

KONGRE TURİZMİ PAZARI VE ÇANAKKALE İLİ KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ DEĞERLENDİRMESİ

Şule AYDIN TÜKELTÜRK², Ömer ÇOBAN¹,
Berkey Murat AKARSLU³

¹Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otellekle Yürütökenli
²WOW Hotels & Convention Center, Grup Koordinatörü

ÖZET

Kongre Turizmi eşitli toplulukları organizasyonları neicesinde ortaya çıkan faaliyetlerin bününden meydana gelen bir sektördür. Ekonomik açıdan; ilkeye dönük sağlanması, istihdam yaratmağı, diğer sektörleri sürüklemesi ve mevsim usçatılığ katkileri ile katkı sağlanmaktadır. Sosyo-kültürel açıdan ise; ilke açısından önemli imajı sağlanması, bilimsel faaliyetlere katkı, şehir takimlerinin kullanılabilceği yeni tesisler yaratması, kalibr ve sanat etkinliklerini desteklemesi gibi önemli katkileri görülmektedir. Kongre turizmi, Çanakkale gibi demir- kum- güneş deyal kitle turizminden çok fazla yararlanma potansiyeline sahip, ancak kültürel, tarihi dokusu ile diğer turizm sektörlerine yönelerek başarı yakalamaya ihtimal olan bir ilke keza sürede uygulamaya geçirilebilecek bir turizm türüdür. Bu nedenle bu çalışmada ilke, Dünya ve Türkiye’de kongre pazarının analizi yapılarak, Çanakkale’ni ulusal ve uluslararası kongre pazarından pay alma şansı ve potansiyelinin değerlendirilmesi yapılmış ve SWOT analizi yöntemi ile de avantaj ve dezavantajlı yönleri tespit edilmiştir.

Anahar kelimeler: Kongre, kongre turizmi, çanakkale, SWOT Analizi

ABSTRACT

Congress Tourism is a sector resulting from the whole activities that are the consequences of the meeting of various organizations. It’s benefit, in terms of economy, can be regarded as providing foreign currency, creating employment, stimulating other sectors and expanding seasonal activities. In terms of socio-cultural aspects, it’s positive effects can be seen as creating a positive image, contributing to scientific studies, building new establishments which the local citizens need, supporting cultural and art activities. Congress Tourism can be implemented in a city like Çanakkale because of having natural and cultural resources instead of mass tourism which depends on sea-sand-sun. In this study, with analysing world’s and Turkey’s congress tourism market, we try to evaluate Çanakkale’s congress tourism potential to find advantages and disadvantages with using SWOT technic.

Key words: Congress, Congress Tourism, Çanakkale

GİRİŞ

Bugün tüm dünyada turizmi, tarihi turizmi kimliğinden kurtarıma çabası ile denizlerden içkilere doğru taşıyan, dört mevsime yaygın ve doğayı ana malzeme olarak kullanarak tahrip etmeyen turizm türü arayışı ve hayata geçirmesi çabaları mevcuttur. Kültür turizmi, golf turizmi, özel ilgi turizmi, yaya turizmi, çiftlik turizmi vb. turizm türleriyle turizm, mekan ve zaman olarak yayılmaya çalışılmaktadır.

Temelde bilgi alış-verişi olan toplantıya ihtiyaç, toplumlar için tarih boyunca süre gelmiştir. Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra büyük gelişme gösteren toplantı pazarı, günümüzde dünya ticaretindeki ve dünyada ortaya çıkan yeni gelişmeler(bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, üretim ve hizmetlerin hacim ve çeşitliğinin artması, yeni pazarlama teknik ve yöntemlerindeki gelişmeler, dünyadaki siyasi ve ekonomik entegrasyon ve değişimler) nedeniyle, daha fazla bilgi paylaşımı ihtiyacı ile daha fazla toplantıya zorunluluğu doğmuştur. Bu gelişme sonucunda da, insanların daha fazla konaklama, ulaşım, toplantı ve yan hizmetler ihtiyacında ki artışla birlikte dünyada büyük bir toplantı pazarı meydana gelmiştir.

Günümüzde ise, her geçen gün toplantı pazarının daha fazla büyümesi ile kongre turizmi çok önemli gelir sağlayan turizm türlerinden olmuştur. Türkiye'de dünya toplantı pazarından gittikçe büyüyen oranda pay almaya devam etmektedir. Gerek uluslar arası gerekse ulusal çeşitli toplantılardan oluşan toplantı pazarı Türkiye'de de önemli bir turizm türü haline gelmiştir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada Dünya'ya Türkiye'de ki kongre turizmi pazarının değerlendirilmesini yaparak, Çanakkale'nin bir kongre kenti kimliğini kazanabilmesi için gerekli potansiyelle sahip olup olmadığı analiz edilmeğe çalışılmıştır. Bu analizi gerçekleştirmek içinse SWOT(güçlü yanlar, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) tekniğinden yararlanılmıştır.

TOPLANTI KAVRAMI VE TÜRLERİ

İnsanlık tarihi kadar eski olan toplantı, temelde tartışmak, bilgi alış-verişinde bulunmak, karar almak, eleştirmek ve öğrenmek için insanların bir araya gelmesidir. Değişik sayıda katılımcıyla, değişik türlerde gerçekleştirilen toplantılar, kongre, konferans, seminer vb gibi isimlerle adlandırılmaktadır. Toplantı türleri, amaçları ve katılım sayısına göre şu şekilde sınıflandırılmaktadır: Teknik açıdan baktığımızda adı geçen toplantılar tam anlamıyla aynı değildir. Aralarındaki küçük farklarla birbirlerinden ayrılırlar. Ancak, adı ne olursa olsun ve hangi amaçla yapırlarsa yapılsınlar, insanların toplantıya ihtiyaçları ile yer değiştirmelerine sebep olarak, turizmin bir dalı haline gelmeleri en büyük ortak noktalardır. Genel olarak "kongre" ve "kongre turizmi" kavramlarını kullanacağımız bu çalışmamızda karışıklıklara sebep vermeme için bu kavramlar arasındaki farkı bir tablo yardımıyla vermekte yarar görmekteyiz.

"Kongre" kelimesi Latince "Congressus" kelimesinden gelmektedir ve "beraberce"ye demektir. Sözlüklerdeki açıklamasında ise "delegelerin, tartışma

amacıyla çağrılı bira raya gelmeleri" şeklinde karşınıza çıkmaktadır. Meeting (toplantı), konferans, sempozyum, seminer gibi kelimeler için de aynı tanımlı yapabilirsiniz. Kısaca birbirinden pek fazla da farklı olmayan bu kelimeler pek çok anlamda birlikte anılır. Örneğin, "Bilgilenmek, bilgilendirmek, müzakere etmek ve tartışmak gibi amaçlarla yapılan toplantılar ve asamblelere kongre, konferans ya da convention denilmektedir" şeklinde yapılmış olan bu tanımda da kongre, konferans ve convention birlikte anılmaktadır(Aymankuy 1996: 18).

Literatürde sıkça rastlandığı gibi tüm bu toplantı türlerini de kapsayacak şekilde "kongre" kavramını kullanacağız. Buna göre kongre kavramını şu şekilde tanımlamak yanlış olmayacaktır; "Kongre, bir veya daha fazla güne sınırlandırılmış ve gündemi önceden kararlaştırılmış bir program içerisinde uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında belirli bir konuda bilgi alışverişini amaçlayan ve özellikle toplanan yerin dışından gelen kişilerinde katılımıyla gerçekleştirilen toplantılardır"(Karasu 1985: 10)

KONGRE TURİZMİ KAVRAMI VE KONGRE TURİZMİNİN ÖNEMİ

Günümüzde değişik konularda ve değişik amaçlarla yapılan sempozyumları ve kongreleri turistik bölgelerde yapmak, böylece işle eğlenceyi bir arada yaşamak eğilimi dünyada hızla yayılmaktadır. Zaten amaç özellikle turistik bölgede tatil yapmak olmasa bile ulusal ve uluslararası kongreler ilgilileri ve kongreyi izlemek isteyenleri kongrenin yapıldığı ülkeye yönleneceğinden büyük ölçüde turizm hareketlerine sebep olmaktadır (Sezgin 1995: 82)

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 ilişkilerinin tümüdür"(Karasu 1990: 32).

Teknolojik ve bilimsel gelişmelerin çok hızlı yaşandığı günümüzde bu gelişmelerin etiri edildiği, kamuoyuna duyurulduğu ve bilgilerin aktarılacak tartışıldığı kongrelerin de sayısı hızla artmaktadır. Bu artış da kongrelere ve kongre turizmine giderek artan bir önemin verilmesine neden olmaktadır.

