



Karaman İl'inde Kongre Turizminin Lojistiği, Bölgedeki Potansiyeli ve Turizme Katkısının Araştırılması

TR52/16/TD/0013

Karaman İl'inde Kongre Turizminin Lojistiği, Bölgedeki Potansiyeli ve Turizme Katkısının
Araştırılması

KARAMAN, NİSAN 2016

YÜKLENİCİ

TANIM GRUP DANIŞMANLIK LTD.ŞTİ.



İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	1
AMAÇ	2
GEREKÇE	2
YÖNTEM	3
KONGRE TURİZMİNE GENEL BİR BAKIŞ.....	3
DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE KONGRE TURİZMİ	6
KARAMAN VE KONGRE TURİZMİ.....	13
KARAMAN KONAKLAMA ARZ KAPASİTELERİ.....	15
Karaman oğlu Mehmetbey Üniversitesi Kongre ve Toplantı Salonları.....	17
Yunus Emre Konferans Salonu	18
Piri Reis Kültür Merkezi	19
Demosan Otel	19
Grand Otel Karaman	20
Karaman Belediyesi Fuar ve Kongre Merkezi.....	21
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	22
KAYNAKÇA	23

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Kıtaların Kongre Turizminden Aldığı Pay.....	6
Tablo 2. Ülkeler Bazında Düzenlenen Sayısına Göre Dağılım	7
Tablo 3. Ülkeler Bazında Katılımcı Sayısına Göre Dağılım	7
Tablo 4. Şehirler Bazında Yapılan Kongrelerin Dağılımı	7
Tablo 5. Türkiye İller Bazında Yapılan Kongre ve Toplantıların Dağılımı.....	8
Tablo 6. 2015 Yılı Türkiye' de Düzenlenen Etkinlik Kategorisine Göre Dağılım	9
Tablo 7. Türkiye Geneli Aylara Göre Etkinlik Sayıları	9
Tablo 8. 2007-2015 Yılları Arası Etkinlik Sayısı Dağılımı	10
Tablo 9. Türkiye' ye Gelen Ziyaretçilerin Dağılımı	12
Tablo 10. Karaman İli Alternatif Turizm Türleri ve Değerleri	14
Tablo 11. 2005-2015 Yılları Arası Karaman'a Gelen Turist Sayıları	15
Tablo 12. Karaman Otel Kapasiteleri	16
Tablo 13. Karaman Kongre ve Toplantı Salonu Kapasiteleri	16
Tablo 14. Demosan Otel Toplantı Ve Kongre Salonu Kapasite Bilgileri.....	19

Turizm, ülkeye daha çok turisti çekme adına hizmet kalitesini yükseltmeye çalışan, farklı modern pazarlama yöntemleriyle gelir seviyesi yüksek turistleri çekmeyi amaçlayan, kültür ve doğa mirasını koruyan ve ona sürdürülebilirliği ekleyen, sektörde yüksek düzeyli rekabet avantajı sağlayarak, en iyi hizmeti veren, yeni turizm türleriyle dünyada potansiyel turistleri cezp etmeye çalışan bir sektördür[1].

1945-1960 yılları içerisinde daha çok lüks ihtiyaç görülen, sonraları kültürel bir boyuta taşınan turizm, günümüzde günlük sosyal, ekonomik ve kültürel hayatın vazgeçilmezi haline dönüşen bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda görülen değişimler özellikle gelişmiş (sanayileşen) ülkelerde, turizm talebini önemli ölçüde yükseltmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak, ülkelerin potansiyel turistleri çekme çabaları sıklaşmakta ve benzer turizm hizmetlerini/ürünlerini sunan ülkeler arasında kıyasıya bir rekabet yaşandığı görülmektedir[2].

Konaklama işletmeleri dikkate alındığında, Türk turizm yatırımlarının en çok kültür-inanç turizmi (%86), kongre turizmi (%72) ve spor turizminde (%56) yoğunlaşması beklenmektedir[3].

Turizmin bütün bir yıla yayılması maksadıyla alternatif fikirler aranırken, yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile artan dünya ticareti, insanları bir araya gelerek bilgilerini paylaşmaya itmiştir. Bu nedenle insanların, bilgi paylaşım amaçlı yer hareketliliğinde; konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek vb. hizmetlerin, karşılaması sorunu ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan yeni durum, söz konusu ihtiyaçların giderilebileceği kongre ve toplantı turizmini ortaya çıkarmıştır[4].

Kongre kelimesinin kökeni, 'toplanma, buluşma' anlamına gelen Latince "Congressus" sözcüğüdür. Ancak bu kavram, bu yaygın anlamı dışında farklı amaçlarla da kullanılmaktadır. Örneğin, ABD'de "Congress" sözcüğü "Parlamento, Millet Meclisi" anlamında kullanılmakta, bu nedenle uluslararası literatürde "büyük toplantı" anlamındaki kongreler için "Convention" kelimesi tercih edilmektedir[5].

İnsanlar farklı sebeplerle bir araya gelerek bilgi değiş-tokuşunda bulunmak üzere, değişik isimler altında, toplantılar düzenlemeleri, bu toplantıları farklı bir çevrede yapmak istemeleri, turizmde yeni bir boyutun oluşmasına neden olmuştur. Özellikle son yıllarda sayısı artan kongre programlarında, toplantıların yanı sıra boş zamanlarında planlı bir şekilde; alışveriş, eğlence, turlar vs. gibi değişik faaliyetlerin yapıldığı görülmektedir. Kongre programları dahilinde giderek önem kazanan bu tür faaliyetler, çalışma turizminin önemli bir parçası haline gelmiş ve "kongre turizmi" olarak isimlendirilmiştir[6].

Farklı bir gözlükle kongre turizmi, insanların ortak konular üzerinde birlikte görüşmelerde bulunmak maksadıyla, oturdukları yerlerin dışına organize biçimde seyahat etmeleri, gerektiğinde geçici konaklamalar yapmaları, bu arada etraflı dolaşmak, öğrenmek, dinlenmek, eğlenmek gibi eğilimlerini tatmin etme olayıdır[7].

Kongre ve toplantı turizmi ilerleyen ifadelerde "kongre turizmi" olarak adlandırılacaktır.

AMAÇ

Kongre turizmi, turizm çeşitleri arasında öne çıkan avantajları sayesinde pazarlanabilme açısından öne çıkmaktadır. Bu haliyle kongre turizmi, çeşitli çalışmaların birlikteliğini gerekli kılmaktadır. Turizmin bir çeşidi olan kongre turizmi, boyutu ile ilişkili olarak içinde, turizmin pek çok başat (yeme-içme, seyahat konaklama v.b.) varlığını barındırmaktadır. Bir yörenin turistik olarak öne çıkarılması, pek çok alanda turizm çeşitlerini artırmakla mümkündür. Karaman bölgesi adına yapılan "Kongre Turizmi Araştırması", içeriğinin barındırdığı zengin kaynaklar ile Karaman turizminin tanıtımı ve sunumu her yönü ile ilin oyuncularının tam teşekküllü katılımlarını hedeflemektedir. Karaman ili gelirinin artırılmasında belirleyici öneme sahip turizm sahasında çalışma gücünü ilerletmeye yönelik ar-ge faaliyetleri yaparak bölge kalkınmasına yardımcı olmak, turizm destinasyonlarından birisi olan kongre turizminin dinamiklerini ortaya çıkarmak yerinde bir hamle olacaktır.

GEREKÇE

22.02.2016 tarihli "2016 Turizm Acil Eylem Planı" içerisinde yer alan; "Türkiye, en cazibeli turizm destinasyonlarından biri olma özelliğini koruyacak" açıklamasına paralel olarak Karaman ili için ortaya çıkarılması hedeflenen Kongre Turizmi çalışmasının önemi, bir kat daha artmaktadır.

Çalışma, turizmin ekonomideki ağırlığının artmasına paralel olarak, turizm çeşitlendirmesi ile de verimlilik artışının sağlanması açısından önem taşımaktadır.

Yerel dinamikleri harekete geçirebilecek bir adım niteliğine haiz kongre turizmi, bölgenin kalkınma ve gelişme ekseninin yönünü tayin edebilecek bilgi ve dokümanları ortaya koyabilecektir.

