

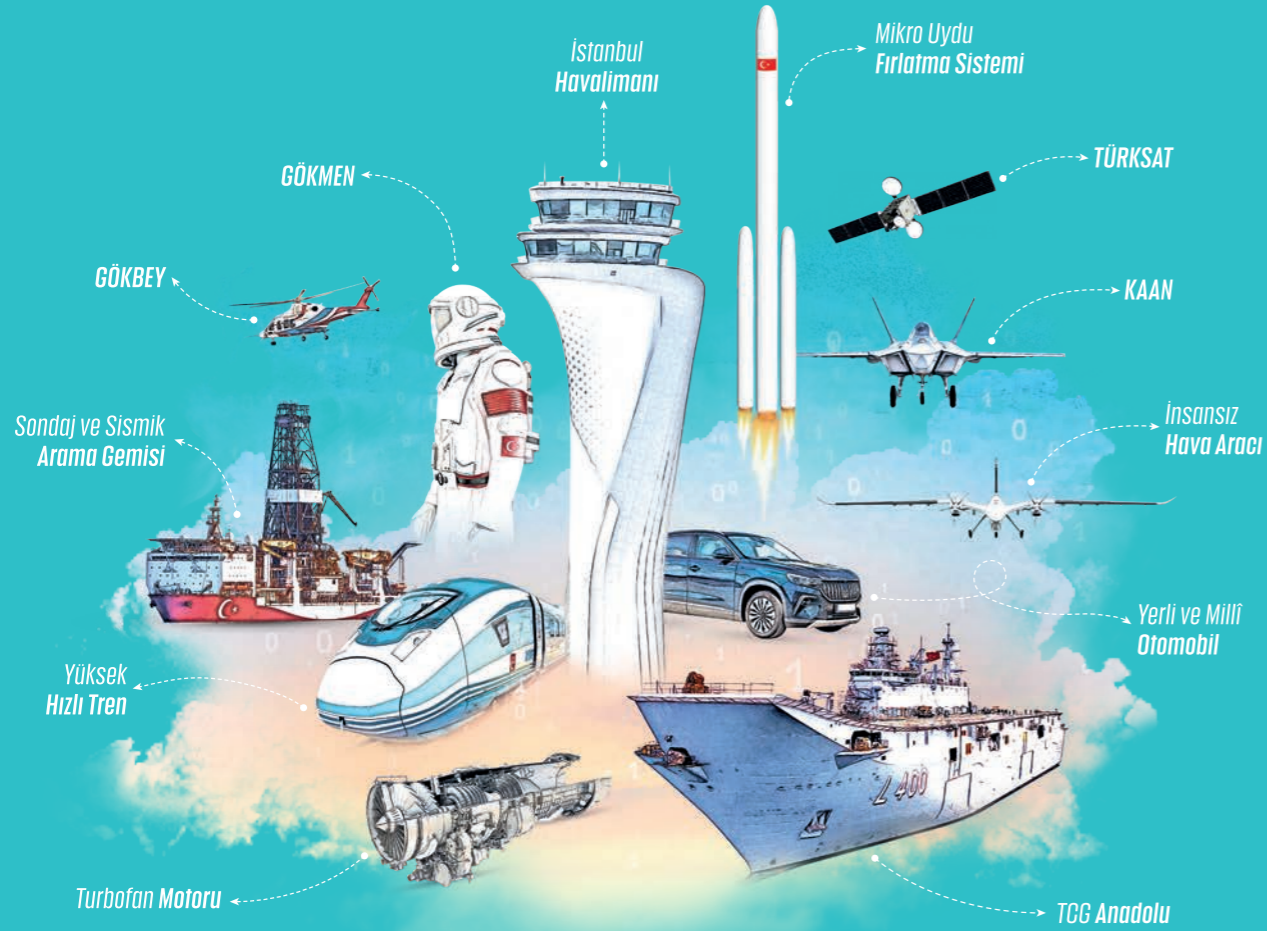
# Bu kitaba sığmayan daha neler var!

**eba**  
www.eba.gov.tr



Karekodu okut, bu kitapla ilgili EBA içeriklerine ulaş!

## Teknoloji Yolculuğumuz



**BU DERS KİTABI MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINCA  
ÜCRETSİZ OLARAK VERİLMİŞTİR.  
PARA İLE SATILAMAZ.**

ISBN 978-975-11-8824-3

Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin Beşinci Maddesinin İkinci Fıkrası Çerçevesinde Bandrol Taşınması Zorunlu Değildir.

KONAKLAMA VE SEYAHAT HİZMETLERİ ALANI

KONGRE VE ETKİNLİK TURİZMİ

11-12 Ders Materyali

MESLEKİ VE TEKNİK  
ANADOLU LİSESİ

KONAKLAMA VE SEYAHAT  
HİZMETLERİ ALANI



**KONGRE VE  
ETKİNLİK  
TURİZMİ**

**11-12 DERS  
MATERYALİ**





MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ  
KONAKLAMA VE SEYAHAT HİZMETLERİ ALANI

# KONGRE VE ETKİNLİK TURİZMİ

## 11-12

DERS MATERYALİ

### YAZARLAR

Abidin Haldun TAŞDELEN

Fatma KALKAN

Gülsüm KARABULUT

İlker ŞENER

Nurcan ATMACA



MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI YAYINLARI..... : 9366  
YARDIMCI VE KAYNAK KİTAPLAR DİZİSİ ..... : 3026

Her hakkı saklıdır ve Millî Eğitim Bakanlığına aittir. Ders materyalinin metin, soru ve şekilleri kısmen de olsa hiçbir surette alınıp yayımlanamaz.

## HAZIRLAYANLAR

**Dil Uzmanı** Çiğdem Eylül ATEŞ  
**Program Geliştirme Uzmanı** Zeki BİLGİLİ  
**Rehberlik Uzmanı** Sümeyye Betül HALLAK  
**Ölçme ve Değerlendirme Uzmanı** Filiz İSNAÇ  
**Görsel Tasarım Uzmanı** Gizem Ada AKIN

ISBN 978-975-11-8824-3

Millî Eğitim Bakanlığının 24.12.2020 gün ve 18433886 sayılı oluru ile Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğüne ders materyali olarak hazırlanmıştır.



## İSTİKLÂL MARŞI

Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak;  
Sönmeden yurdumun üstünde tüten en son ocak.  
O benim milletimin yıldızıdır, parlayacak;  
O benimdir, o benim milletimindir ancak.

Çatma, kurban olayım, çehreni ey nazlı hilâl!  
Kahraman ırkıma bir gül! Ne bu şiddet, bu celâl?  
Sana olmaz dökülen kanlarımız sonra helâl.  
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl.

Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım.  
Hangi çılgın bana zincir vuracakmış? Şaşarım!  
Kükremiş sel gibiyim, bendimi çiğner, aşarım.  
Yırtarım dağları, enginlere sığmam, taşarım.

Garbın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar,  
Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var.  
Ulusun, korkma! Nasıl böyle bir imanı boğar,  
Medeniyet dediğin tek dişi kalmış canavar?

Arkadaş, yurduma alçakları uğratma sakın;  
Siper et gövdeni, dursun bu hayâsızca akın.  
Doğacaktır sana va'dettiği günler Hakk'ın;  
Kim bilir, belki yarın, belki yarından da yakın.

Bastığın yerleri toprak diyerek geçme, tanı:  
Düşün altındaki binlerce kefensiz yatanı.  
Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır, atanı:  
Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı.

Kim bu cennet vatanın uğruna olmaz ki feda?  
Şüheda fışkıracak toprağı sıksan, şüheda!  
Cânı, cânânı, bütün varımı alsın da Huda,  
Etmesin tek vatanımdan beni dünyada cüda.

Ruhumun senden İlähî, şudur ancak emeli:  
Değmesin mabedimin göğsüne nâmahrem eli.  
Bu ezanlar -ki şehadetleri dinin temeli-  
Ebedî yurdumun üstünde benim inlemeli.

O zaman vecd ile bin secde eder -varsa- taşım,  
Her cerâhamdan İlähî, boşanıp kanlı yaşım,  
Fışkırır ruh-ı mücerret gibi yerden na'sım;  
O zaman yükselerek arşa değer belki başım.

Dalgalan sen de şafaklar gibi ey şanlı hilâl!  
Olsun artık dökülen kanlarımın hepsi helâl.  
Ebediyyen sana yok, ırkıma yok izmihlâl;  
Hakkıdır hür yaşamış bayrağımın hürriyyet;  
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl!

**Mehmet Âkif Ersoy**

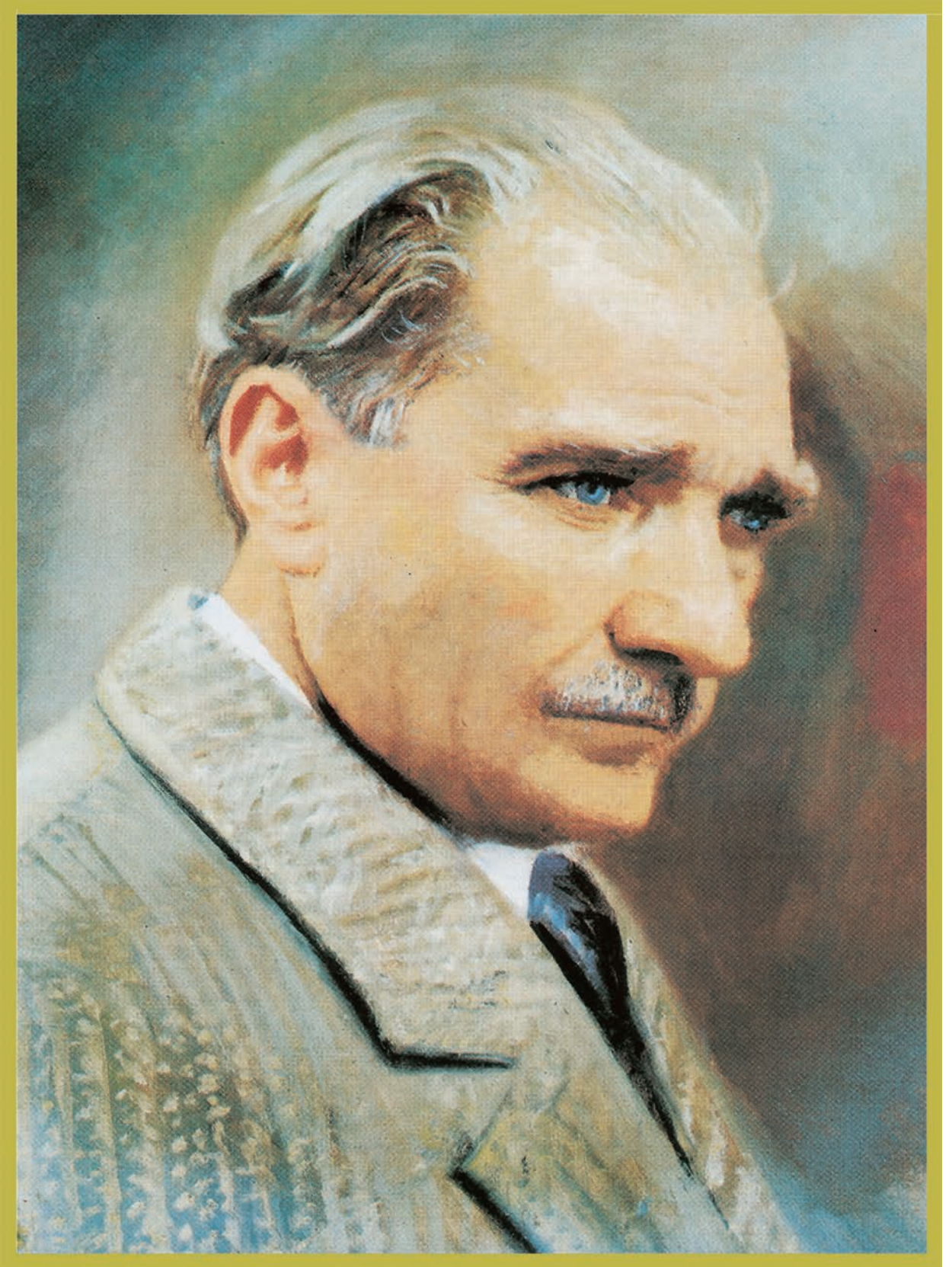
## GENÇLİĞE HİTABE

Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklâlini, Türk Cumhuriyetini, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir.

Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Bu temel, senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi, seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dâhilî ve hâricî bedhahların olacaktır. Bir gün, istiklâl ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen, vazifeye atılmak için, içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin! Bu imkân ve şerait, çok namüsaît bir mahiyette tezahür edebilir. İstiklâl ve cumhuriyetine kastedecek düşmanlar, bütün dünyada emsali görülmemiş bir galibiyetin mümessili olabilirler. Cebren ve hile ile aziz vatanın bütün kaleleri zapt edilmiş, bütün tersanelerine girilmiş, bütün orduları dağıtılmış ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiş olabilir. Bütün bu şeraitten daha elîm ve daha vahim olmak üzere, memleketin dâhilinde iktidara sahip olanlar gaflet ve dalâlet ve hattâ hıyanet içinde bulunabilirler. Hattâ bu iktidar sahipleri şahsî menfaatlerini, müstevlîlerin siyasî emelleriyle tevhit edebilirler. Millet, fakr u zaruret içinde harap ve bîtap düşmüş olabilir.

Ey Türk istikbalinin evlâdı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklâl ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur.

Mustafa Kemal Atatürk



MUSTAFA KEMAL ATATÜRK



# İÇİNDEKİLER

DERS MATERYALİNİN TANITIMI.....11

1

ÖĞRENME BİRİMİ

## KONGRE VE ETKİNLİK YÖNETİMİNE GİRİŞ

14

<b>1.1. TOPLANTI SEKTÖRÜ.....</b>	<b>16</b>
1.1.1. Toplantı .....	16
1.1.2. Toplantı İhtiyacı .....	16
1.1.3. Toplantının Amaçları .....	17
1.1.4. Toplantı Gelişimini Etkileyen Faktörler .....	18
1.1.5. Toplantı Grupları .....	18
1.1.6. Toplantı Çeşitleri .....	19
1.1.7. Toplantı Sektörünün Yapısı.....	22
1.1.8. Toplantının Planlanması .....	23
1.1.9. Etkin ve Verimli Toplantı .....	24
1.1.10. Toplantı Denetimi.....	24
<b>1.2. TURİSTİK BÖLGE YÖNETİMİ.....</b>	<b>28</b>
1.2.1. Turistik Bölge Kavramı .....	28
1.2.2. Turistik Bölge Yönetiminin Yapısı .....	28
1.2.3. Günümüzde Turizm Yönetimi.....	30
<b>1.3. ULUSLARARASI KONGRELERİN ORGANİZASYONU VE PAZARLANMASI .....</b>	<b>32</b>
1.3.1. Kongre Turizmiyle İlgili Kuruluşlar .....	33
1.3.1.1. Ulusal Turizm Kuruluşları.....	33
1.3.1.2. Kongre Büroları Birlikleri.....	33
1.3.2. Kongre Merkezlerini Pazarlayan Kuruluşlar .....	34
1.3.2.1. Kongre Merkezleri, Oteller ve Üniversiteler .....	37
1.3.2.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO) .....	38
1.3.3. Kongre Turizminde Pazarlama.....	38
1.3.3.1. Kongre Turizminde Pazarlama Yönetimi .....	39
1.3.3.2. Stratejik Kongre Pazarlama Planlaması Süreci.....	39
1.3.3.3. Kongre Pazarlama Programlarının Uygulanması Süreci ....	39
1.3.3.4. Sonuçların Değerlendirilmesi ve Geri Bildirim.....	40
<b>ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>42</b>

# 2.

ÖĞRENME BİRİMİ

## KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TOPLANTI VE ETKİNLİK HİZMETLERİ 44

<b>2.1. TİCARİ SERGİ VE FUARLAR.....</b>	<b>46</b>
2.1.1. Ticari Sergi ve Fuarların Tanımı, Faaliyetleri.....	46
2.1.2. Ticari Sergi ve Fuar Çeşitleri.....	48
2.1.3. Ticari Sergi ve Fuarları Oluşturan Unsurlar .....	54
2.1.4. Ticari Sergi ve Fuarların Turizm Sektöründeki Rolü.....	54
<b>2.2. FESTİVALLER VE YARIŞMALAR .....</b>	<b>56</b>
2.2.1. Uluslararası Literatüre Göre Festival Organizasyonlarının Tanımı ve Faaliyetleri .....	58
2.2.2. Festivaller ve Yarışmaları Oluşturan Unsurlar.....	63
2.2.3. Festivaller ve Yarışmaların Turizm Sektöründeki Rolü .....	65
<b>2.3. BAYİ VE SEKTÖR TOPLANTILARI .....</b>	<b>67</b>
2.3.1. Bayi ve Sektör Kavramları, Tanımları.....	68
2.3.2. Bayi ve Sektör Toplantılarının Önemi .....	68
2.3.3. Uluslararası Sektör Toplantıları .....	69
2.3.4. Bayi Toplantıları ve Toplantıların Amacı .....	71
2.3.5. Bayi Toplantısı Organizasyonunun Aşamaları .....	72
2.3.6. Başarılı Organizasyon İçin Gerekenler .....	74
2.3.7. Bayi ve Sektör Toplantılarının İşletmelere Sağladığı Faydalar .....	76
<b>2.4. SPORİF ORGANİZASYONLAR.....</b>	<b>78</b>
2.4.1. Sportif Organizasyonların Önemi ve Planlanması.....	80
<b>2.5. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TOPLANTI VE KONGRE ORGANİZASYONLARI.....</b>	<b>89</b>
2.5.1. Konaklama İşletmeleri İçin Toplantı ve Kongre Organizasyonlarının Önemi .....	90
2.5.2. Organizasyonun Planlanması ve Yönetimi .....	91
2.5.3. Fiziksel Alanların Hazırlığı .....	92
2.5.4. Teknik Destek Hizmetleri.....	93
2.5.5. Yiyecek ve İçecek Hizmetleri .....	95
2.5.6. Lojistik ve Ulaşım Hizmetleri.....	96
2.5.7. Kayıt ve Katılımcı Yönetimi.....	97
2.5.8. Eğlence ve Dinlenme Aktiviteleri.....	97
2.5.9. Sonuç Değerlendirme ve Geri Bildirim .....	98
<b>ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>102</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>106</b>
<b>CEVAP ANAHTARI.....</b>	<b>107</b>

# DERS MATERYALİNİN TANITIMI

Öğrenme biriminde neler öğrenileceğini gösterir.

Öğrenme biriminin numarasını gösterir.

Öğrenme biriminin adını gösterir.

Etkileşimli kitap, video, ses, animasyon, uygulama, oyun, soru vb. ilave kaynaklara ulaşabileceğiniz karekodu gösterir.

Öğrenme biriminin konularını gösterir.

Öğrenme biriminin temel kavramlarını gösterir.

Öğrenme biriminin hazırlık çalışmalarını gösterir.

Öğrenme biriminin adı ve numarasını gösterir.

Konuyu destekleyici bilgilerin yer aldığı alanı gösterir.

Öğrenme birimi etkinliklerini gösterir.

### 1. Öğrenme Birimi

**BİLGİ KÖŞESİ!**

Kabul Tarihi: 18/7/2021 tarihli ve 7334 sayılı Turizm Tevvik Kanununda Değişiklik Yapılması, MADDE 1 - 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Tevvik Kanununun 3 üncü maddesinin birinci fıkrasının (b), (ç), (d), (e) ve (f) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir ve fıkraya aşağıdaki bentler eklenmiştir.

b) **Kültür ve Turizm Konuma ve Gelişim Bölgeleeri:** Turizm hareketleri ve faaliyetleri yönünden önem taşıyan veya doğal tarihi ve kültürel değerlerin yoğun olduğu, korunması ve geliştirilmesinde kamu yararı bulunan yörelerde, koruma kullanma dengesi gözetilerek sektörel kalkınmanın sağlanması ve turizm sektörünün planlı ve kontrollü gelişiminin sağlanması amacıyla yerli, mevkii ve sınırlan Cumhurbaşkanlığı kararıyla tespit ve ilan edilen alanlar.

d) **Turizm Merkezleri:** Kültür ve turizm konuma ve gelişim bölgeleri dışında kalmakla birlikte, bu bölgelerin niteliğini taşıyan, turizm hareketleri ve faaliyetleri açısından öncelikli geliştirilmesinde kamu yararı bulunan orman vasfı olanlar dâhil Hazine taşınmazları ile tescilli mümkün olan Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerde yerli, mevkii ve sınırlan Cumhurbaşkanlığı kararıyla tespit ve ilan edilen alanlar.

<https://resmigazete.gov.tr/eskiiler/2021/07/20210728-2.htm> (Erişim tarihi ve saati: 02.12.2024 12:50)

**SIRA SİZDE >>>**

Turizm sektörünün büyümesini sürdürülebilirliği için hangi alanlarda iyileştirme yapılmasını önerirsiniz? Neden? Düşüncelerinizi aşağıda verilen boşluğa yazınız.

.....

.....

.....

### 1.2. ETKİNLİK

**TURİSTİK BİR BÖLGEYİ YÖNETMEYE HAZIR MISINIZ?**

**Görev:** Turizm il müdürlüğünde çalışan genç bir uzman olarak hızla gelişen bir turistik bölge için yönetim planı hazırlamanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Turizm il müdürlüğünde çalışan genç bir uzmandınız. Yaşadığınız şehirde hızla gelişen bir turistik bölgede bölge yönetim planı hazırlamak için görevlendirildiniz. Bu planı hazırlarken aşağıdaki adımları izleyiniz.

- Bölgenizi Seçiniz:** Yaşadığınız ilde veya tanıdığınız bir bölgede gelişmekte olan bir turistik alan belirleyiniz.
- Sektörel Verileri Araştırınız:** Seçtiğiniz bölgeyle ilgili turist sayıları, konaklama tesisleri, ulaşım durumu, çevresel koşullar gibi verilere ulaşmaya çalışınız. Bu bilgileri çeşitli internet siteleri, belediye veya turizm müdürlüklerinin kaynaklarından araştırabilirsiniz.
- Yönetim Planınızı Oluşturunuz:** Elde ettiğiniz bilgiler doğrultusunda bir yönetim planı hazırlayınız.
- Sunumunuzu Hazırlayınız:** Araştırma ve planınızı kısa bir sunum haline getiriniz. Dilerseiz görseller ya da grafikler ekleyerek daha etkili hale getirebilirsiniz.
- Teslim Şekli:** 1 sayfalık özet plan dosyası (yazılı) ve 3 ila 5 dakikalık sözlü sunum.

**Değerlendirme**

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

No	Değerlendirme Kriteri	DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ				
		5 (Çok İyi)	4 (Yı)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Araştırma konusu yörengeye uygun ve doğru belirlenmiştir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Sektörel veriler doğru, güncel ve anlamlı şekilde kullanılmıştır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Konaklama, ulaşım, teknik altyapı gibi unsurlar detaylı şekilde planlanmıştır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Etkinlik sürecinde yaratıcı fikirler geliştirilmiş ve olası sorunlara çözüm üretilmiştir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Sunum açık, yörengeye uygun hazırlanmış ve etkili yapılmıştır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Not: Tam puan almadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gözden geçirin.

Konuyu destekleyici sira sizde etkinliklerini gösterir.

Öğrenme birimi etkinliklerinin değerlendirme ölçütlerini gösterir.

Öğrenme birimi sonunda yer alan ölçme ve değerlendirme sorularını gösterir.

1. Öğrenme Birimi

**ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME**

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru cevabı işaretleyiniz.

- Aşağıdakilerden hangisi toplantı sınıflandırılmasının içerisinde yer alır?  
A) Danışmanlık  
B) Mülakat  
C) Problem çözme  
D) Rehberlik  
E) Yüz yüze görüşme
- Aşağıdakilerden hangisi toplantı düzenlemenin amaçlarından biridir?  
A) Yeni ürünlerin tanıtımını yapmak  
B) Toplantı salonunun kapasitesini ölçmek  
C) Katılımcıların nereden geleceğini belirlemek  
D) Otelin oda fiyatlarını karşılaştırmak  
E) Toplantı salonunun dekorasyonunu
- Toplantı denetimi sonunda katılımcılara uygulanan anket sorularında aşağıdakilerden hangisi yer almaz?  
A) Katılımcıların görüşleri  
B) Toplantı yeri  
C) Toplantı süresi  
D) Katılımcı sayısı  
E) Toplantı saati
- Aşağıdakilerden hangisi kongre alanında örgütleilmiş kuruluşlar arasında yer almaz?  
A) Kongre büroları birlikleri  
B) Ulusal turizm kuruluşları  
C) Hosteller  
D) Kongre organizatörleri  
E) Kongre turizmini pazarlayan kuruluşlar
- Aşağıdakilerden hangisi ulusal turizm kuruluşlarıdır?  
A) Kampingler  
B) Moteller  
C) Maliye Bakanlığı  
D) Oberjler  
E) Kültür ve Turizm Bakanlığı ve üniversiteler

42

Ölçme ve değerlendirme sorularının doğru cevaplarını gösterir.

**CEVAP ANAHTARI**

1. ÖĞRENME BİRİMİ		2. ÖĞRENME BİRİMİ	
1	C	1	C
2	A	2	B
3	A	3	A
4	C	4	E
5	E	5	A
6	D	6	D
7	B	7	C
8	C	8	A
		9	D
		10	C
		11	E
		12	B
		13	A
		14	D
		15	B
		16	C
		17	D
		18	C
		19	E
		20	A

106

# 1. ÖĞRENME BİRİMİ

## KONGRE VE ETKİNLİK YÖNETİMİNE GİRİŞ

### KONULAR

- 1.1. TOPLANTI SEKTÖRÜ
- 1.2. TURİSTİK BÖLGE YÖNETİMİ
- 1.3. ULUSLARARASI KONGRELERİN ORGANİZASYONU VE PAZARLANMASI





## NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

- ❏ Toplantı kavramı
- ❏ Toplantının ihtiyacı ve amaçları
- ❏ Toplantı grupları
- ❏ Toplantı çeşitleri
- ❏ Toplantı sektörünün yapısı
- ❏ Toplantının planlanması
- ❏ Etkin ve verimli toplantı
- ❏ Toplantı denetimi
- ❏ Turistik bölge yönetimi
- ❏ Turistik bölge kavramı
- ❏ Turistik bölge yönetimi yapısı
- ❏ Kongre turizmiyle ilgili kuruluşlar
- ❏ Kongre merkezlerini pazarlayan kuruluşlar
- ❏ Kongre turizminde pazarlama

## TEMEL KAVRAMLAR

- ❏ Çalıştay
- ❏ Kongre
- ❏ Kurultay
- ❏ Seminer
- ❏ Sempozyum
- ❏ Destinasyon

## HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Bir bölgeye turist çekebilmek için o bölgenin en önemli özellikleri sizce nelerdir? Neden?
2. Profesyonel kongre ve toplantı organizasyonlarının kongre turizmine olumlu etkileri sizce neler olabilir?
3. Uluslararası kongre organizasyonlarının ülkemizdeki turizm sektörüne katkıları sizce nelerdir?



## 1.1. TOPLANTI SEKTÖRÜ

Bilim ve teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte insanlar daha fazla bilgi alışverişinde bulunmak için çeşitli toplantılar düzenlemektedir. Ulaşım olanaklarının kolaylığı, toplantılara katılımı hızlı ve ekonomik hâle getirmektedir. Son yıllarda insanlar telekonferans teknolojisinin gelişmesi sayesinde çevrim içi iletişim olanaklarıyla bulunduğu mekândan ayrılmadan farklı mekândaki kişiler ile yüz yüze görüşerek toplantı yapmanın avantajlarını yaşamaktadır.

### 1.1.1. Toplantı

TDK'ye göre **toplantı**, “Birden çok kimsenin belirli amaçlarla bir araya gelmesi, içtima.” şeklinde tanımlanır. Bu tanım, toplantıların hem iletişim hem de karar alma süreçlerinde oynadığı rolü açıkça ortaya koyar. Toplantılar, insanların bir araya gelerek belirli konular üzerinde görüşmelerine olanak tanıyan önemli etkinliklerdir. Gündemdeki konuların ele alınması, katılımcıların düşüncelerini paylaşması ve ortak kararlar alınması gibi amaçlarla düzenlenir.

Toplantıların düzenlenmesinin birçok nedeni vardır. Katılımcıların bilgi sahibi olmalarını sağlamak, farklı düşünce ve önerilerin ortaya konmasına zemin hazırlamak, üyeler arasında birlik ve beraberliği teşvik etmek bu nedenlerden bazılarıdır (Görsel 1.1). Ayrıca toplantılar; iletişim kurmak, yaratıcı fikirler üretmek ve dolaylı olarak eğitim yapmak gibi amaçlarla da yapılır.



Görsel 1.1: Toplantı hâlindeki katılımcılar

### 1.1.2. Toplantı İhtiyacı

Günümüzde herhangi bir konu ya da sorun hakkında sağlıklı ve etkili kararlar alınabilmesi için çoğu zaman birden fazla kişinin bir araya gelmesi gerekir. Özellikle söz konusu mesele birden çok kişi, grup veya kurumu ilgilendiriyorsa ortak bir zeminde buluşmak ve görüş alışverişinde bulunmak kaçınılmazdır. Bunun yanı sıra mevcut sorunun çözümü için

farklı bakış açılarına, uzman görüşlerine veya çeşitli bilgi birikimlerine ihtiyaç duyulması da toplantı düzenleme ihtiyacını doğurur.

Toplantılar; kararların daha demokratik ve katılımcı bir şekilde alınabilmesi, planlamaların sağlıklı yürütülebilmesi ve alınacak kararların uygulanması aşamasında sorumluluğun kimde ya da kimlerde olacağına netleştirilebilmesi açısından da büyük önem taşır. Bu gibi durumlarda toplantılar hem sorunların çözümüne katkı sağlar hem de iş birliği ve koordinasyonun güçlenmesine destek olur.

### 1.1.3. Toplantının Amaçları

Toplantılar; sorunlara çözüm bulmak, çatışmaları sonlandırmak, karar almak, insanları bilgilendirmek, motive etmek gibi çeşitli amaçlarla yapılır. Her toplantı, belirli bir hedef doğrultusunda düzenlenir ve bu amaçla göre farklı bir yapıya sahip olur. Yani toplantıların amacı, içeriğini ve işleyişini belirler. Toplantılar bu amaçlara göre şu şekilde gruplandırılabilir:

**Bilgilendirme Toplantıları:** Katılımcılara olaylar, kararlar, veriler veya politikalar hakkında bilgi vermek amacıyla yapılır.