Dünya turizm gelirlerinin %30'unun kongre turizminden sağlandığı ve bir kongre delegeesinin ziyaret ettiği herhangi bir ülkeye sağladığı girdinin normal bir turistin getirdiği gelirin üç misli olduğu gerçeği kongre turizmini tüm dünyada giderek en kazançlı turizm etkinliklerinden biri durumuna getirmektedir.(Kongre 1997: 9).

Ancak kongre turizminin bir bölgede yarattığı etkiler sadece ekonomik katkılarla sınırlı değildir. Gelir arttırıcı etkisinin yanı sıra sosyo-kültürel etkileri de mevcuttur. Bu nedenle kongre turizminin önemini ekonomik açıdan ve sosyo-kültürel açıdan önemi olarak farklı iki açıdan incelemekte yarar vardır.

Kongre Turizminin Ekonomik Açıdan Önemi

Kongre turizminin ekonomik açıdan turizme ve ekonomiye etkilerini tamami birbirinden önemli olan şu başlıklar altında toplamak mümkündür:

- Delegationin Yüksek Miktarındaki Harcamaları
- Yeni İstihdam Olanakları Yaratması
- Diğer Sektörleri Sürüklenme Etkisi
- Turizmde Mevsimliliğin Oradan Kaldırılması
- Şehirleşme Sürecine Olumlu Katkıları

Delegationin Yüksek Miktarındaki Harcamaları

Kongre merkezlerinin bulunduğu şehirlerde, delegationin yapmış oldukları harcamalar şehirdeki konaklama, yeme-içme, eğlence, hediyeelik eşya işletmelerinde sağladığı gelirler ve diğer faydalar önce şehrin sonunda ülkennin turizm gelirlerine ve dolayısıyla da ekonomik gelişimine katkıda bulunur(Aymankuy 1996; 31)

Gerçekte bir turistin yaptığı harcamaların da ekonomiyeye aynı şekilde etki yaptığı düşünülebilir. Ancak, kongre turizmini önemli kılan başlıca etken delege harcamalarının diğer turist harcamalarından fazla olmasıdır. Yapılan hesaplamalar kongre turizminin ekonomik açıdan ne kadar avantajlı olduğunu göstermektedir. Öyle ki, tatil turizminde kişi başına 600-700 dolar harcanırken, bir delegecin harcaması 1700-1800 dolara ulaşabiliyor. Bu rakamlar toplandığında da dünya turizm cirosunun %30'unu kongre turizmi gelirlerinin oluşturduğu anlaşılmaktadır (Telli 1996; 10).

Kongre delegationinin genellikle toplantı etkinliklerinden doğan giderlerinin kuruluşları tarafından karşılanmasından ve kongre delegationinin gelir düzeylerinin yüksek oluşundan doğan yüksek harcama eğilimleri mevcuttur(Aymankuy 2006; 27). Buna bağlı olarak da, doğrudan kongre ile ilgili harcamalar göz ardı edilip, sadece seyahat, konaklama vb gibi harcamaları baz alındığında bile, diğer turistlere oranla daha fazla oranda harcama yapıkları görülmektedir. (Brazun ve Rungeling 1992; 68).

Ayrıca, kongreyeye katılmak amacıyla gelen delegationer çoğu zaman yanlarında eşlerini de getirmektedirler. Kongre delegationinin ve eşlerinin boş zamanlarını değerlendirme faaliyetleri de kongre turizmi içinde telaffuz edilir. Delegationin yaklaşık %25'i eşleri ile birlikte gelmekreler ve %75'i de kongre sonunda ki turlara katılmaktadırlar. Gelir düzeyleri yüksek olduğundan ve masrafları kuruluşlarınca karşılandığından tüketim eğilimleri de fazla olmaktadır (Dall 1996; 1).

Üstelik delegationer yanlarında sadece eşleri ile birlikte gelmezler. Kongrelere katılan delegationer eşleri dışında çocukları, akrabaları, sekreterleri veya gazeteciler de refakat edebilirler. Bu kişilerin yaptıkları harcamalarda büyük yekun tutmaktadır(Karasu 1990; 39).

Yeni İstihdam Olanakları Yaratılması

Genel olarak turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olduğu düşünülürse, kongrelerinde istihdam artırıcı rolü olduğunu söylemek doğru olur. Bir kongre organizasyonu neticesinde ilkeye ve şehre gelen delegenin konaklama, yeme-içme, seyahat, eğlence ve toplantı sırasındaki ihtiyaçlarının karşılanması için çok sayıda işin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu durum yüzlerce hatıra binlerce insanın istihdamına yol açacaktır.

Kongre turizminin istihdam yaratıcılığı üç yönündür. Kongre organizasyonu sırasında kongre merkezinin faaliyetlerini sürdürülebilmesi için gerekli personel, doğrudan istihdam sağlama yönündür. Delegenin ilkeye veya şehre ulaşımını sağlayan seyahat şirketlerinde, delegenin konaklamasını sağlayan otellerde, yeme-içme ihtiyacını karşıladığı restoranlarda, eğlence merkezlerinde ve hediyeelik eşya dükkanlarında çalışan kişilerde kongrelerin dolaylı istihdam yönüdür. Üçüncü yönü ise; bu tür iş yerlerinin ihtiyaçlarını karşılayacakları malzemeleri üreten diğer iş kollarının faaliyetlerinde çalıştırdıkları kişilerde yine kongrelerin dolaylı istihdam yönünün sonucudur.

Kongre endüstrisinin istihdam ettiği işgücü türünde de çeşitlilik vardır. Kongre merkezlerinde görev alan elit personelin yanı sıra, istihdam edilmesi güç olan vasıfsız işgören için de otellerde ve yemek hizmetlerinde istihdam yaratması doğaldır. Kongre merkezlerinin, şehirlerde istihdam sorununu azaltmak için şehrin canlandırılmasında kullanılan diğer bütün yollara oranla daha yüksek bir potansiyel sunduğu söylenebilir(Fenich 1992: 185).

Diğer Sektörleri Sürüklenme Etkisi

Kongre turizmi tek bir türünden meydana gelmemektedir. Yani kongre amaçlı ziyaretçiler sadece kongre merkezinin hizmetlerinden faydalanmazlar. Bunun yanında seyahat, konaklama, yeme-içme, eğlence, alışveriş gibi ihtiyaçlarının karşılanmasını getiren birleşik bir ürün gereksiniminde olurlar. Buna bağlı olarak da doğrudan kongre faaliyetleri ile ilgili sektörlerin dışında yan sektörlerden de ürün talebinde bulunulur.

Aslında tek başına bir kongre merkezi bile, görsel sanayi, simültane çeviri, parti-me çalışma olanakları, büyük yatırımlar gibi bir çok yan sektörü hareketlendirir(TÜRSAB 1991: 10). Bunun yanında bir kongre merkezinin gelişimi, oteller, restoranlar ve eğlence gibi ağırlama endüstrisi yatırımlarını da destekler. Çevresindeki fiziksel canlanmayı destekleyen ve buna bağlı olarak da diğer sektörleri canlandıran kongre merkezlerine çok sayıda örnek vardır. New York'da, Jacob Convention Center'in inşası nedeniyle en azından 20 projenin daha doğduğunu bildirmiştir(Fenich 1992: 184). Bu nedenle, kongre turizminin diğer sektörlerdeki yatırımları canlandırma etkisi yönüyle de ilke ve bölge ekonomisine katkısının büyük olduğunu söylemek mümkündür.

Turizmde Mevsimliliğin Ortadan Kaldırılması

Dünyada birçok ekonomik etkinliğin temelinde mevsim faktörünün küçümsemeyecek bir rolü vardır. Bu rolü turizm hareketlerinde de görmek mümkündür. Tur düzenleyicileri, hava, deniz ve kara taşımacılığı, oteller gibi turistik işletmelerin işlevleri ile turizm hareketleri aydan aya belirli bir dalgalanma göstermektedir. Mevsim faktörü ve önceden tespit edilebilen diğer faktörler, bu dalgalanmaları, donanımın ve personelin yetersiz ve verimsiz kullanımını ortaya koymaktadır (Usta 1986: 65).

Yoğun sezonlardaki doluluk oranlarının yükselmesi, diğer aylarda düşük olgun olumsuz neticeler vermektedir. Her şeyden önce inşa edilen binaların, sadece 5-6 ay kullanılarak diğer aylarda aral kalan verimsiz işletmeler pozisyonuna girmesine neden olmaktadır. Bu yüzden işletmeler yaz aylarındaki katlarını yıl içinde boş geçen ayların giderlerine harcayarak eritirler. Sonuç itibarıyla sektör rantabl olmaktan uzaklaşır. Üstelik yatırım kaynaklarının boşa harcanması da düşünülebilir.