Kurumsal ilişkileri tesis etmek için ortak bir payda rolü üstlenecek kongre turizmi çalışması, kamu-sivil toplum-halk birlikteliği ile yerel kalkınmaya sürdürülebilirlik boyutunu ekleyerek, gelecek nesillerin de birlikteliğine yardımcı olabilecektir.

Daha önceki kalkınma ajansları master ve eylem planları içerisinde yer alan turizm konusuna, farklı bir bakış açısı kazandırmayı amaçlayarak, bölgesel kalkınmanın sağlanmasına katkı sağlayabilecektir.

Kongre Turizmi çalışması için bilimsel yöntem, araştırmının her alanında titizlikle uyarlanmaya çalışılmıştır. Turizm için, çeşitli paydaş, ortak, işbirliği, ortak akıl platformları ile bilgi biriktirilmesi ve derlenmesi ile sunumu yoluyla paylaşma yolu tercih edilerek, tüm kurumların birlikteliği ortak hedefler etrafında birleştirilmeye çalışılmıştır.

Turizm konusunda uzman kişi desteğinden faydalanılmış, turizmin bu yeni trendi etrafında farkındalık oluşturma çabası içerisinde olunmuştur. Bu anlamda, İl Kültür ve Turizm desteği ve Üniversitenin ilgili bölüm uzman ve akademisyenleri tarafından görüşme, diyalog ve farklı bilgi toplama araçları kullanılmıştır.

Araştırma için görsellikten faydalanma adına, teknik çalışmalar aracılığı ile fotoğraf, video çekimleri, uzman bilgisinden yararlanarak mekan analizleri yapılmış ve gerektiğinde farklı bürolardan en güncel istatistiki bilgiler edinme yoluyla tablolar ve grafikler oluşturularak analiz çalışmaları yapılmıştır.

Varlık odaklı yaklaşım ve eksik odaklı yaklaşım çerçevesinde tartışma platformları aracılığı ile bilgiler derlenme yoluna da gidilmiştir. Akademik olarak, üniversite araştırma alanları devreye sokularak, literatür başta olmak üzere yapılan yerel çalışma örnekleri eşliğinde turizm ve destinasyonları ile Karaman ili için kongre turizminin olabirliği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Karaman ili ve en yakın çevresinde bulunan Konya ili turizm çalışmaları taranarak bölge dinamiklerinin harekete geçirilme noktalarına ulaşılacak için karşılaştırmalı tablolar ve istatistiki bilgiler derlenmeye çalışılmıştır.

KONGRE TURİZMİNE GENEL BİR BAKIŞ

Kongre turizmi, turizm alanının en hızlı büyüyen pazar bölümlendirmesinden biridir ve önemi yükseliş trendindedir[8].

“Kongre turizminin faydaları, yalnızca katılımcı sayısı ve elde edilen doğrudan gelir gibi rakamsal verilerle sınırlandırılmaz. Kongre turizmi bir destinasyonu çok özel pazar segmentlerine tanıtmada başarılı bir rol oynamaktadır. Ayrıca, bu turizm çeşidinin uluslararası basındaki yankıları da oldukça etkili bir tanıtım şeklidir.

Kongre turizmi, yüksek düzeyde teknik ve teknolojinin kullanıldığı üst segment kaliteli alt ve üst yapı imkanlarının bulunduğu mekanlarda gelişebilmektedir. Ardından otelin iç yapısındaki teknik ayrıntılar ön planda tutulmaktadır. Bunlardan başka kaliteli bir teknik ekip/ekipman ve güvenlik sistemi de bu tür turizm şeklinde aranan öğeler arasındadır.

Toplantı alanlarının yanı sıra, toplantı/toplantıların düzenlendiği şehir de katılımcıların beklentilerine cevap verebilecek yeterlilikte olmalıdır. Konaklama yapılacak yerlerin, restoranların kalitesi, ulaşımın zamanında, kolay ve güvenilir bir şekilde sağlanabilmesi, şehrin otantik değerlerinin muhafazası, alışveriş-eğlence merkezlerinin varlığı ve kalitesi toplantı organizatörlerinin bir kenti seçiminde çok önemli unsurlar arasında yer almaktadır”[9].

Kongre turizminin öne çıkan özellikleri şu şekilde sıralanabilir[10]:

- ❖ Kongreler, yılın belirli dönemlerinde yoğunluk göstermekte ve özellikle sezonun geri kalan dönemlerinde tercih edildikleri için, otellerin doluluk oranları olumlu yönde etkilenmektedir.
- ❖ Kongre turizmi ve kongre otelciliği, teknik/teknolojik donanım ve diğer unsurlar açısından güçlü bir altyapıya ihtiyacı vardır. Bu nedenle, kongrelere yönelik düzenleme ve faaliyetlerin, konusunda yeterli deneyime sahip organizasyonlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi önemlidir.
- ❖ Kongrelerin yapılabilmesi için gerekli olan fiziki şartlar gibi sabit yatırımlar yüksek maliyet gerektirdiğinden, sıklıkla kamu veya yerel yönetimlerce vücuda getirilmektedir.
- ❖ Kongre turizmi, kabul gören turizm sezonunun dışındaki zamanlarda düzenlendiği ve turizmin farklı türlerini bünyesinde barındırdığı için, turizmin en fazla gelir getiren türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Kongre turistlerinin harcamaları diğer turistlere nazaran harcamalar olarak birkaç katı yüksekliğe ulaşabilmektedir.
- ❖ Kongre turizmi, simültane çeviri, özel programlar, davetiye planlaması, çeşitli transferler, otel rezervasyonları, medya ve delegelerin buluşturulması, kongre binasının tefrişatı, yardımcı insan kaynağı hizmeti ve aileleri için tur/seyahat paketlerinin hazırlanması vb. ayrıntılı ve profesyonel deneyim ve beceri gerektiren hazırlıkları gerekli kılmaktadır.
- ❖ Uluslararası kongre düzenlemek, ülkeler için önemli bir tanıtım faaliyeti olarak görülmektedir. Kongre turizminde başarıya ulaşmak için, sadece ilgili kuruluşların değil, toplumun tüm kesimlerinin destek vermesi ve farklı kurum ve kuruluşlar arasında etkin bir işbirliği tesisi gereklidir.
- ❖ Kongre turizminin başarısı; ulaşım, altyapı, konaklama, kongre salonu ve diğer fiziki imkânları, personel, güvenlik, diğer yan hizmetler, çevre ve kültürel zenginlikler alanlarında belirli bir kalite ve kapasiteye ulaşmayı gerekli kılar.

Kongre ve toplantılar, otellerin doluluk oranları ile birebir ilintilidir. Oteller için önemli bir gelir aracı olan kongre ve toplantılar, otel doluluk yüzdelerini de yükseltmektedir. İstanbul otellerinin toplam gelirleri içinde %30-35 gibi bir pay alan kongre ve toplantılar, özellikle olumsuz geçen sezonlarda kıyı otellerinin adeta kurtarıcısı olmaktadır. Kış aylarında Akdeniz ve Ege'deki otellerin doluluk oranlarının %15-30'una ulaşan kongre ve toplantılar, spor, Spa-Wellness gibi diğer destinasyonlarla karşılaştırıldığında en güçlü konsept olarak yerini almaktadır[11].

Kongre turizminde tanıtım ve imaj çok önemli bir pazarlama stratejisidir. Çok kaliteli alt ve üstyapı gereksinimlerine ihtiyaç duyulduğundan kongre turizmi için planlama, diğer turizm çeşitlerine göre daha ön planda tutulmaktadır. Türkiye, kongre turizmi tanıtımının başlangıç seviyelerinde bulunmakta iken, dünyanın önde gelen kongre kentleri ise uzun yıllardır pazarlama faaliyetleri yürütmektedir. Kongre ve ziyaretçi bürolarının tarihi serüveni, kongre turizminin başı çektiği şehirlerde ortalama 45 yıl iken, İstanbul ise ancak 19 yıl önce, İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (İCVB)'nin kurulmasıyla adım atabilmiştir[12].