**Planlama Toplantıları:** Bir kuruluşun kısa, orta ve uzun vadede ulaşmak istediği hedefleri belirlemek için düzenlenir (Görsel 1.2).



Görsel 1.2: Toplantı öncesi planlama çalışması

**Problem Çözme Toplantıları:** Özellikle iş hayatında karşılaşılan günlük sorunlara çözüm üretmek için gerçekleştirilir. Bu toplantılar planlama toplantılarına benzer şekilde yürütülür.

**Değerlendirme Toplantıları:** Planlama veya sorun çözme toplantılarına ilişkin sürecin değerlendirmesi yapılır.

**Eğitim Toplantıları:** Bir grubun üyelerinin bilgilerini zenginleştirme, becerilerini artırma ya da tutum değiştirme yoluyla eğitilmesi için yapılır.

**Kutlama Toplantıları:** Birlikte zaman geçirilmesi ve eğlenilmesi için yapılır.

### 1.1.4. Toplantı Gelişimini Etkileyen Faktörler

Bir toplantının başarılı ve verimli geçmesi yalnızca yöneticinin toplantıyı iyi planlamasına ve yönetmesine bağlı değildir. Toplantının gelişimini etkileyen bazı dış ve iç etkenler de vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- ✘ Projeye dayalı çalışmaların artması
- ✘ Farklı birimlerin iş birliği yaptığı ekip çalışmaları
- ✘ Kendi kararlarını alabilen ekiplerin oluşması
- ✘ Önemli müşterilerle kurulan ortaklık ilişkileri
- ✘ Pazarla olan bağların güçlenmesi
- ✘ Yeni kaynak bulmaya yönelik faaliyetler
- ✘ Kurum içi ve kurum dışı iletişim ve bağlantılar
- ✘ Danışmanlardan alınan destekler
- ✘ Kurumda çalışanlar arasındaki yoğun etkileşim
- ✘ Kurumların büyümesi ve toplantıya daha fazla ihtiyaç duyması
- ✘ Sektörler arası ilişkilerin gelişmesi
- ✘ Turizm işletmelerinin toplantı alanında yaptığı çalışmalar
- ✘ Teknolojideki ilerlemelerin toplantı düzenlemelerini kolaylaştırması
- ✘ Toplantı organizatörlüğünün bir meslek olarak gelişmesi
- ✘ Toplantıların turizm turlarıyla birleşerek turistik bir deneyime dönüşmesi

### 1.1.5. Toplantı Grupları

Toplantılar; amaç, konu, yer, katılımcı sayısı ve düzenlenme sıklığına göre gruplara ayrılabilir. Bu sınıflandırma, toplantının niteliğinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olur (Görsel 1.3).



Görsel 1.3: Toplantı için hazırlanmış masa düzeni

**Toplantının Amacına Göre:** Toplantılar amacına göre farklı başlıklarda toplanabilir. Siyasal konulara odaklanan politik toplantılar, bilgi paylaşılan bilgilendirme toplantıları, öğretici içerik barındıran eğitim toplantıları ya da ekonomik gelişmeleri değerlendiren ekonomi toplantıları gibi çeşitleri vardır.

**Toplantının Konusuna Göre:** Toplantılar, toplumun ilgi alanlarına ve sektörün ihtiyaçlarına göre belirli bir amaç ve konu doğrultusunda düzenlenebilir. Çevre ve iklim değişikliği, yenilenebilir enerji ve sürdürülebilirlik, dijital dönüşüm ve yapay zekâ, gençlik politikaları ve eğitim, afet yönetimi ve kriz planlaması, kariyer planlama ve girişimcilik gibi toplumu ilgilendiren konular bu kapsamda sayılabilir. Her toplantı, ilgili kişileri bir araya getirerek bilgi ve fikir alışverişi sağlar.

**Toplantının Düzenlendiği Yere Göre:** Toplantının kapsamı, nerede yapılacağına göre değişebilir. Bu kapsamda toplantılar üçe ayrılır:

- ✘ **Uluslararası Toplantılar:** Birden fazla ülkenin katılımıyla yapılanlar
- ✘ **Ulusal Toplantılar:** Yalnızca bir ülke içinde düzenlenenler
- ✘ **Bölgesel Toplantılar:** Belli bir şehir veya bölgeye hitap eden organizasyonlar

**Toplantının Katılımcı Sayısına Göre**

- ✘ **2-50 Katılımcı:** Küçük gruplarla yapılan seminer, kolokyum, tartışma, komisyon, yuvarlak masa veya çalışma grubu toplantıları örnek verilebilir.
- ✘ **50-300 Katılımcı:** Katılımın orta düzeyde olduğu bu tür toplantılara konferans ve sempozyum örnek verilebilir.
- ✘ **300 ve Üzeri Katılımcı:** Büyük çaplı organizasyonlar olan kongre ve genel kurul örnek verilebilir.

**Toplantının Yapılma Sıklığına Göre:** Belirli aralıklarla ya da ihtiyaç duyuldukça yapılan toplantılar düzenli, yıllık, iki yılda bir, üç yılda bir ya da düzensiz şekilde gerçekleşebilir.

### 1.1.6. Toplantı Çeşitleri

Toplantı sektörü; kongre, konferans, seminer gibi farklı isimler altında sınıflandırılmaktadır. Literatür incelendiğinde toplantı türlerinin pek çok kaynakta birbirlerinin yerine kullanıldığı, her toplantının birebir aynı olmadığı, birbirinden küçük farklarla ayrıldığı görülmektedir. Genellikle kongre kelimesi tüm toplantı türlerini kapsayacak şekilde ifade edilir. Toplantı insanların toplanma ihtiyacını karşılamasının yanında birlikte yer değiştirmesini sağlar. Toplantı çeşitleri şunlardır:

**Konferans:** Bilimsel, teknik veya ticari konularda yapılan, düzenli aralıklara bağlı olmayan sunumlu toplantılardır. Genellikle alanında uzman bir veya birkaç kişinin bilgi verdiği konuşmalar şeklinde gerçekleşir. Konferansın ardından katılımcılarla soru cevap bölümü olabilir.

**Sempozyum:** Belirli bir konuda ulusal yada uluslararası düzeyde birden çok konuşmacının yer aldığı, bilimsel içerikli bilgi paylaşımı ve tartışma amacı taşıyan toplantılardır. Katılımcılar hem dinleyici hem de fikirlerini paylaşan bireyler olarak etkinliğe katkı sunar. Sempozyumun amacı, konuyla ilgili yeni bakış açılarını ortaya koymak ve sorunlara çözüm yolları bulmaktır.

**BİLGİ KÖŞESİ** !

Ulusal veya uluslararası toplantılarda farklı ülke dillerini konuşan katılımcılar için simültane çeviri ihtiyacı oluşur. **Simültane tercüman**; aynı anda iki ya da daha fazla konuşmacı arasında geçen konuşmaları, kapalı bir yerde dinleyerek istenen dile çeviren tercümanlara verilen isimdir. Simültane tercüman, konuşmacının söylediklerini eş zamanlı olarak sözlü bir şekilde farklı bir dile çevirir.

**Seminer:** Genellikle otuz kişiden az katılımcının yer aldığı, belirli bir konuda bilgi alışverişinin yapıldığı küçük toplantılardır. Uzman bir yönetici eşliğinde yürütülen bu toplantılar bireylerin araştırma yapması, bulgularını aktarması ve bu bulgular üzerinden grupça değerlendirme yapılmasıyla ilerler. Tek ya da birkaç oturumluk olarak düzenlenebilir.

**Çalıştay [Workshop (vörkşöp)]:** Belirli bir konuda önceden belirlenmiş katılımcılarla yapılan, problem çözmeye odaklanılan ve analiz tekniklerinin kullanıldığı toplantılardır. Katılımcılar genellikle o alanda uzman kişilerdir. Çalıştaylar; şirket içi değerlendirmeler, yıllık hedef belirleme, ürün ve hizmet geliştirme, yönetim stratejileri veya AR-GE çalışmaları gibi amaçlarla yapılır.

**Panel:** İki ya da daha fazla konuşmacının uzmanlık alanlarında görüşlerini savunduğu toplantılardır (Görsel 1.4). Bu tartışmalar panel yöneticisi tarafından yönetilir. Konuşmacılarla birlikte dinleyicilerin de tartışmasına açıktır. Dinleyiciler tartışmaya katılırsa forum adını alır.



Görsel 1.4: Panel konuşmacıları ve katılımcılar

**Zirve:** Üst düzeydeki resmî görevlilerin katıldığı toplantılardır.

**Forum:** Belirli bir konu üzerinde farklı kişilerin fikirlerini paylaştığı ve karşılıklı olarak düşünce alışverişinde bulunduğu toplantı türüdür. Katılımcılar eşit söz hakkına sahiptir bir konuda çeşitli bakış açılarını ortaya koymak amaçlanır. Genellikle bir moderatör eşliğinde yürütülür ve izleyiciler de soru sorarak sürece katılabilir.

**Konvansiyon [Convention (kınvenşın)]:** Genellikle büyük katılımlı, planlı ve belirli bir konu ya da sektör etrafında düzenlenen toplantı türlerinden biridir. Bu toplantılar; meslek kuruluşları, dernekler, federasyonlar, siyasi partiler veya büyük şirketler tarafından organize edilir. Konvansiyon, belli bir topluluğun (bir meslek grubu, sektör temsilcileri ya da üyeleri vb.) belirli zamanlarda bir araya gelerek bilgi alışverişinde bulunduğu, kararlar aldığı ve geleceğe yönelik stratejiler belirlediği geniş çaplı bir toplantıdır.

**Kolokyum:** Uzman kişilerin bir araya gelerek belirli bir konuyu tartıştığı bilimsel toplantıdır. Her katılımcı, kendi görüşünü sunar ve başkalarının fikirlerini değerlendirir. Örneğin bir üniversitede "iklim değişikliği" konulu kolokyumda çevre bilimciler görüşlerini paylaşabilir. Bu tür toplantılar, bilgi alışverişi ve yeni fikirlerin gelişmesi için oldukça yararlıdır.

**Sergi ve Fuar:** Ürün veya hizmetlerin belirli bir alanda topluca sergilenildiği genellikle hem profesyonellerin hem de halkın katılımına açık olan organizasyonlardır (Görsel 1.5). Bu tür etkinliklerde ürün ya da hizmet sunanlarla potansiyel alıcılar doğrudan iletişim kurma imkânı bularak ticari ilişkiler geliştirebilir. Bu nedenle sergi ve fuarlar, önemli bir pazar alanı olarak kabul edilir.



Görsel 1.5: Fuar alanı

**Kongre:** Belirli bir alanda bilgi paylaşımı, deneyim aktarımı ve sorun çözme amacıyla düzenlenen geniş katılımlı toplantılardır. Kongreler genellikle yıllık olarak ya da belli aralıklarla tekrarlanır. Ulusal ya da uluslararası düzeyde yapılabilir ve katılımcı sayısı fazla olabilir. "Kongre" terimi, diğer toplantı türlerini de kapsayacak şekilde genel anlamda da kullanılabilir.

Kongre amacıyla gerçekleşen seyahat hareketinin yanında seminer, sempozyum, konferans vb. türlerini de kapsayan turizm hareketine kongre turizmi yerine **toplantı turizmi** de denir. Bu yüzden kongre turizmi içerisinde yer alan toplantı türleri için çok farklı sınıflandırmalar vardır. Ulusal ve uluslararası kongreler, seminerler ve kurslar, ürün tanıtma toplantısı bunlardan bazılarıdır.

Toplantı çeşitleri içerisinde yer alan kongrenin yeni bir sektör olarak ortaya çıkmasında uluslararası ilişkilerin artmasının yanında bilim ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmelerin etken olduğu görülür. Ülkemizde kongre kavramı, tüm toplantıları kapsayan bir kavram gibi kullanılsa da kongre yalnızca çok sayıda kişinin bir araya geldiği ve turizm potansiyeli yaratan toplantı türüdür.

Kongre turizmi, ulusal ve uluslararası kültürel ilişkilerin çok yönlü gelişmesi, bilgi paylaşımlarının değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Son yıllarda kongreye katılanların seyahat, konaklama ve ulaşım gibi hizmet organizasyonlarına ulaşma kolaylığı zamanla kongre turizminin gelişmesini sağlamıştır. Kongreler toplumsal, kültürel ve sosyoekonomik yaşama olumlu etkisinin yanında turizm sezonunun uzamasına da katkı sağlar. Ülkelerin turizm gelirini artırmak için kongre turizmine önem vermesinin nedeni kongre için bir ülkeye gelenlerin tatil için gelenlere oranla üç kat harcama yapmasıdır.

### SIRA SİZDE >>

"Eğitim amaçlı toplantılar, turizm sektöründe kaliteyi artırır." ifadesine katılıyor musunuz? Neden? Görüşünüzü örneklerle açıklayınız.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 1.1.7. Toplantı Sektörünün Yapısı

Toplantıların planlanması, düzenlenmesi ve uygulanmasını sağlayan işletmeler, toplantı talebinde bulunan kurum ve kişiler ve bu süreci organize eden kişi ve kuruluşlar toplantı sektörünün yapısını oluşturur. Bu alanda yer alan dört ana grup; alıcılar, tedarikçiler, aracılar ve katılımcılar olarak sıralanabilir.

**Alıcılar**, bir toplantının gerçekleşmesi için salon, hizmet veya ekipman gibi ihtiyaçları satın alan ya da kiralayan kişi ya da kurumlardır.

**Tedarikçiler**; oteller, yemek hizmeti sunan işletmeler, ulaşım şirketleri gibi toplantının yapılacağı yer ve çevresine hizmet sağlayan firmalardır.

**Aracılar**, müşterileri adına toplantı sürecini yöneten profesyonel organizasyon firmalarıdır. Bunlar; profesyonel kongre organizatörleri (PCO), turistik bölgelerdeki yönetim kuruluşları, ziyaretçi ofisleri ve seyahat acenteleri olabilir.

**Katılımcılar**, toplantıya kayıt yaptırarak katılan ve çoğu zaman bunun için ücret ödeyen kişilerdir.

Toplantı pazarında en önemli iki müşteri grubu şirketler ve derneklerdir. Bu iki grup arasında bazı temel farklar bulunur:

**Kuruluş Amacı:** Şirketler kâr elde etmek amacıyla kurulur. Dernekler ise kâr amacı gütmeyen, sosyal veya mesleki amaçlarla çalışan kuruluşlardır.

**Katılımcı Sayısı:** Şirket toplantılarına genellikle 100'den az kişi katılır. Dernek toplantılarında bu sayı yüzlerle ifade edilir (Görsel 1.6).



Görsel 1.6: Büyük bir salonda toplantı

**Toplantı Süresi:** Şirket toplantıları genelde yarım gün ile bir buçuk gün arası sürerken dernek toplantıları iki ya da üç gün devam edebilir.

**Zamanlama:** Şirket toplantıları yıl boyunca her zaman yapılabilir. Dernek toplantıları ise çoğunlukla ilkbahar ya da sonbaharda düzenlenir.

**Katılım Durumu:** Şirketlerde katılım genellikle zorunludur ve masraflar şirket tarafından karşılanır. Derneklerde ise katılım gönüllüdür ve giderler katılımcı tarafından ödenir ancak bazı durumlarda dernek bu masrafları üstlenebilir.

**Bütçe Planlaması:** Şirketler, toplantılar için önceden bütçe hazırlar ve toplantı yeri ile program, buna göre belirlenir. Dernekler ise bütçelerini üyelik aidatları ve toplantıdan elde edilecek gelirlerle oluşturur.

### 1.1.8. Toplantının Planlanması

Toplantıya katılacak olan katılımcılar önceden belirlenir. Böylece düzenli yapılan toplantılarda zaman kaybı da önlenir. Alanında uzman kişilerin toplantılara davet edilerek bilgi birikimlerini paylaşması beklenir.

Toplantıya kimlerin davet edileceği belirlenirken şu kriterler göz önünde bulundurulmalıdır:

- ✘ Toplantıda bilgi sunacak kişiler
- ✘ Toplantıdan bilgi alması gereken katılımcılar
- ✘ Konuya ilişkin deneyim ve uzmanlığı olan kişiler
- ✘ Kurum içi hiyerarşi veya protokol gereği davet edilmesi gerekenler
- ✘ Olası anlaşmazlıklarda denge unsuru olabilecek kişiler
- ✘ Alınan kararları uygulama yetkisine sahip olanlar

## 1.1.9. Etkin ve Verimli Toplantı

Toplantı için gereken önem verilmediğinde ya da yeterli düzeyde hazırlanmadığında maddi ve manevi kayıplar söz konusu olabilir. Bu nedenle toplantı yönetimi tarafından iyi bir planlama yapılmalıdır. Ayrıca toplantı sırasında ve sonrasında yönetim bu süreci yakından takip etmelidir. Sektörde deneyimli toplantı organizatörleri, başarının sağlanmasında önemli rol oynar. Ayrıca toplantının etkin olması örgütün ya da grubun başarısı açısından hayati bir öneme sahiptir. Toplantı organizasyonlarındaki ayrıntılar oldukça önemlidir ve yaşanacak en küçük bir aksaklık bile organizasyonun başarısını engelleyebilir.

### SIRA SİZDE



**Durum:** Okulunuzda “çevre bilinci ve geri dönüşüm” konulu bir bilgilendirme toplantısı düzenlenmesine karar verildi. Siz bu toplantının planlanmasından sorumlu kişisiniz. Bu durumda katılımcıların dikkatini çekmek ve toplantıyı verimli geçirmek için nasıl bir planlama yapardınız? Düşüncelerinizi aşağıda verilen boşluğa yazarak sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 1.1.10. Toplantı Denetimi

Toplantılar, kurum içinde en çok harcama yapılan iletişim yöntemlerinden biridir. Bu nedenle maliyetleri dikkatle takip etmek gerekir. Toplantılarda dikkat edilmesi gereken başlıca harcama kalemleri şunlardır:

- ❏ Toplantıdan elde edilen kazançlar
- ❏ Toplantının öncesi ve sonrası için yapılan yönetim giderleri
- ❏ Yolculuk ve ulaşım masrafları
- ❏ Gerekli araç ve gerecin satın alınması ya da kiralanması (Görsel 1.7)



Görsel 1.7: Toplantı kaydı için kullanılan kamera

- ❏ Toplantının yapıldığı mekânın ücreti
- ❏ Katılımcıların konaklama giderleri
- ❏ Telefon ve çevrim içi görüşme masrafları
- ❏ Sunulan yiyecek ve içecekler (Görsel 1.8)
- ❏ Toplantı sırasında iş yapılmaması nedeniyle kaçırılan satış fırsatları



Görsel 1.8: Toplantı arası fuaye alanı, yiyecek ve içecek ikramı

Pek çok kurum toplantılarının değerlendirmesini düzenli olarak yapmaz. Oysa bunu sağlamanın en kolay ve etkili yolu, toplantı sonrasında katılımcılara anket uygulamaktır. Her katılımcı, sorulara kendi düşüncesine göre cevap vermelidir. Toplantı denetimi sırasında şu adımlar izlenmelidir:

- ✘ İyi giden işler belirlenmeli ve olumlu şekilde değerlendirilmeli.
- ✘ Geliştirilebilecek alanlar saptanmalı.
- ✘ Hangi işlerin daha fazla, daha az ya da farklı şekilde yapılması gerektiği kararlaştırılmalı.
- ✘ Kimlerin hangi görevlerden sorumlu olduğu netleştirilmeli.
- ✘ Üzerinde uzlaşmaya varılan değişiklikler bir sonraki toplantıdan sonra tekrar gözden geçirilmeli.

Bu adımlar sayesinde toplantılar daha verimli ve etkili hâle getirilebilir. Örnek bir toplantının değerlendirilmesi ve alınan kararlar şu şekilde olabilir:

## ..... Toplantısında Alınan Kararlar

1. Geçen yılki anket çalışmalarının var olan şekliyle yürütülmesine,
2. Birimlerden istenecek yürütülen ölçme ve değerlendirme süreçleriyle ilgili bilgi toplama formunun ..... tarafından hazırlanarak Komisyon ile paylaşılmasına,
3. Birimlere gönderilecek resmî yazının Kalite Koordinatörlüğü tarafından yazılmasına,
4. .... Kalite Süreçlerinin Ölçümünde Kullanılacak Parametre ve Araçlar Tablosu'nun ..... tarafından tüm kalite süreçlerini kapsayacak şekilde senkronize edilmesine, ilgili tablodaki olası ölçeklerle ilgili komisyon üyelerinin ön çalışma yapmalarına ve bir sonraki toplantıda alternatif ölçme yöntemlerinin değerlendirilmesine karar verilmiştir.

Toplantıların denetlenmesi, sürecin sağlıklı ilerlemesi için önemlidir ancak denetim kuralları çok karmaşık ya da sert olursa toplantının akışını olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle bazen dışarıdan bir uzmanın sürece dâhil olması faydalı olabilir. Tarafsız bir gözlemci olan bu kişi hem iyi işleyen noktaları hem de geliştirilmesi gereken alanları daha net bir şekilde tespit edebilir.

## SIRA SİZDE >>

Sizce sınıf toplantısı sonrası yapılan bir ankette toplantının verimli olup olmadığını anlamak için hangi sorular sorulmalı?

## 1.1. ETKİNLİK

### “TOPLANTI SEKTÖRÜNÜ TANIYORUM” ARAŞTIRMA VE SUNUM ETKİNLİĞİ

**Görev:** Bu çalışmada sizden toplantı sektörüyle ilgili güncel ve sektörel veriler üzerine bireysel bir araştırma yapmanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Toplantı sektörünün ülkemizde ya da yaşadığınız şehirdeki durumunu anlamak için güncel ve sektörel verilere dayalı bireysel bir araştırma yapıp araştırmanızın sonuçlarını aşağıdaki adımları izleyerek bir dosya ve kısa bir sunum hâlinde hazırlayınız.

- Araştırma Konusunu Belirleyiniz:** Yaşadığınız şehirde toplantı sektörüyle ilgili kuruluşları, etkinlikleri ve sektörün büyüklüğünü araştırınız.
- Verileri Toplayınız:** Yaşadığınız ilde toplantı organizasyonları düzenleyen firmaları, otelleri veya kongre merkezlerini araştırınız. Yıllık toplantı sayısı, katılımcı sayısı, ekonomik etkiler vb. verileri toplayınız.
- Verileri Düzenleyiniz:** Elde ettiğiniz bilgileri kısa, anlaşılır şekilde bir sunum dosyasına aktarınız. Sunumunuzu görseller (fotoğraf, grafik vb.) ile desteklemeye özen gösteriniz.
- Sunum Hazırlayınız:** Hazırladığınız dosyayı sınıf ortamında kısa bir sunumla paylaşınız. Sunum sırasında sektörel verileri açıklayınız ve toplantı sektörünün neden önemli olduğunu kendi cümlelerinizle ifade ediniz.

### Değerlendirme

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ						
No	Değerlendirme Kriteri	5 (Çok iyi)	4 (İyi)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Araştırma konusu yönergeye uygun ve doğru belirlenmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Sektörel veriler doğru, güncel ve anlamlı kullanılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Sunum ve dosya düzenli ve eksiksiz hazırlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Görsel ve materyaller etkili kullanılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Sunum açık, anlaşılır ve etkili yapılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Not:** Tam puan alamadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gideriniz.

## 1.2. TURİSTİK BÖLGE YÖNETİMİ

Turizm alanında bir yeri tanımlamak için "destinasyon" kelimesi sıkça kullanılır. Bunun yerine "turizm destinasyonu", "turist destinasyonu", "turistik destinasyon", "turistik yöre" veya "turistik bölge" gibi farklı ifadeler de tercih edilebilir. Turistik bölge, turizm faaliyetlerinin ön planda olduğu ve çeşitli şekillerde tanımlanabilen yerleri ifade eder.

### 1.2.1. Turistik Bölge Kavramı

Bir köy, kasaba, ilçe, şehir, ada, bölge, ülke, kıta vb. turistlerin ziyaret ettiği her yer turistik destinasyon olarak tanımlanabilir ancak bir yerin turizm bölgesi sayılabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekir. Turistik yerin oluşturduğu imaj, ziyaretçilerin güvenliği ve sağlığı, doğal ya da insan yapımı cazibe merkezleri ile turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan turizm hizmetleri ve altyapı olanakları bu özellikler arasında yer alır.

Günümüzde turizm sektörünün bu kadar büyümesinde pek çok etken rol oynamıştır. Turizm sektörünün gelişimi planlanırken şu unsurlar dikkate alınmalıdır:

- ✘ Gelir düzeyinin artması
- ✘ İnsanların temel ihtiyaçlarını (beslenme, barınma, giyim, eğitim, sağlık) karşılayabilmesi ve yaşam kalitesinin yükselmesi
- ✘ Boş zamanın artması ve değerlendirme olanaklarının çoğalması
- ✘ Ülkeler arasında barış ortamının oluşması
- ✘ Uluslararası seyahatlerin kolaylaşması ve idari engellerin azaltılması
- ✘ Gelişmiş toplu taşıma sistemlerinin yaygınlaşması ve özel ulaşım araçlarıyla desteklenmesi

### 1.2.2. Turistik Bölge Yönetiminin Yapısı

Son yirmi yılda turizm arz talebi doğrultusunda gelişen destinasyon yönetimi, turizmde ortaya çıkan yeni eğilimlerle önem kazanmıştır. Turistik bölgelerin planlanması, geliştirilmesi ve yönetimi herhangi bir işletmeye kıyasla daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu nedenle turistik bölge yönetiminde devlet, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör önemli aktörler olarak öne çıkar.

Bu üç ana aktörün görev paylaşımı, turizm yönetiminin temelini oluşturur. Etkili bir yönetim için iyi bir örgütlenme gerekir. Bu örgütlenmenin yapısı, aktörlerin üstlendiği rollere ve sunulan hizmetlerin türüne göre şekillenir. Dünya genelinde turizm sektörünün yönetimi ve örgütlenmesi genellikle özel sektör eliyle yürütülmektedir. Ancak doğal kaynaklar

gibi kamusal mallar, turistik ürün olarak sunulurken devletin koruyucu ve düzenleyici görevleri de devreye girer. Bu nedenle turizm hem devletin hem de özel sektörün birlikte çalıştığı bir alan hâline gelmiştir.

Turizm yönetimi, sadece turist danışma merkezlerinin bütçesinden ibaret değildir. Arazi planlamasından yerel hizmetlerin düzenlenmesine, kamu yönetimiyle toplum arasındaki ilişkilere kadar geniş bir alanı kapsar. Aynı zamanda turizmde izlenecek politikalar da bölge yönetimi açısından önemlidir. Bu politikalar; turizmi geliştirmeye, yönlendirmeye ve düzenlemeye yönelik hedef, karar ve stratejileri içerir. Alınan bu kararlar, turizm sektörünün geleceğini belirlemede yol gösterici olur.

Turizm yönetimiyle ilgili konular, ülkelerin kalkınma planlarında da yer alır (12. Kalkınma planına 2024-2028, QR kodunu taratarak ulaşabilirsiniz.). Türkiye’de hazırlanan kalkınma planlarında özel sektörün desteklenmesi ve devletin özel sektörle daha yakın çalışması gerektiği belirtilmiştir. Devlet, özellikle 1980 sonrasında doğrudan işletmecilikten çekilmiş bunun yerine altyapı yatırımlarına yönelmiştir.

### BİLGİ KÖŞESİ !

On ikinci kalkınma planına yandaki karekodu okutarak veya aşağıdaki link ile ulaşabilirsiniz.

<http://kitap.eba.gov.tr/KodSor.php?KOD=48666>



Son yıllarda ise dünya genelinde yaşanan ekonomik ve küresel gelişmeler doğrultusunda devletin turizmdeki rolü yeniden şekillenmiştir. Bu süreçte devlet, özel sektör ve yerel yönetimlerle daha güçlü iş birliği kurarak birlikte yönetim modeline geçmiş böylece merkezi yönetim yerine yerinden yönetim anlayışı benimsenmiş; kamu hizmetleri özel sektör ortaklığı ile birlikte yürütülmeye başlanmıştır. Geleneksel bakanlık yapıları yerine özerk kurumların öne çıkması, devletin sektördeki rolünü düzenleyici ve denetleyici bir noktaya taşımıştır.

Turizm yönetimiyle ilgili önemli konulardan biri de kriz anlarında izlenecek stratejilerdir. Doğal afetler, salgın hastalıklar, siyasi belirsizlikler ya da ekonomik dalgalanmalar gibi durumlar, turizm sektörünü doğrudan etkileyebilir. Bu gibi dönemlerde turistik bölgelerin güvenliğini sağlamak, hızlı iletişim kurmak ve ziyaretçilere şeffaf bilgi sunmak yöneticilerin sorumluluğundadır. Aynı zamanda kriz sonrası toparlanma sürecinin planlanması, bölgenin imajının korunması açısından büyük önem taşır. Bu nedenle başarılı bir turizm yönetimi yalnızca gelişim ve tanıtımı değil krizlere karşı hazırlıklı olmayı ve dayanıklılığı da içermelidir.

**BİLGİ KÖŞESİ** !

Kabul Tarihi: 18/7/2021 tarihli ve 7334 sayılı Turizm Teşvik Kanununda Değişiklik Yapılması;

**MADDE 1** – 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 3 üncü maddesinin birinci fıkrasının (b), (d), (g) ve (i) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve fıkraya aşağıdaki bentler eklenmiştir.