Diğer bir sakıncası ise, personel konusunda yaşanmaktadır. Sezon başında işe alınıp yetiştirilen personel çoğu kez sezon sonunda işten çıkarılmak zorunda kalır. Çünkü, ölü sezon nedeniyle fazla personel zarara neden olacaktır. Bu şekilde işten çıkarmalar, gelecek sezon aynı personelin tekrar çalıştırılmasını engelleyecektir. Bu da eğitimin masraf ve çabalarının boşa gidişine neden olacaktır. Yine boş sezonlarda binanın bakımı-onarım vb. giderleri de zarar sebepleridir.

Bir başka araştırmanın bulgularına göre; eğlence, tatil, ziyaret ve gezi sebebiyle seyahat edenlerin özellikle Temmuz-Ağustos-Eylül aylarında daha fazla yolculuk ettiği ve toplam turist varışlarının bu aylarda %40'ının gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Yine aynı araştırmacı, iş, seminer, konferans, toplantı gibi nedenlerle gelenlerin, aylar itibarıyla değerlendirildiğinde yaz mevsiminin iki ayında -Temmuz ve Ağustos- azalma, buna karşılık Nisan-Mayıs ve Eylül aylarında bir yükselme olduğunu belirtmektedir. Kongreler, ilkbahar ve sonbahar ayları kongre ayları olarak görüldüğünden, turizmin mevsimsel niteliğinden kaynaklanan sorunları giderici alternatif bir turizm motifini oluşturur(Dallı, 1996: 94). Kongre turizmi, mevsimlik yoğunlaşmayı tüm bir yıla yayması açısından önemlidir. Bu açıdan uluslararası kongrelerin yoğunlaştığı ayları incelemekte yararlı olacaktır.

Şehirleşme Sürecine Olumlu Katkıları

Kongre turizminin kabul görüldüğü geliştirilmesindeki en önemli nedenlerden biri de, şehrin geri kalmış bölgelerinin geliştirilmesidir(Fenich, 1992; 186). Kongre merkezlerinin inşası, kongrelerin düzenlenmesi şehrin her yönüyle kalkınmasında katkıda bulunur. Kongre merkezlerinin kurulması sırasında verimsiz alanların kullanılmasına büyük faydalar sağlanır(Aymankuy 1996:32).

Kongre merkezlerinin kurulması çevredeki otellerin ölü sezonlarda doluluk oranlarını arttıracak gibi, inşaatı için verimsiz alanların değerlendirilmesiyse de ikinci bir fayda sağlamış olacaktır. Kongre merkezlerinin

şehir merkezlerinde kurulmasının sağlayacağı faydalar, benzer şekilde kıyılarda kurulmuş tatil merkezlerinde verimsiz arsaların kullanılmasına inşası sonucu sağlanabilir. Çünkü, kongre merkezlerinin kuruluş yerinin tespitindeki kriterler, tatil turizmi amaçlı müşteri taleplerini karşılayan arz üniteleri (işletmeler) gibi manzara, deniz ve sahil gibi özellikler gerektirmedigini göstermektedir. Bu gibi bölgelerde, kongre merkezi gibi organizasyonlarla otellerin atıl kapasitesi değerlendirilirken, farklı turizm çeşitlerinin kombinasyonu ile daha fazla gelir elde etme şansı doğabilir.

Dünya tarihinde de buna benzer örneklere sıkça rastlanmaktadır. Buna; New York'daki Niagara Şalesinin harap bir bölgesini alıp şehir yenilenmesi kapsamında yeniden geliştirilip bir kongre merkezi inşa edilmesini, Cehennem Mutfağı diye bilinen bir yerde Jacob Javits Konvansiyon Merkezinin açılması, yine New Orleans'ın terk edilmiş doklarının kongre merkezine çevrilerek değerlendirilmesini(Fenich 1992:186) örnek olarak verebiliriz.

Atlantik City yalın, kuru, hiçbir doğa ayrıcalığı olmayan halıyla çıktın bir kent olduğu bilinmektedir. Atlantic City'i anlınmaya değer turizm bölgesi haline getirmeye çalışan yetkililer, şimdilik bir kumar merkezi görünümünde olan şehrin, uzun dönemde çekiciliğini yitireceğini bildikleri için iddialı ve son derece pahalı bir proje gerçekleştirmişlerdir. Bütçelerinden 254 milyon dolar ayrılarak bir kongre merkezi inşa ederken hedefleri yılda en az 69 kongre ve 750 bin ziyaretçiydi (Kongre 1995: 7).

Yukarıdaki örnekler, hiç bir turistik çekiciliği olmayan, hatıra hiçbir özelliği olmayan bölgelerin büyük yatırımlarla kongre merkezi inşa ederek bu olumsuzluğu sansa çevirdiklerini ifade etmektedir. Anılan merkezler bugün pek çok büyük kongreye ev sahipliği yapmaktadır. Çok büyük doğal güzelliklere, tarihi bölgelere ve turistik çekiciliklere sahip ülkemizde özellikle de şehir merkezlerinde aynı tür yatırımların etkilerinin olumlu olacağı kesindir.

Kongre Turizminin Sosyo-Kültürel Etkileri Açısından Önemi

Genel olarak, turizm, ekonomik açıdan oldukça katlı bir sektör olarak görülür ve özellikle de gelişmekte olan ülkeler, bu sektörün gelişmesine önem verirler. Ancak, bunun yanında turizm sektörü ülke ya da bölgeye sosyo-kültürel etkilerde de bulunur. Doğal olarak bir turizm çeşidi olan kongre turizminin de uygulandığı yere bu anlamda sağladığı katkılar mevcuttur. Bu etkileri aşağıda yer alan başlıklar altında incelemek mümkündür:

- Ülke İmajının Gelişimi (Sosyo-Politik Etkisi)
- Bilimsel Çalışmalara Katkısı
- Şehir Sakinlerinin Kullanabileceği Yeni Tesisler
- Kültür ve Sanat Etkinliklerini Desteklemesi

Ülke İmajının Gelişimi (Sosyo-Politik Etkisi)

Bugün dünyanın en büyük güçlerinin ekonomik güç ve kamuyu olduğu düşünülürken, turizmin önemli bir kere daha ortaya çıkar. Çünkü, turizm sayesinde, gelen ziyaretçiler aracılığıyla, ülkeler sıfır maliyetle ülke imajı ve tanıtımını sağlamış olurlar.

Ancak, kongre turizmi gibi bir turizm çeşidi ile bu fayda daha da belirginleşir. Çünkü, kongreye katılan delegeler, uzmanı oldukları konularda hem kendi ülkelerinde hem de uluslararası alanda etkili ve uzman kişilerdir(Amfora 1993: 27). Ülkelerinin elit kesiminin bireyleri olan bu delegelerin karar oluşturmada ve yönlendirmede ağırlıkları vardır. Herhangi bir ülke kazanılmak isteniyorsa, o ülkede bozulma imajı düzeltilmek için, öncelikle bu elit kesim kazanılmak zorundadır. İşte kongre turizmi bu imkanı yaratmaktadır. Bu nedenle de bütün dünyada bu kadar önemle üzerinde durulmaktadır(Türsab 1995: 29).

Bir şehir yada ülkede önemli bir kongre yapıldığında sadece delegeler değil, aynı zamanda kamuyu da, basın, televizyon, radyo gibi iletişim araçları kanalıyla o şehir veya ülke hakkında bili sahibi olabilmektedir. Bu sayede kongreler, kongrelerin yapıldığı yerin reklam ve propagandasına yardımcı olmaktadır(Karasu 1985: 24).

Bu şekilde bir reklam ve tanıtımın ötesinde, yapılan kongreler o şehir veya ilkeye prestij kazandıracaktır(Ayda 1991: 42). Önemli kongrelere ev sahipliği yapabilmek ve büyük kongre merkezlerine sahip olmak bir şehrin saygınlığının göstergesi olduğu yönünde görüşler mevcuttur(Fenich 1996: 186, Aymanakyu: 2006: 35).

Bir kongre şehri veya kongre ülkesi olmak demek o ülke veya şehrin milletlerarası çağı yakalamış olduğu anlamına gelir(Arakan 1992: 10). Ayrıca, kongreler şehirlerin ve ülkelerin tanıtımını yoluyla gelişimini sağlarken ve prestij kazandırırken, o ülkelerin ve şehirlerin kamu yönetimindeki başarısının da göstergesidir(Gökdeniz 1996: 73).

Yine delegeler, kongrenin yapıldığı ülkenin turizm pazarlamasına da katkıda bulunurlar. Çünkü, kongreye katılmak amacı ile gelen delegeler bu yerle ilgili tarihlerde tekrar gelmek isteyebilirler veya en azından yakın çevrelerindeki kişilere tavsiye ederek o ülkeyi ziyaret etmelemini sağlayabilirler(Gökdeniz 1996: 73).