“Kongre ve Ziyaretçi Büroları, kongrelerin yapıldığı bölgenin, turizm açısından tanıtımının yapılması amacı ile kurulmuş bölgesel pazarlama kuruluşudur. Uluslararası platform göz önüne

alındığında, 880'i aşkın Convention&VisitorsBureaus (CVBs) hizmet vermektedir. CVBs'ler kar amacı gütmeyen ve aynı zamanda tarafsız yapılardır. Büroların yapılanmaları ve çalışma disiplinleri buldukları ülke, bölge ya da şehirlerin turizm politikalarına, yasal mevzuatlarına ve sektörel dinamiklerine göre şekillendiğinden değişkenlik arz edebilmektedir. Ancak amaçları benzerdir. CVBs'ler pazardaki kongre alıcılarını, organizatörlerini belirler ve kongre bölgesindeki tedarikçilere, ürün ve hizmet sağlayıcılarına iş alternatifi ile rekabet ortamı oluştururlar. Bu bağlamda CVBs'lerin öncelikli görevleri şöyledir:

- ❖ Kongre bölgelerinin turizm alt yapısının gelişmesiyle ilgili tüm organizasyonları, kurum ve kuruluşları bir araya getirmek,
- ❖ Uluslararası toplantı sektörüne kongre bölgesiyle ilgili bilgi akışı sağlayarak, çatı örgüt özelliği üstlenerek tanıtım ve pazarlama imkanı sağlamak,
- ❖ Kongre bölgesinin uluslararası toplantı ve kongre pazarındaki iş potansiyelini yükseltmektir.

Kongre turizminin, ulusal ve bölgesel ekonomilere katkısı her geçen gün giderek artmaktadır. Birçok destinasyon, sektördeki fırsatları yakalamaya odaklanmakta, tanıtım ve pazarlama amaçlı örgütlenmeler bu sayede hız kazanmaktadır. Dolayısıyla CVBs'ler, günümüz turizmde sektörün en önemli oyuncularını arasında yer almaktadır" [13].

Geniş çaplı bir kongre turizmde başarılı olunmak isteniyorsa, sadece özel sektörün değil toplumun tüm kesimlerinin, kongre turizmi konusunda beraber çalışma yürütmesi ve bunlar arasında koordinasyonun tesisi gereklidir. Bunun için toplantı planlayıcıları ile katılımcılar ve diğer hizmetleri sunanlar arasında diyalogun artırılması sağlanmalıdır. Konferansa katılanların karşılaşılabilecekleri formalitelerin (vize, konferans kaydı, vb.) basite indirgenmesi gerekmektedir[14].

Kongre katılımcıları iyi eğitilmiş, yüksek gelirli, çok harcayan insanlardır. Yapılan araştırmalar, kongre turizmde turist başına harcamanın, yaklaşık ortalamasının üç katı olduğunu göstermektedir. Kıyı turizmde kişi başı 600-700 \$ olan harcama miktarı, kongre turizmde 2.000 \$ seviyelerinde bulunmaktadır[15]. Bu anlamda, bilimsel kongre katılımcıları genellikle akademisyenlerden oluşmaktadır.

Akademisyenlerin ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilen kongrelere katılımlarındaki tercih ölçütlerinin neler olduğunu belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmada; akademisyenlerin yurtiçi ve yurtdışı kongrelere katılım sayıları incelendiğinde % 43,9'nun yılda en az iki, % 41,1'nin ise yılda en az bir kez yurtiçi kongrelere; % 58,1'nin ise yılda en az bir kez yurt dışı kongrelere katıldıkları saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların % 41,1'nin yıl boyunca, % 22'sinin ilkbaharda ve % 20,7'sinin sonbaharda kongrelere katıldıkları; katıldıkları bu kongreler için 3-4 gün (% 49,6) süre harcadıkları ve % 50'sinin gelecekte aileleri ile kongrelere katılabileceklerini beyan ettiklerine rastlanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre, hedef kitlesi Türkiye'de görev alan akademisyenlerden oluşan kongre organizatörlerinin, kongre programı kapsamında özellikle eğlence ve aktivite fırsatlarına önem vermeleri ile daha fazla kongre katılımcısının etkinliğe çekileceği düşünülmektedir[16].

DÜNYA' DA VE TÜRKİYE' DE KONGRE TURİZMİ

Kongre turizmi ekonomik getirisiyle, dünya turizminde gözde yatırımların başında yer almaktadır. Toplamda 1 trilyon 75 milyon doları aşan dünya turizm gelirlerinde kongre ve toplantı turizminin payı 250 milyar dolarla yüzde 30 seviyesindedir. Dünya genelinde düzenlenen kongrelerin yüzde 57'sine ev sahipliği yapan Avrupa kıtası, kongre turizminin dünya lideri konumunda yer almaktadır. Tablo 1'de kıtalara göre kongre turizminden aldığı paya yer verilmiştir[17].

Tablo 1. Kıtaların Kongre Turizminden Aldığı Pay

KITA	ALDIĞI PAY %
Avrupa	56,1
Kuzey Amerika	17,1
Asya	13
Güney Amerika	5,1
Avustralya	4,4
Afrika	4

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA-2013)

“Ulaşımın kolaylaşması ve ucuzlaması, kongre turizmini dünyanın en hızlı gelişen pazarlardan biri haline getirmiştir. Özellikle son 10 yılda kongre turizmindeki gelişme dünya turizminin çok üstünde seyretmektedir. Hızla büyüyen uluslararası kongre pazarından daha fazla pay elde etmek için ülkeler arasındaki rekabet giderek artmaktadır.

Uluslararası Kongre ve Toplantı Örgütü ICCA verilerine göre,2009 yılında dünyada 8.300 uluslararası kongre düzenlenmiştir. Kongre organizasyonunda dünyada ilk üç sırayı ABD, Almanya ve İspanya almıştır. ABD'de 595, Almanya'da 458 ve İspanya'da 360 uluslararası kongre yapılmıştır”[18].

Uluslararası Kongre ve Toplantı Örgütü ICCA 2014 yılı verilerine göre; dünyada 11.505 uluslararası kongre düzenlenmiştir. Kongre organizasyonunda dünyada ilk üç sırayı yine ABD, Almanya ve İspanya almıştır. 2014 yılında ABD'de 831, Almanya'da 659 ve İspanya'da 578 uluslararası kongre yapılmıştır. Türkiye ise 190 uluslararası kongre ile 19. sıradadır. Tablo 2'de ülkeler bazında en çok düzenlenen kongre ve toplantı sayılarına yer verilmiştir[19].

Tablo 2. Ülkeler Bazında Düzenlenen Sayısına Göre Dağılım

SIRA NO	ÜLKE	KONGRE SAYISI
1	ABD	831
2	Almanya	659
3	İspanya	578
4	İngiltere	543
5	Fransa	533
....
19	Türkiye	190

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA) - 2014

Tablo 3’de ülkeler bazında en çok katılımcının yer aldığı dağılıma göre düzenlenmiş istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 3. Ülkeler Bazında Katılımcı Sayısına Göre Dağılım

SIRA NO	ÜLKE	KATILIMCI SAYISI
1	ABD	365.338
2	İspanya	289.039
3	Almanya	264.156
4	Fransa	233.075
5	İngiltere	199.100
....
16	Türkiye	95.377

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA) - 2014

Tablo 4’ de Dünya geneli şehirler bazında yapılan kongre sayılarına yer verilmiştir.

Tablo 4. Şehirler Bazında Yapılan Kongrelerin Dağılımı

SIRA NO	ŞEHİR	KONGRE SAYISI
1	Paris	214
2	Viyana	202
3	Madrid	200
4	Berlin	193
5	Barselona	182
....
9	İstanbul	130

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği (ICCA) - 2014

ICCA 2014 verilerine göre Türkiye’de gerçekleştirilen kongrelerde delege sayısını baz alındığında Türkiye 95 bin 377 delege ile dünya kongre pazarında 11. sırada yer almaktadır. İstanbul, 75 bin 864 delege ile katılımcı sayısı bakımından dünyada 8. sırada yer almaktadır. Ayrıca 30 delege ile Antalya 81. Sırada, 12 delege ile İzmir 9 şehirle birlikte 198. sırada, Ankara ise 10 delege ile 7 şehirle birlikte 222. sırada yer alabilmiştir.