**b) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri:** Turizm hareketleri ve faaliyetleri yönünden önem taşıyan veya doğal, tarihî ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı, korunması ve geliştirilmesinde kamu yararı bulunan yörelerde, koruma kullanma dengesi gözetilerek sektörel kalkınmanın sağlanması ve turizm sektörünün plânlı ve kontrollü gelişiminin sağlanması amacıyla yeri, mevkii ve sınırları Cumhurbaşkanlığı kararıyla tespit ve ilân edilen alanları,

**d) Turizm Merkezleri:** Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri dışında kalmakla birlikte, bu bölgelerin niteliğini taşıyan, turizm hareketleri ve faaliyetleri açısından öncelikle geliştirilmesinde kamu yararı bulunan orman vasıflı olanlar dâhil Hazine taşınmazları ile tescili mümkün olan Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerde yeri, mevkii ve sınırları Cumhurbaşkanlığı kararıyla tespit ve ilân edilen alanları,

<https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/07/20210728-2.htm> ( Erişim tarihi ve saati: 02.12.2024,12.50)

**SIRA SİZDE** >>

Turizm sektörünün büyümesini sürdürebilmesi için hangi alanlarda iyileştirme yapılmasını önerirsiniz? Neden? Düşüncelerinizi aşağıda verilen boşluğa yazınız.

.....

.....

.....

.....

**1.2.3. Günümüzde Turizm Yönetimi**

Günümüzde turizm yönetimi devlet ve özel sektör iş birliği ile sınırlı kalmayıp daha kapsayıcı ve sürdürülebilir uygulamalarla yürütülür. Bu çerçevede, yerel toplulukların turizm süreçlerine aktif katılımı sağlanarak turizm faaliyetlerinin hem bölgesel kalkınmaya hem de toplumun yaşam kalitesine katkıda bulunması hedeflenir. Yönetim ve planlama aşamalarında çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri ön plana çıkar, doğal ve kültürel değerlerin korunarak gelecek nesillere aktarılması önem kazanır.

Ayrıca dijitalleşme ve akıllı destinasyon yönetimi uygulamaları; turizm sektöründe hızla yaygınlaşmakta özellikle uluslararası kongrelerin tanıtımı, organizasyonu ve pazarlanması süreçlerinde etkin bir araç hâline gelmektedir. Bu teknolojiler sayesinde destinasyonlar küresel pazarda daha görünür duruma gelirken yönetim süreçleri de daha etkin bir şekilde yürütülmektedir. Öte yandan, turizm yönetiminde kriz ve risk yönetimi planlarının oluşturulması da önem taşıyan bir diğer konu olarak öne çıkmakta; sağlık, çevre veya güvenlik kaynaklı beklenmedik durumlar karşısında bölgelerin dayanıklılığı artırılmakta ve destinasyonların güvenilirliği korunmaktadır.

## 1.2. ETKİNLİK

### TURİSTİK BİR BÖLGEYİ YÖNETMEYE HAZIR MISINIZ?

**Görev:** Turizm il müdürlüğünde çalışan bir uzman olarak hızla gelişen bir turistik bölge için yönetim planı hazırlamanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Turizm il müdürlüğünde çalışan genç bir uzmanız. Yaşadığınız şehirde hızla gelişen bir turistik bölgede bölge yönetim planı hazırlamak için görevlendirildiniz. Bu planı hazırlarken aşağıdaki adımları izleyiniz.

- Bölgenizi Seçiniz:** Yaşadığınız ilde veya tanıdığınız bir bölgede gelişmekte olan bir turistik alan belirleyiniz.
- Sektörel Verileri Araştırınız:** Seçtiğiniz bölgeyle ilgili turist sayıları, konaklama tesisleri, ulaşım durumu, çevresel koşullar gibi verilere ulaşmaya çalışınız. Bu bilgileri çeşitli internet siteleri, belediye veya turizm müdürlüklerinin kaynaklarından araştırabilirsiniz.
- Yönetim Planınızı Oluşturunuz:** Elde ettiğiniz bilgiler doğrultusunda bir yönetim planı hazırlayınız.
- Sunumunuzu Hazırlayınız:** Araştırma ve planınızı kısa bir sunum hâline getiriniz. Dilerseniz görseller ya da grafikler ekleyerek daha etkili hâle getirebilirsiniz.
- Teslim Şekli:** 1 sayfalık özet plan dosyası (yazılı) ve 3 ila 5 dakikalık sözlü sunum.

### Değerlendirme

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ						
No	Değerlendirme Kriteri	5 (Çok iyi)	4 (İyi)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Araştırma konusu yönergeye uygun ve doğru belirlenmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Sektörel veriler doğru, güncel ve anlamlı şekilde kullanılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Konaklama, ulaşım, teknik altyapı gibi unsurlar detaylı şekilde planlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Etkinlik sürecinde yaratıcı fikirler geliştirilmiş ve olası sorunlara çözüm üretilmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Sunum açık, yönergeye uygun hazırlanmış ve etkili yapılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Not: Tam puan alamadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gideriniz.

### 1.3. ULUSLARARASI KONGRELERİN ORGANİZASYONU VE PAZARLANMASI

Turistik faaliyetlerin gerçekleşebilmesi için tarihî, doğal ve kültürel değerlerin yanı sıra çeşitli mal ve hizmetlerin turistlere sunulması sürecinin iyi organize edilmesi gerekmektedir. Bu organizasyonların ekonomik ve sosyal fayda sağlayabilmesi için sürecin planlı bir şekilde yürütülmesi büyük önem taşır. Başka bir deyişle turistik faaliyetlerin ve ürünlerin oluşturulması için turizm sektörünü düzenlemek, planlamak, geliştirmek, denetlemek ve örgütlemek gereklidir.

Zaman içinde turizm sektöründeki bu organizasyonlara artan ilgi, toplantı ve kongre turizminin ortaya çıkmasını sağlamış ve sektöre önemli katkılar sunmuştur. Literatürde **kongre turizmi** “İş, bilim veya eğitim amacıyla düzenlenen toplantı, seminer ve konferanslara katılmak için insanların başka bir şehre veya ülkeye kısa süreli seyahat etmesiyle oluşan turizm türüdür.” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tür turizm toplantılarıyla sınırlı kalmayıp konaklama, ulaşım ve eğlence gibi faaliyetleri de kapsar. Böylece düzenlendiği şehre ve ülkeye ekonomik, kültürel ve sosyal birçok katkı sunar. Kongre turizmi, ulusal ve uluslararası olmak üzere iki ana grupta incelenebilir.

#### Ulusal Kongre Etkinliklerinin Özellikleri

- ✘ Katılımcılar aynı ülkenin sınırları içinden gelir.
- ✘ Ülke içindeki şehirlerin tanıtımı ve ekonomisine katkı sağlar.
- ✘ Planlama ve organizasyon süreçleri uluslararası etkinliklere göre daha kolay ve düşük maliyetlidir.
- ✘ Ortak dil ve kültür sayesinde iletişim kolay ilerler.

#### Uluslararası Kongre Etkinliklerinin Özellikleri

- ✘ Farklı ülke ve kültürlerden katılımcılar bir araya gelir.
- ✘ Ev sahibi ülke, uluslararası tanıtım ve imaj geliştirme fırsatı yakalar.
- ✘ Katılımcıların daha uzun süreli konaklaması ve daha yüksek harcama yapması yerel ekonomiye büyük katkı sağlar.
- ✘ Organizasyon süreci daha titiz ve profesyonel yürütülmeli, dil desteği sağlanmalıdır.
- ✘ Ülkeler arası iş birliği, bilimsel paylaşım ve diplomatik ilişkiler gelişir.

Kongre turizmi alanında hizmet veren meslek mensupları, bu pazardan daha fazla pay alabilmek için örgütlenerek çeşitli kuruluşlar oluşturmuştur. Bu kuruluşlar; ulusal turizm kuruluşları, kongre büroları birlikleri, kongre pazarlarını pazarlayan kuruluşlar ve kongre organizatörü kuruluşlar olarak sınıflandırılabilir.

Kongre organizasyonları, çok sayıda mal ve hizmet üreten işletmeyi kapsayan geniş bir yapıya sahiptir. Bu süreçte seyahat acenteleri,

ulaştırma hizmetleri, bankacılık sektörü ve toplantı salonları gibi (Görsel 1.9) birçok unsur organizasyonun ayrılmaz bir parçasını oluşturur. Böylece kongre turizmi sektörü hem ekonomik hem de sosyal açıdan turizme önemli katkılar sunarak gelişmeye devam etmektedir.



Görsel 1.9: Uluslararası kongre salonu

### 1.3.1. Kongre Turizmiyle İlgili Kuruluşlar

Kongre turizmi, dünya genelinde hızla gelişen ve turizm gelirlerine önemli katkı sağlayan bir alandır. Bu alanın sağlıklı şekilde büyümesi, kalite standartlarının belirlenmesi ve ülkeler arası iş birliğinin güçlenmesi için uluslararası kuruluşların çalışmaları büyük önem taşır. Dünya çapında faaliyet gösteren birlikler ve dernekler; kongre organizatörlerini, turizm profesyonellerini ve destinasyon temsilcilerini bir araya getirerek bilgi paylaşımı ve ağ kurma imkânı sunar. Ayrıca bu yapılar; kongrelerin düzenlenmesiyle ilgili rehberlik eder, sektörün etik kurallarını belirler ve yeni pazarlara açılmayı destekler. Özellikle kongre ve toplantı endüstrisinde sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve erişilebilirlik gibi konular bu kuruluşların öncelikli gündemindedir. Ülkeler, bu organizasyonlara üye olarak uluslararası alanda daha görünür hâle gelir ve rekabet gücünü artırır.

#### 1.3.1.1. Ulusal Turizm Kuruluşları

Ulusal turizm kuruluşları, bir ülkenin turizm politikalarını belirleyen, planlayan ve uygulayan resmî kurumlardır. Bu kuruluşlar; tanıtım faaliyetleri yürütür, turizm yatırımlarını destekler ve sektörün gelişimini takip eder. Aynı zamanda turizmle ilgili verileri toplar, analiz eder ve karar alıcılara rehberlik eder. Ülkelerin turizm potansiyelini artırmak ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek bu kuruluşların temel hedefidir.

#### 1.3.1.2. Kongre Büroları Birlikleri

Kongre büroları birlikleri, kongre ve toplantı turizmini geliştirmek amacıyla farklı şehirlerdeki kongre ofislerini bir araya getirir. Bu birlikler; destinasyonların tanıtımını yapar, organizatörlerle iş birliğini kolaylaştırır ve kongre turizmine yönelik stratejik çalışmalar yürütür.

**Ulusal Kongre Büroları:** Buldukları ülkenin adını taşıyan ve o ülkenin kongre, fuar ve toplantı kapasitesini tanıtan resmî tanıtım kuruluşlarıdır. Örneğin İspanya Kongre Bürosu ya da Türkiye Kongre Bürosu ülkelerinin kongre turizmi potansiyelini yurt dışında tanıtmak, uluslararası etkinlikleri ülkeye çekmek ve organizatörlere bilgi desteği sunmakla görevlidir.

**Yöresel Kongre Büroları:** Belirli bir coğrafi bölgede yer alan farklı ülkelerin kongre ofislerinin oluşturduğu birliklerdir. Örneğin Avrupa Kongre Büroları Birliği [European Cities Marketing (Yuropiyın Sitiz Markıtink)], bölge içi tanıtımı güçlendirmek ve ortak pazarlama stratejileri geliştirmek amacıyla çalışır.

**Uluslararası Kongre Büroları Birliği [IACVB (International Association of Convention and Visitors Bureaus) (interneyşinil asoşieyşin of kanvenşin end vizitirs biuros)]:** Dünya genelindeki ulusal ve yöresel kongre ofislerini bir araya getiren bir çatı kuruluşudur. Merkezi Washington'da bulunan bu birlik sektördeki bilgi paylaşımını, iş birliğini ve gelişimi destekler.

### 1.3.2. Kongre Merkezlerini Pazarlayan Kuruluşlar

Kongre turizmine yön veren ve bu alanda uluslararası tanıtım yapan birçok kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar üyeleri olan ülkeler, şehirler, tesisler veya kurumların toplantı imkânlarını çeşitli yayınlar, kataloglar ve dergiler aracılığıyla tanıtarak destek sağlar. Aynı zamanda kongre düzenlemek isteyen kuruluşlara, üyeleri hakkında güvenilir ve olumlu referanslar sunarlar.

Bu uluslararası organizasyonların kongre turizmine katkı sağlayan başlıca görevleri şunlardır:

- ✘ Kamu sektörü ile kongre endüstrisi arasındaki iş birliğini koordine etmek
- ✘ Talep (alıcı) ve arz (satıcı) taraflarını tek bir platformda temsil etmek
- ✘ Toplantı ve grup organizatörleriyle yakın iş birliği içinde çalışmak
- ✘ Kongre katılımcılarının bilgi ve destek ihtiyaçlarını karşılamak
- ✘ Sektörün önde gelen aktörlerine gerekli kaynak ve hizmetleri sağlamak
- ✘ Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirerek kongre destinasyonlarının global ölçekte tanıtımını yapmak
- ✘ Sektördeki yenilikleri ve teknolojik gelişmeleri takip edip üyelerine bu konularda eğitim ve danışmanlık vermek

**Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği [ICCA (International Kongres And Convention Association ) (interneyşinil kongırs end konvenşin asoşieyşin)]:** 1963 yılında seyahat acenteleri ve kongre bürolarının bir

araya gelmesiyle kurulmuştur. Birliğin temel amacı, dünya genelinde kongre ve toplantı turizmini geliştirmek ve üyeleri arasında iş birliğini güçlendirmektir. Ayrıca sektörde uluslararası standartların belirlenmesi ve bilgi paylaşımını teşvik ederek kongre destinasyonlarının etkin pazarlanmasına destek olur. ICCA, üyelerine global platformlar sağlayarak etkinliklerin daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırır. Böylece kongre turizminin sürdürülebilir büyümesine önemli katkılar sunar.

**Uluslararası Dernekler Birliği [UIA (Union of International Association) (yunyın of interneyşinil asoşieyşin)]:** Belçika’da 1907 yılında kurulmuş bağımsız bir kuruluştur. Dünya çapında faaliyet gösteren uluslararası derneklerin bilgilerini toplar ve paylaşır. UIA, derneklerin görünürlüğünü artırmak ve iş birliğini güçlendirmek için çalışır. Her yıl yayımladığı takvim ve rehberlerle uluslararası toplantıların listesini sunar böylece kongreler hakkında bilgi sağlar ve dernekler arasında bağlantılar kurar.

**Uluslararası Destinasyon Pazarlama Birliği [DMAI (Destination Marketing Association International) (destineyşin markiding asoşieyşin interneyşinil)]:** Dünya genelindeki turizm destinasyonlarının tanıtımını ve pazarlanmasını destekleyen önemli bir kuruluştur. Birlik, üye şehirler ve bölgeler arasında iş birliğini artırarak etkili pazarlama stratejileri geliştirir. DMAI, turizm sektöründeki yenilikleri takip ederek üyelerine eğitim ve rehberlik sağlar. Ayrıca düzenlediği etkinliklerle destinasyonların bilinirliğini artırmayı hedefler. Böylece turizm alanında rekabeti güçlendirmeye katkıda bulunur.

### **BİLGİ KÖŞESİ** !

53 farklı ülkede bulunan 170 kongre merkezinde 750’den fazla kongre sektörü çalışanı bulunmaktadır. Türkiye, 1997 yılında Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği’ne (AIPC) üye olmuştur. Ayrıca İstanbul Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, AIPC’ye ilk üye olan ve AIPC Kalite Standartları Belgesi’ne sahip ilk kongre merkezidir.

**Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği [AIPC (Association Internationale des Palais de Congress) (Asoseyşin internasyonel di paladi di kongres)]:** Dünya çapında kongre ve sergi merkezlerinin yöneticilerini bir araya getiren önemli bir kuruluştur. Birlik; üyelerine araştırma, eğitim ve iletişim olanakları sunarak yüksek kalite standartlarına ulaşmalarına destek olur. Ayrıca kongre merkezlerinin yönetiminde mükemmelliği teşvik etmek ve tanıtımını yapmak için çalışmalar yapar. AIPC, sektörde profesyonel gelişimi sağlamak amacıyla çeşitli programlar düzenler. Böylece etkinliklerin sorunsuz gerçekleşmesini sağlayarak hem organizatörlere hem de katılımcılara yüksek kalitede deneyim sunar.

**Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Birliği [IAPCO (The International Association of Professional Congress Organizers) (di interneyşinil asoşieyşin of pörfeşinil kongiris organayzır)]:** Kongre ve etkinlik organizasyonu alanında faaliyet gösteren profesyonelleri bir araya

getiren uluslararası bir kuruluştur. Birliğin amacı, üyelerinin mesleki standartlarını yükseltmek ve kongre organizasyonlarında kaliteyi artırmaktır. IAPCO, eğitim programları ve sertifikasyonlarla organizatörlerin bilgi ve becerilerini geliştirmelerine destek verir. Ayrıca sektörde etik kuralların benimsenmesini teşvik eder ve üyeler arasında deneyim paylaşımını sağlar. Bu sayede profesyonel kongre organizasyonlarının planlanması ve yürütülmesinde mükemmelliğe ulaşılmasına katkıda bulunur.

**Birleşik Toplantı Endüstrisi Konseyi [JMIC (Joint Meetings Industry Council) (coind midinks indıstıri kensıl)]:** Dünya çapında toplantı, kongre ve etkinlik sektöründeki önde gelen uluslararası kuruluşları bir araya getiren önemli bir yapıdır. Konseyin temel amacı, sektör içindeki iş birliğini güçlendirmek ve ortak standartlar oluşturmaktır. JMIC, farklı örgütlerin görüşlerini birleştirerek sektörün sürdürülebilir gelişimini destekler. Ayrıca uluslararası alanda bilgi paylaşımı ve koordinasyon sağlar. Toplantı endüstrisindeki ortak sorunlara çözüm bulmak için iş birlikleri geliştirir. JMIC, sektördeki profesyonel uygulamaların yaygınlaşmasına katkıda bulunur. Böylece küresel toplantı sektörünün büyümesine ve kalitesinin artmasına öncülük eder.

## SIRA SİZDE >>

**Durum:** “Bir şehir uluslararası bir kongreye ev sahipliği yapma şansı kazandı. Kongre, şehrin ekonomisine ve turizmüne büyük katkı sağlamayı amaçlıyor.” Buna göre aşağıdaki sorular hakkındaki düşüncelerinizi yazarak sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

1. Uluslararası kongrelerin ve toplantıların ev sahibi şehirlere ve yerel işletmelere ekonomik açıdan nasıl katkı sağladığını düşünüyorsunuz?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Kongre düzenlenirken karşılaşılabilecek zorluklar neler olabilir?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Uluslararası Toplantı Profesyonelleri [MPI (Meeting Professionals International) (midinks pörfeşınıls interneyşınıl)]:** 1972'de kurulmuş ve toplantı planlayıcılarının mesleki gelişimini destekleyen önemli bir kuruluştur. Üyelerine eğitim, ağ kurma ve iş fırsatları sunar. Sektörde yüksek kalite ve yenilikçi uygulamaların yaygınlaşmasını hedefler.

**Uluslararası Konferans Tercümanları Birliği [AIIC (International Association of Conference Interpreters) (interneyşınıl asoşieyşın of kanfırınıs intırpırıdır)]:** Dünya genelinde konferans çevirmenlerini temsil eden tek meslek kuruluşudur. 1953 yılında kurulmuş olan AIIC, farklı diller arasındaki iletişimi sağlamak için çalışan tercümanların haklarını korur. Birliğin temel amacı, tercümanların mesleğini en iyi şekilde temsil etmek ve onların çalışma koşullarını iyileştirmektir. Mesleğin hızla geliştiği bölgelerdeki yenilikleri takip ederek tercümanlara destek olur. AIIC, farklı dilleri konuşan insanların birbirini daha iyi anlayabilmesi için çeviri hizmeti verir. Böylece dil farklılıklarının iletişime engel olmasını önler doğru ve etkili çeviriyle küresel diyalogların sağlıklı ilerlemesine katkıda bulunur.

**Teşvik ve Seyahat Yöneticileri Derneği [SITE (The Society of Incentive & Travel Executives) (dı sosayidi of insentif & tirevil egzekudıvs)]:** Teşvik seyahatleri ve iş amaçlı geziler alanında faaliyet gösteren profesyonelleri bir araya getiren uluslararası bir kuruluştur. SITE, üyelerinin bilgi ve becerilerini geliştirmek için eğitim ve deneyim paylaşımı sağlar. Dernek, iş seyahatlerinin planlanması ve yönetilmesinde kaliteyi artırmayı amaçlar. Ayrıca üyelerine geniş bir iletişim ağı sunarak iş bağlantılarını güçlendirmelerine yardımcı olur. SITE, turizm ve iş dünyasının gelişimine katkıda bulunur. Bu sayede iş seyahatlerinin daha verimli ve başarılı geçmesini sağlar. Dernek, sektörde etik standartların korunmasına da önem verir. Derneğin üyeleri, dünya çapında etkinliklerin düzenlenmesinde aktif rol oynar.

### 1.3.2.1. Kongre Merkezleri, Oteller ve Üniversiteler

Kongre merkezleri, oteller ve üniversiteler sadece toplantı ve etkinliklerin düzenlendiği yerler değil aynı zamanda kongre turizminin temel yapı taşlarıdır. Kongre turizminde başarılı bir pazarlama süreci için farklı kurumların bir arada çalışması gerekir. Bu süreçte kongre merkezleri, oteller ve üniversiteler önemli görevler üstlenir.

Kongre merkezleri, büyük toplantı ve etkinliklerin yapılmasına uygun teknik altyapıya ve geniş salonlara sahiptir. Bu merkezler düzenli olarak tanıtım faaliyetleri yürütür, ulusal ve uluslararası kongreleri kendi bünyelerine çekmeye çalışır.

Oteller, konaklama imkânının yanında küçük ve orta ölçekli toplantılar için salon hizmeti verir. Ayrıca misafirlerin konforlu vakit geçirmesi için yiyecek içecek, ulaşım ve boş zaman etkinlikleri gibi destekleyici hizmetler de sağlar.

Üniversiteler, özellikle bilimsel kongrelerin yapılacağı güvenilir ve uygun maliyetli yerler arasında yer alır. Akademik uzmanlığı ve salon altyapısıyla bilimsel etkinliklerin düzenlenmesine katkıda bulunur.

Bu üç kurum, iş birliği içinde çalışarak bir destinasyonun kongre turizminde tercih edilmesini kolaylaştırır. Böylece hem yerel ekonomi canlanır hem de bölgenin tanıtımı yapılmış olur.

### 1.3.2.2. Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO)

Profesyonel Kongre Organizatörleri (PCO), ulusal ve uluslararası ölçekte düzenlenen çok sayıda kongrenin planlanmasında görev alır. Bu kuruluşlar, kongrenin teknik düzenlemelerinden mali kaynak yönetimine kadar birçok alanda sorumluluk üstlenir. Her aşama için bir plan oluşturur ve farklı ekiplerle birlikte çalışarak organizasyonun sorunsuz gerçekleşmesini sağlar. Program hazırlığı, mali işler, tanıtım ve sosyal etkinlikler gibi konular için ayrı çalışma grupları kurar.

PCO'ların temel görevleri arasında organizasyonun tüm teknik işlerini yürütmek, komitelerle iş birliği yapmak, bütçeyi planlamak ve kongrenin tanıtımını üstlenmek yer alır. Ayrıca ulaşım, konaklama, kayıt işlemleri gibi yan hizmetlerin takibini de yapar. Amacı kongrenin hedeflerine uygun şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Tüm süreç boyunca katılımcıların rahat edebilmesi için gerekli kolaylıkları sunar.

Başarılı bir PCO'nun önemli özellikleri şunlardır:

- ❖ **Sorumluluk Sahibi Olmak:** İşlerin zamanında ve eksiksiz yapılmasını sağlamak.
- ❖ **İyi İletişim Kurmak:** Katılımcılar, ekip ve iş ortakları ile etkili ve net konuşabilmek.
- ❖ **Planlama ve Organizasyon Yeteneği:** Tüm işleri önceden planlayıp düzenli bir şekilde yürütmek.
- ❖ **Detaylara Dikkat Etmek:** Küçük ayrıntıları gözden kaçırmayarak sorunları önlemek.
- ❖ **Esnek ve Çözüm Odaklı Olmak:** Karşılaşılan sorunlara hızlı ve pratik çözümler bulabilmek.
- ❖ **Takım Çalışmasına Uyum Sağlamak:** Çeşitli ekiplerle uyum içinde çalışabilmek.
- ❖ **Mali Yönetim Bilgisi:** Bütçe hazırlamak ve kaynakları doğru kullanmak.

### 1.3.3. Kongre Turizminde Pazarlama

Kongre turizmi sadece toplantıların düzenlenmesinden ibaret değildir. Aynı zamanda ulaşım, konaklama, yeme içme hizmetleri, alışveriş ve boş zamanları değerlendirme gibi birçok unsuru da kapsar. Bu nedenle kongre turizminin pazarlanması geniş bir çerçevede ele alınır.

Pazarlama çalışmaları makro ve mikro düzeyde iki açıdan incelenir. **Makro pazarlama**; uluslararası, ulusal ve bölgesel ölçekte yapılan tanıtım ve iş birliklerini ifade eder. Ülkelerin veya bölgelerin kongre turizmini geliştirmek için yaptığı genel çalışmaları kapsar. **Mikro pazarlama** ise şehirler, oteller ya da kongre merkezleri gibi daha küçük ölçekteki kuruluşların yaptığı tanıtım faaliyetlerini içerir. Örneğin bir otelin kongre misafirlerine yönelik hizmetlerini duyurması mikro düzeyde pazarlamaya örnektir.

### 1.3.3.1. Kongre Turizminde Pazarlama Yönetimi

Kongre turizminde pazarlama yönetimi, kongrelerin başarılı olması için hedeflerin belirlenmesi (planlama), pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesi (uygulama) ve sonuçların değerlendirilerek gerekli düzenlemelerin yapılması (kontrol) süreci şeklinde tanımlanmaktadır. Bu süreç sayesinde kongre organizatörleri, etkinlikleri doğru kitleye ulaştırır, verimli işler yapar ve sürekli gelişim sağlar. Böylece kongre turizmi daha etkili ve başarılı hâle gelir.

### 1.3.3.2. Stratejik Kongre Pazarlama Planlaması Süreci

Kongre turizmi pazarlamasında stratejik planlama, uzun vadeli hedeflere ulaşmak için yapılan hazırlık ve yol haritası belirleme sürecidir. Bu süreç, pazarlama faaliyetlerinin etkili ve düzenli şekilde yürütülmesini sağlar. Stratejik planlama şu aşamalardan oluşur:

**Durum Analizi:** Mevcut durum, pazar, rakip ve hedef kitlenin incelenmesi.

**Hedef Belirleme:** Kongrenin ulaşması gereken somut ve ölçülebilir amaçların saptanması.

**Strateji Geliştirme:** Hedeflere ulaşmak için kullanılacak yöntemlerin ve kaynakların planlanması.

**Uygulama:** Planlanan pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi.

**Kontrol ve Değerlendirme:** Sonuçların izlenmesi, ölçülmesi ve gerekirse planların güncellenmesi.

Gerekli ölçütler ise şunlardır:

- ✘ Katılımcı sayısı ve profili
- ✘ Bütçe kullanımı ve maliyet kontrolü
- ✘ Pazarlama faaliyetlerinin etkinliği
- ✘ Katılımcı memnuniyeti
- ✘ Rekabet avantajı ve pazar payı
- ✘ Zamanında ve hedefe uygun uygulama

Bu ölçütler stratejik planlamanın başarılı olup olmadığını anlamaya yardımcı olur ve gelecekteki kongrelerin daha iyi organize edilmesini sağlar.

### 1.3.3.3. Kongre Pazarlama Programlarının Uygulanması Süreci

Kongre pazarlama süreci, hazırlıkların tamamlanmasının ardından uygulamaya geçilmesiyle başlar. Tanıtım kampanyaları düzenlenir, davetler gönderilir ve hedef gruplarla iletişim kurulur. Broşür, sosyal medya, e-posta gibi araçlarla kongrenin içeriği ve imkânları tanıtılır. Otel ve ulaşım ayarlamaları yapılır, yerel iş ortakları sürece dâhil edilir. Ayrıca görev paylaşımı yapılır, çalışmaların zamanında ilerlemesi için süreç düzenli olarak izlenir ve gerekli durumlarda müdahale edilir. Tüm bu çalışmaların amacı, kongrenin sorunsuz ve etkili bir şekilde gerçekleştirilmesidir.

### 1.3.3.4. Sonuçların Değerlendirilmesi ve Geri Bildirim

Kongre pazarlama planı, belirlenen hedeflere ulaşıldığında başarılı kabul edilir. Eğer sonuçlar beklentilerin altında kalırsa bunun nedenleri araştırılmalıdır. Kongre tamamlandıktan sonra yapılan çalışmaların etkisi değerlendirilir. Katılımcı sayısı, memnuniyet düzeyi ve ekonomik katkı gibi ölçütler analiz edilir. Katılımcılara uygulanan anketlerle güçlü ve zayıf yönler ortaya çıkarılır. Bu geri bildirimler, gelecekte yapılacak kongreler için yol gösterici olur. Sürekli gelişim sağlamak için her kongreden sonra değerlendirme yapılması gerekir.

Kongre pazarlama planlama süreci yalnızca kongre öncesi hazırlıklarla sınırlı değildir, kongre tamamlandıktan sonra yapılan değerlendirmeler de sürecin en önemli adımlarındandır. Kongre sonrası değerlendirme sürecinde dikkate alınması gereken temel ölçütler Tablo 1.1’de görülebilir.

**Tablo 1.1: Sonuçların Değerlendirilmesi ve Geri Bildirim**

KONGRE SONRASI DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ		
	Değerlendirme Aşaması	Açıklama
»	Katılımcı Sayısı	Hedeflenen sayıya ulaşıp ulaşılmadığı incelenir.
»	Katılımcı Memnuniyeti	Anketler yoluyla memnuniyet oranı ölçülür.
»	Ekonomik Katkı	Kongrenin bölgeye sağladığı doğrudan ve dolaylı katkılar analiz edilir.
»	Geri Bildirim ve İyileştirme	Gelecek kongreler için güçlü ve zayıf yönler belirlenir.

## SIRA SİZDE >>

**Durum:** “Büyük bir uluslararası kongre düzenlenmek üzere görevlendirilen bir konaklama işletmesinde çalışıyorsunuz. Kongreye yerli ve yabancı birçok akademisyen, sektör temsilcisi ve medya çalışanının katılması planlanmaktadır. Kurumunuz, zamanın kısıtlı olduğunu düşünerek sizden etkili bir pazarlama planı hazırlamanızı istiyor.” Bu durumu göz önünde bulundurarak aşağıdaki soruları sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

1. Bu kongreyi hangi hedef kitleye ulaştırmak istersiniz? Katılımı artırmak için hangi tanıtım yöntemlerini kullanırdınız?
2. Etkinliğin öne çıkması için nasıl bir pazarlama stratejisi izlerdiniz?