Ayrıca, kongrelerin sağlanabileceği büyük faydalardan biri de politik anlamda olmaktadır. Kongre turizmi açısından gelişmiş, büyük ve önemli kongrelere ev sahipliği yapabilecek ülkeler çok önemli siyasi toplantıları organize ederek ülkeler arasındaki uzlaşmayı sağlayarak barış havası yaratabilirler ve bu anlamda da kendi ülkelerine avantaj sağlayabilirler. Böylesine seçkin otuzreleri bir araya getiren kongreler dünyanın dikkatini toplar. Böylece o toplantı sonrası o kongre şehri dünyanın gözünde eski şehir veya ülke değildir. İmaj, prestij ve önem açısından dünya şehirleri arasında bir basamak yukarı tırmanmışlardır. Bu şehirler farklı kültür ve medeniyetin temsilcilerinin arasında bir köprü durumundadırlar.

Bilimsel Çalışmalara Katkısı

UIA'nın(Uluslararası Demekler Birliği) açıkladığı ve 18 grupta topladığı kongre konularının pek çoğu, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin yakından takibi amaçlı toplantılar olduğunu göstermektedir(Koşan 1996: 60). Bu tür toplantılara, tebliğ sunmak ve izlemek üzere dünyanın dört bir yandan konularında uzmanlaşmış ve çalışmalarını ile tüm dünyanın kabulünü ve takdirini kazanmış bilim adamları katılmaktadır.

Bu gibi katılımcıların ülkenin tanıtımı açısından öneminin büyük olduğu muhakkaktır. Fakat bunun yanı sıra, uluslararası platformda akademik etkinliklerini ve bilgilerinin kanıtlanmış bu insanların bu tür kongrelerdeki tebliğlerinin sağlayacağı sayısız fayda bulunmaktadır. Her şeyden önce, son bilimsel gelişmelere ve oluşumlara en kısa ve en masrafsız yoldan bilim adamlarımızın ulaşmasını sağlamaktadır. Üstelik böylesine önemli bilim adamlarını dinlemek, bilgiler almak ve de bilgi alışverişinde bulunmak bilimsel açıdan kendilerini yetiştirmelerine yardımcı olduğu gibi aynı zamanda motive olmalarını da sağlamaktadır.

Bu şekilde toplantıya katılarak, tebliğ veren bilim adamlarımız için seçlerini dünyaya duyurabilme imkanını vermektedir. Bu durum bilim adamlarımızın çalışmalarının bilim dünyasına katkıda bulunmalarını ve bu sayede prestij sağlanmasına faydalı olmaktadır.

Şehir Saldırılarının Kullanılabileceği Yeni Tesisler

Dünyada kongre turizmine, kongreler yoluyla elde edilen kültürel sosyal ve eğitsel kazanımlar sayesinde gitkiye artan bir önem verilmekte ve bu yüzden de dünyanın pek çok metropolinde kongre sarayları yapılmaktadır(Türsab 1992: 22). Bu merkezler de fonksiyonlarını çeşitli toplantılarla yerine getirmektedir. Ancak, bir kongre sadece toplantılardan mevcut değildir. Bu tür merkezlerde değişik ihtiyaçların karşılanması için çeşitli donanımlar, mekanizmalar ve araçlarla farklı amaçlara tahsis edilerek imkanlar yaratılmaktadır. Yani merkez yan etkinlikler için de bünyesinde değişik mekanlar düşünmek zorundadır. Sergi salonları, restoranlar, kafeler vb.

Bununla birlikte kongre binalarının çoğu yalnız kongrelere ev sahipliği yapmak üzere değil aynı zamanda tiyatro, konser gibi faaliyetleri de barındırmak gibi amaçlarla da tasarlanırlar(TÜRSAB 1991: 15). Zaten düşünülürse, bir kongre merkezinin sirenkli olarak kongrelerle dolu olarak geçmesi imkansızdır. Kongre merkezlerinin tüm yıl boyunca dolu olmaması, eleştiri aldığı bir konudur. Bu şekilde merkezin zarar ettiği düşünülmektedir(Fenich 1992:191). Halbuki bu savın, daha önceki bölümlerdeki verdiğimiz bilgiler ışığında düşünüldürse hiç de haklı olmadığı görülebilir. Çünkü, amaçlanan bir kongre merkezinin karlılığı değil, sürükleyici etkisi ile tüm işletmelerin ve yan sektörlerin rantabilitesini arttırmaktır. Elbette ki bunun yanı sıra kongre merkezleri de büyük oranlarda gelir sağlamaktadır. Ancak, kongrelerin olmadığı dönemlerde bu merkez değişik amaçlara hizmet edebilir. Örneğin, balo, düğün,klasik müzik konserleri, defileler,

ödül törenleri, sergiler, kokteyller vb.(TÜRSAB 1996: 18). Bu faaliyetler için merkezin çeşitli salonları kiraya verilebilir bu da merkezin karılığa ulaşmasını sağlayabilir.

Özede, merkezdeki salonlar, kafeler, lokantalar ve sergi alanları gibi üniteler gelir getiren alanlara dönüşebilir. Kongre bölümü zarar etse bile kongreler nedeniyle oluşmuş olan sergiler, fuarlar veya salonların diğer etkinliklere tahsis kongre sarayının ayakta kalmasını sağlarken sürdürülebilir etki ile şehre ve ülkeye büyük rakamlarda döviz akışını sağlayabilir.

Yine aynı tür imkanlar oteller içinde geçerlidir. Özellikle de toplantı amaçlı büyük kapasiteli salonları bulunan oteller, bu salonları isteye bağlı olarak bölerek veya birleştirerek değişik amaçlı olarak kullanılması için kiralayabilirler. Bu da otelle yeni gelir kaynakları sağlayarak katkıları getirmektedir.

Kültür ve Sanat Etkinliklerini Desteklemesi

Kongreler katılımcılar ve izleyiciler açısından yoğun tempolu bir çalışma maratonu gibidir. Özellikle de uluslararası nitelikli toplantıların 4-5 gün sürdüğü(Dallı 1996: 102) düşünülürse böyle bir yoğunluk ve stresin ortadan kaldırılabilmesi için kongre organizatörleri çeşitli sanat ve kültür etkinlikleri düzenlemeye yönelirler. Delegeleler, asıl amaçları dışında kalan boş zamanlarında ziyaret ettikleri ülkenin kültürel ve sanat etkinliklerini görmek isteyebilirler. Bu yüzden bazı akşamlar dans, müzik, tiyatro resitaleri delegeleler için cazip gelmektedir.

Bu animasyonlarda tayin edici özellik, o ülkenin karakteristiklerini yanstran unsurların güçlü taşınmasıdır. Çünkü, amaç turisti bir yandan eğlendirirken diğer yandan da aklında kalacak bazı motiflerle ülkenin tanıtımını sağlamaktır.

Örneğin, ülkemizdeki bu tür etkinliklerde Osmanlı yaşamından kesitler verilebilir ve Türk adetleri bir mekan içinde sunulabilir. Çünkü, turist getirdiği ülkenin kültürünü öğrenme ve yaşama merak ve arzusunda. Bu açıdan bakıldığında, Türk kültürü çok renkli ve zengin bir kapasiteye sahiptir. Bu zenginliklerin delegelelere hoş vakit geçirmenin yanı sıra, yeni ve milli kültürel motiflerimizin de etkililik alanını artırmaktadır(Gökdemir 1996:83).

Genellikle kongreler büyük açılış ve kapanış gösterileri ile başlar ve biter. Yine, kongre süresince de genellikle akşam saatleri çeşitli sanat etkinlikleri ile renklendirilir.

DÜNYA VE TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ PAZARININ DEĞERLENDİRMESİ

Dünya çapında yaklaşık 850 şirket ve organizasyonun üye olduğu Uluslararası Toplantı ve Kongre ve Toplantı Birliği (ICCA) tarafından açıklanan verilere göre ICCA'nın kriterlerine(katılımcı sayısı en az 50 kişi olmalı, katılımcıların % 40'ı yabancı olmalı, toplantılar rutin olarak düzenlenmeli ve rotası en az 3 farklı ülkeyi kapsamalı) (<http://www.iccaworld.com>) uygun olarak, 2007 yılında 2006 yılına göre yaklaşık % 13 artışla 6500 uluslararası organizasyon gerçekleştirilmiştir

Uluslararası Demekler Birliğine (UIA) göre ise dünyada kongre turizmi için her yıl yaklaşık 75 milyar kişi seyahat ediyor ve 218 ülkede 9 bine yakın kongre yapılıyor (<http://www.uiab.e>).