2015 yılında 852 etkinlik düzenlenmiş olup bunlardan 527’si ulusal, 325’i ise uluslararası statüdedir. Tablo 5’ de ise Türkiye geneli toplantı ve kongre dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 5. Türkiye İller Bazında Yapılan Kongre ve Toplantıların Dağılımı

SIRA NO	ŞEHİR	KONGRE SAYISI
1	İstanbul	214
2	Antalya	136
3	Ankara	87
4	İzmir	74
5	Muğla	24
6	Bursa	24
7	Diğer	293

www.kongremerkezi.net 2015 yılı verileri - 2015

Kongre turizmini İstanbul dışında geliştirmek için müstakil kongre merkezlerine ihtiyaç bulunmaktadır. İzmir, Antalya, Kuşadası, Pamukkale, Kapadokya gibi merkezler konaklama altyapısı ve tarih/kültür varlıkları bakımından kongre turizmine uygundur. Ancak otel bünyesinde bulunan salonların çoğu büyük ölçekli toplantılar için pek uygun değildir. Bir büyük toplantı salonu dışında aynı anda küçük oturumların da düzenlenebilmesi için ana salonun haricinde bol miktarda başka salonlara da ihtiyaç duyulmaktadır. Bunların teknik donanımı eksiksiz olmalıdır. O nedenle müstakil kongre merkezlerine gereksinim duyulmaktadır. Bunun dışında kongre merkezlerinin yapılacağı yerlere direkt uçuşların yapılması da çok önemlidir[21].



Türkiye’ de düzenlenen etkinlik kategorisine göre dağılım ise Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. 2015 Yılı Türkiye’ de Düzenlenen Etkinlik Kategorisine Göre Dağılım

SIRA NO	ETKİNLİK KATEGORİSİ	ETKİNLİK SAYISI	ETKİNLİK PAYI %
1	Tıp Kongreleri	318	37
2	Öğrenci Kongreleri	70	8
3	Mühendislik	67	8
4	Eğitim	52	6
5	Sağlık	41	5
6	İktisadi ve İdari Bilimler	28	3
7	Sosyal Bilimler	25	3
8	Diğer	251	30

www.kongremerkezi.net 2015 yılı verileri

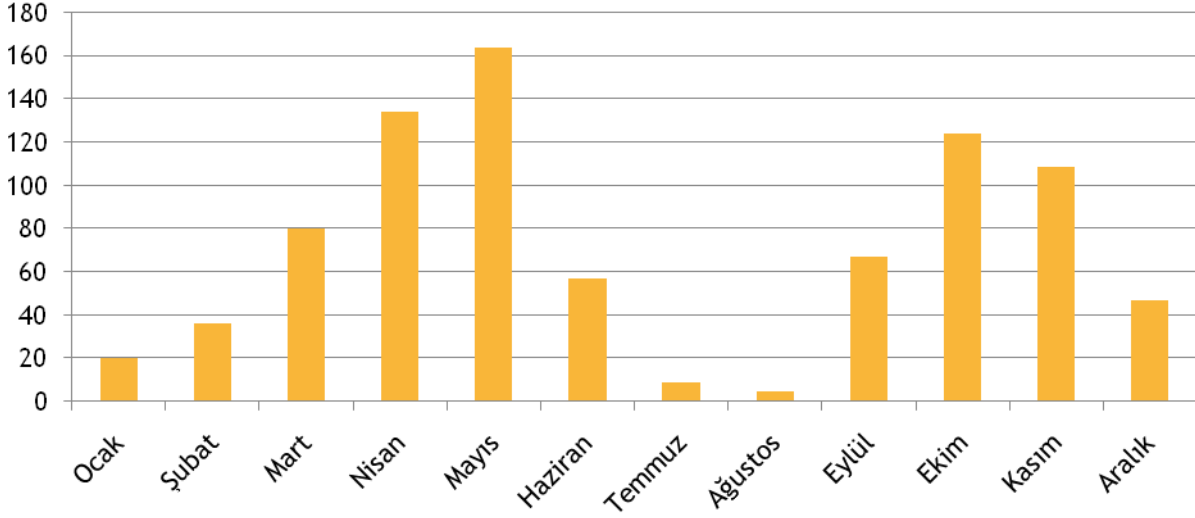
Etkinliklerde organizatör firma kullanım oranları incelendiğinde 2015 yılı için %48 oranında 412 organizatör firma kullanımı ve %52 oranında ise 440 etkinlikte organizatör firmaya ihtiyaç duyulmamıştır[20]. Tablo 7’de ise Türkiye geneli aylara göre etkinlik sayılarına ve Grafik 1’de genel dağılımın grafik gösterimine yer verilmiştir.

Tablo 7. Türkiye Geneli Aylara Göre Etkinlik Sayıları

AYLAR	ETKİNLİK SAYISI	YILLIK TOPLAM İÇİNDEKİ %
Ocak	20	2,3
Şubat	36	4,2
Mart	80	9,4
Nisan	134	15,7
Mayıs	164	19,2
Haziran	57	6,7
Temmuz	9	1,1
Ağustos	5	0,6
Eylül	67	7,9
Ekim	124	14,6
Kasım	109	12,8
Aralık	47	5,5

www.kongremerkezi.net 2015 yılı verileri - 2015

Grafik 1: Türkiye 2015 Yılı Aylara Göre Etkinlik Sayısı Dağılımı



www.kongremerkezi.net 2015 yılı verileri

Grafik 1 incelendiğinde, Türkiye' de en çok bahar aylarında kongre ve toplantı düzenlendiği gözlemlenmiştir. Tablo 8'de ise Türkiye geneli son 9 yıllık etkinlik sayısına yer verilmiştir.

Tablo 8. 2007-2015 Yılları Arası Etkinlik Sayısı Dağılımı

AYLAR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ocak	5	22	28	27	18	26	27	24	20
Şubat	16	29	32	28	32	31	34	25	36
Mart	45	54	67	66	82	77	84	61	80
Nisan	82	106	116	124	111	112	109	126	134
Mayıs	102	124	141	137	129	118	100	162	164
Haziran	68	78	87	100	78	46	53	77	57
Temmuz	18	12	25	19	17	11	10	2	9
Ağustos	14	22	19	15	5	5	18	13	5
Eylül	79	33	53	76	112	43	133	88	67
Ekim	104	124	142	116	168	89	132	122	124
Kasım	87	81	91	82	91	112	141	112	109
Aralık	25	14	46	54	64	37	65	43	47
GENEL TOPLAM	645	699	847	844	907	707	903	855	852

www.kongremerkezi.net 2015 yılı verileri - 2015

Dünya kongre pazarında pazarlama çalışmaları kongre büroları tarafından yürütülmektedir. İstanbul'daki ICVB'ye benzer kurumların diğer büyük şehirlerde de kurulması önemlidir[22].

İlk Kongre ve Ziyaretçi Bürosu 1919'da Montreal'de kurulmuştur. 1963 yılında da günümüzde 80 ülkede 900'e yakın üyesi olan ICCA (International Congress and Convention Association) oluşturulmuştur. Kuruluşun Hollanda, Malezya, Amerika Birleşik Devletleri ve Uruguay'da büroları bulunmaktadır. Boyce'a göre, "bir kongre bürosu, şehrin sektöre, Avrupa ve Dünya standartlarında adapte olduğuna işaret etmektedir" [23].

Ulusal bir kongre ve ziyaretçi bürosunun açılmasını gerektiren en önemli nedenlerin başında, şehrin bir bütün olarak yani destinasyon ölçeğinde, pazarlanması ve zaman içerisinde bir marka olması gelmektedir. Uluslararası ortamda öncelikle bir şehrin Kongre ve Ziyaretçi Bürosu olup olmadığı sorgulanmaktadır. Böylece konuya profesyonel bir yaklaşım sergilenerek şehirde olup olmadığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle tarafsız ve kar amacı gütmeyen bu tür büroların ve/veya organizasyonların önemi ortaya çıkarmaktadır[24].