## 1.3. ETKİNLİK

### “SENİN ETKİNLİK PLANIN” ULUSLARARASI KONGRE YÖNETİMİ VE PAZARLAMASI

**Görev:** Uluslararası bir kongre düzenlemek için kongrenin planlama ve tanıtım sürecini oluşturmanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Uluslararası bir kongreyi planlamakla ve tanıtmakla görevlendirildiğinizi hayal ediniz. Bu süreçte atacağınız adımları düşünerek aşağıda verilen sorulara bakış açınıza göre cevap veriniz ve hayalinizdeki kongreyi planlamaya başlayınız.

1. Sizin kongrenizin konusu ne olur?
2. Kongrenize kimler katılır?
3. Kongrenizi ne zaman ve nerede yaparsınız?
4. Kongreniz kaç gün sürer ve neler olur?
5. Kongrenizi nasıl duyurursunuz?
6. Kongrenizin başarısını nasıl anlarsınız?

#### Değerlendirme

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ						
No	Değerlendirme Kriteri	5 (Çok iyi)	4 (İyi)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Kongrenin konusu ve amacı açık ve anlamlı bir şekilde belirlenmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Hedef kitle doğru analiz edilmiş ve uygun şekilde tanımlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Kongre için uygun zaman ve yer dikkatlice seçilmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Program akışı çeşitli etkinliklerle zenginleştirilmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Etkinliğin tanıtımı için yaratıcı fikirler geliştirilmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Uluslararası katılım detaylı şekilde düşünülmüş ve planlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Not:** Tam puan alamadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gideriniz.

## ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru cevabı işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi toplantı sınıflandırılmasının içerisinde yer alır?
  - A) Danışmanlık
  - B) Mülakat
  - C) Problem çözme
  - D) Rehberlik
  - E) Yüz yüze görüşme
2. Aşağıdakilerden hangisi toplantı düzenlemenin amaçlarından biridir?
  - A) Yeni ürünlerin tanıtımını yapmak
  - B) Toplantı salonunun kapasitesini ölçmek
  - C) Katılımcıların nereden geleceğini belirlemek
  - D) Otelin oda fiyatlarını karşılaştırmak
  - E) Toplantı salonunun dekorasyonunu yapmak
3. Toplantı denetimi sonunda katılımcılara uygulanan anket sorularında aşağıdakilerden hangisi yer almalıdır?
  - A) Katılımcıların görüşleri
  - B) Toplantı yeri
  - C) Toplantı süresi
  - D) Katılımcı sayısı
  - E) Toplantı saati
4. Aşağıdakilerden hangisi kongre alanında örgütlenmiş kuruluşlar arasında yer almaz?
  - A) Kongre büroları birlikleri
  - B) Ulusal turizm kuruluşları
  - C) Hosteller
  - D) Kongre organizatörleri
  - E) Kongre turizmini pazarlayan kuruluşlar
5. Aşağıdakilerden hangisi ulusal turizm kuruluşlarındanıdır?
  - A) Kampingler
  - B) Moteller
  - C) Maliye Bakanlığı
  - D) Oberjler
  - E) Kültür ve Turizm Bakanlığı ve üniversiteler

6. I. Konferans-Sempozyum  
II. Panel- Zirve  
III. Seminer-Çalıştay  
IV. Forum-Zirve

**Numaralandırılmış öncüllerden hangileri toplantı çeşitlerindedir?**

- A) II-III-IV  
B) I-II-III  
C) I-III-IV  
D) I-II-III-IV  
E) I-II-IV

7. I. Reel gelirin yükselmesi  
II. Boş ve serbest zamanın artması  
III. İnsanların gelir seviyelerinin azalması  
IV. Hızlı, etkili ve geniş ölçüde ulaşılabilir toplu taşımanın gelişmesi

**Numaralandırılmış öncüllerden hangileri turizm endüstrisinin geleceğine yön verecek faktörlerdendir?**

- A) Yalnız I  
B) I-II-IV  
C) I-III-IV  
D) I-II-III-IV  
E) I-II-III

8. I. Kamu sektörü ile kongre endüstrisi arasındaki ilişkileri koordine etmek  
II. Hem alıcıları (talep yönü) hem de satıcıları (arz yönü) temsil etmek  
III. Toplantı ve grup planlayıcıları ile koordineli çalışmak  
IV. Ziyaretçilerin kendi olanakları ile kongreye katılmasını sağlamak

**Numaralandırılmış öncüllerden hangileri uluslararası düzeyde hizmet veren kongre turizm birliklerinin sundukları hizmetlerdendir?**

- A) II-III  
B) I-II-IV  
C) I-II-III  
D) I-II-III-IV  
E) I-III-IV

# 2. ÖĞRENME BİRİMİ

## KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TOPLANTI VE ETKİNLİK HİZMETLERİ

### KONULAR

- 2.1. TİCARİ SERGİ VE FUARLAR
- 2.2. FESTİVALLER VE YARIŞMALAR
- 2.3. BAYİ VE SEKTÖR TOPLANTILARI
- 2.4. SPOR TİF ORGANİZASYONLAR
- 2.5. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TOPLANTI VE KONGRE ORGANİZASYONLARI





## NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

- ✘ Ticari sergi ve fuarların tanımı, faaliyetleri
- ✘ Ticari sergi ve fuar çeşitleri
- ✘ Ticari sergi ve fuarları oluşturan unsurlar
- ✘ Ticari sergi ve fuarların turizm sektöründeki rolü
- ✘ Uluslararası literatüre göre festival organizasyonlarının tanımı ve faaliyetleri
- ✘ Festivaller ve yarışmaları oluşturan unsurlar
- ✘ Festivaller ve yarışmaların turizm sektöründeki rolü
- ✘ Bayi ve sektör kavramları, tanımları
- ✘ Bayi ve sektör toplantıları
- ✘ Uluslararası sektör toplantıları
- ✘ Bayi toplantıları ve toplantıların amacı
- ✘ Bayi toplantılarının organizasyon aşamaları
- ✘ Başarılı organizasyon için gerekenler
- ✘ Bayi ve sektör toplantılarının işletmelere sağladığı faydalar
- ✘ Sportif organizasyonların önemi ve planlanması
- ✘ Konaklama işletmelerinde toplantı ve kongre organizasyonları
- ✘ Konaklama işletmeleri için toplantı ve kongre organizasyonlarının önemi
- ✘ Organizasyonun planlanması ve yönetimi

## TEMEL KAVRAMLAR

- ✘ Fuar
- ✘ Sergi
- ✘ Kongre
- ✘ Festival
- ✘ Toplantı
- ✘ Bayi
- ✘ Sektör

## HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

1. Fuarlar sizce neden düzenlenir? Hangi fuara katılmak istersiniz?
2. Festivaller ve yarışmalar hangi amaçlarla düzenlenir?
3. Sizce bayi toplantılarında neler konuşulur? Neden önemlidir?
4. Sportif organizasyonlar hangi dallarda düzenlenir? Daha önce büyük bir spor organizasyonu izlediniz mi?
5. Toplantı ve kongre organizasyonları hangi amaçlarla düzenlenir? Sınıfta arkadaşlarınızla düşüncelerinizi paylaşınız.



### 2.1. TİCARİ SERGİ VE FUARLAR

Sergi ve fuarlar, farklı kültürlere ait insanların bir araya gelerek kültürel anlayış ve hoşgörülerinin artmasına olanak sağlar. Bu organizasyonlara katılan ulusal ve uluslararası ziyaretçiler; konaklama, yeme içme, ulaşım gibi hizmetlerden faydalanarak turizm gelirlerinin doğrudan artmasında etkilidir. Bu nedenle günümüzde düzenlenen ticari sergi ve fuarlar ticari açıdan büyük önem arz etmektedir.

Türkiye'de ulusal ve uluslararası anlamda ticari sergi ve fuarlar, aynı zamanda fuarcılığın ilk adımları ticari işletmelere olanak sağlayan halka açık toplantılar anlamına gelen panayır ile başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'ndan Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarına kadar uzanan panayır dönemi, 1930'lu yıllardaki organizasyonlarla gelişerek günümüz fuarlarına benzemiştir. Bu anlamda 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında gerçekleşen İzmir İktisat Kongresi, Türkiye'de fuar organizasyonunda bir dönüm noktasıdır.

Günümüzde değişimler hızla yaşandığından uluslararası ilişkilerin değişen doğasına ve bunların uluslararası iç ticaret üzerindeki etkilerine ayak uydurma gereği duyulmaktadır.

#### BİLGİ KÖŞESİ

Pavli Panayırı, Kırklareli'nin Pehlivan köy ilçesinde 1908 yılından beri her sene (1934 ve 2021 yılları hariç) genellikle eylül ayının ikinci haftası kurulur. Bir nevi modern toplumun kültürleşme merkezini temsil eder. Halk arasında "Sonbahar Panayırı" ve "Pomak Bayramı" diye de anılan "Pavli Panayırı", Pehlivan köy ilçesinin tanıtımına ve ekonomisine katkı sunar. Ergene kenarındaki düzlük alanda gerçekleştirilen panayır birçok ziyaretçiyi ilçeye getirir. Türkiye'de hâlâ geleneğini yaşatabilen büyük panayırlardan biri olarak bilinir. Kurulan tezgâhlarda yiyecek, içecek, kıyafet ve süs eşyaları satılır. Panayır süresince kurulmuş olan lunapark alanı ise Roman eğlence kültürünün görüleceği güzel bir ortam sağlar. Bu panayır, yaşayan Trakya kültürünü merak edenler için iyi bir deneyimdir. Genel olarak panayırlar, bulunduğu yerlerin çevresel yerleşimleri ve toplumsal yaşamında önemli bir rol oynar. Farklı yaş, cinsiyet, etnik köken ve inançlardan gelen ziyaretçiler panayırlar sayesinde bir araya gelir ve kültürel birleşim yaşanır.

Çetinbaş, U. (2024). ASIRLIK BİR GELENEK PAVLİ (PEHLİVANKÖY) PANAYIRI. *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi*, 8(3), 172-228. Erişim linki: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4166929> (Erişim tarihi: 28.01.2025, 10.00)

#### 2.1.1. Ticari Sergi ve Fuarların Tanımı, Faaliyetleri

**Fuar ve sergiler;** firmaların ürün ve hizmetlerini tanıtmak, pazarlamak ve satmak amacıyla düzenlenen etkinliklerdir. Ancak sergiler genellikle belli bir temayı veya sanat eserini sunmak amacıyla düzenlenir. Bu sergilerin genellikle ticari amaçları yoktur.

Bu iki etkinlik türünün de genel özellikleri ve faaliyetleri şu şekilde sıralanabilir:

- Bu etkinlikler genellikle belirli bir sektöre veya endüstriye odaklanır ve ilgili firmaları bir araya getirir.

- ✘ Katılımcılar; ürünlerini sergilemek, yeni müşterilere ulaşmak ve mevcut ilişkileri güçlendirmek için ticari fuarlara katılır.
- ✘ Fuarlar büyük çapta düzenlenir, birkaç gün veya hafta sürebilir.
- ✘ Ziyaretçiler genellikle yeni ürünleri keşfetmek, sektördeki yenilikleri takip etmek ve iş ilişkilerini genişletmek için fuarlara katılır.
- ✘ Fuarlar, iş hayatında ticari iş birliğinin geliştirilmesine ve endüstriyel gelişmelerin paylaşılmasına olanak sağlar.
- ✘ Bazı durumlarda sergiler iş etkinlikleriyle de birleşerek firmalara satsal ve kültürel içeriklerini sunma fırsatı tanır.
- ✘ Fuar ve sergiler; aynı zamanda firmaların görünürlüğünü artırır, marka bilinirliğini sağlar ve yeni iş fırsatları yaratır.
- ✘ Fuar merkezlerinin ve turizmle ilgili diğer tesislerin yönetim ve işleyişi için gerekli olan iş gücü için geçici ve kalıcı iş imkânları yaratır.
- ✘ Fuarlar düzenlenen ülkenin ya da şehrin kültürel, tarihî ve turistik değerlerinin tanıtımına katkı sağlayarak ziyaretçilerin iş etkinlikleri dışında şehri ya da ülkeyi gezerek kültürel deneyimler kazanmasına olanak tanır.
- ✘ Büyük fuar etkinlikleri, altyapının (havaalanı, toplu taşıma vb.) ve konaklama tesislerinin geliştirilmesini sağlar. Bu yatırımlar fuarlar dışında iç ya da dış turizme de hizmet eder.
- ✘ Fuarlar, yerel işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasına ve iş ortaklıkları kurmasına olanak sağlar. Böylece ekonomik büyümeyi teşvik ederek rekabet gücünü artırır.

Sonuç olarak sergi ve fuarlar turizme ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan önemli katkılar sağlar. Bu etkinlikler yalnızca iş dünyasına değil aynı zamanda ev sahibi şehir ya da ülkelerin genel turizm potansiyelinin de artırılmasına kaynaklık eder. Bu nedenle sektörde sergi ve fuarların önemi büyüktür.

### **BİLGİ KÖŞESİ** !

İşletmecilik tarihinde ilk dünya fuarı olan “Büyük Sergi” 1 Mayıs 1851 tarihinde kapılarını ziyaretçilere açmıştır. Büyüleyici sergi sarayı ve sarayın içindeki dünyanın dört bir yanından gelen ham madde ve endüstri ürünleriyle farklı ülkelerden gelen insanları ilk kez tek bir mekânda buluşturmuştur. Renkli ortamıyla ziyaretçileri ve katılımcıları adeta büyülemiştir. Tarihteki bu ilk uluslararası fuar, Londra’daki ünlü Hyde Park’ta özel olarak inşa edilen Kristal Saray’da [Crystal Palace (Kıristal Palas)] açık kaldığı 1 Mayıs-11 Ekim 1851 tarihleri arasında altı milyondan fazla ziyaretçiyi ağırlamıştır. Fuardan elde edilen gelirler yine bilim ve sanata yatırım yapmak üzere değerlendirilmiş, Victoria ve Albert Müzesi, Bilim Müzesi ve Doğa Bilimleri Müzesi kurulmuştur. Büyük Sergi, günümüzde artık kısaca “Expo” olarak anılan dünya fuarı serisinin ilk organizasyonu olmuştur.

Berber, A., & Kurt, M. (2016). İşletmecilik Tarihi Bağlamında İlk Dünya Fuarı (Londra, 1851). İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 45, 174-181. Erişim linki: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/327583> ( Erişim tarihi: 20.12.2024, 16.50)

### 2.1.2. Ticari Sergi ve Fuar Çeşitleri

Ticari sergi ve fuarlar genellikle belirli bir sektöre odaklanır ve katılımcıların belirli pazarları hedeflemesine olanak tanır. Bu nedenle sergi ve fuarlar genellikle çeşitli kategorilerde düzenlenir. Bu kategoriler şöyle sıralanabilir:

**B2B (Business to Business) Fuarları:** Firmaların ürün ve hizmetlerini diğer firmalara tanıttığı ve iş birliği fırsatlarını değerlendirdiği etkinliklerdir. Örneğin bir inşaat malzemesi üreticisi, ürünlerini diğer inşaat şirketlerine tanıtılabileceği bir B2B ticaret fuarına katılabilir.

**Tüketici Elektroniği Fuarları:** Önde gelen elektronik markalarının tüketici elektroniği ürünlerini tanıttığı ve yeniliklerini sunduğu bir fuardır. Örneğin CES [Consumer Electronics Show (Tüketici Elektroniği Fuarı)] gibi uluslararası etkinlikler, en son teknolojiye sahip elektronik ürünlerin sergilendiği bir B2B ve B2C platformu sağlar.

**Yenilik ve Teknoloji Fuarları:** Yeni icatlar gelişmeler ve teknolojik yeniliklerin sunulduğu etkinliklerdir. Örneğin bir yapay zekâ şirketi, sektöre yeni bir algoritma veya çözüm sunmak için bir teknoloji fuarına katılabilir.

**Otomotiv Fuarları:** Otomobil üreticileri, otomotiv profesyonelleri ve tüketicilerin buluştuğu etkinliklerdir (Görsel 2.1). Örneğin İstanbul Otomobil Fuarı gibi uluslararası etkinlikler, yeni araç modellerinin tanıtıldığı, sektördeki son eğilimlerin sergilendiği önemli platformlardır.



Görsel 2.1: Toplantı hâlindeki katılımcılar

**Turizm ve Seyahat Fuarları:** Turizm sektöründe faaliyet gösteren oteller, seyahat acenteleri, tur operatörleri, hava yolu şirketleri, destinasyon tanıtım ofisleri ve diğer turizm paydaşlarının bir araya geldiği, ürün ve hizmetlerini tanıttığı büyük organizasyonlardır. Bu fuarlar, turizm pro-

fesyonelleri ile tatil planlayan bireylerin buluştuğu, yeni destinasyonlar, tatil paketleri ve hizmetlerin tanıtıldığı etkinliklerdir. Bu fuarlar aynı zamanda ülkeler, şehirler ve bölgeler için kendilerini ulusal ve uluslararası turizm pazarında tanıtmaya fırsatı sağlar.

Örneğin EMITT (Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı), Türkiye'de düzenlenen en büyük ve dünyanın en önemli turizm fuarlarından biridir. Her yıl İstanbul'da yapılan bu fuarda, birçok ülke ve şehir stant açarak turizm ürünlerini tanıtır, yeni iş bağlantıları kurar, turist çekmeye çalışır. Aynı zamanda bireyler de katılarak tatil planları için yeni seçenekleri görme şansı elde eder.

**Gıda ve İçecek Fuarları:** Gıda endüstrisi profesyonellerinin ürünlerini tanıttığı ve iş ilişkileri kurduğu etkinliklerdir (Görsel 2.2). Örneğin Antalya ve İstanbul fuarları, gastronomi alanında yenilikçi ürünlerin ve lezzet eğilimlerinin sergilendiği önemli fuarlardır.



Görsel 2.2: Yiyecek fuarı

**Sağlık ve Tıp Fuarları:** Tıbbi cihaz üreticileri, sağlık firmaları ve sağlık kuruluşlarının katıldığı etkinliklerdir. Örneğin çeşitli ülkelerde ve illerde yapılan medikal fuarlar; tıbbi teknoloji, ekipman ve yeniliklerin sergilendiği önemli uluslararası etkinliklerdir.

**Savunma ve Güvenlik Fuarları:** Savunma sanayi şirketleri, askeri yetkililer ve güvenlik uzmanlarının bir araya geldiği etkinliklerdir. Örneğin Uluslararası Savunma Sanayi Fuarı gibi fuarlar, savunma teknolojilerinin sergilendiği ve savunma sanayi alanında iş birliği fırsatlarının değerlendirildiği bir ortam sağlar.

**Eğitim ve Kariyer Fuarları:** Eğitim kurumları, işletmeler ve iş arayanlar arasındaki bağlantıların kurulduğu, eğitim ve kariyer olanaklarının tanıtıldığı fuarlardır.

Bu örnekler, ticari sergi ve fuarların çeşitliliğini ve farklı endüstrilerdeki önemli rollerini göstermektedir. Bu çeşitliliği artırmak mümkün olsa da burada en yaygın olanlarına yer verilmiştir. Bunların dışında yatırım ve finans fuarları (kripto para fuarları, gayrimenkul yatırım fuarları vb.), e-ticaret fuarları, tarım fuarları, akıllı şehir teknolojileri fuarları, yenilenebilir enerji fuarları vb. Türkiye’de ve dünyada düzenlenen başlıca ulusal ve uluslararası fuarlar Tablo 2.1’de ve Tablo 2.2’de verilmiştir.

**Tablo 2.1: Türkiye’de Düzenlenen Başlıca Fuarlar**

FUARIN ADI VE KONUMU	KONU	ÖZELLİKLER	KATILIMCILAR
İstanbul Auto Show (İstanbul Auto Şov)	Uluslararası otomobil fuarı	Yeni model otomobiller, özel tasarım araçlar ve yenilikler	Otomotiv üreticileri, yan sanayi firmaları, otomobil tutkunları
İstanbul Gıda ve İçecek Fuarı	Gıda ve içecek fuarı	Gıda ve içecek sektöründen yerli ve yabancı katılımcılar, yeni ürün tanıtımları ve B2B görüşmeler	Gıda üreticileri, ithalatçılar, distribütörler, perakendeciler
İstanbul Jewelry Show (İstanbul Cevirili Şov)	Mücevherat ve saat fuarı	Mücevherat, saat, değerli taşlar ve ekipmanlar	Mücevher tasarımcıları, üreticiler, perakendeciler
WIN Avrasya (İstanbul)	Endüstriyel otomasyon, elektrik, elektronik ve enerji fuarı	Endüstriyel teknolojiler, otomasyon sistemleri, enerji yönetimi çözümleri	Endüstriyel üretim firmaları, teknoloji tedarikçileri, mühendisler
Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Turizm ve seyahat fuarı	Turizm destinasyonları, seyahat acenteleri, oteller, turizm teknolojileri	Turizm profesyonelleri, seyahat acenteleri, otel işletmecileri

**Tablo 2.2: Dünyada Düzenlenen Başlıca Fuarlar**

ADI	KONU	ÖZELLİKLER	KATILIMCILAR
Tüketici Elektronik Fuarı (ABD)	Tüketici elektronik ve teknoloji fuarı	En son teknoloji ürünler, yenilikçi cihazlar, start-up tanıtımları	Elektronik ve teknoloji firmaları, start-up’lar (girişimci şirketleri), teknoloji tutkunları
Hannover (Almanya)	Endüstriyel teknoloji ve otomasyon fuarı	Endüstriyel otomasyon, robotik, enerji ve çevre teknolojileri	Endüstriyel firmalar, teknoloji tedarikçileri, mühendisler
Guangzhou (Çin)	Ticaret fuarı	Geniş ürün yelpazesi, ithalat ve ihracat odaklı, B2B görüşmeler	Üreticiler, ithalatçılar, ihracatçılar
Münih (Almanya)	İnşaat ve madencilik makineleri fuarı	İnşaat ekipmanları, madencilik makineleri, inşaat teknolojileri	İnşaat ve madencilik sektöründen firmalar, mühendisler, yatırımcılar
Dünya Mobil Kongresi (İspanya)	Mobil teknoloji fuarı	Mobil cihazlar, telekomünikasyon teknolojileri, mobil yenilikler	Mobil cihaz üreticileri, telekom firmaları, teknoloji start-up’ları (girişimci şirketi)

Fuar ve sergiler, farklı çeşitlerde olsa da iş ortaklık fırsatları oluşturmaya yardımcı olarak bilgi ve ilham içeren etkinliklerle verimli bir fuar deneyimi sağlar. Yapılan etkinlik programları ile hizmet ettiği sektörün geleceğini ve yeniliklerini göstererek sektörün hedeflerine ulaşması için gerekli aktivitelere yer verilir. Bunun için fuarlar; çeşitli konferanslar, etkileyici röportajlar, sektördeki değişimler üzerine sohbetler, sahne etkinlikleri, stant etkinlikleri ile desteklenmektedir. Bu etkinlikler fuarların küçüklüğüne, büyüklüğüne ve süresine göre değişiklik gösterebilir. Etkinlik programı ise aylar öncesinden planlanarak fuar katılımcılarına dijital veya basılı medyada duyurulmaktadır. Tablo 2.3'te 27. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı kapsamında düzenlenen bir günlük konferans programı örnek olarak verilmiştir.

**Tablo 2.3: Konferans Programı**

KONFERANS PROGRAMI			
6 Şubat, Salı			
GÜNÜN KONUSU: SEKTÖREL TRENDLER VE EKONOMİK ÖNGÖRÜLER			
Saat: 13.15-13.30		Konuşmacı: Dr. .... Dünya Sağlık Turizm Konseyi Başkanı	SAĞLIK TURİZMİNİN KÜRESEL ETKİSİ VE İŞ BİRLİĞİ DİPLOMASİSİ
Saat: 14.00-14.30		Konuşmacı: ..... (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi Araştırma Başkanı)	SEYAHATİN NABZI: 2023 TURİZM RAPORU, EKONOMİK DİNAMİKLER VE TAHMİNLER
Saat: 14.45-15.15		Konuşmacı: ..... Pazar Araştırmaları ve İlgörü Yöneticisi	
Saat: 15.30-17.00	BAŞKANLAR OTURUMU /Moderatör ..... Turizm Danışmanı	Konuşmacılar: ..... TÜROFED Yönetim Kurulu Başkanı ..... TÜROB Yönetim Kurulu Başkanı / ..... TTYD Başkanı	YENİ ROTALARIN ÇİZİLMESİ: 2024 SEYAHATLERİ ŞEKİLLEN-DİREN EĞİLİMLER VE GEZGİN DAVRANIŞLARI FİKİR ÖNDERLERİ 2024 TURİZM ÖNGÖRÜLERİNİ AÇIKLIYOR.

Tablo 2.3'te sunulan konferans programı, bir fuar etkinliği kapsamında düzenlenen profesyonel içerikli oturumların nasıl planlandığını ve sektöre nasıl yön verdiğini açıkça göstermektedir. Oturumlarda yer alan konuşmacılar, sağlık turizmi, seyahat analizleri, pazar araştırmaları ve turizm eğilimleri gibi güncel ve önemli konulara odaklanarak katılımcılara sektördeki gelişmeler hakkında bilgi ve öngörü sunmuştur.

Bu tür programlar, fuarların yalnızca ürün veya hizmet tanıtım alanı olmadığını, aynı zamanda sektör profesyonelleri için bir bilgi ve iş birliği platformu olduğunu ortaya koymaktadır. Konferans boyunca işlenen konular; sektör içi iletişimi güçlendirme, yeni iş fikirleri üretme ve geleceğe dönük stratejiler geliştirme açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Ayrıca uluslararası katılımın sağlandığı bu tür etkinlikler, bilgi paylaşımının küresel düzeyde gerçekleşmesini mümkün kılar. Tablo 2.3'te verilen konferans programı, bir fuarın içeriğini zenginleştiren ve katılımcıların profesyonel gelişimine katkı sağlayan planlı bir organizasyonun somut bir örneğidir.

Fuarlar yalnızca ürün ve hizmet tanıtımlarının yapıldığı alanlar değil aynı zamanda bilgi paylaşımının, sektör içi iletişimin ve iş birliklerinin geliştirildiği önemli platformlardır. Bu tür organizasyonlarda düzenlenen etkinlikler, katılımcılara hem sektörel gelişmeleri takip etme hem de etkileşim kurma imkânı sunar. Tablo 2.4'te 27. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (EMITT) kapsamında düzenlenen ana fuaye sahne etkinliklerine ait fuar süresince gerçekleştirilen çeşitli aktiviteler örnek olarak verilmiştir.

**Tablo 2.4: Sahne Etkinlikleri**

2024 ANA FUAYE SAHNE ETKİNLİKLERİ		
ANA FUAYE'DE KURULACAK PERFORMANS SAHNESİNDE KATILIMCI ÜLKE VE BELEDİYELERİN "MÜZİK DİNLETİSİ, FOLKLORİK DANS" VB. GÖSTERİLERİ KAÇIRMAYIN!		
SAAT	ORGANİZATÖR	ETKİNLİK
<b>7 Şubat, Çarşamba</b>		
15.00-16.00	MUĞLA VALİLİĞİ YATIRIM VE İZLEME KOORDİNASYON BAŞKANLIĞI	Muğla Zeybeği / Muğla Zeybek
<b>8 Şubat, Perşembe</b>		
15.00-16.00	BAYBURT İL KÜLTÜR TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ BAYBURT	Dede Korkut Duası & Bamsı Beyrek Gösterisi
15.30-16.00	BAYBURT İL KÜLTÜR TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ	Folklor Gösterisi
<b>9 Şubat, Cuma</b>		
14.00-14.45	MUĞLA VALİLİĞİ YATIRIM VE İZLEME KOORDİNASYON BAŞKANLIĞI	Muğla Zeybeği

Tablo 2.5'te EMITT Fuarı kapsamında gerçekleştirilen katılımcı stant etkinliklerinin detaylı bir programı yer almaktadır. Bu program, 6-8 Şubat tarihleri arasında farklı kurum ve kuruluşların stantlarında düzenlenen tanıtım, kültürel sunumlar ve ziyaretçi etkileşimli etkinlikleri içermektedir. Her güne özel olarak planlanan bu stant etkinlikleri şunlardır:

- ✘ Çömlek yapımı, hediye çekilişleri, canlı müzik performansları, tanıtım kokteylleri ve yerel tatların sunumu gibi kültürel deneyimler
- ✘ Japonya standında düzenlenen geleneksel Japon oyunları ve Yukata Happi (geleneksel kıyafet) deneme etkinlikleri gibi farklı ülkelere ait etkileşimli aktiviteler
- ✘ Belediyeler ve bölgesel tanıtım kurumlarının katkılarıyla yapılan turizm tanıtımları ve şef ağrılamaları

Bu etkinlikler, fuarların ticari bir buluşma noktası olmanın ötesinde katılımcılara kültürel çeşitlilik, etkileşimli deneyim ve yerel turizm değerlerini doğrudan görme fırsatı sunduğunu göstermektedir. Ayrıca ziyaretçilerin fuar alanında geçirdikleri zamanı daha verimli ve keyifli hâle getirmeyi hedeflemektedir. Program hem ziyaretçilerin hem de katılımcı kurumların fuardan en yüksek faydayı sağlamasını amaçlamaktadır.