ICCA tarafından hazırlanan çalışmaya göre İstanbul 2007 yılında düzenlenen 66 uluslararası organizasyon ile 19. sırayı Britısel (Belçika) ve Kuala Lumpur (Malezya) ile paylaşarak Türkiye'den listeye giren tek şehir olmayı başarmıştır. İlgili verilerin yer aldığı tablo aşağıda yer almaktadır.

Listrede kongre pazarının tıpkı turizm hareketlerinin olduğu gibi Güneydoğu Asya-Pasifik ve Uzak Doğu'ya doğru kaydığını görmekteyiz. Çin'in başkenti Pekin 2008 yılı yazında düzenlenecek olan 2008 Yaz Olimpiyatlarının da etkisiyle 2006 yılına göre 5 basamak birden atayarak 13. sıradan 8. sıraya çıkmıştır. Yine listede Singapur, Taipei, Kuala Lumpur, Hong Kong, Seul, Bangkok gibi Güneydoğu Asya ve Uzak Doğu şehirleri bulunmaktadır. En büyük turist gönderen bölge olan Avrupa'daki insanların artık kendi kıtalarında ve yakın çevrelerindeki her yeni yavaş yavaş keşfetmiş olmalarına bağlı olarak, insanlar artık daha uzak, farklı, egzotik ve bilinmeyen yerlere gitme eğilimi sergilemeleri bunun en büyük nedenidir. Ancak listede Avrupa ülkeleri ve şehirleri hala zirvededir. Ülkeler arasında 12 Avrupa ülkesinin, şehirler sıralamasında ise 13 Avrupa şehrinin ilk 20'de yer alarak kongre pazarında yıllardır en ön sıraları aldıklarını söyleyebiliriz.

Ayrıca tabloda dikkat çeken bir başka nokta ise ABD, Kanada ve Avustralya gibi ülkelerin ilk 20'nin içerisinde yer almasına rağmen herhangi bir şehrinin ilk 20 içerisinde yer almamasıdır. Bu noktadan hareketle bu ülkelerde farklı kongre turizmine birden fazla bölgede ağırlık verildiği sonucuna varabiliriz.

Kongre turizmi yüksek teknolojinin kullanıldığı çok kaliteli alt ve üst yapı olanaklarının bulunduğu yerlerde gelişebilmektedir. Dünya genelinde kongre turizmi pazarına bakıldığında Avrupa'nın hemen ilk sırada yer aldığı görülmüştür. Uluslararası kongrelerin yaklaşık %60'ı Avrupa'da düzenlenmektedir. Bunun en önemli nedenleri, bu bölge ülkelerinin her bakımdan gelişmiş olmaları, kongre ve toplantı amaçlı seyahatler için her türlü alt ve üst yapı yatırımlarına sahip olması birçok uluslararası birlik, demek ve kuruluşların merkezlerinin bu ülkelerin çeşitli şehirlerinde bulunmasıdır. (Akismetov 2007: 14)

Kongre turizmi için yapılan seyahatlerin ağırlıklı olarak Mayıs-Haziran ve Eylül-Ekim ayları arasında yapıldığını görmekteyiz (Tavmergen ve Aksakal 2004: 45). Türkiye'de genel olarak sejour turizminin yaygın olduğunu, bu tür turizmde genellikle Haziran, Temmuz, Ağustos aylarında yaygın olduğunu düşünürsek, kongre turizmi sayesinde Türkiye turizminin mevsimsel olma özelliğini de katabileceğini yakından görebiliriz.

Çeşitli kaynaklarda kongre turizmi gelişlerinin, dünya turizm gelirmine yüzde 30'unu oluşturduğu vurgulanmaktadır. Buna göre dünya turizm gelirmine 856 milyar dolar olarak gerçekleştiği 2007 yılında kongre turizminin aldığı payın 250 milyar dolar civarında olduğu söylenebilir. Türkiye'nin kongre ve toplantı turizminden aldığı pay konusunda net rakamlar vermek istatistikî verilerin net olmamasına bağlı olarak mümkün olmamakla birlikte, Türkiye İstatistik

Kurumunun Yabancı Ziyaretçiler Çıkış Anketi'ne göre 2006 yılında 443 bin 500 kişi, toplantı, seminer ve konferans amacıyla Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Aynı zamanda bu rakam 2006 yılında ülkemizi turistik amaçlı ziyaret eden turist sayısının (19 milyon 819 bin) % 2,3'üne tekabül etmektedir. (<http://www.tmlk.gov.tr>).

Uluslararası Kongre ve Toplantılar Birliği (ICCA), kişi başına harcamanın 1800 dolar olduğunu tahmin ediyor. Buna göre 2006'da kongre, seminer ve konferans için Türkiye'ye gelenler, ilkeye 800 milyon dolar bırakmış olmalıdır. Tedarik, alışveriş ve yan katılımcı boyutları da katıldığında toplantı sektörünün cirosu 1 milyar dolara yaklaşıyor. (<http://www.cnbece.com>). Ancak bu rakamlar dünya kongre turizmi gelirleri içerisinde Türkiye kongre turizminin yalnızca binden fazla bir payı olduğunu gösteriyor.

Çanakkale'de yapılan toplantı, kongre, seminerlerle ilgili bir veriye ulaşılabilecek olmamakla birlikte şehirde kongre turizmine yönelik faaliyet veren bir tane turistik işletme vardır. Diğer turistik işletmelerin sahip oldukları toplantı salonları, kendi işleme içi toplantıları için uygun olan veya gelen grupların olağan veya olağan dışı toplantılarını yapmaya yönelik kullanılabilecekleri küçük çaplı salonlardır. Bunlara ek olarak çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarına ait değişik kapasitelere sahip toplantı salonları da Çanakkale ilinde mevcuttur. Çanakkale ilinin sahip olduğu toplantı salonları listesi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Çanakkale ilinde bölgenin kalkınmasında önemli bir paya sahip olan üniversitede de yıl boyunca farklı boyutlarda toplantı organizasyonları düzenlenmektedir. Çanakkale merkezde bulunan üniversiteye ait iki kampüste iki nitelikli toplantı salonu bulunmaktadır. Ayrıca diğer ilçelerde ki meslek yüksekokullarında, üniversite uygulamaya otelinde, Dardanos Yerleşkesi'nde de üniversiteye ait toplantı salonlarında sene boyunca çeşitli akademik, bilimsel ve sosyal çalışmaya faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.

SWOT Analizi Tekniğine Göre Çanakkale İli Kongre Turizmi Potansiyeli

SWOT Analizi, bir ürünün rakiplerine göre avantajlarının ve dezavantajlarının tespit edilip, işletmelerin ürünle ilgili karşılaşılabileceği fırsatların ve tehditlerin önceden saptanarak stratejik pazarlama planlaması yapmasında elde ettiği verileri kullanması yöntemidir. SWOT kelimesi, dört İngilizce kelime, Strengths (Avantajlar), Weaknesses (Dezavantajlar), Opportunities (Fırsatlar) ve Threats (Tehditler) kelimelerinin baş harflerinden meydana gelmektedir. Bir ülkeden alternatif turizm politikalarının belirlenmesinde de SWOT analizi tekniğinden yararlanılarak, ülkenin turizm potansiyelinin içsel (güçlü ve zayıf yönler) ve dışsal (fırsatlar ve tehditler) faktörleri ortaya çıkarılmalıdır. (Avcıkar ve diğ. 2003: 2)

Çanakkale'nin kongre turizmi açısından güçlü ve zayıf yönlerinin, fırsat ve tehditlerinin analiz edilerek belirlenmesi, bölgede kongre turizmi için uygun bir alt yapı olup olmadığını görmek açısından somut bir göstergesi olacaktır. Bunun yanı sıra, kongre turizminin Çanakkale'de uygulanabilir bir turistik ürün olabilmesi için belirlenen fırsat ve tehditlerin pro-aktif bir yaklaşımla değerlendirilmesi, daha

sonra sorun teşkil edebilecek unsurların belirlenmesi ve bu duruma göre hareket edilebilmesi açısından bizlere yardımcı olacaktır. Çanakkale'nin kongre turizminde güçlü, zayıf yanları ve karşılaşılabileceği fırsatlar, tehditler aşağıda belirtilmiştir.