Türkiye'de kongre düzenleme ile ilgili olarak oturmuş bir yapı bulunmaması dolayısıyla, bir uluslararası kongre düzenleneceği zaman, bu organizasyonu kimlerin nasıl yapacağı konusu bir sorun teşkil etmektedir. Uluslararası kongreler, genellikle profesyonel kongre organizatörleri tarafından organize edilmektedir. Seyahat acentelerinin sağladığı ulaşım, konaklama gibi temel hizmetler ise organizasyonun sadece belirli bir bölümünü oluşturmaktadır. Oysa kongre turizminin gelişimi ancak, sektöre ilişkin alt ve üst yapı ile birlikte, var olan; kurum, kuruluş, işletme ve hizmetler ile birlikte, iyi bir örgütlenmenin sağlanabilmesi sonucu oluşabilir. Nitekim kongre turizmi alanında hizmet veren çeşitli mesleki gruplar ve arz unsurları kongre pazarındaki etkinliklerini arttırmak ve ilişkileri düzenlemek amacıyla örgütlenme yoluna gitmektedirler. Birbirinden farklı uzmanlık alanlarını kapsayan bu tür kuruluşların sistematik biçimde örgütlenmesi oldukça güçtür[25].

Kongre turizmi ile ilgili yönetim ve pazarlama stratejilerinin tek elden oluşturulması ve özellikle tanıtım ve pazarlama alanındaki çatışmaların ve dağınıklığın önlenmesi için çeşitli ülkelerde bağımsız ve kar amacı gütmeyen kongre ve ziyaretçi bürolarının kurulduğu ve kongre turizmi ile ilgili; yönetim, tanıtım ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve uygulanmasından sorumlu tutuldukları görülmektedir[26].

"Tarih ve kültür hazinesi Türkiye, adeta heyecan verici imkânlar âleminin kapısı durumundadır. Avrupa ve Asya'nın birleştiği yerde, Türkiye; toplantı, incentive ve kongrelere uygun mekân konumunda yer alıp birinci sınıf otel, konaklama ve konferans imkanları sayesinde, dünyanın belli başlı şehirlerine kolayca ulaşım olanakları sağlayan, dikkat çekici mimarisi, konukseverliği ve eşsiz manzarası ile konuklarına hizmet sunmaktadır. Bütün bunlara, mükemmel bir iklim ve alternatif destinasyon olanakları sayesinde, çok daha düşük maliyet avantajı da eklenmektedir.

Türkiye, Avrupa ülkelerine yakınlığı ve egzotikliği ile ideal bir destinasyondur. İzmir, Antalya ve Ankara'ya transfer bağlantısı ve direkt uçuş imkânıyla, Türk Havayolları ve diğer ulusal havayolu şirketlerince İstanbul'a iki ila üç saat içinde ulaşmak mümkündür.

Günlük seferler İstanbul'u Amerika Birleşik Devletleri, Ortadoğu ve Asya'nın belli başlı şehirlerine bağlamaktadır. Rakipsiz dekoru ve mimari hazinelerinin zenginliğiyle, İstanbul dünyanın en büyük turizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Palmiye ağaçları ve eski harabeleri ile İzmir, Ege bölgesinin kapısıdır. Kuşadası, Marmaris, Bodrum ve Fethiye gibi sevimli deniz sayfiyeleri satış, toplantı ve incentive için tercih sebebidir. Antalya, Mersin ve Akdeniz'in kıyı sayfiyeleri, yıl boyu ziyaretçileri, güneş, güzel kum plajları ve eski tarihi yerleri ile cazibe merkezleridir. Türkiye'nin başkenti Ankara muhteşem otel ve restoranları, şahane kaya kiliseleri ve yer altı şehirleri, manzaralı efsanevi Kapadokya'ya kolay ulaşım ile önemli bir merkezdir. Osmanlı Devletinin ilk başkenti Bursa ise göz alıcı manzara, termal banyolu oteller ve Uludağ'da mükemmel kayak imkânları sunmaktadır"[27].

Türkiye'de kongre turizminin önemi yakın zamanda anlaşılmış ve Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve kültürel çekiciliklerin zenginliğine rağmen kongre turizminden yeteri kadar pay alamadığı saptanmıştır. Toplam turizm gelirleri içinde kongre turizmi payının %25-30 civarında olması gerekirken halen bu potansiyelin onda birinden bile azı elde edilebilmektedir[28].

"Büyüme hızı dünya ortalamasının 2 katı olan Türkiye'de kongre turizmi pazarı, henüz beklenen seviyeye ulaşmamış olsa da pazarın büyüme hızı dikkat çekicidir. 500 ve üstü katılımcı sayısı olan uluslararası nitelikteki kongreler temel alınarak yapılan sıralamalarda, Türkiye'nin büyüme hızı dünya ortalamasının 2 katıdır. Kongre turizminin büyüme hızı dünyada yüzde 6 ila 10 civarında seyrederken, Türkiye'deki büyüme yüzde 22,5 olarak kaydedilmiştir.

Sadece 500 ve üstü katılımcı ve uluslararası nitelikteki kongreler değil; tüm kongre, toplantı, seminer, fuar ve iş gezileri temel alındığında kongre turizm pastasının büyüklüğü daha net ortaya çıkmaktadır. Dünyada 100 milyondan fazla kişi bu çerçevede seyahat etmektedir. Türkiye'ye bakıldığında, 2013 yılında 2,4 milyon kişinin iş amaçlı seyahate çıktığı görülmektedir. İş seyahatine çıkanların toplam içerisindeki payı, 4 yıl içerisinde yüzde 4,9'dan yüzde 6,1'e yükselmiş durumdadır.

Tablo 9. Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Dağılımı

Yıl	Toplam Ziyaretçi*	İş Amaçlı Ziyaretçi*	İş Amaçlı Ziyaretçinin Payı %
2009	31.972.407	1.577.508	4,9
2010	33.027.944	1.743.940	5,2
2011	36.151.328	2.134.625	5,9
2012	36.776.645	2.199.410	5,9
2013	39.707.956	2.427.553	6,1
4 yıllık değişim	% 24,1	% 53,8	

*Yurtdışından Türkiye'ye gelen yabancı ve yerli tüm ziyaretçiler toplamı

Toplam kongre ve toplantı pazarına bakıldığında ise, 8. sırada bulunan İstanbul'un kısa ve orta vadeli hedefi Avrupa'da ilk 3, dünyanın da ilk 5 kongre şehri arasına girmektir. Son 3 yılda kongre salonu kapasitesinin 3 katına çıkararak İstanbul'un yanı sıra diğer iller de bu yarışta öne geçmek istemektedir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 yılı raporuna göre; Türkiye'de kongre turizmine altyapısı uygun iller İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa, Mersin ve Eskişehir olarak sıralanmaktadır"[29].

Karaman ili, karayolu ve demiryolu ile komşu illere bağlantısı olan, ulaşımı kolay iller arasındadır. İl genelinde, tüm yerleşim birimlerine ulaşım mevcuttur. Karayolu ile Konya, Ankara, Mersin, Adana, İzmir, İstanbul, Bursa gibi şehirlere otobüs seferleri düzenlenmekte olup, bu seferler Konya'ya her yarım saatte bir, diğer illere ise belirli saatlerde yapılmaktadır. Demiryolunda ise; belirli saatlerde Konya, Ankara bağlantılı hızlı tren seferleri yapılmakta, İstanbul, Gaziantep, Kurtalan, Eskişehir, Ulukışla, Niğde'ye tren yolculuğu yapılabilmektedir. Hava yolu ile ulaşım ise Karaman'a 105 km olan Konya havaalanından sağlanabilmektedir. Konya havaalanına Karaman'da bulunan seyahat acenteleri tarafından düzenli olarak seferler yapılmaktadır[30].

Karaman'ı cazibe merkezi yapacak yatırımların yapılması ve bunların yerli ve yabancı turistlere gerek seyahat acenteleri aracılığı ile gerek turizm bakanlığı aracılığı ile duyurulması gerekmektedir. Karaman, inanç turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi, mağara turizmi, ipek yolu turizmi, eko turizmi, yayla turizmi, dağcılık, hava sporları, av turizmi ve kuş gözlemciliği olarak çeşitli turizm destinasyonlarına ev sahipliği yapabilecek miras birikimine sahiptir. Yatırımcılara bu fırsatlar sunulduğunda Karaman, Türkiye'nin en önemli cazibe merkezlerinden birisi olmaya aday ve yıldızı parlayan bir il haline gelebilecektir[31].