Tablo 2.5: Katılımcı Stant Etkinlikleri

2024 ANA FUAYE SAHNE ETKİNLİKLERİ				
ANA FUAYE'DE KURULACAK PERFORMANS SAHNESİNDE KATILIMCI ÜLKE VE BELEDİYELERİN "MÜZİK DİNLETİSİ, FOLKLORİK DANS" VB. GÖSTERİLERİ KAÇIRMAYIN!				
SAAT	ORGANİZATÖR	SALON	STANT	ETKİNLİK
<b>6 Şubat, Salı</b>				
10.00-17.00	KAPADOKYA ALAN BAŞKANLIĞI	Salon 7	Stant / 7181	Çömlek Yapımı
10.30-16.30	KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Salon 7	Stant / 7602	Hediye Çekilişi
13.00	KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Salon 8	Stant / 8451	Şef Ağırılama-Pişmaniye Yapımı
16.00	BODRUM BELEDİYESİ & BODRUM TİCARET ODASI BODRUM	Salon 7	Stant / 7462	Tanıtım Kokteyli
16.30-17.00	JAPONYA	Salon / Hall 8	Stant / 8201	Geleneksel Japon Oyunları
11.30-12.30	JAPONYA	Salon / Hall 8	Stant / 8201	Yukata Happi Deneyimi/
15.00	KUŞADASI BELEDİYESİ	Salon / Hall 7	Stant / 7461	Tanıtım Kokteyli
<b>7 Şubat, Çarşamba</b>				
11.00 13.30 15.30	DENİZLİ PAMUKKALE OTELLERİ	Salon 7	Stant / 7471	Soft Canlı Müzik
10.00-17.00	KAPADOKYA ALAN BAŞKANLIĞI	Salon 7	Stant / 7181	Çömlek Yapımı
10.30-16.30	KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ	Salon 7	Stant / 7602	Hediye Çekilişi
13.30-14.30	KUŞADASI BELEDİYESİ	Salon 7	Stant / 7461	Akustik Müzik Performansı
16.30-17.00	JAPONYA	Salon 8	Stant / 8201	Geleneksel Japon Oyunları
11.30-12.30	JAPONYA	Salon 8	Stant / 8201	Yukata Happi Deneyimi
<b>8 Şubat, Perşembe</b>				
11.00 13.30 15.30	DENİZLİ PAMUKKALE OTELLERİ /	Salon 7	Stant / 7471	Soft Canlı Müzik
10.00-17.00	KAPADOKYA ALAN BAŞKANLIĞI /	Salon 7	Stant / 7181	Çömlek Yapımı
10.30-16.30	KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ /	Salon 7	Stant / 7602	Hediye Çekilişi
13.30-14.30	KUŞADASI BELEDİYESİ / KUŞADASI	Salon 7	Stant / 7461	Akustik Müzik Performansı
16.30-17.00	JAPONYA	Salon 8	Stant / 8201	Geleneksel Japon Oyunları
11.30-12.30	JAPONYA	Salon 8	Stant / 8201	Yukata Happi Deneyimi

### SIRA SİZDE >>

Özellikle yerel üreticiler için hangi ticari fuar türlerinin faydalı olduğunu düşünüyorsunuz? Neden? Düşüncelerinizi yazınız.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 2.1.3. Ticari Sergi ve Fuarları Oluşturan Unsurlar

Ticari sergi ve fuarların oluşmasını sağlamak için resimlerle göstermek, ürünleri tanıtmak, sergilemek, sunmak ve bilgilendirmek için kullanılan bazı unsurlar şunlardır:

**Stantlar:** Fuar alanlarında firma veya markaların ürünlerini tanıttığı ve ziyaretçilerle etkileşime geçtiği yerlerdir. Raflarda genellikle firma logoları ve ürün görselleri bulunur.

**Ürün Sergileme Alanları:** Fuar alanında firmaların ürünlerini tanıttığı veya reklamını yaptığı özel alanlar bulunur. Bu alanlarda ürünleri gerçek boyutları ve fonksiyonlarıyla gösteren görseller yer alabilir.

**Ziyaretçiler ve İş İlişkileri:** Fuar alanlarında dolaşan ziyaretçiler ve firmaların ilişkilerine dair görüntüler, etkinliğin canlılığını ve iş atmosferini yansıtır.

**Paneller ve Konuşmacılar:** Bazı ticari fuarlarda sektör uzmanları ve liderlerinin bulunduğu panel veya konferanslar yer alır. Bu panel veya tartışmaların fotoğrafları, etkinliğin eğitim ve bilgi paylaşımını gösterir. Bu unsurlar fuarın farklı yönlerini göstermek için görsellerle birlikte kullanılabilir. Fuar ve sergi organizatörleri genellikle bu tür görselleri dijital ağlarında paylaşarak etkinliklerin tanıtımını yaparak katılımcıların ilgisini çeker.

### 2.1.4. Ticari Sergi ve Fuarların Turizm Sektöründeki Rolü

Ticari sergi ve fuarlar, turizm sektöründe önemli katkıları bulunan birçok katılımcıya fırsatlar sunar. Bu hizmet sağlayıcılar etkinlik katılımcılarının ve ziyaretçilerinin konaklama, ulaşım, yeme içme, eğlence ve organizasyon gibi ihtiyaçlarını karşılar. Fuar ve gösterilere katılan turizm sağlayıcıları şunlardır:

**Konaklama İşletmeleri:** Ticari sergi ve fuarlara katılanlar, genellikle etkinlik süresince konaklama ihtiyacı duyar. Bu nedenle konaklama işletmeleri, fuar süresince katılımcılar ve ziyaretçiler için konaklama imkânı sağlar.

Ayrıca fuar organizatörleri ve katılımcı firmalar tarafından büyük gruplar için blok rezervasyonlar yapılabilir.

**Ulaştırma İşletmeleri:** Fuarlara katılmak için şehir dışından gelen katılımcı ve ziyaretçilerin ulaşım ihtiyacı doğar. Ticari sergi ve fuarlara katılanların seyahatlerini kolaylaştırmak için ulaştırma işletmeleri (uçak, tren ve otobüs) bu katılımcılara hizmet verir. Ayrıca fuar alanına ulaşımı sağlayan transfer ve taşıma hizmetleri de sunar.

**Yiyecek ve İçecek İşletmeleri:** Fuarlar, genellikle bir gün veya birkaç gün süren yoğun etkinliklerdir. Bu nedenle katılımcılar ve ziyaretçiler, fuar alanında veya çevresinde yeme içme için restoran, kafe arar. Bu işletmeler, fuar döneminde artan müşteri talebini karşılayarak ek gelir elde eder.

**Eğlence ve Turistik Aktiviteler:** Ticari sergi ve fuarlar, genellikle şehirlerde veya turistik bölgelerde düzenlenmektedir. Bu nedenle katılımcı ve ziyaretçiler, fuar süresince şehrin turizm faaliyetlerini ve eğlence seçeneklerini yakından tanımak isteyebilir. Fuar süresince artan turist trafiğine müzeler, tarihî yerler, alışveriş merkezleri ve diğer eğlence mekânları da hizmet eder.

**Tur Rehberleri ve Hizmet Sağlayıcılar:** Fuarlara katılanlar, şehri veya bölgeyi keşfetmek ve yerel kültürü deneyimlemek isteyebilir. Tur rehberleri ve tur hizmeti sağlayıcıları, fuar ziyaretçilerine şehir turları, kültürel etkinlikler ve diğer turistik deneyimler sunarak katkı sağlar.

Bu turizm sağlayıcıları, ticari sergi ve fuarların başarılı olmasına ve ziyaretçilerin etkinlik süresince konforlu bir deneyim yaşamasına katkıda bulunur. Böylece ticari sergi ve fuarlar, düzenlenen ülkenin ya da bölgenin turizm gelirlerini artırarak işletmelerin tanıtımını sağlar. Ayrıca kültürlerarası iletişim ve etkileşim açısından da değer katar.

**Fuar ve Kongre Merkezleri:** Fuar ve kongreler, bir konaklama işletmesinin bünyesinde olabileceği gibi bağımsız merkezler de olabilir. Konaklama işletmesi, bünyesinde veya bağımsız olan belli uzmanlık alanındaki toplantı ve kongrelerin düzenlenmesine imkân sağlayacak büyük binalara ve geniş alanlara sahip olmalıdır (Görsel 2.3). Böylece geniş çaplı fuar ve sergilerin düzenlenmesine olanak tanır. Bu merkezlerde genellikle geniş konser alanları, toplantı salonları ve konferans odaları bulunur. Günümüzde bu faaliyetlerin artışı nedeniyle sektörün ihtiyaç duyduğu merkezler gerek kamu gerekse özel yatırımlar aracılığı ile konaklama işletmeleri dışında bağımsız olarak kurulmuştur.



Görsel 2.3: Kongre ve sergi merkezi

Türkiye'deki fuar alanları ve kapasiteleri konusunda yetkili kurum Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'dir. Türkiye'de düzenlenen fuarların yarısından fazlası da TOBB listesine alınmış fuar merkezlerinde gerçekleştirilmektedir. Bu listeye göre Türkiye'de 20 ile dağılmış şekilde, kapalı alan büyüklüğü 5.000 m<sup>2</sup>'nin üzerinde olan toplam 33 adet fuar merkezi bulunmaktadır. Bu fuar merkezlerinin toplam alan büyüklüğü 712.644 m<sup>2</sup>'dir ve bunların yüzde 38'lik kısmı İstanbul'da yer almaktadır. TOBB listesinde yer alan fuar merkezlerinin arasında, fuar ya da benzeri etkinlikler düzenlenmek üzere inşa edilen yapıların yanı sıra kongre merkezleri ve oteller de bulunmaktadır. Söz konusu listedeki fuar merkezleri arasında en büyük kapalı alana sahip olan ilk beş fuar merkezi sırasıyla şunlardır:

1. Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi
2. İstanbul Fuar Merkezi
3. Fuar İzmir
4. KTO Tüyap Konya Fuar Merkezi
5. Antalya Fuar Merkezi/Tüyap Bursa Fuar ve Kongre Merkezi

### SIRA SİZDE >>

Ticari sergi ve fuarların turizm işletmeleri ve destinasyonlar için sağladığı potansiyel faydaları örneklerle destekleyerek tartışınız.

## 2.2. FESTİVALLER VE YARIŞMALAR

Festivaller, insanlık tarihinin başladığı çağlardan bu yana toplumların en eski kültürel ifadelerinden biri olmuştur. Çok tanrılı yıllardan tek tanrılı zamana kadar tanrılara dua günleri, kahramanlık, mevsim, sosyal olaylar veya bir ürün hasadını kutlamak gibi nedenlerle şenlikler düzenlenmiştir. Bu şenlikler düzenlendiği toplumun kültürünü, dünya görüşünü ve sosyal kimliklerini ifade etmektedir. Şenlikler, her dönemde bulunduğu toplumun en önemli eğlence kaynaklarından biri olma özelliğine sahiptir. Düzenlenen bölgedeki toplumlara yaklaştırmak, halkın kültürünü kutlamak ve bunların sonraki nesillere aktarılmasını sağlayan önemli etkinliklerdir.

Günümüzde ise festivaller farklı toplumları kaynaştırmak, kültürel çeşitliliği kutlamak, tanıtmak, sanatı teşvik etmek, yerel turizmi ve ekonomiyi desteklemek ve geliştirmek amacıyla düzenlenmektedir. Festivaller bünyelerinde birçok etkinlik (sanatsal gösteriler, yarışmalar, süslemeler, müzik ve dans gösterileri vb.) barındırmaktadır.

Festivaller ve yarışmalar, yerel olarak düzenlenebileceği gibi ulusal veya uluslararası kapsamda da düzenlenebilir (Görsel 2.4).



Görsel 2.4: Uluslararası Sokak Tiyatrosu Festivali, Bükreş / Romanya

#### a) Yerel Festivaller

- Genellikle bir kasaba ya da köyde düzenlenir.
- Bölgenin genellikle belli bir ürününü tanıtmak (Urla Enginar Festivali, Adana Portakal Festivali vb.) ya da gelenek ve ritüeller (Hıdırellez şenlikleri vb.) amacıyla toplanılmasını sağlar.

#### b) Ulusal Festivaller

- Bir ülkenin tamamında kutlanır (Örneğin Uluslararası Hıdırellez Bahar Şenliği baharın gelişini kutlamak için birçok ilde düzenlenir. Dilek tutma, ateş üzerinden atlama ve çeşitli halk oyunları içerir.).

#### c) Uluslararası Festivaller

- Farklı ülkelerden katılımcıların bir araya gelmesi ile düzenlenir ve daha geniş bir amaca sahiptir. [Holi Festivali, Ateş Festivali, Cannes Film Festivali vb. (Görsel 2.5, 2.6)]



Görsel 2.5: Fener festivali, Çin



Görsel 2.6: Lale festivali, Hollanda

Festivaller ve yarışmalar, düzenlenen ülke ya da bölge için toplumsal ve ekonomik etkiye sahip önemli etkinliklerdir. Düzenlendiği yere turizm, bölgesel ekonomi, kültürel tanıtım ve toplumsal birlik vb. alanlarda büyük katkı sağlar. Festival ve yarışmalar düzenlenen bölgedeki kültürel çevre ve toplumlar arasındaki bağları güçlendirmeye olanak tanır.

Festivaller ve yarışmalar, düzenlenen bölgedeki ülke ya da bölgenin değerli yönlerini belirli bir süre için sahneye koyan etkinliklerdir. Belirli bir konu üzerine düzenlenir. Film festivali veya yarışmaları, kostüm festivali, müzik festivali veya yarışmaları (Görsel 2.7), dans festivali veya yarışmaları, domates festivali, içecek festivali vb.



Görsel 2.7: Müzik festivali, İstanbul

### SIRA SİZDE ➔➔

Sınıf arkadaşlarınızla birlikte yaşadığınız şehirde ilk kez düzenlenecek olan bir "Kültür ve Gençlik Festivali" organizasyon ekibindesiniz. Bu festivalin amacı, Türkiye'deki ulusal festival ve yarışmalardan ilham alarak kendi şehrinizde gençleri, yerel halkı ve turistleri bir araya getiren renkli ve faydalı bir etkinlik düzenlemek. Planlama aşamasında festivalin dayandığı fikir ve topluma sağlayacağı katkılarla ilgili şu sorulara cevap veriniz:

1. Sizce ulusal yarışmalar ve festivaller gençlerin gelişimine nasıl katkı sağlar? Katılımın gençleri hangi açılardan etkileyebileceğini düşünüyorsunuz?
2. Sizce bu tür ulusal organizasyonlar toplumda nasıl bir dayanışma ve paylaşım ortamı oluşturur? Görüşlerinizi örneklerle ifade ediniz.

### 2.2.1. Uluslararası Literatüre Göre Festival Organizasyonlarının Tanımı ve Faaliyetleri

TDK'ye göre **festival**; tarihi, süresi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı ve özellikleri önceden hazırlanan bir izlenceyle belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi olarak tanımlanır. Başka bir deyişle belirli bir

kültürel, sanatsal, dinî veya sosyal etkinliği kutlamak, anmak veya tanıtmak amacıyla düzenlenen geniş kapsamlı kamusal veya özel etkinliklerdir. Bu organizasyonların başlıca faaliyetleri şöyle sıralanabilir:

- ✘ Kültürel faaliyetler (müzik ve dans gösterileri, sanat sergileri ve atölyeleri, geleneksel içecek ve yiyecek tanıtımları)
- ✘ Sanatsal etkinlikler [(film gösterimleri ve yarışmalar, tiyatro ve performans sanatları, edebiyat etkinlikleri (Görsel 2.8))]



Görsel 2.8: Film festivali

- ✘ Turizm ve eğlence etkinlikleri (karnavallar ve sokak festivalleri, doğa ve spor etkinlikleri)
- ✘ Eğitim ve atölye çalışmaları [söyleşiler ve paneller, yaratıcı atölyeler (Görsel 2.9)]
- ✘ Gastronomi ve yerel mutfak tanıtımları (yemek sergileri ve yarışmaları, çeşitli içecek tadımları)
- ✘ Çevresel ve sosyal farkındalık etkinlikleri (çevre bilincini artıran atölyeler, farkındalık kampanyaları, sağlık, eğitim, insan hakları vb.)



Görsel 2.9: Söyleşi veya panel

- ✘ Ticari ve ekonomik faaliyetler (ticaret fuarları, üreticiler için uluslararası pazarlara açılma fırsatı)
- ✘ Spor ve rekabet etkinlikleri (koşu etkinlikleri, bisiklet yarışmaları, çeşitli yerel oyunlar)
- ✘ Küresel barış ve hoşgörü mesajları (UNESCO kültür festivalleri, insani yardım projeleri)

Uluslararası festivaller, çok yönlü faaliyetleri ile kültürel paylaşımı destekleyerek ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomiye ve çevreye önemli katkılar sağlarken ev sahibi ülke ya da bölgenin tanınırlığını da artırır. Katılımcı ve ev sahibi ülke arasında kültürlerin kaynaşmasını sağlayarak düzenlenen bölgedeki katılımcıların yerel düzeyde imkânı olmayan etkinliklere de katılımını sağlar.

Festivaller, toplumların heyecanını artırmak, yerel bağları güçlendirmek ve toplumun özel yönlerini göstermek için önemli bir araçtır. Festivaller, katılımcıların kültürel becerilerini keşfetmelerini ve kendilerini geliştirmelerini sağlarken başka projeler için gelir elde etmek ve bir yeri, kişiyi ya da olayı onurlandırmak amacıyla da düzenlenir. Dünyanın dört bir yanında farklı kültürleri tanıtmak ve sanatı kutlamak için gerçekleştirilen festivaller hem eğlenceli hem de öğretici yönleriyle dikkat çeker. Bu festivaller, katılımcılar için eğlencenin ötesinde kültürel deneyim fırsatları da sunar.

Örneğin Japonya'daki Gion Matsuri, geleneksel kıyafetler, süslenmiş geçit arabaları ve halk danslarıyla kültürel bir şölen sunar. İtalya'daki Venedik Karnavalı, tarihî maskeleri ve zarif kostümleriyle tanınır, katılımcılar geleneksel kıyafetlerle şehir sokaklarını renklendirir. Kore'deki Andong Maskeli Dans Festivali, geleneksel maskeler ve halk oyunları ile geçmişten günümüze uzanan bir sahne sunar. Hindistan'daki Diwali Işık Festivali ise ışıklarla süslenen şehirleri ve coşkulu kutlamalarıyla benzersiz bir deneyim yaratır. Son yıllarda Nevşehir, Tayland ve Malezya gibi yerlerde düzenlenen sıcak hava balonu festivalleri, gökyüzünü süsleyen rengârenk balonlarla ziyaretçilere görsel bir şölen sunar (Görsel 2.10).



Görsel 2.10: Uluslararası Sıcak Hava Balonu Festivali, Tayland

Ayrıca Hollanda'daki Keukenhof Çiçek Festivali, çiçek bahçeleri arasında yapılan doğa temalı kostümlü yürüyüşlerle çiçeklerin büyüleyici güzelliklerini kutlamak amacıyla düzenlenir. Bu festivaller, doğa ile sanatın birleşimini ve kültürel zenginliği yansıtan etkinlikler olarak dikkat çeker.

2019 yılından bu yana Türkiye'de düzenlenen İstanbul Fringe Festivali, dünyadan ve Türkiye'den performans sanatları alanında üretilen çalışmaları seyirciyle buluşturmayı hedefleyen bir uluslararası performans sanatları festivalidir. İstanbul Film Festivali ise 1973 yılından bu yana gelişerek düzenlenmeye devam etmektedir. İstanbul'da düzenli olarak müzik, film, tiyatro ve caz festivalleri düzenlenmektedir (Görsel 2.11).



Görsel 2.11: Birçok etkinliğe ev sahipliği yapan İstanbul

### Yarışmalar

Uluslararası yarışmalar ise dünya genelinde bireylerin, grupların ya da kuruluşların belirli alanlardaki becerilerini ve yeteneklerini sergilediği organizasyonlardır (Görsel 2.12). Bu yarışmalar farklı alanlarda düzenlenebilir. Bilimsel, sportif, sanatsal ve teknolojik, yiyecek alanında vb. birçok alanda olabilir.



Görsel 2.12: Müzik festivali, İstanbul

Yarışmalar, festivaller kapsamında festival etkinliği olarak düzenlenebileceği gibi başlı başına bu amaçla da yapılabilir. Düzenlenen yarışmaların faaliyet amaçları şunlardır:

- ❖ Belli bir dalda ya da birçok farklı daldaki yeteneği ve başarıyı tanıtır (üstün yetenekleri keşfetmek için Olimpiyat Oyunları, başarıyı ödüllendirmek için Nobel Ödülleri vb. kültürel ve sanatsal festivaller, spor yarışmaları ve turnuvalar vb.).
- ❖ Uluslararası rekabeti ve iş birliğini teşvik eder. Sağlıklı rekabet ortamı yaratarak sınırları zorlar, iş birliği ve bilgi paylaşımı yaratır, yapay zekâ ve robotik alanda iş birliklerini desteklemeyi amaçlar (bilim ve teknoloji yarışmaları ve festivalleri vb.).
- ❖ Kültürlerarası iletişimi güçlendirir.

Görsel 2.13'te yer alan konser salonu, büyük ölçekli yetenek yarışmaları ve müzik temalı organizasyonlar için seçilen mekânların, etkinliğin prestiji ve katılımcı motivasyonu üzerindeki belirleyici rolünü yansıtmaktadır.



Görsel 2.13: Önemli bir konser salonu, İspanya

- ❖ Eğitim ve gelişim sağlayarak yenilikçi teknolojileri teşvik eder (bilim ve teknoloji yarışmaları).
- ❖ Uluslararası tanıtım ve saygınlık sağlar. Uluslararası gastronomi yarışmaları, bireylerin ve kuruluşların tanınmasını sağlar. Düzenleyen ülkenin kültürünü ve turistik zenginliklerini dünyaya tanıtır (mutfak ve gastronomi festivalleri).
- ❖ Sanatı ve yaratıcılığı destekler (müzik ve sahne sanatları festivalleri).

Düzenlenen yarışmalar, bireylerin ya da grupların kendilerini kanıtlamaları ve uluslararası düzeyde gelişmeleri için önemli etkinliklerdir (Görsel 2.14). Ev sahibi ülkenin uluslararası düzeyde kendini tanıtmasına olanak sağlar.



Görsel 2.14: Profesyonel atletizm yarışması, Tokyo

## 2.2.2. Festivaller ve Yarışmaları Oluşturan Unsurlar

Ulusal veya uluslararası festival ya da yarışmaların başarılı bir şekilde düzenlenmesi için bazı unsurların oluşması gerekir. Bu unsurlar etkinliğin çeşidine, büyüklüğüne ve amacına göre değişiklik gösterebilir. Bu unsurlar şunlardır:

**Amaç ve Konu:** Her festival veya yarışmanın bir amacı, konusu ve hedef kitlesi olmalıdır. Bu, etkinliğin düzenlenme nedenini ve genel yapısını belirler. Örneğin kış olimpiyatlarının amacı sporun birleştirici gücü iken film festivallerinin amacı ülke sinemalarını tanıtmaktır.

**Organizasyon Ekibi ve Finansman:** Etkinliğin planlanması, koordinasyonu ve uygulanması için profesyonel organizasyon ekibinin olması kaçınılmazdır. Bu ekibin yerel ve uluslararası sponsorluklar, iş birlikleri, bağışlar ve lojistik gibi birçok unsuru yönetmesi gerekir. Bu etkinlikler büyük bütçe gerektirdiği için finansal kaynakların da doğru planlanması gerekir. Katılımcılar ve performansçılar festival ve yarışmaların merkezinde yer alır. Bu konu etkinliğin başarısını belirleyen en önemli unsurlardandır.

Etkinliklerin düzenleneceği mekânlar, katılımcı sayısına ve etkinliğin içeriğine göre seçilmelidir (Görsel 2.15). Büyük kapsamlı etkinliklerde ulaşım, güvenlik, sağlık, altyapı ve konaklama tesisleri gibi yardımcı unsurlar da kritik öneme sahiptir ve iyi planlanmalıdır. Tüm bu unsurların tamamlanması iyi oluşturulmuş bir yönetim ekibi ile mümkün olur. Aksi takdirde çıkabilecek sorunlar ülkeler arası krizlere yol açabilir. Etkinlik programı ve zaman akışı detaylı şekilde hazırlanmalıdır.



Görsel 2.15: Büyük etkinlikler için kongre salonu

**Çevresel Sürdürülebilirlik:** Her festival veya yarışma kendine özgü unsurları taşısa da genel olarak temel bileşenlerden oluşur. Bu unsurlar etkinliklerin uluslararası çapta yarattığı etkiyi belirler. Çevresel sürdürülebilirlik modern festivallerin ve yarışmaların en önemli konularından biri hâline gelmiştir. Organizasyonların büyüklüğü arttıkça kullanılan enerji ve atık nedeni ile çevreye zarar verilebilir. Bu nedenle bazı festivaller ve yarışma komiteleri bu etkileri azaltmaya veya en aza indirmeye çalışarak geri dönüşümü destekleyerek çevreye duyarlı bir etkinlik modeli oluşturmaya özen göstermektedir. Örneğin geri dönüştürülmüş malzemelerle üretilmiş madalyalar, çevreci mekân tasarımları sürdürülebilir etkinlik yönetimi konusunda farkındalık yaratmaktadır.

**Ödül ve Teşvikler:** Festival ve yarışmalarda kazananlara ödül vererek teşvik edilmesi hem katılımı artırır hem de etkinliklere prestij kazandırarak daha cazip hâle getirir.

**Geri Bildirim ve Değerlendirme:** Etkinlikler tamamlandığında katılımcılardan (yarışmacı, izleyici ve sponsor vb.) değerlendirme alınır. Bu değerlendirmeler daha sonraki etkinliklerin iyileştirilmesini sağlamak için kullanılır. Örneğin katılımcılara anketler düzenlenebilir. Bu etkinliklerin başarısı bu unsurların bütün olarak uyum içinde çalışması ile mümkündür.

### 2.2.3. Festivaller ve Yarışmaların Turizm Sektöründeki Rolü

Destinasyonlar daha fazla turist çekebilmek için ulusal veya uluslararası alanda birbirleri ile rekabet eder. Birçok farklı unsuru barındıran festival ve yarışmalar düzenlendiği yöre, şehir veya ülkenin turistik tanınırlığını artırmak ve turist çekmek için büyük etki gücüne sahiptir. Çoğunlukla festival ve festivalin düzenlendiği bölge veya ülke bütünleşerek birbiriyle anılmaktadır.

**Ekonomik Etkiler:** Festival ve yarışmalar düzenlendiği dönemde bölgeye ya da ülkeye doğrudan konaklama, yeme içme, ulaşım, alışveriş gibi katkılar sağlar. Katılımcılar, festival süresince harcamalar yaparak yerel ve ulusal ekonomiyi destekleyerek ekonominin canlanmasına yardımcı olur.

Büyük ölçekli organizasyonlar; geçici veya kalıcı olarak organizasyon şirketlerine, güvenlik, temizlik, ulaşım ve hizmet sektörlerinde birçok iş imkânı yaratarak istihdamın gelişmesini sağlar. Böylece yerel halkın gelir düzeyini artırarak bölgedeki işsizlik oranının düşmesinde etkilidir. Düşük sezonda düzenlenen festival ve yarışmalar turizm sezonunun uzamasına, festival nedeni ile yapılan altyapı yatırımları da dolaylı olarak ekonomiye katkı sağlar.

**Sosyal Etkiler:** Uluslararası festivaller ve yarışmalar, farklı kültürlerin bir araya gelerek etkileşimde bulunmasını ve kültürel farkındalığın artmasını sağlar. Bu organizasyonlar, yerel halk ve katılımcılar arasındaki iletişimi artırarak kültürel etkileşim yaratma etkisine sahiptir. Katılımcıların destinasyonda düzenlenen etkinliklere dâhil olması destinasyonu tanımalarına da olanak sağlar. Gelenek ve göreneklerin tanıtılması ve devamlılığının sağlanmasında da önemli rol oynar. Böylece yörenin veya ülkenin tanınırlığının da güçlenmesine katkı sağlar.

Sonuç olarak festival ve yarışmalar turizm sektörüne ekonomik ve sosyal açıdan çok yönlü katkı sağlar (Görsel 2.16). Bu organizasyonlar yerel ve ulusal ekonomik etkilerinin yanında kültürel etkileşimi ve toplumsal dayanışmayı da pekiştirir.



Görsel 2.16: Şenlik ateşi ile baharın gelişini kutlayan insanlar

### 2.1. ETKİNLİK

#### KENDİ ULUSLARARASI FESTİVALİNİZİ VEYA YARIŞMANIZI TASARLAYIN

**Görev:** Bir grup olarak uluslararası düzeyde dikkat çekici bir festival veya yarışma tasarlamanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Grubunuzla birlikte uluslararası düzeyde dikkat çekici bir festival veya yarışmanızı tasarlayacaksınız. Etkinliğin türünü seçip, amacını ve temasını belirleyerek organizasyonunuzu detaylı şekilde planlayacak, her aşamayı oluşturacaksınız. Başarılı bir etkinlik gerçekleştirmek için aşağıdaki adımları izleyerek etkinliğinizi hayata geçireceksiniz.

##### 1. Grup Oluşturma ve Etkinlik Türü Seçimi:

- 3-4 kişilik gruplar oluşturunuz.
- Festival mi yoksa yarışma mı düzenleyeceğinize karar veriniz.

##### 2. Tema ve Hedef Kitle Belirleme:

- Etkinliğinizin temasını (örneğin müzik, bilim) belirleyiniz.
- Hangi yaş grubuna hitap edeceğinizi ve onların ilgisini çekecek özellikleri düşününüz.

##### 3. Planlama ve Organizasyon:

- Etkinliğin yapılacağı yer, tarih ve saat gibi detayları belirleyiniz.
- Etkinlikte yapılacak aktiviteleri sırasıyla planlayınız.

##### 4. Kaynak ve Bütçe Yönetimi:

- Etkinlik için gereken malzemeleri ve ekipmanları listeleyiniz.
- Bütçe oluşturun ve sponsor veya destekçi arayışına giriniz.

##### 5. Tanıtım ve İletişim:

- Etkinliği duyurmak için sosyal medya, afişler veya okul duyuruları gibi yöntemler kullanınız.

##### 6. Sürdürülebilirlik ve Değerlendirme:

- Çevreye zarar vermemek için önlemler alınız (geri dönüşüm, atık yönetimi vb.).
- Etkinlik sonrasında geri bildirim toplayınız ve gelecek etkinlikler için iyileştirmeler yapınız.