Güçlü Yönler (Avantajlar)

Çanakkale İli kongre turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde avantajlı yani güçlü yönleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- İstanbul, Bursa, İzmir gibi sanayi ve ticarete gelişmiş şehirlere yakın olması,
- Havaalanının şehir merkezine yakın olması,
- Çanakkale'de üniversitenin bulunması ve üniversite sık sık ulusal ve uluslararası boyutta kongre, konferans, sempozyum ve binal düzenleniyor olması,
- Truva ve Assos gibi uluslararası çapta marka sayılabilecek antik, arkeolojik ve kültürel değerlere sahip olmaması,
- Gelibolu yarımadası ve Saroz Körfezi gibi doğal çekicilik unsurlarını barındırıyor olması,
- Bölge kıyılarının çekici olması,
- Türkiye'nin en fazla yeşil alana sahip illerinden biri olması ve dünyanın en fazla oksijen üreten alanlarından biri olan Kaz Dağı'nın bir bölümünün il sınırları içerisinde yer alıyor olması
- Fauna ve flora açısından bölgenin çok çeşitli zenginliklere sahip olması,
- Bölgede bulunan konaklama işletmelerinin yakın bir zamanda açılmış olması,
- Çanakkale'nin jeopolitik konum açısından çok büyük bir öneme sahip olması, Asya ve Avrupa kıtalarının birleştiği iki şehirden biri olması açısından ilgi çekici olması,
- Gökçeada ve Bozcaada gibi Türkiye'nin en büyük ve en büyük üçüncü adalarının ile bağlı olması ve bu ilçelerin gerek şarap turizmi açısından gerekse kırsal turizm açısından gelişmeye müsait bir altyapıya sahip olması,
- Bölgenin SİT alanı oluşu nedeniyle aşırı binalaşma olasılığının düşük olması,
- Bölgede dört adet turizm ile ilgili okulun oluşu nedeniyle kalifiye ve uzmanlaşmış eleman bulmada sorunun yaşanmayacak oluşu,
- Turizmin gelişmesi için çok önemli bir faktör olan güvenlik açısından bölgedeki suç oranlarının düşük olması,

Zayıf Yönler (Dezavantajlar):

Çanakkale İli kongre turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde dezavantajlı yani zayıf yönleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Şehrin kongre turizmi açısından yeterli arz kaynağına sahip olmaması ve kongre turizminin öneminin yeterince kavranamamış olmasına bağlı olarak gerekli yatırımların yapılmaması,
- Çok amaçlı kongre ve fuar merkezinin olmayışı,
- Şehir ve turizm işletmecilerinin uluslar arası kongre birliklerine üye olmamaları, (Ayvınankuy, Y. 2000. 163)
- Bölgede seyahat acentelerinin ve faaliyetlerinin yeterince gelişmemiş olması,
- Kongre turizmi açısından birincil öneme sahip olan ulaşım olanaklarının son derece kısıtlı olması, havyayolunun etkin şekilde kullanılmaması, Çanakkale'nin karayolu ulaşımına mahkûm edilmesi,
- Çevre illele – bölge arasında hızlı ve güvenli ulaşımı sağlamaya yönelik yolların otoban olmaması, söz konusu yolların oldukça virajlı ve bozuk olması,
- Stratejik yapılanma nedeniyle arazi fiyatlarının oldukça yüksek olması ve böylelikle cazip yatırım olanaklarının sunulmaması ve bölgenin yeterince turizm teşviklerinden yararlanmaması,
- Özellikle turizm yatırımlarına kısa zamanda cevap verilecek alr yapı yatırımlarının eksikliği,
- Bölge için önemli bir gösterege sayılan kalkınma planının olmaması,
- Bölgede, dört mevsim boyunca şiddetli rüzgarların varlığı,
- Sosyolojik açıdan halkın turizme olumlu bakış açısına sahip olmayışı.

Fırsatları

Çanakkale İli kongre turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde sahip olduğu veya olabileceği fırsatlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Dünyada kongre turizm pazarının gün geçtikçe gelişmesi ve Türkiye'nin de bu pazardan aldığı payı, her geçen gün arttırıyor olması,
- Devlet tarafından bölgede yapılacak kongre turizmine yönelik yatırımların finansal kredi vb. yollarla desteklenmesi,
- Sahip olunan doğal faktörler sayesinde gelecekte önemli bir potansiyele sahip olabilecek turistik ürünlerin tasarlanabilirliği (örneğin; dalış turizmi, sörf turizmi, şarap turizmi, tekne turizmi) ve böylece kongre turizmi vasıtasıyla şehre gelecek turistlere alternatif fırsatlarının sunulması,

- Mevcut ve yeni otel işletmelerinin bölgesel bazda bir tanıtım ve imaj oluşturma için birlikte hareket ederek rekabet ve pazarlarına olanakları artırabilme durumlarının olması,
- Bölgeye yapılacak yeni büyük turistik yatırımların söz konusu olması,
- Yapılacak çalışmalarla yeni yatırımların bölgeye yatırım yapma heveslerinin artırılma fırsatı,
- Ulaşım problemini çözmeye yönelik atılan adımların olması,
- Kongre turizmi kapsamında gelen turistlerin kültür seviyelerinin yüksek olmasına bağlı olarak bölge insanı ile olumlu etkileşim içine girebilecek olması,
- Yeni turistik ürünlerin bölgenin sahip olduğu doğal, kültürel ve çevresel faktörlerle birleşerek Çanakkale'nin yeni bir destinasyon olarak ön plana çıkma şansının bulunması,
- Çevredeki illerle birlikte hareket edilerek yürütülecek projelerle bölge kaynaklarının en etkin şekilde tanıtımının sağlanması,
- Yapılacak yeni yatırımlarla Çanakkale ekonomisi birçok alanda kalkınacak, farklı istihdam alanları oluşacaktır,
- 2023 yılı turizm stratejisinde şehre kaplıca turizmi kapsamında teşvikler verilecek olması ve ayrıca şehrin güney bölgesinin aynı stratejisinde Zeytin Koridoru içerisinde yer alması.

Tehlikeler

Çanakkale İli kongre turizmi potansiyeli değerlendirildiğinde karşılaşılabileceği tehlikeler ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Turizm hareketlerinin hızlı bir gelişme göstermesi sürecinde, alt yapının aynı hızda tamamlanamaması durumunda bölgede turizm sezonunda alt yapı yetersizlikleriyle karşılaşılması
- Şehirde sezonu uzatmaya yönelik kongre turizmi ile ilgili çalışmalara henüz yönelilmemiş olması ve önümüzdeki zaman diliminde hızlı hareket eden şehirlerin gelişmeye başlayan bu pazardan pay alacak olması.
- Bölgede turizma için yapılacak yatırımların bir başka sektörde ilişkilendirilmesi ve fırsat maliyetinin oluşması,
- Yoğun bir ilgi ve bölgeye gelişlerin sonunda bölgede kalabalıklaşma ve güncel gibi sorunların ortaya çıkması,
- İnsan sayısının artması ile hırsızlık, gasp gibi toplumsal şiddet olaylarının sayısında artış olabilmesi,
- Turizmin gelişmesiyle birlikte bölgedeki ürün/hizmet fiyatlarında yükselme yaşanabilmesi ve böylelikle yerel halkın alın gücünün azalması,

- Bölgede hava kirliliğinin Türkiye’de en yüksek seviyelerde olması ve Kaz Dağı’nda gerçekleştirilecek alın arama faaliyetlerinin bölge turizmine zarar verebilecek olması,

SONUÇ ve ÖNERİLER

Son yıllarda gerçekleşen turizm rakamlarına bakıldığı zaman, turizmin olgusan kriz ortamlarından çok fazla etkilenmemekle hızla gelişmeyi sürdürdüğü görülecektir. Kongre turizmi ise, gerek düzenlendiği ülkeler ve bölgeler üzerinde yarattığı olumlu ekonomik faydaların diğer turizm çeşitlerine göre daha büyük bir potansiyele sahip olması açısından, gerekse sosyolojik olarak katılımcılarla yöre insanı arasında farklı düzeyde bir etkileşim gerçekleşmesi açısından diğer turizm çeşitleri içerisinde ayrı bir öneme sahiptir.

2007 yılında Türkiye’de düzenlenen uluslararası boyuttaki kongrelerin yaklaşık %75’i İstanbul’da gerçekleşmiştir. İstanbul büyük bir turizm destinasyonu olmasına rağmen bütün talebi tek başına karşılayamamaktadır. Aynı dönemde gelen ulusal ve uluslararası kongre organizasyonlarında sorunlar oluşmaktadır. Bunun yanı sıra Antalya başta olmak üzere İzmir, Ankara gibi Büyükşehirler bu pastadan pay almak için yoğun çaba sarf etmektedirler. Bizde bu çalışma ile Çanakkale’nin Türkiye’de gerçekleşen kongre turizminden, özellikle ulusal kongreler, bayii toplantılar, dernek ve birlik toplantıları ve incentive turlar gibi uluslararası organizasyonlara göre daha az yatırım ve çaba ile gerçekleştirilebilecek ulusal organizasyonlardan pay alabileceğini ortaya koymaya çalıştık.