“Ancak Karaman'ın kongre turizmi matrisi incelendiğinde, oyuncular arasındaki ilişkilerin sektörü ileri düzeye taşıyacak şekilde gelişt(e)mediği görülmektedir. Kongre ve toplantı turizmi kümelenmesinin oyuncular arasındaki ilişkinin zayıflığı, sektörün oluşmasındaki en büyük engel olarak görülmektedir. Özellikle konaklama, seyahat, yiyecek-içecek ve sosyal işletmeler arasındaki ilişki düzeyinin kopuk ve etkisiz olması, kongre ve toplantı turizminin bir paket ürüne dönüştürülmesinin önündeki en büyük engeller arasında görülmektedir.

Benzer şekilde sivil toplum kuruluşlarının, kümelenme içerisinde zayıf oyuncu olarak dahil olmaları bir başka olumsuz durumdur. Turizm sektörü kapsamında, spesifik sivil toplum kuruluşlarının Bölge'de bulunmaması, turistik ürünün oluşturulması konusunda güçlenmelerini olumsuz etkilemekte ve ortaklaşa rekabet avantajı elde etmeleri önünde engel teşkil etmektedir.

Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA) Bölgesi, kongre ve toplantı turizmi kümelenme haritası ve ilişki şemasından hareketle, kongre ve toplantı turizmi kümelenmesinde birçok eksik oyuncunun olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir deyişle bu oyuncular, kümelenme içinde yer almaları gerekirken, kümelenme dışında kalmışlardır”[32].

Karaman ili alternatif turizm türleri ve değerleri, Tablo10'da görülmektedir. Tablo'ya göre Karaman'da inanç, kültür, mağara, yayla ve av turizm imkânlarının çeşitliliği dikkat çekicidir[33].

Tablo 10. Karaman İli Alternatif Turizm Türleri ve Değerleri

İNANÇ TURİZMİ	KÜLTÜR TURİZMİ	SAĞLIK TURİZMİ*	MAĞARA TURİZMİ	KUŞ GÖZLEMÇİLİĞİ
<ul style="list-style-type: none"> - Çeşmeli Kilise (Merkez) - Meder-i Mevlana (Aktekke Camii), - Yunus Emre Camii (Merkez) - DereköyFisandon Kilise Camii (Merkez) - İmaret Camii (Merkez) - Derbe Antik Kenti - Hatuniye Medresesi (Merkez) -Binbirkilise -Mahallaç Kilisesi 	<ul style="list-style-type: none"> -DeğleÖrenyeri -GökçesekiÖrenyeri -MadenşehirÖrenyeri -Karaman Müzesi -Tartanlar Evi -Hürrem Dayı Evi -Karaman Kalesi -Başdağ Kalesi ve Askeri Tesisleri -Taşkale Tahıl Ambarları -Hartapus Anıtı -Zeyve Pazarı -Taşkale Kentsel Sit -Gödet Saklı Cennet 	<ul style="list-style-type: none"> - Gödet (Güldere) köyünde böbrek hastalıklarına, böbrek taşı düşürmeye iyi gelen şifalı su -Sarıveliler İlçesi Göktepe Kasabası mezarlığında yer altından kaynaklı sivi balcık bulunmakta olup cilt hastalıklarına iyi gelmektedir. *Karaman'da Kaplıca, ılıca olmadığından sağlık turizmi yapılmamaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> - İncesu Mağarası (Taşkale Kasabası) -Yeni Dünya Mağarası (Bucakışla Kasabası) -Yeşildirek Mağarası (Sarıveliler İlçesi) -Maraspoli Mağarası (Ermenek) -Manazan Mağaraları 	<ul style="list-style-type: none"> -Toroşlar, -Ereğli Sazlığı, -Karadağ, -Göksu Vadisi.
İPEK YOLU TURİZMİ	EKO TURİZM VE YAYLA TURİZMİ	DAĞCILIK	HAVA SPORLARI	AV TURİZMİ
<ul style="list-style-type: none"> -Atlas Han (Karaman Ayrancı İlçesi) -Kozak Han (Karaman Mut Yolu Üzeri) -Gelindi Han (Karaman Merkez İhsaniye Köyü) 	<ul style="list-style-type: none"> -Toroşlar, -Bolkar Dağları -Barçın Yaylası -Avdan Yaylasında -Karadağ -Berendi Yaylası -Yellibel Yaylası -Tekeçatı Yaylası 	<ul style="list-style-type: none"> -Taşeli platosu -Hacıbaba Dağı -Karadağ -Bolkar Dağları -Bozdoğan Dağları -Yellibel Dağları 	<ul style="list-style-type: none"> -Karadağ (Yamaç paraşütü) 	<ul style="list-style-type: none"> -Toroşlar, -Avdan Yaylası, -Nunu Vadisi Devlet Avlağı, -Ermenek Havzası -Hacıbaba Dağı

Karaman, komşu illeri olan Antalya (yıllık 10 milyon yabancı turist), Konya (yıllık 600 bin yabancı turist) ve Nevşehir Ürgüp (yıllık 1,5 milyon yabancı turist) gibi turizm merkezleri arasında bağlantı noktası olmasına rağmen, söz konusu turizm merkezlerine göre oldukça az turist çeken, bölge turizm yatırımları konusunda ise potansiyeli oldukça yüksek bir il niteliğindedir[34].



Tablo 11’de son on yıla ait Karaman’a gelen yerli ve yabancı turist sayılarına yer verilmiştir.

Tablo 11. 2005-2015 Yılları Arası Karaman’a Gelen Turist Sayıları				
YILLAR	YERLİ TURİST	YABANCI TURİST	TOPLAM	TOPLAM GECELEME
2005	30.929	404	31.333	41.605
2006	36.641	632	37.269	49.368
2007	44.712	694	45.406	56.874
2008	39.996	568	40.564	52.839
2009	36.660	657	37.317	52.490
2010	40.721	594	41.315	60.235
2011	44.675	1232	45.907	66.233
2012	47.311	1818	49.129	74.641
2013	52.155	2322	54.447	103.339
2014	79.869	3449	83.318	105.416
2015*	85.966	3428	89.394	55.750

Karaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2015 yılı verileri

* 2015 Yılı birinci altı aylık yerli ve yabancı turist verileri; oteller, müze ve ören yerlerinden alınmıştır.

Karaman doğal güzelliklerinin yanı sıra tarihi ve kültürel dokusu ile henüz yeterince keşfedilmemiş illerden bir tanesidir. 2012 yılında Fener Rum Patriği Bartholomeos Karaman’a ziyarette bulunarak inanç turizmi konusunda önemli merkezlere uğramış ve bölgenin önemini vurgulamıştır. Ayrıca, Mersin’e bağlı ve Karaman’a 40 km. mesafede bulunan Alahan Manastırı’na ziyarette bulunan Bartholomeos, tarihi mekanın Hıristiyanlık aleminin önemli ilk papaz okullarından birisi olduğunu söylemiştir.

KARAMAN KONAKLAMA ARZ KAPASİTELERİ

2016 yılı itibari ile Karaman il geneli konaklama arz kapasitesi Tablo 12’de gösterilmiştir. Tablo’da, tam olarak otel statüsünde bulunmayan misafirhanelere yer verilmemiştir. Zira misafirhanelerin çoğunluğu üyeleri/mensupları haricinde misafir kabul etmemektedir. Ayrıca Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulama Oteli Karaman’ın ilk ve tek turizm bilgilendirme ofisine sahiptir. Grand Bioibio Oteli ise Karaman’ın ilk beş yıldızlı oteli olma yolunda inşaat yapım çalışmaları devam etmektedir. İlçelerde bulunan turizm işletmesi belgeli tek otel ise Ermenek Selçuklu Oteli’dir. Tablo’da genel dağılıma yer verilmiş olup, turizm işletmesi belgeli, belediye belgeli ve turizm yatırım belgeli ayrımına gidilmemiştir.