## Değerlendirme

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ						
No	Değerlendirme Kriteri	5 (Çok iyi)	4 (İyi)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Grup çalışmasına uygun şekilde görev paylaşımı yapılarak festival ya da yarışma türü belirlenmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Etkinliğin teması belirlenerek hedef kitle doğru analiz edilmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Etkinliğin mekânı, zamanı ve akışı tüm aşamaları detaylıca planlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Gerekli malzemeler ve harcamalar hesaplanarak bütçe uygun şekilde hazırlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Etkinlik için etkili tanıtım yöntemleri seçilerek hedef kitleye ulaşmak için uygun araçlar kullanılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Etkinliğin çevreye etkisi düşünülmüş, geri bildirim toplama yolları planlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Not: Tam puan alamadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gideriniz.**

## 2.3. BAYİ VE SEKTÖR TOPLANTILARI

Kongre turizminin en önemli türlerinden birisi bayi ve sektör toplantılarıdır. Bayi ve sektör toplantıları; işletmelerin iş hedeflerini gerçekleştirmek, iş ortaklarıyla güçlü bağlar kurmak ve sektörel gelişmeleri takip etmek amacıyla düzenlediği etkinliklerdir. Bu organizasyonlar; bilgi paylaşımı, iş birliği fırsatları ve uzun vadeli stratejilerin oluşturulması açısından kritik bir role sahiptir. Giderek rekabetçi hâle gelen iş dünyasında, doğru planlanmış toplantılar hem iş ortakları hem de sektördeki tüm paydaşlar için değer yaratır.

Bayi toplantıları sektörde faaliyet gösteren şirketler ile bayileri bir araya getiren önemli organizasyonlardır. Belirli bir konunun ilgili sektörlerle iletmesini sağlamak amacıyla sıklıkla toplantılar düzenlenmektedir. Büyük firmalar bayileri ile iletişimi geliştirmek, satışları ile ilgili bilgi vermek, yeni ürünlerini tanıtmak amacıyla toplantı organizasyonları yapmaktadır (Görsel 2.17).



Görsel 2.17: Bayi toplantısı

Bu organizasyonlar ulusal ya da uluslararası olarak düzenlenmektedir. Bu toplantılar genellikle konaklama işletmelerinin konferans salonları, fuar merkezleri veya çevrim içi platformlarda düzenlenmektedir.

### 2.3.1. Bayi ve Sektör Kavramları, Tanımları

TDK'ye göre **bayi** herhangi bir ürünü ana firma adına satma yetkisi olan kimse, dükkân veya kuruluştur. **Sektör** ise kesim, bölüm, kol, dal, alan ve aynı işi yapan topluluk olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlara göre bayi, belirli bir sektörde faaliyette bulunan bir şirketin ürünlerini satan iş yerleri olarak da ifade edilebilir.

Şirketler; ürünlerini satan bayilerle iletişimi güçlendirmek, yeni ürün veya hizmetlerini tanıtmak, hedef belirlemek ve satış stratejilerini gözden geçirmek için toplantılar düzenlemektedir. Düzenlenen bu toplantılara şirketin bayileri, bölge müdürleri, satış ekipleri ve üst düzey yöneticiler katılır. Ürünlerle ilgili bir konunun ilgili kesimlere iletilmesini sağlamak amacı ile toplantılar düzenlenmesi sıklıkla uygulanan bir aktivitedir.

### 2.3.2. Bayi ve Sektör Toplantılarının Önemi

Bayi toplantıları bir markanın ürün veya hizmetlerini temsil eden bayilerle bir araya gelerek iş stratejilerini, hedefleri ve ürün yeniliklerini paylaşmayı amaçlar. Bayilerle güçlü bir iletişim kurulmasını sağlar ve ortak bir vizyon geliştirilir.

Toplantı yöntemi ilişkilerini geliştirmek isteyen bayi ve ortaklar tarafından kullanılır. Toplantılar; bayi ilişkilerinde görülebilen sorunların çözümü, bir sorun olmasa da ileride doğabilecek birtakım sorunların önlenmesi, bayilere yeni ürünlerin tanıtımı veya satış politikalarındaki yenilikler vb. konularda bilgi vermek, eğitmek ve bayi-firma ilişkilerini iyileştirmek için birçok firmanın yılın belirli periyodlarında uygulamaya koyduğu etkinliklerdir.

Sektör toplantıları ise belirli bir sektördeki tüm paydaşların (şirketler, tedarikçiler, distribütörler, müşteriler, kamu kuruluşları) katıldığı etkinliklerdir. Bu toplantılar sektörel eğilimleri tartışmak, yenilikleri paylaşmak ve iş fırsatları yaratmak için düzenlenir. Sektör toplantıları genellikle uluslararası boyutta yapılmaktadır.

Bayi toplantıları; değişik ülkelerde, değişik şehirlerde yaşayan aynı ürünü satan bayileri tanıştırmak, kaynaştırmak ve aralarındaki dayanışma ve bağlılığı güçlendirip güven duygularını geliştirmek açısından çok yararlıdır. Bu toplantılarda yönetim ile yüz yüze (doğrudan) iletişim kurulmaktadır.

Bayi toplantıları uygun yer ve zaman düşünülerek yurt içi veya yurt dışında yapılan etkinliklerdir. Bayi toplantıları eşli olarak da düzenlenebilir. Eşli toplantılarda eşler için değişik aktivite programları yapılabilir.

Büyük şirketler; bayi toplantısıyla yeni ürün tanıtımları, satış hedefleri ve performans değerlendirmeleri, pazar eğilimleri ve müşteri geri bildirimleri konularında çalışmalar yapmaktadır. Bayilere özel kampanya ve promosyonlar da bu toplantılarda duyurulmaktadır. Ayrıca bayi çalışanlarına yönelik eğitim programları ve motivasyon artırıcı etkinlikler bu toplantılarda düzenlenmektedir.

### SIRA SİZDE >>

Sizce bayi ve sektör toplantıları arasındaki temel farklar nelerdir? Yazınız.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 2.3.3. Uluslararası Sektör Toplantıları

**Uluslararası sektör toplantıları;** dünya çapında farklı endüstrilerde faaliyet gösteren profesyoneller, şirketler, uzmanlar ve karar vericilerin bir araya gelerek bilgi alışverişinde bulunduğu, ağ kurma [(networking) netvörking] fırsatları sunduğu ve sektörel sorunları ele aldığı organizasyonlardır. Bu toplantılar genellikle konferans, fuar, seminer veya çalıştay gibi çeşitli formatlarda düzenlenir.

Bu toplantılarda katılımcılar; sektördeki yeni eğilimleri, yenilikçi teknolojileri ve sektörle ilgili gelişmeleri öğrenme fırsatı bulur. Farklı ülkelerden gelen iş insanları ve şirketler, iş birlikleri kurma ve ortaklıklar geliştirme şansı yakalar. Sektörde bulunan firmalar yeni pazarlara girebilir veya buldukları pazarlarda daha güçlü bir yer edinme fırsatı yakalayabilir.

Uluslararası platformlarda, küresel anlamda sektörel zorluklar ele alınır ve bu sorunlara yönelik çözüm yolları arayışına girilir. Farklı deneyimlerden yararlanılarak sorunların çözümü sağlanabilir. Uluslararası sektör toplantılarına katılanlar ve katılma amaçları şu şekilde sıralanabilir:

- ✘ İş birlikleri aramak için farklı sektörlerde faaliyet gösteren büyük ve küçük ölçekli firmalar ve şirketler, yeni ürünlerini tanıtır ve pazarlama stratejilerini paylaşır.
- ✘ Yeni gelişmeleri tartışmak için katılan uzmanlar ve akademisyenler, sektörle ilgili teorik bilgi ve güncel araştırmaları sunar.

- ✘ Devlet yetkilileri ve politika yapıcılar, küresel ekonomiye yön veren sektörlerin politikalara etkisini tartışır ve küresel düzenlemelere yönelik görüşler sunar.
- ✘ Yerli ve yabancı yatırımcılar, fırsatları keşfetmek için yeni projelere yatırım yapar.

### a) Uluslararası Sektör Toplantılarının Yapısı

**Konferanslar ve Seminerler:** Katılımcıların belirli konularda bilgi edinmesine olanak tanır. Uzman konuşmaları, paneller ve sunumlar sıklıkla düzenlenir.

**Fuarlar ve Sergiler:** Sektöre yönelik ürün ve hizmetlerin sergilendiği alanlar oluşturulur. Katılımcılar, yenilikçi ürünleri tanıtabilir ve müşterilerle doğrudan temas kurabilir.

**Atölye Çalışmaları ve Çalıştaylar:** Katılımcıların bir araya gelerek daha derinlemesine bilgi edinip sorun çözmeye yönelik etkileşimli aktiviteler düzenlenir.

**Ağ Kurma Etkinlikleri:** Katılımcılar arasında sosyal etkinlikler düzenlenir. Bu etkinlikler iş birliklerinin kurulmasında ve ilişkilerin güçlendirilmesinde önemli bir rol oynar.

### b) En Çok Bilinen Uluslararası Sektör Toplantıları

**CES [Consumer Electronics Show (konsımır elektronik şov)]:** Her yıl Las Vegas'ta düzenlenen bu etkinlik, elektronik ve teknoloji endüstrisinin en büyük buluşma noktalarından biridir.

**World Economic Forum (vörlđ ekonomik form):** İsviçre Davos'ta yapılan iş dünyası liderleri, politikacılar ve akademisyenlerin bir araya gelerek küresel ekonomik sorunları tartıştığı bir toplantıdır.

**Cannes Lions (kans liyons):** Fransa Cannes'da düzenlenen reklamcılık, pazarlama ve yaratıcı endüstriler üzerine odaklanan büyük bir etkinliktir.

**IFA [Internationale Funkausstellun (interneyşinil fankestiling)]:** Berlin'de düzenlenen bu etkinlik tüketici elektroniği ile teknoloji alanlarında önemli bir fuar olarak kabul edilir.

**Art Basel (art bazıl):** İsviçre'de düzenlenen uluslararası sanat dünyasının buluştuğu, sanat galerileri, sanatçılar ve koleksiyoncuların bir araya geldiği prestijli bir etkinliktir.

### c) Uluslararası Sektör Toplantılarının Firmalara Yararları

Uluslararası sektör toplantıları, şirketlerin ve profesyonellerin küresel düzeyde etkileşimde bulunmasını sağlayarak globalleşme sürecini hızlandırmaktadır. Bu sayede firmalar farklı ülkelerde kendilerine pazar sağlayabilmektedir.

Bu toplantılar sayesinde sektörlerdeki yenilikçi çözümleri hızlandıran ve teknolojik gelişmeleri teşvik eden bir platforma ulaşılmaktadır. Firmalar, ürünler için en yeni teknolojilerden haberdar olmaktadır.

**SIRA SİZDE** ➔

Ticari sergi ve fuarların turizm işletmeleri ile destinasyonların tanıtımı ve gelişimi üzerindeki etkilerini açıklayınız. Bu etkileri somut örneklerle destekleyerek değerlendiriniz.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Farklı kültürlerden gelen insanlar arasındaki etkileşim, daha kapsayıcı çeşitli iş dünyası anlayışlarının gelişmesini sağlar bu şekilde yabancı ortaklıklar ve iş birlikleri kurulabilir (Görsel 2.18).



Görsel 2.18: Toplantı

Uluslararası sektör toplantıları; iş dünyasında büyümek, yenilikçi fikirlerle tanışmak ve küresel iş ağlarını geliştirmek isteyen profesyoneller için vazgeçilmez bir fırsattır. Bu tür toplantılar, katılımcıların sadece bilgi edinmesini değil aynı zamanda sektördeki son gelişmeleri şekillendirmesini de sağlar.

### 2.3.4. Bayi Toplantıları ve Toplantıların Amacı

**Bayi ve sektör toplantıları;** işletmelerin iş ortakları, müşteriler, tedarikçiler ve sektör temsilcileriyle iletişim kurmak, iş ilişkilerini güçlendirmek ve sektördeki gelişmeleri değerlendirmek amacıyla düzenlenen

etkinliklerdir. Bu toplantılar, birçok farklı sektörde değişik amaçlar için yaygın olarak düzenlenmektedir. Bu amaçlar şunlardır:

**Bilgi ve Fikir Paylaşımı:** Katılımcılar yeni ürünler, hizmetler ve kampanyalar hakkında bilgi aktarmak ve sektördeki yenilikleri ve teknolojik gelişmeleri tartışmayı ve fikirlerini paylaşmayı amaçlamaktadır. Şirketler bu toplantılarda ürün satışlarıyla ilgili satış yapan bayiler ile tecrübelerini paylaşmaktadır. Yapılan bilgi alışverişi sonucu yeni pazarlama ve satış teknikleri ortaya çıkabilir.

**Eğitim ve Gelişim:** Satış teknikleri, ürün kullanımı veya müşteri ilişkileri gibi konularda bayilere ve çalışanlara eğitimler sunmak amaçlardan biridir. Yeni ürünler, yeni pazarlar hakkında satış teknikleri, ürün tanıtımları da yapılmaktadır. Sektörde yapılan yenilikler, teknolojideki gelişmeler toplantılarda bayi yetkililerine aktarılmaktadır. Ürünlerde yapılan değişiklikler de yine bu toplantılarda ilgililere aktarılmaktadır.

**İlişkileri Güçlendirme:** Bayiler ve sektör temsilcileri arasındaki ilişkileri pekiştirmek önemli amaçlardan biridir. Bayiler ve sektör temsilcileri arasında olumlu bir iletişim ortamı satışlara, ürünlerin geliştirilmesine katkı sağlar.

**Motivasyon:** Başarılı bayileri ödüllendirmek ve genel performansı artırmak amaçlardan biridir. Etkili satış yapan bayiler, bu toplantılarda çeşitli şekillerde ödüllendirilir. Bu durum ödül almayan bayiler için de motivasyon olur.

**Stratejik Planlama:** İşletmenin ve sektörün geleceği için yol haritaları oluşturmak için sektörel gelişmeler takip edilir, bayilerden fikirler alınır. Sektörde yaşanan mevcut sorunlar tartışılmalı ve çözüm önerileri geliştirilmesi amaçlanır.

### 2.3.5. Bayi Toplantısı Organizasyonunun Aşamaları

Bayi ve sektör toplantıları, etkili bir planlama ve profesyonel bir yaklaşım gerektirir. Toplantının sorunsuz olması, katılımcıların memnun olarak ayrılması oldukça önemlidir. Bu nedenle organizasyon sürecinde yer alan temel adımlar şunlardır:

**Hedef Belirleme:** Toplantının amacı açıkça tanımlanmalıdır. Yeni bir ürünün tanıtımı, performans değerlendirmesi ya da sektörel yeniliklerin tartışılması vb. hangi konuların ele alınacağına karar verilmelidir.

**Katılımcı Listesi Hazırlama:** Katılımcılar belirlenirken etkinliğin hedef kitlesi (bayiler, tedarikçiler, sektörel liderler) dikkate alınmalıdır. Organizasyonun eksiksiz gerçekleştirilmesi için bu oldukça önemlidir.

**Mekân ve Tarih Seçimi:** Etkinliğin amacına uygun bir mekân seçilmelidir. Büyük konferans salonları olan konaklama işletmeleri daha çok tercih edilir. Bayi ve sektör toplantılarında tarih belirlenirken genellikle seçilen bölgede yapılabilecek etkinliklere de dikkat edilir. Çoğunlukla birkaç gün süren toplantılar olduğu için katılımcılara hitap edecek

etkinlikler için donanımı fazla olan mekânlar tercih edilmelidir. Şirketler bayi toplantısı için belirli bir tema belirleyebilir (Görsel 2.19). Toplantının yaz döneminde deniz kenarında bir konaklama işletmesinde ya da kış döneminde daha sıcak bir ülkede düzenlenmesi istenebilir.



Görsel 2.19: Sunum izleyen katılımcılar

Şirket, bayi temsilcilerine en uygun zamanı belirleyerek organizasyon firmasına iletmelidir. Bu işlem ne kadar erken olursa isteklere uygun seçenekler o kadar fazla olur. Zaman belli olduğunda erkenden rezervasyon yapılarak avantajlı fiyatlardan faydalanmak mümkün olacaktır.

**Program ve İçerik Hazırlığı:** Etkinliğin akışını belirlemek için detaylı bir program oluşturulmalıdır. Organizasyon düzenleyen firma, içerik ve program için toplantıyı düzenleyen sektör temsilcisi ile detaylı görüşme sağlamalıdır. Program içinde konuşmacılar, sunum içerikleri ve tartışma konuları özenle seçilmelidir (Görsel 2.20). Katılımcılara yönelik bir program içeriği hazırlanmalıdır.



Görsel 2.20: Birden fazla konuşmacının yer aldığı toplantı

**Teknolojik Altyapı:** Sunumlar, video konferanslar ve diğer teknolojik araçların sorunsuz çalışmasını sağlamak için hazırlık yapılmalıdır. Organizasyonun yapılacağı mekânda teknik araç gerecin eksiksiz ve doğru çalışması önemlidir. Şirketlerin bayileri ile yapacağı toplantılarda hangi ekipmanların kullanılacağı önceden belirlenmelidir. Eksik ekipmanlar toplantı tarihine kadar tamamlanmalıdır.

**Tanıtım ve Davet:** Etkinlik öncesi duyuru ve davetler profesyonel bir şekilde hazırlanmalı, katılımcılar bilgilendirilmelidir. Bayilerin davetlere katılıp katılmayacağı bildirilmek durumundadır. Katılımcı sayısının belirlenmesi için dönüt alınmalıdır.

**Sonuç ve Takip:** Toplantı bittiğinde tüm işlemler bitmiş sayılmaz. Toplantı sonrasında katılımcılardan geri bildirim alınmalı ve alınan kararlar takip edilmelidir. Katılımcıların memnuniyet durumları ölçülerek analiz edilmelidir.

### 2.3.6. Başarılı Organizasyon İçin Gerekenler

Organizasyon firmaları düzenlenen etkinliklerde her zaman başarılı olmayı hedeflese de organizasyon planlaması yapılırken ya da organizasyon sırasında oluşabilecek aksaklıklar nedeniyle olumsuz bir durumla karşılaşılabilir. Bu nedenle başarılı bir organizasyon gerçekleştirmek için dikkat edilmesi gereken konular şunlardır:

**İyi İletişim:** Katılımcılarla açık ve düzenli bir iletişim kurmak toplantının etkisini artırır.

**Etkili Sunumlar:** Görsel ve interaktif içeriklerle katılımcıların ilgisi canlı tutulabilir.

**Zaman Yönetimi:** Her konu için belirlenen süreye sadık kalınmalı, toplantının uzamasından kaçınılmalıdır.

**Katılımı Teşvik Etme:** Katılımcıların fikirlerini paylaşabileceği bir ortam yaratılmalı, tartışmalar teşvik edilmelidir.

Organizasyon firması tarafından düzenlenecek bayi toplantısı için ön hazırlık çalışmaları yapılmalıdır. Bu organizasyonlar büyük gruplar için düzenlendiğinden herhangi bir olumsuz durum tüm katılımcıları etkiler. Bu nedenle ön hazırlık çalışmalarının büyük bir titizlik ile yapılması gerekir. Başlıca yapılacak hazırlıklar şunlardır:

**Temaya Uygun Mekânı Araştırma:** Firmaların isteğine uygun bir mekân ayarlamak oldukça önemlidir. Bayi toplantılarına uygun mekân araştırılırken şu özellikler dikkate alınmalıdır:

- ✘ Katılımcıların sayısı
- ✘ Katılımcıların özellikleri
- ✘ Bayinin sattığı ürünün özelliği
- ✘ Mevsim özelliği (açık, yarı açık, kapalı alan)
- ✘ Toplantının amacı

**Zamanı Planlama:** Düzenlenecek etkinliğin zamanı doğru seçilmelidir. Katılım durumu ve organizasyon bütçesine uygun olan bir dönem seçilmelidir.

**Gerekli Ekipmanı Belirleme:** Şirketlerin bayileri ile yapacağı toplantılarda hangi ekipmanları (bilgisayar, mikrofon, projeksiyon vb.) kullanacağı önceden belirlenmelidir (Görsel 2.21). Eksik ekipmanlar toplantı tarihine kadar tamamlanmalıdır.



Görsel 2.21: Bilgisayar ile sunum yapan katılımcı

**Afiş ve Broşürleri Hazırlama:** Katılacak bayilere veya sektör temsilcilerine organizasyon ile ilgili bilgilendirici afiş ve broşürler hazırlanmalıdır.

**Katılımcı Listesi Oluşturma:** Katılımcıları seçme kriterlerine uygun olarak belirlemek gerekir. Örneğin belirli bir satış oranı belirlenip bu satışı gerçekleştiren bayilerden seçim yapılabilir.

**Yiyecek ve İçecek Çeşidini Planlama:** Katılımcılara özel bir menü belirlenebilir. Gala yemeği düzenlenecek ise konuklara buna uygun bir menü sunulmalıdır (Görsel 2.22).



Görsel 2.22: Gala yemeği

**Maliyet Hesabı Yapma:** Hem kaliteli hem de mali açıdan karşılanabilir bir organizasyon gerçekleştirmek firmalar için oldukça önemlidir.

**Ulaşım ve Konaklamayı Sağlama:** Katılımcılar için konaklama ve ulaşım olanaklarını belirlemek gerekir. Toplantı için en iyi seçenekler değerlendirilmeli, kriterlere en uygun olan işletme seçilmelidir. Katılımcılar için uygun ulaşım aracı sağlanmalı ve ayarlanmalıdır. Uluslararası organizasyonlarda kullanılacak ulaşım araçları konforlu olmalıdır.

### SIRA SİZDE >>

Başarılı bir organizasyonun gerçekleşmesi için gerekli temel unsurları açıklayınız. Bu unsurların her birinin organizasyon sürecine katkısını örneklerle değerlendiriniz.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 2.3.7. Bayi ve Sektör Toplantılarının İşletmelere Sağladığı Faydalar

Bayi ve sektör toplantıları yalnızca bilgi paylaşımını sağlamakla kalmaz, işletmelere stratejik avantajlar da sunar. Bu toplantılar sayesinde firmalar hem iç yapılarında hem de dış paydaşlarıyla olan ilişkilerinde önemli gelişmeler kaydeder. Bu tür toplantıların işletmelere sunduğu temel faydalar şu şekilde sıralanabilir:

**Performans Artışı:** Bayi toplantıları, iş ortaklarının daha yüksek performans göstermesini sağlar. Alınan eğitimler katılımcılar için önemlidir. Ürünler hakkında daha detaylı bilgiye sahip olunur. Bu durum ürün satışlarına yansır.

**Sektörel Bilgi:** Sektör toplantıları, şirketlerin sektördeki yeniliklere hızla uyum sağlamasına yardımcı olur. Sektördeki yeniliklerin takip edilmesi için oldukça önemlidir.

**Bağlantı ve İş Birliği:** Bayi ve sektör toplantıları, yeni iş ortaklıklarının kurulmasına ve mevcut olan ilişkilerin güçlenmesine olanak tanır. Firmalar için yeni bağlantılar ile ürün çeşitliliğini artırmak mümkündür.

**Marka Güçlendirme:** Etkin bir organizasyon, markanın profesyonelliğini ve güvenilirliğini artırır. Katılımcıların firmaya güveni arttıkça markaya bağlılık da artar. Böylece marka daha da güçlenir ve tanınır.

## 2.2. ETKİNLİK

### ULUSLARARASI SEKTÖR TOPLANTISI

**Görev:** Kendi uluslararası sektör toplantısı organizasyonunuzu oluşturmanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Bir organizasyon firmasında uluslararası bir sektör toplantısını planlamakla ve tanıtmakla görevlendirildiğinizi düşününüz. Bu süreçte atacağınız adımları düşünerek verilen sorulara bakış açınıza göre cevap veriniz ve hayalinizdeki kongreyi aşağıdaki adımları izleyerek planlayınız.

#### 1. Organizasyonun Hangi Sektör Alanında Olmasını İstersiniz?

- Dünyayı en çok ilgilendiren hangi sektör çalışanlarının bir araya gelmesini istersiniz? (Otomotiv, gıda, tekstil, teknoloji gibi aklınıza gelen sektörlerden biri olabilir.)
- Sektör toplantısının temel amacı ne olur? İnsanların ne öğrenmesini, ne paylaşmasını veya ne gibi sonuçlar elde etmesini istersiniz?

#### 2. Organizasyona Kimler Katılır?

- Organizasyona hangi ülkelerden katılım olmasını istersiniz?
- Organizasyonun hedef kitlesi tam olarak kimler olur?

#### 3. Organizasyonu Ne Zaman ve Nerede Yaparsınız?

- Bu büyük organizasyon için sizce en uygun zaman dilimi ne olur? (Hangi ay, hangi mevsim?) Nedenini açıklayabilir misiniz?
- Organizasyon için sizce en ideal yer neresi olur? (Türkiye'den veya başka bir ülkeden bir şehir düşünebilirsiniz.) Bu yeri seçmenizde neler etkili olur? (ulaşım kolaylığı, ilgi çekiciliği, altyapısı vb.)

#### 4. Organizasyon Kaç Gün Sürer ve Neler Olur?

- Bu kadar önemli bir organizasyon için sizce kaç gün yeterli olur?
- Organizasyon süresince katılımcılar hangi etkinlikleri yapar? Aklınıza gelen farklı etkinlik türlerini (sunumlar, paneller, atölye çalışmaları, geziler, sosyal etkinlikler vb.) sıralayabilir misiniz?

#### 5. Organizasyonun Tanıtımını Nasıl Yaparsınız?

- Dünyanın farklı yerlerindeki sektör uzmanlarına bu organizasyonu nasıl haber veririrsiniz? Hangi yöntemleri kullanırsınız? (internet siteleri, sosyal medya, okullarla iş birliği, uluslararası organizasyonlarla iletişim vb.)
- Organizasyonun dikkat çekici olması için nasıl bir tanıtım materyali (poster, video vb.) hazırlarsınız?

#### 6. Organizasyonun Başarılı Olduğunu Nasıl Anlarsınız?

- Bu büyük organizasyonun hedefine ulaştığını ve başarılı olduğunu sizce ne gösterir? (katılımcı sayısı, geri bildirimler, basında çıkan haberler, elde edilen sonuçlar vb.)

## Değerlendirme

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ						
No	Değerlendirme Kriteri	5 (Çok iyi)	4 (İyi)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Organizasyonun genel yapısı açık bir şekilde planlanmış, etkinlikler ve süreçler mantıklı şekilde sıralanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Organizasyonun amacı net bir şekilde belirlenmiş, bu amaç etkinliğin tüm içeriğiyle uyumlu hâle getirilmiştir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Hedef kitle doğru tanımlanmış ve bu kitlenin ihtiyaçlarına uygun içerik geliştirilmiştir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Organizasyon için uygun bir zaman ve mekân seçilmiş, bu seçimler mantıklı nedenlerle açıklanmıştır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Etkinlik programı çeşitlendirilmiş ve farklı katılımcı profillerine hitap edecek unsurlar eklenmiştir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Organizasyonun tanıtımı için yaratıcı ve etkili fikirler geliştirilmiş, uygun iletişim kanalları kullanılmıştır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Organizasyona kültürel çeşitlilik göz önünde bulundurularak farklı ülkelerden katılım sağlanması planlanmıştır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Not: Tam puan alamadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gideriniz.**

## 2.4. SPORİF ORGANİZASYONLAR

**Sporif organizasyonlar;** spor yarışmaları ile sportif amaçla düzenlenmesi planlanan seminer, toplantı, kurs, panel, kamp vb. her türlü faaliyetin en iyi şekilde yönetilerek sonuçlandırılması için bir program dâhilinde yapılan çalışmalarlardır. Düzenlenmesi planlanan uluslararası ve ulusal düzeyde spor organizasyonları farklı ülkelerden sporcu, antrenör,

seyirci, gazeteci, idareci ve diğer katılımcılar ile geniş bir topluluğu kapsamaktadır (Görsel 2.23).



Görsel 2.23: Çeşitli spor dalları

Sportif organizasyonların düzenlenebilmesi için gereken temel unsurlar şunlardır:

- ✘ Spor tesislerinin mevcut durumunun yeterli olması veya organizasyon tarihine kadar standartlara uygun hâle getirilmesi
- ✘ Basın yayın ve haberleşme hizmetleri
- ✘ Ulaşım hizmetleri
- ✘ Güvenlik hizmetleri
- ✘ Konaklama hizmetleri
- ✘ Beslenme hizmetleri
- ✘ Sağlık hizmetleri
- ✘ Sosyal ve kültürel hizmetler
- ✘ Organizasyonda görev alacak resmî ve fahri görevlilerin eğitimi
- ✘ Problemlerin hızlı çözülebileceği mevzuat ve bürokratik yapı
- ✘ Mali kaynakların yeterliliği
- ✘ Araç gereç ve sportif tüm malzemelerin standartlara uygun olması
- ✘ Acil tedbirlere ilişkin eylem planı
- ✘ VIP hizmetleri

Bu unsurların tamamına tüm sportif organizasyonlarda her aşamada ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin futbol şampiyonası gibi organizasyonlarda kapsamlı, golf şampiyonası gibi organizasyonlarda ise daha küçük ölçekli çalışmalar yeterli olacaktır.

### SIRA SİZDE >>

Sportif organizasyonların başarılı bir şekilde planlanabilmesi için hangi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır? Bu faktörlerin her birinin organizasyonun genel başarısına nasıl etki ettiğini düşünüyorsunuz? Açıklayınız.

#### 2.4.1. Sportif Organizasyonların Önemi ve Planlanması

Spor, yalnızca fiziksel bir etkinlik olmanın ötesinde, insanları bir araya getiren, ülkeler arasında dostluk köprüleri kuran evrensel bir olgudur. Büyük spor organizasyonları ise hem sporcular hem de ülkeler için önemli fırsatlar sunar. Bu tür etkinliklerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için detaylı bir planlama ve güçlü bir ekip çalışması gerekir.

Spor organizasyonlarının yürütülmesi ve tüm çalışmaların planlanması için sürecin başında organizasyon komitesinin oluşturulması gerekmektedir. Organizasyon komitesi; süreç yönetimi, insan kaynakları yönetimi, risk yönetimi ve mali yönetim ile ilgili tüm çalışmalara hâkim olan, yeterli bilgi birikimine sahip konunun uzmanlarından oluşmalıdır. Örneğin Dünya Atletizm Şampiyonası organizasyon komitesinde kış sporları alanından veya futbol dünyasından bir yetkilinin olması komitenin çalışmalarının tam anlamıyla başarılı olamayacağını gösterir.

