruluşlar hakkında bilgilendirilmeli ve üye olmaları özendirilmelidir.

Son olarak ise kongre ve ziyaretçi bürolarının varlığı çok önemli olmasına rağmen Nevşehir’de bir kongre ve ziyaretçi bürosu bulunmamaktadır. Kongre ve ziyaretçi büroları destinasyonların kongre turizmi konusunda tanıtılmasında ve pazarlamasında bölge içi koordinasyonu sağladıkları gibi dış ilişkilerde de bağlantılar kurulmasını sağlamaktadırlar. Bu büroların varlığı bölgenin kongre turizmi alanında dünya standartlarına adapte olduğunun göstergesi olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla, Nevşehir’in bu alanda bir destinasyon olarak tanıtılması ve pazarlanabilmesi için en kısa zamanda kongre ve ziyaretçi bürosu kurulmalıdır.

Yapılan bu çalışma Nevşehir’in kongre turizmi potansiyelini ortaya koyması açısından önem taşımaktadır. Çalışma yalnızca 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticileri, özel belgeli konaklama işletmeleri yöneticileri ve A grubu seyahat acentalarının yöneticilerini kapsamaktadır. Bundan sonra yapılması düşünülen benzer çalışmalara belediye belgeli konaklama işletmeleri veya diğer turistik işletmeler ile kongre turizmi ile ilgili olabilecek kamu kurum ve kuruluşları da dahil edilebilir. Çalışma farklı şehirlerde de uygulanabilir ve sonuçlar kıyaslanabilir. Konu, nitel yöntemlerle daha derinlemesine ve farklı boyutları ile incelenebilir. Bununla birlikte çalışmanın belirli aralıklarla tekrar uygulanması da önerilebilir.

## **Kaynakça**

- Ahiler Kalkınma Ajansı (2014). *Kapadokya’da Turizm Yatırım Olanakları* (Nevşehir).
- Aksu, A., Yılmaz, G., & Gümüş, F. (2013). *Örneklerle Kongre ve Fuar Yönetimi* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Arber, E. (2008). Türkiye’de kongre turizminin sorunları ve çözüm önerilerine yönelik bir alan araştırması. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arcodia, C., & Whitford, M. (2006). Festival attendance and the development of social capital. *Journal of Convention and Event Tourism* 8(2): 1-18.
- Arslan, K. (2008). *Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları* (İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul).
- Aydın, Ş. (1997). Kongre turizmi ve Türkiye'nin kongre turizm potansiyeli. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Bahar, O., & Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (2012). *Kongre Turizmi Sektör Raporu* (Isparta).
- Boyce, H. (2008). Kongre elçisi olalım. *İstanbul Ticaret Odası Yayını İTOVİZYON Dergisi* 7(68): 81-83.