Tablo 12. Karaman Otel Kapasiteleri

Sıra No	Otel Adı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	Nas Otel ★★	44	92
2	Ermenek Selçuklu Otel ★★★★	46	94
3	Aygün Otel ★★★	28	56
4	Demosan Otel ★★★★	103	206
5	Nadir Otel ★★★	39	78
6	Grand Otel Karaman ★★★★	62	140
7	Karaman Kent Otel ★★★	52	98
8	Grand Bioibio* ★★★★★	120	205
9	Bayrakçı Otel	52	76
10	Dilkent Otel	20	28
11	Osmanlı Prestij Otel	25	50
12	Saray Otel	18	36
13	Aydoğdu Otel	30	45
14	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulama Oteli	12	30
TOPLAM		651	1234

[35] Karaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2016 yılı verileri
*Nisan 2016 itibari ile yapımı devam etmektedir.

Tablo 13'de Karaman il geneli kongre ve toplantı salonlarının kapasitelerine yer verilmiştir.

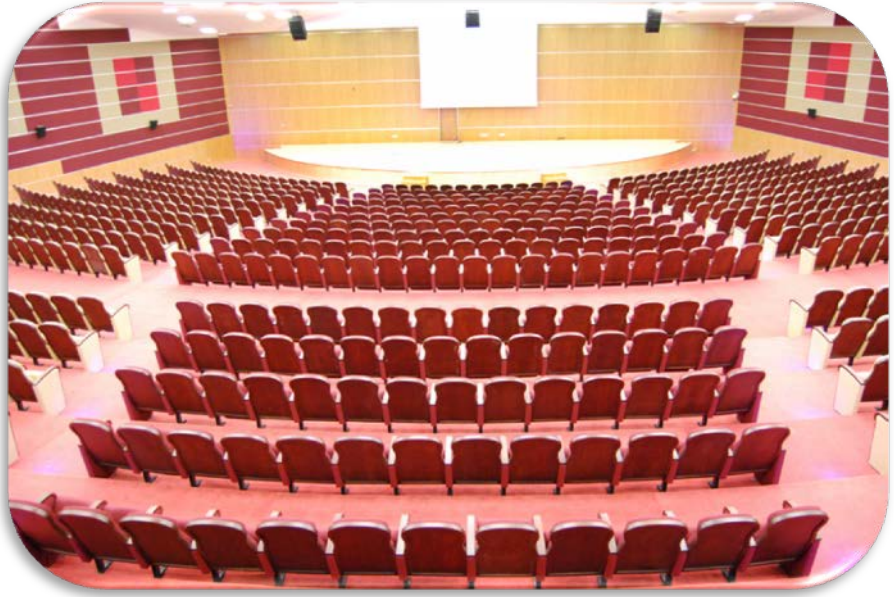
Tablo 13. Karaman Kongre ve Toplantı Salonu Kapasiteleri

Sıra No	Kurum/Kuruluş Adı	Salon Sayısı	Toplam Kapasite
1	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	8	3035
2	Yunus Emre Konferans Salonu	1	250
3	Piri Reis Kültür Merkezi	1	291
4	Demosan Otel	5	1686
5	Grand Otel Karaman	3	1280
6	Karaman Belediyesi Fuar ve Kongre Merkezi*	1	500
TOPLAM		19	7042

*Nisan 2016 itibari ile yapımı devam etmektedir.

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Kongre ve Toplantı Salonları

Konferans Salonu: Sahnesi yaklaşık 140 metrekareden oluşan salonun aydınlatması, modern aydınlatma sistemiyle sağlanmaktadır. Ayrıca sahnesi, büyük ışıklandırma takip spotu sayesinde spotlarla da ışıklandırılabilir. Salonun sahne arkasında ise dinlenme salonu, sahne hazırlık odaları, soyunma odaları, bay-bayan wc ve duşlar bulunmaktadır. Amfi tarzında bir yerleşime sahip olan salon, en arkada yer alan simültane odasından kontrol ediliyor. Altı adet IP kamera ve iki adet dome kamera ile izlenen salon, yüksek güvenlik içermektedir. Konferans salonunun girişinde ise 370 metrekarelik fuaye alanı yer almaktadır. Salonun her iki yanında da 120 ve 90 metrekarelik sergi alanları bulunmakta olup kampus alanı içerisinde bir konuma sahiptir.



Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sağlık Kültür ve Spor (SKS) salonları modern yapısı ve teknik olanakları ile her türlü kongre ve toplantılara ev sahipliği yapabilecek niteliklere sahiptir.

SKS Salon 1:Kapasite: 415 kişi



SKS Salon 2: Kapasite: 215 kişi



SKS Salon 3: Kapasite: 205 kişi



Ayrıca üniversite bünyesinde dört adet amfi bulunmaktadır.

Yunus Emre Konferans Salonu

Karaman Belediyesi bünyesinde şehir merkezinde hizmet veren salon 250 kişi kapasitesine sahiptir.



291 kişilik ses ve iřık sistemleri ile desteklenen salon tiyatro gösterileri dhil her türlü etkinliğe cevap verebilecek niteliktedir.



SPA&Spor salonları da bulunan otelin çeşitli konseptlere ait beş farklı salonu bulunmakta olup Tablo 14'de detaylı salon kapasitelerine yer verilmiştir.

Tablo 14. Demosan Otel Toplantı Ve Kongre Salonu Kapasite Bilgileri

SALON	En (mt)	Boy (mt)	Alan (m ²)	Yükseklik (mt)	Tiyatro Düzeni (Kişi)	Sınıf Düzeni (Kişi)	Banket Düzeni (Kişi)	U Düzeni (Kişi)
Osmanlı Balo Salonu	31	36	1116	4.90	1150	930	790	790
Selçuklu Banket Salonu	15	23	345	2,9	288	202	182	202
Turkuaz Kongre Salonu	8	17	136	2,9	113	80	72	80
Orun VIP Salonu	7,50	12	90	2,9	75	53	48	53
Bozkır şark Odası	8	9	72	2,9	60	43	38	43

Demosan Otel Salon GörSELLERİ



Grand Otel Karaman

Üç salonu ile toplamda 1280 misafir kapasitesine sahip olan otel her türlü toplantı ve kongre için yeterli teknik donanıma sahiptir.



Karaman Belediyesi Fuar ve Kongre Merkezi

Toplam 8750 m² olan betonarme ve çelik yapı nizamında 500 kişilik kongre merkezinin aynı zamanda; toplantı, seminer, çalıştay, konferans vb. etkinliklerde kullanılabilecek multi-fonksiyonda yapılması planlanmaktadır. 1500 m² Fuar Alanı da betonarme ve çelik konstrüksiyondan oluşacaktır. Binanın bahçesinde 12 büyük araçlık otopark, 6'sı engelli olmak üzere 118 normal araçlık otopark planlanmıştır. Mevka Kalkınma Ajansı tarafından desteklenerek yapımı devam etmekte ve 2016 yılı sonunda tamamlanması beklenmektedir.