Spor organizasyonları; faaliyetten önce yapılacak işler, faaliyetler sırasında yapılacak işler ve faaliyetten sonra yapılacak işlerin planlanmasını ve yönetimini içeren uzun vadeli bir süreçtir.

Özellikle olimpiyatlar, dünya şampiyonası ve dünya kupası gibi büyük organizasyonlarda sürecin planlanması aylarca devam edebilmektedir. Bu tür organizasyonlar üstlenilirken iyi bir SWOT analizi yapılmalı ve eğer organizasyon tam anlamıyla başarı ile tamamlanabilecekse ev sahipliği yapılmalıdır. İyi hazırlanacak bir SWOT analizi sayesinde artılar, eksiler, olumlu ve olumsuz yönler değerlendirilerek başarılı bir şekilde organizasyon için gerekli adımlar atılabilir.

Bu analiz sonrası, sportif faaliyetlerin öncesinde yoğun ve kapsamlı planlamalarla yapılacak çalışmalar şu şekilde sıralanabilir:

- ✘ Faaliyetlerin yapılacağı tesislerin planlanması
- ✘ Konaklama tesislerinin planlanması
- ✘ Ulaştırma faaliyetlerinin planlanması
- ✘ Tüm tesislerin eksiksiz hâle getirilmesi
- ✘ Katılım davet mektuplarının hazırlanması ve ulaştırılması
- ✘ Katılımcı listesinin oluşturulması
- ✘ Faaliyet programının yapılması

- ✘ Faaliyette görev alacak tüm kişilerin belirlenmesi ve ekibin oluşturulması

Spor ile ilgili bir kongreye sadece ilgili spor ve bilim uzmanları katılır ve genellikle bir tesiste yapılan faaliyetler ile organizasyon tamamlanır. Uluslararası veya ülke genelindeki bir şampiyona veya turnuvaya sporcular, antrenörler, yöneticiler, malzemeciler, takım rehberleri, ulaşım görevlileri, sağlık ekipleri gibi oldukça kalabalık kabileler katılabilir. Bu durumda yapılacak organizasyon çalışmaları daha detaylı ve iyi planlanmış olmalıdır.

Yarışmaların yapılacağı tesislere ulaşımı kolay ve konum olarak yakın çok sayıda konaklama tesisi organizasyona dâhil edilir. Konaklama planlaması yapılırken ülkelerin birbirleriyle olan ilişkileri ve güvenlik prosedürleri dikkate alınmak zorundadır. Ayrıca yarışmaların yapılacağı yerler, sporcuların antrenman yapacakları yerler ile konaklama alanları arasındaki ulaşım sırasında ve yarışmalar boyunca alınacak güvenlik önlemleri süreci planlanırken bölgenin mülki amirleri, federasyon yöneticileri, bakanlık görevlileri, devletin kolluk kuvvetleri ile özel güvenlik kurumları ile organize bir eylem planı oluşturulmalıdır. Olumsuz bir durumun yaşanması hâlinde bunun ülke imajına, yarışma sürecine, ülkeler arası ilişkilere yapacağı olumsuz etki mutlaka göz önünde tutulmalıdır. Bu nedenle sportif faaliyetler sırasında titizlikle yapılması gereken çalışmalar şunlardır:

- ✘ Katılımcıların hizmet alacağı konaklama, yeme içme işletmelerinin hazır hâle gelmesi ve eksiksiz hizmet vermesi
- ✘ Ulaşım faaliyetlerinin aksamadan yapılması
- ✘ Güvenlik faaliyetlerinin eksiksiz olarak yapılması
- ✘ Faaliyetlerin yapılacağı tesislerin eksiksiz ve hazır olması
- ✘ Faaliyetlerde görev alacak tüm personellerin eksiksiz şekilde organizasyon alanlarında hazır bulunması
- ✘ Sağlık hizmetlerinin eksiksiz şekilde hazır olması
- ✘ Organizasyon açılış ve kapanış tören planlamalarının hazır olması
- ✘ Olası yasal problemlerin çözümü için gerekli prosedürlerin ve bu yasal durumlarla ilgilenecek mevzuata hâkim kişilerin hazır olması
- ✘ Her türlü araç gereç, yarışmalarda kullanılacak malzemelerin eksiksiz şekilde hazır olması

Spor organizasyonlarında en çok ihtiyacın olduğu alan, görev alacak insan kaynaklarıdır. Özellikle büyük ve uluslararası organizasyonlarda ülke ve takım kabileleri ile birlikte vakit geçirecek ve onlara rehberlik yapacak mihmandar adı verilen görevliler, ulaşım personelleri, güvenlik personelleri, sağlık personelleri organizasyon öncesinde iyi bir eğitim sürecinden geçirilmeli ve belirli kriterlere uygun olarak seçilmelidir. Yabancı bir kabileye o ülkede konuşulan yabancı dile hâkim olmayan bir görevli grubunun atanması sıkıntılı durumların ve yanlış anlaşılmanın

yaşanmasına sebep olabilir. Bu tür olumsuzlukların önüne geçilmesi için insan kaynakları planlanmasının doğru yapılması önem taşımaktadır.

Tüm organizasyon ve sportif faaliyetlerin sonunda ise kullanılan tesislerin bakım ve onarım çalışmalarının yapılması, genel değerlendirme raporlarının hazırlanması ve mali yükün doğru şekilde bilanço hâline getirilmesi çalışmaları yapılarak ilgili çevrelerle paylaşılması gerekmektedir.

### BİLGİ KÖŞESİ !

**SWOT analizi**, bir işletmenin veya organizasyonun mevcut durumunu değerlendirmek ve gelecekteki stratejilerini planlamak için kullanılan bir analiz yöntemidir. SWOT, İngilizcede strengths [sıtrengs (güçlü yönler)], weaknesses [viknısız (zayıf yönler)], opportunities [apırtınidiz (fırsatlar)], threats [tıreds (tehditler)] kelimelerinin baş harflerinden oluşur.

SWOT analizi sayesinde işletmeler hem iç hem dış çevreyi bütüncül bir şekilde değerlendirir, güçlü yönlerini fırsatlarla birleştirip zayıf yönlerini nasıl geliştirebileceğini ve tehditlere karşı nasıl önlem alabileceğini planlar.

Sportif organizasyonların planlama süreci; tanıtım, bütçe, ulaşım, konaklama, yerel katılım ve risk yönetimi gibi temel unsurlar etrafında şekillenir. Bu unsurların etkin ve bütüncül bir yaklaşımla ele alınması, organizasyonun sorunsuz ilerlemesi ve istenen hedeflere ulaşması açısından önemlidir. Bu unsurlar şu şekilde açıklanabilir:

- a) **Tanıtım:** Organizasyon sürecinin en önemli kısımlarından birisi de tanıtım faaliyetleridir. Tanıtım ekibinin doğru oluşturulması organizasyonun istenen hedefe ulaşması ve başarılı olabilmesi için en önemli süreçlerden birisidir. Tanıtım ekiplerinin oluşturulmasında başta bakanlıklar ve federasyonlar olmak üzere yerel yönetimler, sporcular, sanatçılar, toplum önderleri, sponsor firma yetkilileri, profesyonel reklam şirketleri, organizasyon şirketlerini de kapsayan geniş bir katılım sağlanmalıdır.

Tanıtım faaliyetleri organizasyonun büyüklüğü ve önemine göre farklı bütçelere ve tanıtım yöntemlerine sahiptir. Örneğin bir olimpiyat oyunları organizasyonunun hangi destinasyonda yapılacağı yaklaşık on yıl önceden bellidir ve bu süreçte hem hazırlıkların tamamlanması için şehre ve ülkeye olanak sağlanır hem de bir öncesindeki organizasyonla birlikte tanıtım faaliyetleri yoğun olarak başlatılır. Çünkü oyunlar sayesinde hem o şehrin ve ülkenin tanıtımı yapılır hem de dünyanın birçok ülkesinden oldukça fazla sayıda sporseverin izleyici olarak katılımı sağlanır. Tanıtım için kullanılacak araçların doğru zamanda ve doğru şekilde seçilmesi önemlidir.

Tanıtımın kime yapılacağı, ne zaman yapılacağı ve nasıl yapılacağı önemlidir. Hedef kitle doğru seçilmelidir. Zaman yönetimi doğru yapılmalıdır. En önemlisi doğru araçlarla tanıtım yapılmalıdır.

Tanıtımda kullanılabilecek araçlar şunlardır:

- ✘ Reklamlar
- ✘ İnternet
- ✘ Yazılı basın organları (gazete, dergi)
- ✘ Radyo ve televizyon
- ✘ Elektronik posta
- ✘ Spor dallarına ait federasyonların yazılı, görsel ve internet üzerindeki yayın alanları
- ✘ Elektronik posta
- ✘ Kamuoyu duyuruları
- ✘ Reklam panoları
- ✘ Radyo ve televizyon röportajları
- ✘ Basın toplantıları
- ✘ Anonslar
- ✘ Posterler, afişler
- ✘ Organizasyona sponsor olarak anlaşma sağlanan firmalar aracılığı ile tanıtım

### SIRA SİZDE >>

Uluslararası sportif organizasyonların tanıtımında hangi yöntemler etkili olabilir? Bu yöntemlerin organizasyonun başarısına nasıl katkı sağladığını açıklayınız.

- b) Bütçe:** Bir diğer konu ise maliyet hesaplamasıdır. Maliyetler hesaplanırken organizasyona ayrılan bütçenin doğru kullanımı ve gelir kaynaklarının hangi yollarla yaratılacağı iyi planlanmalıdır. Organizasyon bütçesinin karşılanacağı gelir ayakları belirlenmeli ve bunlardan sağlanması planlanan gelir miktarı netleştirilmelidir. Sonrasında gerçekleşen gelir kalemleri rakamları ile karşılaştırma yapılarak gerekirse ek gelir kalemleri yaratılmalıdır. Beklenmeyen harcama ve giderler için mutlaka bir acil durum fonu bulundurulmalıdır.

Bir spor organizasyonunda başlıca gelir kalemleri şunlardır:

- ✘ Federasyonlar
- ✘ Devlet ve ilgili bakanlıklar
- ✘ Sponsorlar

- ✘ Yerel kaynaklar
- ✘ Bilet satışları
- ✘ Hediyelik ve diğer ürün satışları
- ✘ Katılım ücretleri

Bir spor organizasyonunda başlıca gider kalemleri şunlardır:

- ✘ Tanıtım, reklam ve halkla ilişkiler harcamaları
- ✘ Personel harcamaları
- ✘ Eğitim harcamaları
- ✘ Tesis harcamaları
- ✘ Ekipman ve üniforma harcamaları
- ✘ Konaklama, yeme içme ve ulaşım harcamaları
- ✘ Resmî harcamalar
- ✘ Sigorta harcamaları
- ✘ Ödül ve tören organizasyonları harcamaları
- ✘ Yayın harcamaları
- ✘ Olağan dışı harcamalar

- c) **Ulaşım ve Konaklama:** Ulaşım ve konaklama planlamasının doğru yapılması da spor organizasyonlarının önemli hususlarından birisidir.

Ulaşım planlaması yapılırken ne tür bir ulaşım ihtiyacı olduğunun belirlenmesi gerekir. Karşılama ulaşımı, konaklama işletmelerinden spor tesislerine ulaşım, görevliler ve diğer yardımcı personelin ulaşımı ile VIP konuklar için ulaşım planlaması doğru ve eksiksiz yapılmalıdır (Görsel 2.24).



Görsel 2.24: Kafiler için kullanılan çeşitli otobüsler

Sportif organizasyonlarda sporcu ve katılımcıların ulaşımını planlanırken dikkat edilmesi gerekenler şunlardır:

- ✘ Tüm ulaşım gereksinimlerinin belirlenmesi
- ✘ Park hizmetlerinin yeterli oranda planlanması
- ✘ Tüm sürücülere görevlerine uygun talimat kartlarının verilmesi
- ✘ Otobüs şirketinin uygunluğunun, görev alacak tüm sürücülerin gerekli güvenlik kontrollerinden geçerek isim ve görev yerlerinin tanımlandığı ayrıntılı ve tam listenin belirlenmesi
- ✘ Organizasyon kalkış ve varış, yer ve zaman programının ayrıntılı olarak yapılması
- ✘ Yerel emniyet güçleri, trafik ekipleri ve park görevlileri ile koordineli bir şekilde çalışılması
- ✘ Onaylanmış ulaşım rotasını gösteren bir haritanın belirlenmesi ve ulaşım ile ilgili tüm birimlerle paylaşılması
- ✘ Park görevlilerin belirlenmesi ve eğitimi
- ✘ Arıza ve kazalara karşı 7/24 çekici, bakım onarım hizmetinin sağlanması
- ✘ Yedek ulaşım araçlarının bulundurulması
- ✘ Güvenlik koruma aracının sağlanması

Konaklama planlaması yapılırken de dikkatli davranılmalıdır. Kafilerin konaklama planlarında kafilenin büyüklüğü, kafilenin istekleri aynı zamanda uluslararası bir organizasyon ise politik uluslararası ilişkilerdeki hassasiyet gibi konulara dikkat edilmelidir. Organizasyonun kimler için yapıldığı da konaklama planlamasında önem taşır. Örneğin paralimpik sporcuların katılacağı bir organizasyonda seçilecek tesisin konaklama ve ulaşım imkânları, engelli bireylerin rahat kullanımına uygun olmalıdır (Görsel 2.25).



Görsel 2.25: Paralimpik bir spor organizasyonu

Konaklama sportif organizasyonlarda konaklama süreçlerinin düzenlenmesi ve etkin bir şekilde yönetilmesi için atılması gereken temel adımlar şunlardır:

- ✘ Kafiler, resmî görevliler ve diğerlerinin konaklama maliyetlerinin belirlenmesi
- ✘ Konaklama rezervasyonlarının düzenlenmesi
- ✘ Kafilerden gelen talepler doğrultusunda anlaşma sağlanan konaklama merkezlerinde rezervasyonların yapılması
- ✘ Kafilerin konaklamaya ve tesislere ilişkin bilgilendirilmesinin yapılması
- ✘ Konaklama planlama listesinin doğru şekilde yapılması
- ✘ Konaklama kayıt sistemi ağı kurulması
- ✘ Konaklama denetim sistemi kurulması

Organizasyonlarda ayrıca basın yayın kuruluşlarının rahatça çalışabilmesi için her türlü alan, teknik donanım ve kapasitenin de hazır olması önemlidir. Özellikle uluslararası organizasyonlar, basın yayın kuruluşları aracılığı ile dünyanın tüm ülkelerine ulaşmaktadır. Organizasyon için kurulacak medya merkezleri basın yayın çalışanlarının rahatça çalışabileceği ortamlar olarak hazırlanmalıdır. Teknik ve internet altyapısı çok iyi düzeyde çalışmalıdır (Görsel 2.26).



Görsel 2.26: Maraton yarışında yayın yapan basın çalışanları

Organizasyonun türüne ve önemine göre tüm organizasyonlar için ilgili federasyonlardan ulusal ve uluslararası hakemler belirlenmesi için gerekli yazışmaların yapılması ve görev alacak hakem listelerinin ve sayılarının organizasyon başlamadan belirlenmesi önemlidir. Hakemlerin konaklama, ulaşım, yeme içme, güvenlik, teknik destek gibi tüm ihtiyaçları doğru planlanmalıdır. Yarışma standartları federasyonların

belirlediği kriterlere göre belirlenmeli, değerlendirmeler buna göre yapılmalıdır. Yarışmalarla ilgili tüm sonuçların kayıt altına alındığı ve elektronik olarak tespitinin yapıldığı bilgi işlem merkezi altyapısı kurulmalı ve sonuçların en doğru şekilde belirlenmesi sağlanmalıdır. Bilgi işlem merkezlerinde çalışacak tüm personelin eğitimi ve bu tür organizasyonlarla ilgili donanımlarının tam olmasına dikkat edilmelidir.

### SIRA SİZDE >>

Sportif organizasyonlarda ulaşım ve konaklama planlamalarının önemi nedir? Bu planlamalar organizasyonun başarısını nasıl etkiler? Örneklerle açıklayınız.

- ç) **Yerel Halkın Organizasyona Katılımı ve Desteklenmesi:** Yerel halkın organizasyona bakış açısını olumlu yönde geliştirmek de organizasyonun beklenen etkiyi yaratması açısından önemlidir. Yerel halkın desteklediği ve katılımının sağlandığı bir organizasyon süreci daha iyi şekilde yönetilir. Bu nedenle yerel halkın organizasyona karşı bakış açısının her zaman olumlu yönde olması için çalışmalar yapılmalıdır. Örneğin trafik probleminin yoğun olduğu bir şehirde büyük uluslararası bir organizasyonun yapılması yerel halkta olumsuz tepkilere yol açabilir. Bu nedenle önlemlerin alınması ve halka doğru anlatılması önemlidir.

### SIRA SİZDE >>

Sportif organizasyonlarda karşılaşılabilecek riskler nelerdir? Bu riskleri önlemek için yapılan planlar organizasyona nasıl yardımcı olur? Bir organizasyon komitesinin bu planları nasıl oluşturması gerektiğini düşünüyorsunuz?

- d) **Sportif Organizasyonlarda Risk Yönetimi ve Eylem Planları:** Sportif organizasyonlarda risk yönetim planlamasının da organizasyon komitesi tarafından tüm hatlarıyla yapılması gerekmektedir. Olası sorunlar ve bunlarla karşılaşılması durumunda ortaya konacak eylem planları ayrıntılı şekilde bu planda yer almalıdır. Mesela büyük bir organizasyonda karşılaşılabilecek bir salgın, hastalık riski ve buna karşı önlemlerin yer aldığı eylem planı; soruna acil müdahale edebilmesi için süreci kolaylaştırır. Aynı zamanda hazırlanmış olan risk yönetimi planları katılımcıların gönül rahatlığı ile organizasyona gelmesi konusunda avantaj sağlar.

Güvenlik önlemleri de organizasyonun doğru ve sorunsuz şekilde ilerlemesi için önemli detaylardan birisidir. Devletin tüm güvenlik kurumları, yerel yönetimler ve özel güvenlik şirketleri ile oluşturulacak

güvenlik ekibi ve eylem planı doğrultusunda sürecin tüm aşamalarının sorunsuz şekilde ilerlemesi sağlanmalıdır. Kafilelerin güvenliği, spor alanlarının güvenliği, trafik güvenliği tüm bu çalışmaların kapsamında titizlikle sağlanmalıdır (Görsel 2.27).



**Görsel 2.27: Güvenlik çalışanı ve kameralı güvenlik önlemleri**

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğu zaman küçük veya büyük sportif bir organizasyon; iyi planlanması gereken konaklama, ulaşım, güvenlik gibi tüm noktaların uygun maliyetler ve doğru insan kaynakları yönetimi ile yürütülen bir süreçtir. Organizasyon komitesinin doğru oluşturulması bu sürecin en önemli ve en temel adımıdır.

### **BİLGİ KÖŞESİ** !

Olimpiyat oyunları, dört yılda bir dünyanın tüm ülkelerinden sporcuların katılımı ile farklı şehirlerde düzenlenen en büyük spor organizasyonudur. Yaz olimpiyatları ve kış olimpiyatları ise iki yıl aralı olarak birbirini takip eden organizasyonlardır. İlk modern olimpiyat oyunları 1896 yılında Antik Çağ'da olimpiyat oyunlarının doğduğu Yunanistan'ın Atina şehrinde yapılmıştır.

2000 yılından itibaren düzenlenen kış ve yaz olimpiyat oyunları organizasyonları şunlardır:

#### **YAZ OLİMPİYAT OYUNLARI**

- 2000 Avustralya-Sidney
- 2004 Yunanistan-Atina
- 2008 Çin-Pekin
- 2012 Birleşik Krallık-Londra
- 2016 Brezilya-Rio de Janeiro
- 2021 Japonya-Tokyo (Pandemi nedeniyle bir yıl geç yapıldı.)
- 2024 Fransa-Paris
- 2028 ABD-Los Angeles

#### **KIŞ OLİMPİYAT OYUNLARI**

- 2002 ABD-Salt Lake City
- 2006 İtalya-Torino
- 2010 Kanada-Vancouver
- 2014 Rusya-Sochi
- 2018 Güney Kore-Pyeongchang
- 2022 Çin-Pekin
- 2026 İtalya-Milano

**SIRA SİZDE** >>

Olimpiyatlar şehrinizde yapılsaydı sizce şehirde neler değişirdi? Açıklayınız.

## 2.5. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TOPLANTI VE KONGRE ORGANİZASYONLARI

Konaklama işletmelerinde toplantı ve kongre organizasyonu; oteller, tatil köyleri ve konferans merkezleri gibi konaklama tesislerinin iş dünyası, akademik çevreler veya çeşitli gruplar için düzenlediği etkinliklerin planlanması, koordinasyonu ve yürütülmesi sürecini kapsar. Bu tür organizasyonlar genellikle profesyonel toplantılar, seminerler, eğitim programları, çalıştaylar, fuarlar veya büyük ölçekli kongreler vb. etkinlikleri içerir (Görsel 2.28).



Görsel 2.28: Toplantı

Konaklama işletmeleri, bu organizasyonları desteklemek için genellikle özel toplantı salonları, teknolojik altyapı (projektör, ses sistemleri, internet erişimi), konforlu konaklama seçenekleri, yiyecek içecek hizmetleri (kahve molaları, yemek servisleri) ve gerektiğinde simultane çeviri gibi ek hizmetler sunar. Organizasyonun başarısı; tesisin kapasitesine, konumuna, personelinin uzmanlığına ve müşteri ihtiyaçlarına uygun esnek çözümler sunabilme yeteneğine bağlıdır.

Bu tür etkinlikler hem katılımcıların verimli bir şekilde bir araya gelmesini sağlar hem de konaklama işletmelerine önemli bir gelir kaynağı oluşturur. Büyük kongreler genellikle ulusal veya uluslararası çapta katılımcı çektiği için destinasyonun tanıtımı açısından da etkilidir.

### 2.5.1. Konaklama İşletmeleri İçin Toplantı ve Kongre Organizasyonlarının Önemi

Kongre turizmi, diğer turizm türlerine kıyasla daha yüksek harcama yapan bir turist profili çeker. Kongre katılımcıları genellikle konaklama, yeme içme, ulaşım ve alışveriş gibi alanlarda daha fazla harcama yapar. Bu durum, kongre turizminin düzenlendiği destinasyonlar için önemli bir ekonomik katkı sağlar.

**Sezon Dışılık Etkisi:** Kongre turizmi, genellikle yılın her döneminde düzenlenebilir. Bu durum, turizm sezonunun uzamasına ve destinasyonların yıl boyunca turist çekmesine yardımcı olur. Özellikle yoğun turizm sezonlarının dışında düzenlenen kongreler, konaklama işletmelerinin düzenli gelir elde etmesine olanak tanıdığı gibi bölgenin istihdamına da katkıda bulunur.

Uluslararası kongreler, ev sahibi ülke veya şehrin dünya kamuoyuna tanıtılması için önemli bir fırsat sunar. Kongreler, destinasyonun ve konaklama işletmesinin imajını güçlendirerek gelecekte daha fazla turist çekmesine yardımcı olabilir.

Kongre turizminin başarısı için konaklama işletmelerinin yeterli altyapıya sahip olması, profesyonel organizasyon hizmetleri sunması ve etkin pazarlama stratejileri geliştirmesi önemlidir. Ayrıca konaklama işletmelerinin kongre turizmini çeşitlendirerek yaratıcı, sürdürülebilir turizm hizmetleri sunması da değerlidir.

Türkiye, son yıllarda uluslararası kongre turizminde önemli bir ilerleme kaydetmiştir. Özellikle İstanbul ve Antalya, kongre turizmi açısından öne çıkan şehirler olmuştur. Türkiye'nin coğrafi konumu, zengin tarihi, kültürel değerleri, doğal güzellikleri, iklim koşulları ve gelişen konaklama tesisleri kongre turizmi için önemli avantajlar sunmaktadır.

Konaklama işletmelerinde toplantı ve kongre organizasyon faaliyetleri; otel vb. tesislerin toplantı, kongre, seminer, fuar ve diğer etkinliklere ev sahipliği yapması amacıyla sunduğu bir dizi hizmeti kapsar. Bu tür faaliyetler, genellikle turizm sektöründe "MICE" alt kategorisi olarak adlandırılır.

#### **BİLGİ KÖŞESİ** !

##### **MICE Nedir?**

MICE, turizm sektöründe önemli bir alt kategori olup iş dünyası ve kongre organizasyonlarıyla ilişkilidir. MICE kısaltması şu İngilizce kelimelerin baş harflerinden oluşur:

**Meetings [(Toplantılar) mitinks]:** İş amaçlı buluşmalardır, genellikle daha küçük gruplar için düzenlenir.

**Incentives [(Teşvik Gezileri) insentivs]:** Çalışanları motive etmek veya ödüllendirmek için yapılan seyahatlerdir.

**Conferences [(Konferanslar/Kongreler) konferans]:** Büyük grupların bir araya geldiği, bilgi paylaşımı ve networking odaklı etkinliklerdir.

**Exhibitions [(Sergiler/Fuarlar) eksibişiz]:** Ürün ve hizmetlerin tanıtıldığı, geniş katılımlı ticari etkinliklerdir.

## 2.5.2. Organizasyonun Planlanması ve Yönetimi

Herhangi bir etkinliğin ya da hizmetin başarılı olabilmesi için öncelikle iyi bir planlama ve doğru bir yönetim gereklidir. Organizasyon süreci, belirlenen hedeflere ulaşmak için atılacak adımların düzenli, bir şekilde belirlenmesini ve uygulanmasını içerir. Bu süreçte hem işletmenin kaynakları doğru kullanılmalı hem de müşteri beklentileri göz önünde bulundurulmalıdır.

- a) **Müşteri İhtiyaç Analizi:** Müşteri ihtiyaç analizi, bir organizasyonun planlanma aşamasında en önemli adımlardan biridir. Konaklama işletmelerinin kapasiteleri ve fiziki imkânları; bulunduğu konum, büyüklüğü, personelin niteliği ve sayısı gibi kriterlere göre farklılıklar gösterir. Toplantı ve kongre talebi ile başvuran müşterinin taleplerine işletmenin cevap verip veremeyeceği belirli koşullara bağlıdır. Tüm bunlarla birlikte kongrenin amacı, hedef kitlesi, konu başlıkları ve hedeflerinin net bir şekilde tanımlanması gerekir.

Organizasyonun türüne göre (iş toplantısı, kongre, fuar, eğitim semineri vb.) müşterinin beklentileri belirlenir. Bu aşamada şu soruların cevabının verilmesi önemlidir:

- ✘ Kaç kişilik bir etkinlik düzenlenecek?
- ✘ Organizasyonun amacı, hedef kitlesi ve konu başlıkları nedir?
- ✘ Organizasyonunun tarihi işletme için uygun mudur?
- ✘ Teknik gereksinimler (ses sistemi, görüntüleme araçları) nelerdir?
- ✘ Özel konsept ya da tema var mıdır?
- ✘ Organizasyon bütçesi ne kadar?
- ✘ Güvenlik önlemleri gerektiren ölçekte uluslararası veya devlet büyüklerinin katılacağı bir organizasyon mudur?

İşletme, bu sorulara müşterinin talepleri doğrultusunda olumlu cevap verebiliyorsa bu organizasyonu kabul edebilir. İşletmelere gelen genellikle toplantı ve kongre gibi istekler kurumsal işletmeler veya profesyonel organizasyon acenteleri tarafından planlanır. Bu durumda konaklama işletmesinin çeşitli departmanlarından oluşturulmuş yönetim ekibi ile kongreyi talep eden kurumsal işletmenin ekipleri beklentiler ile imkânları bir araya getirecek toplantılar yapar.

- b) **Program Hazırlığı:** Toplantı ve kongreler önceden belirlenmiş kısıtlı zamanlarda yapılan, zamanın olabildiğince verimli kullanılmasını gerektiren organizasyonlardır. Her günün saatlik planı toplantı veya kongre öncesinde yapılır. Oturumlar, molalar, öğle yemeği araları ve kapanış etkinlikleri detaylandırılır. Programın akıcı ve lojistik açıdan uygulanabilmesi sağlanır. Tüm katılımcılar için programın detaylı bir zaman çizelgesi broşür şeklinde hazırlanarak dağıtılır veya etkinlik

öncesi dijital olarak katılımcılara elektronik posta yolu ile gönderilir. Bazı toplantı ve kongreler aynı anda birden fazla seçenek sunabilir. Bu seçenekler farklı salonlarda farklı söyleşi, panel veya konferans şeklinde olabilir. Yapılacak program hazırlığında bu hususlara dikkat edilir.

- c) **Rezervasyon Yönetimi:** Kongre veya toplantıya katılımcıların listeleri önceden alınır. Katılımcıların konaklama ihtiyaçlarına göre odalar ayarlanır. Katılımcıların erken giriş veya geç çıkış gibi talepleri dikkate alınır. Günümüzde rezervasyon yönetimi, genellikle çevrim içi rezervasyon sistemleri aracılığı ile gerçekleştirilir. Bu sistemler gerçek zamanlı konuk takibi ve rezervasyon değişiklikleri gibi işlemleri oldukça kolaylaştırır. Çevrim içi sistemlerde organizatörler katılımcılara bir rezervasyon bağlantısı göndererek katılımcıların odalarını kolayca ayırtmasını sağlar. Bu sayede katılımcıların rezervasyon işlemlerindeki süreçler hızlanırken organizatörler de rezervasyonları kolayca izleyebilir.

### 2.5.3. Fiziksel Alanların Hazırlığı

Bir organizasyonun başarılı olabilmesi için içeriğin yanında fiziksel ortamın da titizlikle planlanması gerekir. Katılımcıların konforu, etkinliğin verimliliği ve genel izlenim, kullanılacak alanların doğru ve özenli bir şekilde hazırlanmasına bağlıdır. Bu nedenle organizasyon öncesi fiziksel alanların hazırlığı önemli bir adımdır.

Bu hazırlık sürecinde ilk olarak göz önünde bulundurulması gereken alanlardan biri toplantı ve kongre salonlarıdır.