Yaptığımız SWOT analizinde Çanakkale’nin güçlü yanlarının ve sahip olduğu potansiyel fırsatların belirlenmesi sonucu, kongre turizminin bölgede uygulanabileceğine dair kanaatlerimiz oluştu. Ancak Çanakkale’nin zayıf yanları ve olumsuz gelecek tehditlerde göz önüne alındığı zaman, ulaşım sorununu, kongre turizmine yönelik arz kaynağının yeterli ölçüde ve nitelikte olmayışının ve alt yapı yeterliliğinin şehirde kongre turizmi uygulanabilmesinin önünde engel teşkil edebileceği görüşüne vardık.

Çanakkale’de kongre turizminin uygulanabilmesi için yapılması gerekenler aşağıda sıralanmıştır.

- Çanakkale’de yapılacak kongre turizmine yönelik yatırımlara destek sağlanması, teşvik verilmesi, bu teşviklere bağlı olarak bölgede kongre turizmine yönelik 4-5 yıldızlı konaklama tesislerinin yapılması,
- Kamu sektörü ve özel sektör desteğiyle Kongre ve Ziyaretçi Bürosu kurulması,
- Çanakkale ilinin turizm potansiyeli de göz önüne alınarak bir turizm maşter planının hazırlanması,
- Düzenlenen ulusal ve uluslararası turizm fuarlarına yerel yönetim desteği de alınması suretiyle iştirak edilmesi ve bölgenin tanıtılmaya çalışılması,

- Çanakkale şehrinin, turizmde nihai tüketici olan turist tarafından nasıl algılandığını ortaya koymak için imaj tespit çalışması yapılması ve elde edilen sonuçlara göre olumlu bir imaj yaratılabilmek için çalışmaların başlatılması,
- Çanakkale'nin en büyük sorunlarından biri olan ulaşım sorununu ortadan kaldıracak daha ciddi adımlar atılması,
- Bölge de işletmeler öncelikle Çanakkale iline yakın İstanbul, İzmir ve Bursa gibi önemli ticari ve sanayi illerindeki şirketlere, derneklere ve meslek örgütlerine "tele marketing" yöntemini kullanarak Çanakkale destinasyonunu toplandırlarında kullanabilecekleri alternatif bir destinasyon şeklinde görüp görmediklerini öğrenmelidirler. Daha sonraki süreçte bu şirketlerin geceleme potansiyeline göre şirketler " sales call" diye adlandırılan ziyaretlerle anlaşmalar yapabilecek zemimler hazırlanması,
- Bu alanda diğer bir pazarlama aracı olarak bölge de bulunan seyahat acenteleri tarafından alternatif paketler hazırlanabilir. Özellikle Gelibolu ve Truva destinasyonunu kapsayacak bu paketler yerli ve yabancı pazar için ilgi çekici olabilir.
- Bölgede kongre-toplantı pazarının diğer önemli ayağını da üniversite oluşturmaktadır. Üniversitenin yaptığı organizasyonlar, bu organizasyonları gerçekleştiren fakülte ve bölümler tarafından yönlendirilmektedir. Üniversiteler ticari kuruluşlar olmadıkları için bu tür organizasyonlarda sorunlar yaşanabilmektedirler. Örneğin İstanbul genelindeki üniversiteler bu tarz kongre, konferans, çalıştay vb. organizasyonlarında profesyonel yardım almaktadırlar. Bölgede üniversiteyi kapsayacak " sosyal kar" anlayışında olacak konaklama ve seyahat işletmeleri uzun vadede bündar karlı çıkacaklardır.

KAYNAKÇA

- Akhmetov, A.
2007, *Almanya'nın Kongre Turizmi Arç Potansiyeli ve Şebirin Kongre Destinasyonu Seçim Faktörleri Açısından Değerlendirilmesi*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Atakan, M.
1992 "Kongre/Konferans". *TYD Dergisi*, Aralık: 10-11.
- Avçıkurt, C., Köroğlu, A., Doğubay, M.
2003 "Alternatif Turizmin Planlanmasında Swot Analizinin Uygulanması" *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı* 3-4 Mayıs 2003, Çankırı.
- Aydın, Eytüp
1991 "Kongre Turizmi", *Türab Dergisi*, 59: 40-42.

Çanakkale Merkezi Değerleri Sempozyumu (25-26 Ağustos 2008)

- Aymankuy, Y.
2000 "Kongre turizmi açısından Türkiye'nin arz imkânlarının incelenmesi ve İzmirli merkezi örnek uygulaması" 1. *Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu*, 2-3 Kasım 2000, İzmir.
- Aymankuy, Y.
1996 "Kongre Turizminin Gelişimi ve Türkiye'de Kongre Turizmi", *Turizmde Seçme Makaleler*:24, Turizmi Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, 37: 28-39.
- Aymankuy, Y.
2006 Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yay, Ankara.
- Braun, B. M. ve Rungeling, B.
1992 "Impact of Convention and Tourist Visitors", *International Journal Hospitality Management*, 11: 58-71.
- CNBC-E <http://www.cnbec.com/business/0801/konuid/9.asp> 17.07.2008
- Çakıcı, C.
2006 *Toplantı Yönetimi*, Detay Yay. Ankara.
- Dallı, Ö.
1996 "Alternatif Turizm Modeli Olarak Kongre Turizmi" I. *Bilkent Turizm Forumu*, Bilkent Üniversitesi, 29-30 Kasım 1996.
- Fenuch, G. G. :
1992 "Convention Center Development:Pros, Cons and Unanswered Questions", *International Journal Hospitality Management*, 11: 180-189.
- Fischer, J.
2006 *International Meeting Statistics for the year 2006 Union of International Associations*, <http://www.uita.be/sites/uita.be/files/documents/statistics/press/press07.pdf> (erişim tarihi: 15.07.2008)
- Gökdeniz, A.
1996 "Uluslararası Turizm Hareketlerinde Kongre Turizminin Yeni, Fiziksel Donanımları, Boş Zaman Rekreasyon Alışkanlıkları ve Türkiye'nin Yapsal Analizi", *Turizmde Seçme Makaleler*:24, TÜGEV Yay., 37: 73-83.
- ICCA (<http://www.iccaworld.com/apps/story.cfm?ID=1577>) 17.07.2008
- CNBC-E <http://www.cnbec.com/business/0801/konuid/9.asp> 17.07.2008
- Karasu, T.
1985 *Kongre Turizmi ve Türkiye*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları:58, Ankara.
- Karasu, Tanju
1990 "Kongre Turizmi Üzerine Düşünceler", *Anatolia*, 1: 30-39.
- Kongre Dergisi
1997 "İstanbul Kongre Cenneti Olabilir mi?" *Kongre Dergisi*: 2: 9-10.
- Koşan, A.

- 1996 "Kongre Turizmi", *Turizmde Segme Makaleler-24*, TÜGFEV Yayını No:37, 87-98.
- Sezgin, O. M.
- 1995 *Genel Turizm*, Tıttıbay: Ankara.
- Telli, M.
- 1996 "Kongre Turizmi ve İstanbul Convention and Exhibition Centre", *Turizm Dünyası ve Usta Ağız*, 8: 9-10.
- Tavnergen, İ.P, Aksakal E. G.
- 2004 *Kongre ve Toplantı Yönelimi*, Ankara, Seçkin Yay.
- TÜİK http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?fb_id=51&ust_id=14 17.07.2008
- TÜRSAB :
- 1992 "İstanbul Kongre Sarayı Geliyor", *TÜRSAB Dergisi*, 110:21-22.
- TÜRSAB
- 1991 "Kongre Turizmi İmkanlar ve Sorunlar", *TÜRSAB Dergisi*, 103: 15-17.
- UIA
- (<http://www.uiabe.com/sites/uiabe.com/files/documents/statistics/press/press07.pdf>) 17.07.2008
- Vleening, M.
- 2007 "International Meeting Ranking" in "2007 International Congress & Convention Association <http://www.iccaworld.com/apps/story.cfm?ID=1577>. (erişim tarihi: 15.07.2008)

Tablo 1. Anıaçları Baladından Toplanı Türleri

| TOPLANTI TÜRÜ | AMACI |
|---|--|
| 1.Ulusal ve uluslararası kongreler | 1. Bilgi alışverişi |
| 2.Seminerler ve kurslar | 2. Okul içi veya sonrası Eğitim |
| 3.Ürün tanıtma toplantıları | 3. Satış işinde çalışanlara satış tekniklerini göstermek |
| 4.Ödül ve özendirme toplantıları(teşvikseyahatleri) | 4.Sektörün satış Faaliyetlerinin kuvvetlendirilmesini teşvik etmek |

Kaynak: Karasu, T. Kongre Turizmi ve Türkiye. Kültür ve Turizm Bak. Eğ. Dairesi Başkanlığı Yay:58, Ankara 1985, s.12.