- Cinnioğlu, H., Akcan, A.T., & Yazıt, H. (2015). Congress tourism in the Turkey and an application congress hotel in Istanbul. *2nd International Conference on Education and Social Sciences*. İstanbul, Şubat 2-4.
- Çakıcı, C. (2013). *Toplantı Yönetimi, Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Çizel, B. (1999). Kongre turizmi, kongre organizasyonu ve Antalya bölgesinin kongre turizm potansiyeli, sorunları ve gelecekteki beklentilerine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Antalya Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dölan, G. (2008). Ankara'da kongre turizmi: A grubu seyahat acentalarının bakış açılarına yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Enes, K. (2013). Ankara'nın kongre turizmi potansiyeli. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğan, C. (2006). İzmir ili kongre turizmi arz potansiyelinin incelenmesi ve geliştirilmesine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Eren, D., & Yılmaz, İ. (2005). Kongre turizmi ve Kapadokya'daki kongre olanaklarının değerlendirilmesi. *Kapadokya Toplantıları IX: Kongre Turizmi*. Nevşehir, 110-118.
- Ersun, N., & Arslan, K. (2009). Alternatif turizm çeşidi olarak Kapadokya bölgesinde kongre turizmini geliştirme olanakları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 34: 139-164.
- Göymen K (2000). Tourism and government in Turkey. *Annals of Tourism Research* 27(4): 1025-1048.
- Gregory, S., & Breiter, D. (2001). Trade show managers: profile in technology usage. *Journal of Convention and Exhibition Management* 3(3): 63-76.
- Gülyaz , M.E. (2006). *Kapadokya Cep Kitabı* (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara).  
<http://cappadox.com/about-cappadox> (15 Ağustos 2017).  
<https://www.nevsehir.edu.tr> (13 Ağustos 2017).
- International Congress and Convention Association (2013). *A Modern History of International Association Meetings, 1963-2012* (Amsterdam).
- International Congress and Convention Association (2016). *ICCA Statistics Report, Public Abstract* (Amsterdam).
- Jubayeva, A. (2013). Uluslararası kongre turizminin Kazakistan'daki mevcut durumunun değerlendirilmesi, sorunları ve çözüm önerileri. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasu, T. (1985). Kongre Turizmi ve Türkiye (Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Araştırma Yayınları, Ankara).
- Karasu, T. (1990). Kongre turizmi üzerinde düşünceler. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 1(4): 32-34.
- Koşan, A. (1996). Kongre turizmi. *TUGEV Turizmde Seçme Makaleler* 24: 50-58.
- Kuşadası Ticaret Odası (2014). *Dünyada ve Türkiye'de Kongre Turizmi, Kuşadası-Efes Kongre Merkezi, Kongre ve Ziyaretçi Büroları* (Kuşadası Ticaret Odası Yayınları, Aydın).
- McCartney, G. (2008). The cat (casino tourism) and the mice (meetings, incentives, conventions, exhibitions): key development considerations for the convention and exhibition industry in Macao. *Journal of Convention and Event Tourism* 9(4): 293-308.
- Mert, A. (1992). Kongre/konferans. *Turizm Yatırımcıları Dergisi* Sayı:13.
- Mustafazade, N. (2015). Kongre turizmi ve önemi. Yüksek Lisans Tezi, Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Bakü.
- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019). İşletmeler/Yatırımlar. <https://nevsehir.ktb.gov.tr/TR-230425/isletmeleryatirimlar.html> (12 Şubat 2020).

- Okday, Ç. (1997). Güncel turizm yönelimi içinde kongre turizmi ve İstanbul. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özer, Ş. (2010). Kongre turizmi ve Kapadokya bölgesindeki otel işletmelerinin kongre hizmetleri yönetiminin incelenmesi: Kayseri ve Nevşehir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Rogers, T. (2013). *Conferences and Conventions: A Global Industry* (Routledge, Abingdon, OX).
- Spiller, J. (2002). *History of Convention Tourism*. (Weber K, Chon KS: *Convention Tourism International Research and Industry Perspectives: 3-20*) (The Haworth Hospitality Press, New York).
- Tavmergen, İ.P., & Aksakal, E.G. (2004). *Kongre ve Toplantı Yönetimi* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Tekeli, H. (2001). *Turizmi Pazarlaması ve Planlaması* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2014). *Türkiye Kongre Turizmi Raporu 2013* (İstanbul).
- Weber, K., & Chon, K.S. (2002). *Trends and Key Issues for the Convention Industry in the Twenty-First Century*, içinde Weber K, Chon KS, *Convention Tourism; International Research and Industry Perspectives* (The Haworth Hospitality Press, New York) s.203-213.
- Weber, K., & Roehl, S.W. (2001). Service quality issues for convention and visitor bureaus. *Journal of Convention and Exhibition Management* 3: 1-19.
- Yılmaz, İ. (2014). Otel yöneticilerinin bakış açısıyla kongre turizminin önündeki engeller: Kapadokya bölgesinde bir araştırma. 15. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitapçığı*. Ankara, Kasım 13-16.
- Yılmaz, İ., & Çullu, N. (2012). Nevşehir'de alternatif turizm potansiyeli ve turistik ürün çeşitlendirme üzerine bir araştırma. 1. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Mersin, Nisan 20-22.