- a) **Toplantı ve Kongre Salonları:** Kongre turizminde konaklama işletmelerindeki toplantı ve kongre salonlarının (Görsel 2.29) fiziksel hazırlıkları, etkinliğin başarısını sağlamak için sistematik ve dikkatli bir planlamayı gerektirir. Öncelikle etkinliğin büyüklüğüne, katılımcı sayısına ve amacına uygun oturma düzeni seçilir. Eğitimler için masa ve sandalyeler sınıf düzeni, büyük sunumlar için sadece sandalye sıraları ile tiyatro düzeni veya katılımcılar arasında etkileşimi artırmak için masaları “U” düzeni şeklinde hazırlanır.



Görsel 2.29: Toplantı salonu

Gerekli temizlik yapıp masa ve sandalye yerleşimleri bittikten sonra not defteri, kapaklı ve amblemlili dosya, kalem vb. kırtasiye malzemelerinin belirli bir düzen içerisinde masalara veya sandalyelere yerleşimi sağlanır. Talep doğrultusunda içecekler ve atıştırmalıklar da masalara yerleştirilir.

Kongre veya toplantı ile ilgili pankart, kırlangıç, marka logosu, sloganı gibi büyük görsel materyaller varsa salonda istenen uygun yerlere yerleştirilir.

Uluslararası etkinliklerde tercüme kabinleri, VIP katılımcılar için özel alanlar kurularak düzenlenebilir.

- b) **Fuar ve Sergi Alanları:** Katılımcıların sergi alanında rahat dolaşabileceği şekilde stantlar yerleştirilir. Elektrik bağlantıları ve sergi malzemeleri için alanlar planlanır.
- c) **Dekorasyon ve Atmosfer:** Etkinliğin temasına uygun görsel ve fiziksel düzenlemeler ile organizasyonun konseptine uygun süsleme ve ışıklandırma yapılır (Görsel 2.30). Genel olarak kurumsal etkinliklerde sade ve şık tasarımlar tercih edilirken gala gibi etkinliklerde daha görkemli dekorlar kullanılabilir.



Görsel 2.30: Konseptte uygun salon

#### 2.5.4. Teknik Destek Hizmetleri

Kongre sırasında katılımcı kayıtları, salon düzenlemeleri, teknik ekipmanların sağlanması, ulaşım ve konaklama hizmetleri gibi lojistik detayların sorunsuz bir şekilde yürütülmesi önemlidir. Etkinlik alanlarının hazırlığı kadar aydınlatılması ve iklimlendirilmesi de çözülmesi gereken önemli teknik konulardandır.

- a) **Ses ve Görüntü Sistemleri:** Ortamın büyüklüğüne uygun yüksek kaliteli ses sistemleri, projeksiyon cihazları, mikrofonlar ve LED ekranlar kurulur. Ekipmanlar mevcut oturma düzeninde tüm katılımcıların verimli şekilde işitsel ve görsel cihazlardan faydalanmasını sağlayacak şekilde yerleştirilir. Bu ekipmanların her oturum öncesinde mutlaka teknik personel tarafından son bir kez test edilmesi sağlanır (Görsel 2.31).



Görsel 2.31: Toplantı salonu ekipman paneli

- b) **Wi-Fi ve İnternet Hizmetleri:** Katılımcılar için hızlı ve güvenilir bir internet bağlantısı oluşturulur. Geniş bant kapasitesine sahip ağlar tercih edilir. Katılımcılara konaklama işletmesine giriş sırasında Wi-Fi ağına nasıl bağlanacağına dair bilgiler verilir.
- c) **Simultane Çeviri Sistemleri:** Organizasyon içinde uluslararası katılımcılar varsa sunumların birden fazla dile tercümesi için tercümanların (Görsel 2.32) kullanacağı çeviri kabinleri ve kablosuz kulaklık sistemleri hazırlanır. Bunlar katılımcıların milliyetlerine göre organizasyon girişinde dağıtılır.



Görsel 2.32: Simultane tercüman

### 2.5.5. Yiyecek ve İçecek Hizmetleri

Kongre turizminde yiyecek içecek hizmetleri; etkinliğin türüne, süresine, katılımcı sayısına ve organizasyonun bütçesine bağlı olarak çeşitlilik gösterir (Görsel 2.33). Profesyonel bir yaklaşımla planlanarak katılımcıların ihtiyaçlarını karşılamayı, aynı zamanda etkinliğin genel atmosferini desteklemeyi amaçlar. Gıda güvenliği standartlarına uyulması kritik önem taşır. Ayrıca sunumun estetik ve profesyonel olması beklenir.



Görsel 2.33: Toplantı içecek servisi

Garsonlar, şefler ve servis ekibi, hızlı ve etkili bir hizmet sunmak için koordine edilir. Katılımcıların önceden bildirilen özel talepleri (örneğin helal, vegan vb. yemekler) karşılanır.

- a) **Kahve Molaları:** Kongre turizminde büyük toplantı aralarında salının hemen dışındaki fuaye alanında genellikle çay, kahve, su, meyve suyu vb. içecekler ile kurabiye, kek, sandviç vb. hafif atıştırmalıklar sunulur (Görsel 2.34). Bu molalar, katılımcıların dinlenmesi ve iş bağlantıları yapması için önemlidir.



Görsel 2.34: Toplantı içecek servisi hazırlığı

- b) **Yemek Organizasyonları:** Kongre ya da etkinliğin türüne göre daha resmî olan uluslararası, devlet adamları, politikacı veya diplomatların katıldığı oturumlar için alakart yemekler; iş amacıyla planlanmış kalabalık organizasyonlar için açık büfe tercih edilir. Yemek menüleri, kongrenin temasına veya yerel mutfağa uygun şekilde tasarlanabilir.
- c) **Kokteyl ve Resepsiyon:** Açılış veya kapanış gibi özel anlarda ayakta servis yapılan içecekler ve kanepeler, mini aperatif vb. yiyecekler sunulur.

### 2.5.6. Lojistik ve Ulaşım Hizmetleri

Kongre turizminde lojistik ve ulaşım hizmetleri, etkinliğin başarısı için kritik bir rol oynar. Bu hizmetler; katılımcıların kongre alanına kolayca ulaşmasını, etkinlik süresince ihtiyaçlarının karşılanmasını ve organizasyonun sorunsuz bir şekilde ilerlemesini sağlamak amacıyla detaylı bir şekilde planlanır. Katılımcıların transferlerini ve yerel ulaşımını yönetmek için görevlendirilmiş personel bulunur. Bu ekip, gecikme veya değişiklik gibi durumlarda hızlı çözümler üretir. Ulaşım bilgilerini (servis saatleri, buluşma noktaları) içeren rehberler, katılımcılara mobil uygulama veya e-posta yoluyla iletilir. Engelli katılımcılar için erişilebilir araçlar veya üst düzey yöneticiler için özel araç kiralama gibi hizmetler sunulabilir. Yol kapanmaları, trafik veya araç arızaları gibi beklenmedik durumlar için yedek planlar hazırlanır.

- a) **Havaalanı Transferi:** Katılımcılar genellikle farklı şehirlerden veya ülkelerden geldiği için havalimanından kongre merkezine veya otellere transfer hizmetleri organize edilir. Transferler; özel shuttle [(şatıl) karşılıklı servisler], VIP araçlar veya toplu taşıma entegrasyonu ile yapılabilir.
- b) **Yerel Ulaşım:** Kongre merkezi, oteller ve sosyal etkinlik mekânları arasında düzenli servis araçları (otobüs, minibüs) sağlanır. Katılımcılara program dâhilinde ulaşım saatleri önceden bildirilir.
- c) **Ekipman Taşıma:** Kongre için gerekli teknik ekipmanlar (ses sistemleri, projeksiyon cihazları, sahne dekorları), stant malzemeleri, doküman vb. unsurların taşınması ve yerleştirilmesi lojistik planın bir parçasıdır. Bu, genellikle nakliye firmalarıyla koordineli şekilde yapılır. Etkinlik öncesi ve sonrası malzemelerin güvenli bir şekilde saklanması için depolama alanları organize edilir. Tüm lojistik operasyonlar, kongre programına uygun şekilde zamanlanır. Örneğin stant kurulumları genelde bir gün önce tamamlanır.

#### SIRA SİZDE >>

Yaşadığınız şehirde yapılacak olan ve Türkiye'nin her ilinden onar katılımcının yer alacağı MEB Robot Yarışması için ulaşım ve lojistik nasıl planlanmalıdır? Bu organizasyonun sorunsuz gerçekleşmesi için dikkat edilmesi gereken hususlar nelerdir?

### 2.5.7. Kayıt ve Katılımcı Yönetimi

Bir organizasyonun sorunsuz bir şekilde gerçekleşmesi için katılımcıların etkinlik öncesinde, sırasında ve sonrasındaki süreçlerinin iyi yönetilmesi büyük önem taşır. Kayıt işlemleri; davet, başvuru, onay ve takip aşamalarını kapsarken katılımcı yönetimi ise bu kişilerin ihtiyaçlarına yönelik planlamaları içerir. Etkinliğe olan ilgiyi artırmak, doğru hedef kitleye ulaşmak ve katılımcı memnuniyetini sağlamak için bu sürecin profesyonel bir şekilde organize edilmesi gerekir.

- a) **Kayıt Masaları:** Günümüzde çevrim içi platformlarla veya klasik yöntem olan konaklama işletmesinin lobisinde veya kongre salonlarının girişlerindeki kayıt masalarında katılımcıların kayıtları oluşturulabilir.
- b) **Katılımcı Takibi:** Özellikle etkinliğin sonunda katılımcılara sertifika veya katılım belgesi verilen eğitim etkinlikleri veya çok kalabalık etkinliklerde (Görsel 2.35) katılımcıların salonda olup sunulan eğitimi alıp almadığının takibi, organizasyonu gerçekleştiren kuruluş tarafından önem taşımaktadır. Bu nedenle etkinlik alanı girişlerinde imza sirküleri, yoklama listeleri veya elektronik karekod okuyarak yoklama alan dijital sistemler kullanılır. Katılımcılar bu şekilde takip edilerek eğitim etkinliğinden beklenen faydaya ulaşılması hedeflenir.



Görsel 2.35: Kalabalık bir etkinlik salonu

### 2.5.8. Eğlence ve Dinlenme Aktiviteleri

Toplantı ve kongre organizasyonlarının başarıyla gerçekleştirilmesinde sadece iş odaklı programlar değil katılımcıların sosyal ve kişisel ihtiyaçlarını karşılayan eğlence ve dinlenme aktiviteleri de önemli bir rol oynar. Katılımcıların motivasyonunu artıran, organizasyona olan bağlılıklarını güçlendiren bu etkinlikler; sosyal etkileşimi teşvik ederken aynı zaman-

da konuklara unutulmaz bir deneyim sunar. Bu kapsamda, sosyal programlar ve spa hizmetleri gibi uygulamalar organizasyonların ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir.

- a) **Sosyal Programlar:** Kongre programına destinasyonun kültürel ve sanatsal zenginliklerini keşfetmeye yönelik yaratıcı turizm aktivitelerini içeren turlar eklenebilir. Bu turlar, katılımcıların yerel el sanatları atölyelerini ziyaret etmesini, geleneksel yemek pişirme kurslarına katılmasını, tarihî ve arkeolojik alanları keşfetmesini sağlayabilir.
- b) **Spa ve Dinlenme Hizmetleri:** Kongre turizminde spa ve dinlenme hizmetleri, katılımcıların yoğun toplantı ve etkinlik programlarının arasında rahatlama, enerji toplama ve fiziksel zihinsel iyilik hâllerini koruma ihtiyaçlarını karşılamak için önemli bir yer tutar. Bu hizmetler, genellikle kongre merkezine entegre edilmiş tesislerde veya bunların yakınındaki otellerde sunulur ve organizasyonun genel kalitesini artırmayı amaçlar. Bu alanlarda masaj ve terapiler, termal kaplıca terapileri, egzersiz ve meditasyon gibi hizmetler sunulabilir.

### 2.5.9. Sonuç Değerlendirme ve Geri Bildirim

Bir toplantı veya kongre sona erdiğinde yapılan işlerin başarısı değerlendirilmelidir. Katılımcıların görüşlerini almak, organizasyonun güçlü ve zayıf yönlerini görmek açısından önemlidir. Bu süreçte uygulanan geri bildirim çalışmaları sayesinde, gelecekte yapılacak toplantılar daha verimli ve etkili bir şekilde planlanabilir. Özellikle katılımcı anketleri, organizasyonun genel memnuniyet düzeyini ölçmede en çok kullanılan yöntemlerden biridir.

- a) **Katılımcı Anketleri:** Kongre sonrası katılımcı anketleri, kongrenin başarısını değerlendirmek, katılımcı memnuniyetini ölçmek ve gelecek organizasyonlar için önemli bilgiler toplamak amacıyla kullanılan önemli araçlardır. Etkili bir kongre sonrasında anketi tasarlamak için şu hususlara dikkat edilmelidir:

**Anketin Amacı ve Kapsamı:** Anketin amacı net bir şekilde belirlenmeli ve kongrenin sadece belirli yönlerine odaklanılmalıdır. Örneğin anket kongre içeriğine, organizasyon kalitesine, lojistik düzenlemelere, konaklama ve ulaşım hizmetlerine veya genel memnuniyete odaklanabilir.

**Anketin Uzunluğu ve Formatı:** Katılımcıların fazla zamanını alması için anket kısa ve öz olmalıdır. Anketin tasarımı kullanıcı dostu olmalı, çevrim içi veya basılı şekilde kolayca doldurulabilmelidir. Çevrim içi anketler, verilerin toplanıp analizini kolaylaştırdığı için tercih edilebilir.

- b) **Raporlama:** Kongre sonunda yapılan raporlama, kongrenin genel başarısını değerlendirmek, elde edilen sonuçları belgelemek ve gelecek organizasyonlar için önemli dersler çıkarmak amacıyla hayati

bir öneme sahiptir. Raporlama, kongrenin tüm yönlerini kapsamlı ve ilgili tüm paydaşlara sunulmalıdır. Konaklama işletmesi kongre bitiminde şu değerlendirmeleri yapar:

**Organizasyonun Değerlendirilmesi:** Kongre organizasyonu değerlendirilirken (Görsel 2.36) şu sorulara yanıt aranır:

- ✘ Kongre lojistiği (kayıt, ulaşım, konaklama, vb.) sorunsuz işledi mi?
- ✘ Kongre mekânı ve teknik altyapı beklentileri karşıladı mı?
- ✘ Organizasyon ekibi etkin ve profesyonel bir şekilde çalıştı mı?



Görsel 2.36: Değerlendirme toplantısı

**Finansal Durumun Analizi:** Kongre organizasyonunun finansal durumu değerlendirilirken şu sorulara yanıt aranır:

- ✘ Kongre bütçesi planlandığı gibi kullanıldı mı?
- ✘ Kongre finansal açıdan başarılı oldu mu?

**Öneriler ve Gelecek Planları:** Kongre organizasyonuna verilecek öneriler ve organizasyonun gelecek planları için şu soru sorulmalıdır:

- ✘ Kongrenin güçlü ve zayıf yönlerine dayanarak gelecek organizasyonlar için konaklama işletmesinin alacağı önlemler veya gelişime açık alanlar nelerdir?

### SIRA SİZDE >>

Turizm kongresi sonrasında kongrenin başarısını değerlendirmek amacıyla uygulanacak beş maddelik bir anket hazırlayınız.

### 2.3. ETKİNLİK

#### KONGRE VE TOPLANTI ORGANİZASYONUNU PLANLA!

**Görev:** Bir kongre veya toplantı organizasyonunun başarılı bir şekilde planlanıp yürütüleceği bir etkinlik tasarımı yapmanız beklenmektedir.

**Yönerge:** Etkinliğinizin başarılı olabilmesi için konaklama, ulaşım, teknik altyapı ve katılımcı deneyimlerini dikkate alarak detaylı bir plan oluşturunuz. Organizasyonun her aşamasını düşünerek etkinliğinizin düzeni, katılımcıların ihtiyaçları ve olası zorluklara karşı alacağınız önlemleri içeren bir tasarımı aşağıdaki adımları izleyerek yapınız. Planınızı sunarken etkinliğinizin her yönünü detaylandırınız ve organizasyon sürecini ortaya koyunuz.

- 1. Grup Çalışması Yapınız:** 3 ila 4 kişilik gruplar hâlinde çalışarak hayalinizdeki bir kongre veya toplantı organizasyonunu tasarlayınız.
- 2. Etkinlik Konseptini Seçiniz:** Kongre veya toplantınızın hangi sektörde olduğunu ve konusunu belirleyiniz (Örneğin iş dünyası kongresi, eğitim semineri veya sağlık sektörüyle ilgili bir toplantı olabilir.).
- 3. Kapsamlı Planlama Yapınız.**
  - **Konaklama:** Katılımcıların konaklaması için hangi otel veya konaklama tesisini kullanacağınızı belirleyiniz. Hangi hizmetlerin sunulacağını düşününüz.
  - **Ulaşım:** Katılımcıların etkinlik alanına nasıl ulaşacaklarını ve nasıl taşınacaklarını planlayınız.
  - **Etkinlik Programı:** Kongre veya toplantı sırasında yapılacak sunumlar, paneller, atölye çalışmaları gibi etkinliklerin sırasını oluşturunuz.
  - **Ekipman ve İhtiyaçlar:** Gerekli teknik altyapı ve ekipmanların listesi (mikrofonlar, projeksiyon cihazları, sunumlar vb.) hazırlayınız.
- 4. Zaman Çizelgesi Oluşturunuz:** Etkinliğinizin tarihini, saatini ve hangi aktivitelerin ne zaman yapılacağını detaylı bir şekilde planlayınız.
- 5. Risk Planlaması:** Olası aksaklıklar için önceden ne tür çözümler geliştirebileceğinizi belirleyiniz (Örneğin teknik bir aksaklık durumunda nasıl bir çözüm önerirsiniz?).
- 6. Tanıtım ve İletişim:** Etkinliğinizi tanıtmak için hangi yöntemleri kullanacağınızı belirleyiniz (afiş, sosyal medya, okullarla iş birliği, vb.).
- 7. Sonuçlar ve Değerlendirme:** Etkinliğinizin sonunda katılımcılardan geri bildirim toplayarak gelecekteki etkinlikler için neler yapılması gerektiğini düşününüz.

## Değerlendirme

Yapacağınız çalışma aşağıda verilen değerlendirme ölçeğinde yer alan ölçütlere göre değerlendirilecektir. Çalışmanızı yaparken bu ölçütleri dikkate alınız.

DERECELENDİRME ÖLÇEĞİ						
No	Değerlendirme Kriteri	5 (Çok iyi)	4 (İyi)	3 (Orta)	2 (Geliştirilmeli)	1 (Yetersiz)
1	Kongrenin konusu ve amacı açık bir şekilde belirlenmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Katılımcıların konaklama ve ulaşım ihtiyaçları önceden planlanmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Etkinliğin teknik gereksinimleri belirlenmiş ve program akışı düzenlenmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	Etkinlik sürecinde yaratıcı fikirler geliştirilmiş ve olası sorunlara çözüm üretilmiş.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Sunum açık, yönergeye uygun hazırlanmış ve etkili yapılmış.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Not: Tam puan alamadığınız ölçütlerdeki eksiklerinizi gideriniz.**

### ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru cevabı işaretleyiniz.

- 1. Bir festival veya yarışmanın temel amacı aşağıdakilerden hangisi olmalıdır?**
  - A) Sadece yerel halkı eğlendirmek
  - B) Katılımcılara ücretsiz hediyeler dağıtmak
  - C) Belirli bir tema veya kültürü tanıtmak ve kutlamak
  - D) Sadece turistlerin ilgisini çekmek
  - E) Yalnızca ekonomik kazanç sağlamak
- 2. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası bir festivalin turizme olan ekonomik katkılarından biridir?**
  - A) Yerel el sanatlarının unutulması
  - B) Konaklama ve yeme içme sektöründe gelirlerin artması
  - C) Yerel halkın etkinliklere ilgisinin azalması
  - D) Çevre kirliliğinin artması
  - E) Trafik sıkışıklığının azalması
- 3. Bir festivalin başarılı bir şekilde planlanması ve uygulanması için aşağıdakilerden hangisi en kritik unsurdur?**
  - A) Profesyonel bir organizasyon ekibinin oluşturulması
  - B) Etkinlik süresince hava durumunun tahmin edilmesi
  - C) Etkinlik alanının dekorasyonunun sade tutulması
  - D) Sadece yerel sanatçıların davet edilmesi
  - E) Etkinlik biletlerinin ücretsiz dağıtılması
- 4. Festivallerin sosyal sürdürülebilirliğini sağlamak için aşağıdaki uygulamalardan hangisi önemlidir?**
  - A) Etkinlik süresince tek kullanımlık plastiklerin kullanılması
  - B) Etkinlik alanının sürekli değiştirilmesi
  - C) Sadece yabancı turistlere odaklanması
  - D) Etkinliklerin gizli tutulması
  - E) Yerel halkın etkinliklere katılımının teşvik edilmesi
- 5. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası festivallerin kültürel etkilerinden biridir?**
  - A) Yerel kültürün ve geleneklerin tanıtılması
  - B) Yerel dillerin unutulması
  - C) Küresel kültürün baskın hâle gelmesi
  - D) Yerel mutfakların terk edilmesi
  - E) Yerel sanatçıların dışlanması

6. I. İyi iletişim

II. Temaya uygun mekân araştırma

III. Zamanı planlama

IV. Marka güçlendirme

**Başarılı bir organizasyon için gereken temel unsurlar aşağıdakilerden hangisinde doğru verilmiştir?**

A) I- II

B) II-III- IV

C) I- II -II

D) I- II- IV

E) I- III- IV

7. “Yeni bir ürün tanıtımı, performans değerlendirmesi veya sektörel yenilikler tartışılacak.” diye düşünen bir organizatör aşağıdakilerden hangisi için çalışma yapmaktadır?

A) Mekân seçimi

B) Teknolojik altyapı

C) Hedef belirleme

D) Katılımcı listesi hazırlama

E) Tanıtım ve davet

8. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası sektör toplantılarının firmalara sağladığı yararlarından biri değildir?

A) Yüksek maliyetli organizasyonlar düzenlemek

B) Sektördeki yeni eğilimleri, yenilikçi teknolojileri tanıtmak

C) Sektörle ilgili gelişmeleri öğrenme fırsatı sunmak

D) İş birlikleri kurma ve ortaklıklar geliştirme şansı tanımak

E) Pazarlarda daha güçlü bir yer edinme fırsatı vermek

9. Aşağıdakilerden hangisi spor organizasyonlarının gider kalemleri arasında yer almaz?

A) Eğitim

B) Ekipman

C) Personel

D) Sponsor

E) Tanıtım

10. Aşağıdakilerden hangisi spor organizasyonlarının planlanması ve yönetimindeki aşamalardan biri değildir?

A) Faaliyetten önce yapılacak işlerin planlanması ve yönetimi

B) Faaliyet sırasında yapılacak işlerin planlanması ve yönetimi

C) Faaliyetlerin finansal analizlerinin yapılması

D) Faaliyetten sonra yapılacak işlerin planlanması ve yönetimi

E) Faaliyetlerin pazarlama stratejilerinin belirlenmesi

11. Toplantı ve kongre organizasyonlarında müşteri ihtiyaç analizi aşamasında aşağıdaki sorulardan hangisi sorulmaz?
- A) Organizasyonun amacı ve hedef kitlesi nedir?
  - B) Kaç kişilik bir etkinlik düzenlenecek?
  - C) Organizasyon bütçesi ne kadar?
  - D) Teknik gereksinimler nelerdir?
  - E) Katılımcıların evcil hayvanları var mı?
12. Kongre salonlarının fiziksel hazırlığında oturma düzeni aşağıda verilenlerden hangisine göre belirlenir?
- A) Katılımcıların yaşları
  - B) Etkinliğin büyüklüğü, amacı ve katılımcı sayısı
  - C) Yiyecek ve içecek servisi
  - D) Otelin dekorasyon tarzı
  - E) Hava koşulları
13. Kongre turizminde yiyecek ve içecek hizmetlerinde aşağıdakilerden hangisine özellikle dikkat edilmelidir?
- A) Gıda güvenliği standartlarına uyulması
  - B) Yemeklerin yalnızca lüks restoranlardan temin edilmesi
  - C) Tüm katılımcılara aynı menünün sunulması
  - D) Yemeklerin yalnızca yerel mutfaktan oluşması
  - E) Servis ekibinin sayısının katılımcılardan fazla olması
14. Toplantı ve kongre organizasyonlarında lojistik ve ulaşım hizmetlerinde aşağıdakilerden hangisi yapılmaz?
- A) Katılımcıların transferlerini yönetmek için personel görevlendirmek
  - B) Havalimanından kongre merkezine özel shuttle sağlamak
  - C) Katılımcılara ulaşım saatlerini bildirmek
  - D) Tüm katılımcılara özel araç tahsis etmek
  - E) Engelli katılımcılar için erişilebilir araçlar sunmak
15. Kongre sonrası anketlerin temel amacı aşağıdakilerden hangisidir?
- A) Katılımcıların favori yemeklerini öğrenmek
  - B) Kongrenin başarısını değerlendirmek
  - C) Yeni bir kongre teması belirlemek
  - D) Teknik ekipmanları test etmek
  - E) Finansal durumu açıklamak

16. Aşağıdakilerden hangisi sosyal programlarda katılımcılara sunulabilen aktivitelerdendir?

- A) Teknik ekipman testi
- B) Finansal rapor hazırlama
- C) Yerel el sanatları atölyeleri
- D) Rezervasyon yönetimi
- E) Ses sistemi kurulumu

17. Uluslararası bir kongrede aşağıda verilen hangi teknik destek hizmeti gerekebilir?

- A) Sadece ses sistemi
- B) Düşük hızlı internet
- C) Basit dekorasyon
- D) Simultane çeviri sistemleri
- E) Manuel kayıt masaları

18. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası kongrelerin destinasyonlara sağladığı yararlarından değildir?

- A) Şehrin marka değerini artırması
- B) Katılımcıların yerel ekonomiye katkı sağlaması
- C) Kongre sonrası tüm altyapının sökülmesi
- D) Kültürel değişim ve etkileşimin teşvik edilmesi
- E) Turizm sezonunun uzamasını sağlaması

19. Aşağıdakilerden hangisi bir spor organizasyonunun planlama aşamasında dikkate alınması gereken unsurlardan biridir?

- A) Yarışmayı kazananın belirlenmesi
- B) Seyircilerin organizasyonu değerlendirme şeklinin incelenmesi
- C) Etkinlik sırasında sadece gönüllülerin çalıştırılması
- D) Organizasyon sonunda tüm ekipmanın satılması
- E) Etkinlik tarihinin hava durumu ve takvimle uyumlu seçilmesi

20. Bir spor organizasyonunun başarılı bir şekilde planlanması için aşağıdakilerden hangisi en kritik unsurdur?

- A) Görevli personelin görev dağılımının yapılması
- B) Seyirciler için bilgilendirici broşürlerin hazırlanması
- C) Sporcular için dinlenme alanlarının oluşturulması
- D) Etkinlik alanının görsel olarak düzenlenmesi
- E) Katılımcı listelerinin kayıt altına alınması

## CEVAP ANAHTARI

1. ÖĞRENME BİRİMİ		2. ÖĞRENME BİRİMİ	
1	C	1	C
2	A	2	B
3	A	3	A
4	C	4	E
5	E	5	A
6	D	6	D
7	B	7	C
8	C	8	A
		9	D
		10	C
		11	E
		12	B
		13	A
		14	D
		15	B
		16	C
		17	D
		18	C
		19	E
		20	A

## KAYNAKÇA

1. Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı Çerçeve Öğretim Programı, Ankara, 2020
2. Arslan, K. (2009). *Türkiye’de kongre turizmini geliştirme imkânları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
3. Akkaya, C. (2017). *Etkinlik yönetimi ve organizasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
4. Aşkın, A.Z. ve Erten, A. A. (2007). *Dünya kongre turizminde Türkiye’nin yeri*. Ankara: Serenas Group Turizm Araştırma ve Pazarlama Departmanı yayını.
5. Aydın, Ş. (1997). *Kongre turizmi ve Türkiye’nin kongre turizmi potansiyeli*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.
6. Aymankuy, Y. (1996). *Kongre turizminin gelişimi ve Türkiye’deki kongre turizmi turizmde seçme makaleler* 24, s.17-35
7. Aymankuy, Y. (2006). *Kongre turizmi ve fuar organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
8. Balcı V. (1999). *Spor etkinliklerinin planlanması ve yönetimi*. Ankara: Bağırğan Yayınevi.
9. Basım, N. ve Argan, M. (2009). *Spor yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
10. Cankalp M. (2002). *Sporda yönetim ve organizasyon*. Ankara.
11. Demir, M. K. (2021). *Kongre turizmi çerçevesinde bayi toplantılarının turizm sektörüne katkısı*, *journal of travel and hospitality management*.
12. Hoyle, Leonard H, Dorf, David C. & Jones, Thomas J.A. (1995). *Convention management and service michigan: educational institute American hotel & motel association*.
13. Kılıç, B. (2016). *Turizmde kongre ve toplantı organizasyonu*. Nobel Akademik Yayıncılık.
14. Kozak, M. (2019). *Kongre turizminin gelişimi ve Türkiye’deki uygulamaları*. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
15. Okay, A. (2019). *Halkla ilişkiler: kavram, strateji ve uygulamalar*. Der Yayınları.
16. Sunay, H. (2009). *Spor yönetimi*. Ankara: Gazi Kitapevi.
17. Sunay, H. (2010). *Sporda organizasyon*. Ankara: Gazi Kitapevi.
18. Timor, A. N. (2011). *İnternational congress tourism: overview in the world and turkey / uluslararası kongre turizmi: Dünyadaki ve Türkiye’deki durumu*. *E-Journal Of New World Sciences Academy Nature Sciences*, 6(3), 124-144
19. Tosun, C. ve Temizkan, S. P. (2018). *Kongre ve toplantı turizmi*. Detay Yayıncılık.

## GENEL AĞ VE GÖRSEL KAYNAKÇASI

Kitabın görsel kaynakçasına karekod yardımı ile ulaşabilirsiniz.



<http://kitap.eba.gov.tr/karekod/Kaynak.php?KOD=2885>

**Not:** Bu materyalde kaynakça, APA6 kaynak gösterme yöntemine göre oluşturulmuştur.