Tablo 2. Katılımcı Sayılarına Göre Toplantı Türleri

| 50 katılımcıya kadar | 50 – 300 katılımcıya kadar | 300 üzerinde Katılımcı |
|----------------------------|----------------------------|------------------------|
| Seminerler | Genel kurullar | Kongreler |
| Kolokyumlar | Konferanslar | Genel kurullar |
| Çalışma grupları | Sempozyumlar | |
| Denetim kurulları | Kolokyumlar | |
| Tartışma grupları | | |
| Komisyon toplantıları | | |
| Yuvartak masa toplantıları | | |

Kaynak: Çakıcı, C. Toplantı Yönetimi, Detay Yay. Ankara, 2006, s.4.

Tablo 3. Uluslararası Toplantıların Aylara Göre Dağılımı

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

Kaynak: Tavmetgen, İ.P, Aksakal E. G. 2004, Kongre ve Toplantı Yönetimi, Ankara, Seçkin Yay., s.45

Tablo 4. 2007'de Dünya Genelinde Düzenlenen Organizasyon Sayılarına Göre Ülke ve Şehirlerin Sıralanması

| Sıra | Ülke | Toplantı |
|------|----------------|----------|
| 1 | ABD | 467 |
| 2 | Almanya | 429 |
| 3 | İspanya | 303 |
| 4 | Büyük Britanya | 281 |
| 5 | Fransa | 255 |
| 6 | İtalya | 250 |
| 7 | Japonya | 215 |
| 8 | Brezilya | 209 |
| 9 | Avusturya | 204 |
| 10 | Kanada | 197 |
| 11 | Hollanda | 195 |
| 12 | Çin Halk Cum. | 195 |
| 13 | Avustralya | 194 |
| 14 | İsviçre | 175 |
| 15 | Portekiz | 153 |
| 16 | İsveç | 137 |
| 17 | Belçika | 124 |
| 18 | Finlandiya | 122 |
| 19 | Singapur | 120 |
| 20 | Güney Kore | 120 |

| Sıra | Şehir | Toplantı |
|------|--------------|----------|
| 1 | Viyana | 154 |
| 2 | Berlin | 123 |
| 3 | Singapur | 120 |
| 4 | Paris | 115 |
| 5 | Barselona | 106 |
| 6 | Budapeşte | 90 |
| 7 | Lizbon | 90 |
| 8 | Pekin | 87 |
| 9 | Amsterdam | 82 |
| 10 | Madrid | 77 |
| 11 | Kopenhag | 76 |
| 12 | Prag | 72 |
| 13 | Hong Kong | 72 |
| 14 | Seul | 70 |
| 15 | Stockholm | 70 |
| 16 | Bangkok | 70 |
| 17 | Londra | 69 |
| 18 | Taipei | 67 |
| 19 | Kuala Lumpur | 66 |
| 20 | İstanbul | 66 |
| 21 | Brüksel | 66 |

Kaynak : Vleeming, M. International Meeting Ranking in "2007 International Congress&Convention Association

Tablo 5. Kongre Turizmi Pazar Paylarının Kıtasal Dağılımı 2006

| Kıtalar | (%) Dağılım |
|--------------------------|--------------------|
| Avrupa | 59 |
| Amerika (Kuzey ve Güney) | 18.5 |
| Asya | 15.3 |
| Afrika | 4.5 |
| Avustralya | 2.6 |

Kaynak: Fischer, J. International Meeting Statistics fort he year 2006
Union of International Associations, 2007

Tablo. 6 Çanakkale İli Toplantı Salonları ve Kapasiteleri

| OTEL | KONUM | ODA/YATAK | SALON KAPASİTELERİ | TEKNİK EKİPMAN |
|---|----------------------|-----------------------|--|--|
| KOLİN OTEL (14 Salon) (1310 m ²) | Çanakkale/ Kepez | 276 oda/ 622 yatak | 1 adet 650 m ² 580- 780 kişi | Projektör, perde, ses- ışık- görüntü sistemi, tepegöz, TV, VCD, DVD, yazı tahtası ,fax |
| | | | 1 adet 175 m ² 70-190 kişi | |
| | | | 1 adet 105 m ² 36-130 kişi | |
| | | | 1 adet 60 m ² 14-70 kişi | |
| | | | 1 adet 50 m ² 30-60 kişi | |
| | | | 1 adet 35 m ² 20-40 kişi | |
| | | | 7 adet 30 m ² 14-34 kişi | |
| | | | 1 adet 25 m ² 10-30 kişi | |
| AKOL OTEL | Çanakkale/ Merkez | 118 oda/ 238 yatak | | Projektör, tepegöz, TV, VCD, DVD, perde, yazı tahtası ve ses düzeni, fax |
| ANAFARTALAR | | | | Projektör, |

Çanakkale Merkezi Değerleri Sempozyumu (25-26 Ağustos 2008)

| | | | | |
|-------------------------|-------------------------|----------------------|-----------------|---|
| OTELİ | Çanakkale/ Merkez | 71 oda/ 141 yatak | 1 adet 50 kişi | tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| ANZAC OTEL | Çanakkale/ Merkez | 25 oda/ 60 yatak | 3 adet 40 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| BÜYÜK TRUVA OTELİ | Çanakkale/ Merkez | 66 oda/ 132 yatak | 1 adet 50 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| ÇANAK OTEL | Çanakkale/ Merkez | 52 oda/ 108 yatak | 1 adet 120 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| HELEN OTEL | Çanakkale/ Merkez | 42 oda/ 74 yatak | 1 adet 70 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| İDA KALE RESORT OTEL | Çanakkale/ Güzelyalı | 84 oda/ 154 yatak | 1 adet 80 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| İRİS OTEL | Çanakkale/ Güzelyalı | 96 oda/ 194 yatak | 1 adet 200 kişi | Projektör, fax, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi |

Çanakkale Merkezi Değerleri Sempozyumu (25-26 Ağustos 2008)

| | | | | |
|----------------------------|-------------------------|-----------------------|---|---|
| TUSAN OTEL | Çanakkale/ Güzelyalı | 64 oda/ 128 yatak | | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| ASSOS EDEN GARDEN | Çanakkale/ Ayvacık | 115 oda/ 247 yatak | 1 adet 150 m ² 100-300 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| | | | 1 adet 100 m ² 100-200 kişi | |
| ASSOS EDEN BEACH | Çanakkale/ Ayvacık | 44 oda/ 100 kişi | 1 adet 75 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| NAZLIHAN BOUTIQUE | Çanakkale/ Ayvacık | 37 oda/ 80 yatak | 1 adet 75 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| DEDEOĞLU OTEL | Çanakkale/ Ayvacık | 47 oda/ 155 yatak | 1 adet 200 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| HÜNNAP HAN OTELİ | Çanakkale/ Ayvacık | 19 oda/ 50 yatak | 1 adet 50 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| ÖNGEN COUNTRY RESORT | Çanakkale/ Ayvacık | 24 oda/ 60 yatak | 1 adet 40 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses |

Çanakkale Merkezi Değerleri Sempozyumu (25-26 Ağustos 2008)

| | | | | |
|-------------------------|------------------------|----------------------|-----------------|---|
| | | | | sistemi, fax |
| BİGA KÖŞDERE OTELİ | Çanakkale/ Biga | 53 oda/ 108 yatak | 1 adet 60 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| MRG OTEL | Çanakkale/ Biga | 55 oda/ 110 yatak | 1 adet 10 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| | | | 1 adet 60 kişi | |
| | | | 1 adet 100 kişi | |
| KUM OTEL | Çanakkale/ Eceabat | 72 oda/ 180 yatak | 1 adet 60 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| GÖKÇEADA RESORT OTEL | Çanakkale/ Gökçeada | 60 oda/ 128 yatak | 1 adet 250 kişi | Projektör, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi, fax |
| İLİADA OTEL | Çanakkale/ Yenice | 34 oda/ 66 yatak | 1 adet 90 kişi | Projektör, fax, tepegöz, yazı tahtası, ses sistemi |

Çanakkale Merkezi Değerleri Sempozyumu (25-26 Ağustos 2008)

**Tablo 7. 2007 Yılı Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Faaliyetler Tablosu**

| FAALİYET TÜRÜ | SAYISI |
|----------------------|---------------|
| Sempozyum ve Kongre | 60 |
| Konferans * | 53 |
| Panel | 19 |
| Seminer | 80 |
| Açık Oturum | 3 |
| Söyleşi | 47 |
| Tiyatro | 32 |
| Konser | 72 |
| Sergi | 76 |
| Turuva | 14 |
| Teknik Gezi | 36 |
| Eğitim Semineri | 20 |
| Festival | 79 |
| TOPLAM | 591 |

Kaynak: 2007 Yılı Faaliyet Raporu, <http://strateji.comu.edu.tr/dnyunu.php.s.69>.
(erişim tarihi: 15.07.2008)