SONUÇ ve ÖNERİLER

- ❖ Turizm destinasyonları arasında giderek ön plana çıkmaya başlayan kongre turizmi Karaman ili özelinde tanıtımı yönüyle eksikliklerinin olduğu tespit edilmiştir.
- ❖ Kongre turizminin en önemli ihtiyaçlarının başında sayılan, teknik alt ve üst yapı hizmetlerinin giderilmesinde önemli bir ihtiyacın varlığı görülmüştür.
- ❖ Karaman ili geneli kongre turizmi mekanları; sayı, yetkinlik, donanımlılık, iç ve dış teknik durumlarında fiziki açıdan eksikliklerin bulunması kongre turizmi için zayıf halkalar oluşturmaktadır.
- ❖ Kongre turizmi organizasyon firmalarının yetersizliği yanında organizasyon ekibi için; teknik, dil, aktivite, sorun çözme, dış tanıtım, iletişim vb. açılardan; bilgi, yetenek, beceri ve kabiliyet donanımı eksikliğinin giderilmesi gerekli görülmektedir.
- ❖ Karaman ilinin büyük çaplı kongre turizm organizasyonun yapılması için şehrin yeterliliğinin (ulaşım çeşitliliği, teknik alt yapı, seyahat-tur organizasyonu, yeme-içme mekanlarının çeşitliliği ile yöresel lezzetlerin sunumu, yeterli finansal araç kolaylığı) geliştirilmesi gerekmektedir.
- ❖ Kongre turizminin beklentileri çerçevesinde şehrin, yerel yapı ve silüetinin korunması, yerel, ulusal ve uluslararası tüketim mekanlarının çeşitliliği, uygun zaman aralıkları sahip ulaşım imkanları, güvenlik yeterliliği, konukseverlik ve ev sahipliği yapabilecek yeterli kapasite imkanlarının geliştirilmesi gereklidir.
- ❖ Karaman ili kurumlar arası diyalogun bölge destinasyonu ve kongre turizmi için tanıtımı, birlikteliği ve sahipliğinin tesisi önemlidir,
- ❖ Ekosistem ve çevre adına yapılacak düzenleyici ve yaşatıcı bilincin geliştirilmesi ve icraatı önemlidir,
- ❖ Gerekli ve yeterli information (il turizm danışma) ofislerinin kurulması ve yönlendirme levhaları ile belirlenmesi gereklidir,
- ❖ Küreseyahat acenteleri ve donanımlı uzmanlık ile tur ve seyahat hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve kusursuzluğunun sağlanması gereklidir,
- ❖ Şehir tanıtımının yerel ve ulusal alanla sınırlılığının uluslararası boyutu ile zenginleştirilmesinin sağlanması gerekmektedir,
- ❖ Şehrin tam teşekküllü kongre merkezinin ivedilikle tesisi ve hizmete açılması önemlidir,
- ❖ Şehir bünyesinde ivedilikle küçük ölçekli dahi olsa kongre bürosunun oluşturulması gereklidir,
- ❖ Üniversite bünyesinde turizm destinasyonunun ve kongre turizmi çalışmalarının başlatılması ve küçük ölçekli çalıştay, konferans, panel, sempozyum birlikteliğinde bu tanıtımın sıklıkla vurgulanmasının sağlanması gereklidir,
- ❖ Kalkınma ajansının yerel dinamikleri harekete geçirici çabaları içerisinde turizm destinasyonu ve altında kongre turizmi için önceliklendirilmesinin sağlanması gerekmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Mevlana Kalkınma Ajansı, Turizm Teknik Komitesi, *Turizm Alt Çalışma Grubu Nihai Raporu*, Teknik Komite Raporları 12, Konya-Karaman Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı, Sf. 3
- [2] E.Karadeniz, S.Y. Kandır, Y.B. Önal, “Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 18, Sayı 2, Güz, 2007, Sf.195.
- [3] E.Karadeniz, S.Y. Kandır, Y.B. Önal, “Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 18, Sayı 2, Güz, 2007, Sf.199.
- [4] Ç. Güllü, “Türkiye’ de Kongre Turizminin Yasal Zemine Oturtulması Çalışmaları Kapsamında Örnek Taslak Kanun Tasarısı”, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 3. Dönem Uzmanlık Tezleri, Sf.12.
- [5] N. Mustafazade, “Kongre Turizmi ve Önemi”, Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Yüksek lisans Merkezi, Nakü, 2015 Sf. 15.
- [6] - K. Arslan “Türkiye’ de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları”, İTO Yayınları, Yayın No: 2008-34, 2008 Sf. 6-7.
- [7] Y. Özen, “Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği”, TÜRSAB Yayını, Ankara, 1986 Sf.15-16.
- [8] Mair, J. ve Thompson, K. The UK Association Conference Attendance Decision-Making Process, “*Tourism Management*”, 2008: 1-10.
- [9] TÜRSAB Ar-ge Departmanı, “Dünya’ da ve Türkiye’ de Kongre Turizmi”, 2009, Sf. 5.
- [10] - K. Arslan “Türkiye’ de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları”, İTO Yayınları, Yayın No: 2008-34, 2008 Sf. 8-9.
- [11] Ö. Kasa (Editör), “Toplantı ve Kongre Turizmi, Sektörün Hızlı Büyüyen Pazarı”, *Turizm ve Yatırım Dergisi*, Toplantı ve Kongre Turizmi Eki, Aralık, 2012, Sf.7.
- [12] TÜRSAB Ar-ge Departmanı, “Dünya’ da ve Türkiye’ de Kongre Turizmi”, 2009, Sf. 5.
- [13] İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, <http://tr.icvb.org.tr/kongre-ziyaretci-burolari/#.VyJHdlaLSM8>, Erişim Tarihi: 10:04.2016
- [14] Y. Öztürk, İ. Yazıcıoğlu, “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* ISSN-1301-4838 Sayı 2 183-195, 2002, Sf. 4.
- [15] Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, <http://www.ttyd.org.tr/kutu/sectorelraporlar/1>, 2012, Sf. 1.
- [16] D.K. Yüncü, N. Kozak, “Türk Akademisyenlerin Kongre Tercihleri Üzerine Bir Araştırma” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 21, Sayı 1, Bahar: 109-120, 2010, Sf. 114.

[17] Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, <http://kdk.gov.tr/haber/kongre-turizminde-10-yilda-254luk-buyume/426>, Erişim Tarihi: 21.04.2016.

[18] Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, <http://www.ttyd.org.tr/kutu/sectorelraporlar/1>, 2012, Sf. 1.

[19] International CongressandConventionAssociation (ICCA), 2014 Statistics Report, p. 13

[20] www.kongremerkezi.net 2015 Yılı İstatistikleri, 2015.

[21] Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, <http://www.ttyd.org.tr/kutu/sectorelraporlar/1>, 2012, Sf. 1.

[22] Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, <http://www.ttyd.org.tr/kutu/sectorelraporlar/1>, 2012, Sf. 2.

[23] www.turizm gazetes i.com, <http://kariyer.turizm gazetes i.com/articles/article.aspx?id=40266>, Erişim Tarihi: 09.04.2016

[24] Ç. Güllü, "Türkiye' de Kongre Turizminin Yasal Zemine Oturtulması Çalışmaları Kapsamında Örnek Taslak Kanun Tasarısı", Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 3. Dönem Uzmanlık Tezleri, Sf.123.

[25] Ç. Güllü, "Türkiye' de Kongre Turizminin Yasal Zemine Oturtulması Çalışmaları Kapsamında Örnek Taslak Kanun Tasarısı", Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 3. Dönem Uzmanlık Tezleri, Sf.122-123.

[26] N.Ersun, K. Aslan, "Kongre Turizminin Geliştirilmesinde Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü ve Önemi", İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 8 Sayı: 12 Bahar 2009, Sf.90.

[27] <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10200/kongre-turizmi.html>, Erişim Tarihi: 06.04.2016.

[28] N.Ersun, K. Aslan, "Kongre Turizminin Geliştirilmesinde Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü ve Önemi", İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 8 Sayı: 12 Bahar 2009, Sf.90.

[29] Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, <http://kdk.gov.tr/haber/kongre-turizminde-10-yilda-254luk-buyume/426>, Erişim Tarihi: 21.04.2016.

[30] M. Sezgin, S. Büyükepekçi, M. Gümüş, "Karaman İli Turizm Yatırım Analizleri ve Turizm Yatırım Haritası", Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi, Cilt 19, Sayı 3, 2014, Sf. 41.

[31] M. Sezgin, S. Büyükepekçi, M. Gümüş, "Karaman İli Turizm Yatırım Analizleri ve Turizm Yatırım Haritası", Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi, Cilt 19, Sayı 3, 2014, Sf. 53.

[32] Konya ve Karaman İleri Kalkınma Birliği, "TR52 Düzey 2 Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Strateji Planı", Ağustos 2011, Sf.79.

[33] M. Sezgin, S. Büyükepekçi, M. Gümüş, "Karaman İli Turizm Yatırım Analizleri ve Turizm Yatırım Haritası", Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi, Cilt 19, Sayı 3, 2014, Sf. 41-42.

[34] www.karamandayatirim.gov.tr/sector.asp?SayfaID=14, Erişim Tarihi: 07.04.2016.

[35] Karaman İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Karaman Otel Kapasiteleri, Nisan 2016 dönemi verileri



Bu çalışma, Karaman İl Müze Müdürlüğü'nün "Karaman İl' inde Kongre Turizminin Lojistiği, Bölgedeki Potansiyeli ve Turizme Katkısının Araştırılması Projesi" (TR52/16/TD/0013) kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk Tanım Grup Danışmanlık Şirketi'ne aittir ve Mevlana Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmamaktadır.