

ONALTINCI BÖLÜM

Bolu'da Kongre Turizmi

Dr. Öğr. Üyesi İsa BAYHAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi
isabayhan@ibu.edu.tr

BÖLÜMÜN AMAÇLARI

- 1- Kongre turizmi konusunda kavramsal bilgiler vermek,
- 2- Bolu ilinde kongre turizmi faaliyetlerini ve olanaklarını incelemek,
- 3- Bolu ilinin kongre turizmi olanaklarını farklı destinasyonların çekicilikleri ile karşılaştırarak ildeki kaynakların başarılı kullanımı için ortaya konulabilecek öneri ve uygulamaları ele almaktır.

GİRİŞ

Turizm gelişen teknolojik ve sosyal imkanların etkisiyle hızla büyüyen sektörlerden biridir. İnsanların serbest zamanlarının artması, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesi, toplumların gelir düzeylerinde gözlenen iyileşmeler ile yaşam süreleri ve yaşam koşullarında ortaya çıkan değişimler turizm hareketliliklerinin artarak küresel turizm piyasasının dünya ekonomisi içerisinde büyük yer edinmesine sebep olmuştur. Bu süreç, ülkelerin turizm planlaması, turizmi teşvik çalışmaları ve turizm pazarlaması girişimlerini her geçen gün daha fazla gerçekleştirmelerini sağlamaktadır.

Turizmde sektörde, turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ve alternatif turizm faaliyetlerinin oluşturulmasının sağlanması bu sektörü geliştirmek isteyen tüm ülkelerin önemseydiği bir konudur. Turizm pazarlaması çalışmalarında ürün çeşitlendirilmesi için yapılan stratejiler fazlasıyla kullanılmaktadır. Bu sayede alternatif turistik faaliyetler ve yeni ortaya çıkan turistik ürünler önemini giderek artırmaktadır. Bu çalışmaların sonucunda; inanç, kültür, doğa, sağlık, kongre ve gençlik gibi pek çok farklı turizm türleri diğer turizm faaliyetlerine özellikle de kıyı turizmine alternatif olarak gelişme göstermektedir (Öztaş ve Karabulut, 2007: 131). Kongre turizmi çeşitli uzmanlık alanların temsilcilerin akademik, sosyal, kültürel veya sanatsal paylaşımlarda bulunabildiği etkinlikler yoluyla gerçekleşmektedir. İnsanlar kongrelerin düzenlendiği destinasyonlara belirli süreler için gittiklerinde hem gitme sebebi olan kongre ve konferans gibi etkinliklere katılmakta, hem de bu etkinlikleri sonrası kalan zamanlarında bölgenin çeşitli doğal, kültürel ve turistik değerlerini keşfedebilmektedir.

Bolu ili Türkiye'nin büyük nüfuslu şehirlerine yakınlığı, şehirde gerçekleşecek etkinlikler için oldukça elverişli doğası, kentin ekonomisi ve sosyal yoğunluğu-

nun il ve ülke dışından konukları ağırlamaya uygunluğu ve kaliteli turizm işletmelerinin varlığı sayesinde kongre turizmi için önemli bir potansiyel taşımaktadır. Belirtilen bağlamdan yola çıkarak bu bölümde öncelikle kongre turizmine ilişkin kavramsal bilgiler verilmiş, ardından Türkiye’de ve dünyada kongre turizminin yeri ve önemi açıklanmıştır. İfade edilen konuların sonrasında ise Bolu ilinde kongre turizminin durumu ve mevcut uygulamalar geliştirilebilir yönleriyle ortaya konulmaya çalışılmıştır.

16.1. KONGRE TURİZMİ

Kongreler, farklı ülkelerdeki uzmanların, temsilcilerin, idarecilerin ve akademisyenlerin bilgi paylaşımında bulunduğu etkinliklerdir. Bu etkinliklere katılmak amacıyla yapılan yolculuklar kongre turizmi kavramıyla ifade edilmektedir. Dolayısıyla kongre turizmini, çeşitli profesyonellerin akademik veya mesleki konularda bilgi alışverişi yapabilmesi yoluyla gerçekleşen seyahatlerin, konaklamaların ve faaliyetlerin tümüdür (Kocabulut, 2017: 51; Mair, Lockstone-Binney ve Whitelaw, 2018: 58; Rittichainuwat vd., 2020: 100704). Kongre turizmi de diğer turizm alanlarında olduğu gibi insanların yaşadıkları ya da çalıştıkları bölgelerin dışına çıktığı turizm türüdür. Seyahat ve konaklama ihtiyacı bulunan bu organizasyonların amacı, aynı uzmanlık alanına sahip kişilerin bilgi ve deneyim paylaşımı gerçekleştirmesidir (Katsitadze ve Natsvlshvili, 2017: 163-164; Edelheim vd., 2018: 94). Bu kongrelerde hedeflenen, aynı meslek kollarındaki ya da sektördeki insanların etkileşim içerisinde yer alması olsa da bu organizasyonların bölgeye turist kazandırması ve turistik ürünlerin kullanılması amaçlanmaktadır. Kongreler ve toplantılar turizmin gelişmesi açısından önemli bir potansiyel kaynağıdır (Özdemir, 2014: 474; Şengel vd., 2018: 8). Global dünyada büyüyen ekonomiler ve uluslararası ticaretin gelişmesi, kongre ve toplantı sektörlerinin de gelişmesine olumlu yönde katkı sağlamıştır. Her geçen gün kongre sektörünün bölge ve ülke ekonomisine olan desteği artmaktadır. Bu gelişmeyi yakından takip eden destinasyonlar ise bu durumdan yararlanmak için rekabet içerisine girmişlerdir (Heper ve Sarıışık, 2015b: 86; Ayaz ve Şamata, 2017: 53 vd.).

Kongre turizmi; insanların yaşadıkları ya da çalıştıkları yerin dışından ilgili bölgeye giderek, bilimsel veya mesleki konularda bilgi alışverişi sağlamak amacı ile gerçekleştirdikleri seyahat, konaklama, kültürel aktivite ve gezileri içeren bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Kongre turizminde önemli olan unsur, turistik anlamda çekiciliktir. Bu nedenle organizasyon şirketleri kongrelerin gerçekleştirileceği bölgenin doğal ve etkileyici olmasına dikkat etmektedirler. Bir bölgede ya da kentte kongre turizminin gelişmesi için o yörenin doğal güzelliklerinin korunmuş olması, coğrafi konumunun ve ikliminin, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile birlikte bulunması önemlidir. Bunun yanında kentin alt ve üst yapı olarak uygun olanaklara sahip olması gerekmektedir (Koçan ve Çorbacı, 2012: 31; Ayaz ve Şamata, 2017: 53). Kongre turizmi gerçekleştirilirken bölgenin ve destinasyonların yerine getirmesi gereken zorunluluklardan bazıları, şehirlerde

nitelikli ve uzman çalışan sayısı bulunması, işletmelerin kapasitelerinin hedeflenen sayıları karşılaması, destinasyonda sosyal ve kültürel ilave olanakların mevcut olması, ulaşım olanaklarının gelişmiş olması, şehrin düzenli ve temiz olması, kamu hizmetlerinin sağlanması ve asayiş sorunlarına engel olunması şeklinde ifade edilebilir (Heper ve Saruşıık, 2015a: 87). Kongre turizmi oldukça yüksek gelir sağlayan bir turizm çeşidi olmakla birlikte önemli düzeyde yatırım gerektirebilmektedir. Acentalar, yiyecek-içecek olanakları, bölgesel maddi ve manevi kaynaklar, kongre salonları, tanıtım ofisleri, çeviri hizmetleri, kaliteli ve konforlu ulaştırma unsurları gibi birçok gereksinim kongre turizminin gelişmesi için zorunluluk niteliğindedir.

Kongre turizmi, farklı sektörde ve faaliyet alanında bulunan pek çok işletmeyi ortak bir amaç için bir araya getirmektedir. Bununla birlikte kongre turizmindeki işletmelerin çalışmaları, yaptıkları işin gereği buldukları bölgenin destinasyonunu tanıtmak ve pazarlamak amacı doğrultusunda ortaklaşa çalışmayı ve kolektif hareket etmeyi gerektirmektedir (Ersun ve Arslan, 2009b: 90; Edelman vd., 2018: 94). Bilgi paylaşımı amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerde ortaya çıkan ihtiyaçları bütün şekilde karşılamak amacıyla sektörde bulunan kongre turizmi işletmelerinin farklı konaklama işletmelerinde kıyasla özel gereksinimleri karşılaması gerekebilmektedir (Özdemir, 2014: 474; Mair vd., 2018: 58). Kongre turizmi hususunda faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kongre merkezlerine yakınlık, giriş ve ayrılış işlemlerin hız ve kolaylık, havaalanına yakın olma, işletmede rekreasyonel olanakları bulundurma, çağdaş ve konforlu odalara sahip olma, teknik gereç ve ekipmanları katılımcılara sunabilme gibi özelliklerinin olması gerekir.

16.2. KONGRE TURİZMİNİN DÜNYADAKİ VE TÜRKİYE'DEKİ YERİ

Dünya turizm hareketlilikleri ve beraberinde geliştirdiği küresel turizm piyasası her geçen yıl artmaktadır. Dünya Turizm Örgütü küresel gelirin % 15'inin turizm sektörü yoluyla sağlandığını ve 2019-2020 yıllarında bu gelirin 2 trilyon doları bulabileceğini belirtmiştir. Kongre ve fuarların yüksek oranda gelir sağlayan turizm etkinlikleri olması sebebiyle küresel turizm gelirin % 30'una yakınının kongre turizminden sağlandığı tahmin edilmektedir (Ersun ve Arslan, 2009a: 140; Katsitadze ve Natsvlishvili, 2017: 163-164; Rittichainuwat vd., 2020: 100704). Dünyada kongre turizmi bağlamında güncel beklentiler ve gelişen teknoloji olanakları tercih edilen destinasyonlarda sayıları artırmıştır (Ersun ve Arslan, 2009b: 111). Uzak destinasyonlara birkaç saatlik uçak seyahati ile ulaşılabilmesi farklı yeni bölgelerin ve şehirlerin kongre turizminden oldukça yüksek kar elde edebilmesine imkan tanımaktadır (Heper ve Saruşıık, 2015a: 78). Bu gelişmeler turizm araştırmacılarının da kongre turizmi hususunda dünyadaki ve ülkemizdeki gelişmeye dikkat çekecek farklı çalışmalar yapmasını sağlamıştır. Türkiye'de kongre turizmi şeklinde en çok ziyaret edilen şehirler İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir, Bursa şeklinde ifade edilebilir (Uluslan ve Batman, 2010:

247). ICCA verilerine göre İstanbul 2010 yılından beri dünya sıralamasındaki yerini korumakta ve ilk 10'da kalmaya devam etmektedir. Ayrıca 500 ve üzeri delege katılımcı sayısına sahip kongre sıralamasında 2011 yılından beri dünya birinciliğini elinde bulundurmaktadır (Echtner ve Ritchie, 2003: 37; Heper ve Sarıışık, 2015b: 86). Gelir düzeyindeki yükselme, insanların boş zamanlarındaki artış ve turizm destinasyonlarındaki rekabet uluslararası turizm pazarında kongre turizminin sahip olduğu yeri korumasına sebep oldukça Türkiye'de bu pazardan payını büyütebilecektir.

Dünyadaki ve Türkiye'deki kongre turizmine artan yönelim bilimsel araştırmacıların konuya ilişkin birçok çalışma gerçekleştirmesine sebep olmuştur. Ersun ve Arslan (2009a: 139) çalışmalarında Kapadokya'nın kongre turizminde gelişmesi için gerekli unsurları, kongre turizminin gelişmesini etkileyen yapısal sorunları, iyileştirmeler için gerçekleştirilebilecek çözümleri ve stratejileri ele aldığı çalışma sonucunda rekabet gücünün artırılması, koordineli şekilde faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, ortak bir vizyon çerçevesinde çalışmaların gerçekleştirilmesi gerektiği hususlarını belirtmiştir. Ersun ve Arslan (2009b: 89) kongre ve ziyaretçi büroları ile kongre turizmi gelişimi ilişkisini ele aldıkları çalışmada büroların işlevselliğini artıracak önerilerde bulunarak özgün bir yapılanma modeli açıklanmıştır. Heper ve Sarıışık (2015a: 77) çalışmalarında İstanbul ve Barselona, Viyana, Paris gibi şehirleri rekabet güçleri yönüyle kongre katılımcıları ve yerli turizm işletmeleri çerçevesinde karşılaştırdığı çalışma sonucunda İstanbul'un rekabet gücünün oldukça yüksek olduğu, bununla birlikte şehre karşı bir önyargının bulunduğu belirtilmiştir. Heper ve Sarıışık (2015b: 85) çalışmalarında İstanbul'u Barselona, Viyana, Berlin, Singapur gibi şehirlerle 36 farklı faktöre göre karşılaştırarak destinasyonun kongre turizmi rekabet olanaklarını incelemiştir. Araştırmacılar İstanbul'un rekabet gücünün belirtilen şehirlerden fazla kabul edilemediğini belirtirken şehrin kültür, alışveriş seçenekleri, konuksever olma, ürünlerde çeşitlilik sağlama gibi hususlarda güçlü, doğal afetlere yönelik tedbirler, savaş-terör gibi toplumsal sorunlar, ulaşımından kolaylığı ve sağladığı memnuniyeti, sektörel işletmelerin tercih ettiği stratejiler gibi hususlarda zayıf bulunduğunu belirtmiştir. Karadeniz, Kandıra ve Önal (2017: 195) çalışmalarında Türkiye turizm yatırımlarını ortaya koymak ve geleceğe yönelik bir yönlendirme önerisi hazırlamak için yaptıkları çalışma sonucunda turizm yatırımlarının kültür, spor ve kongre turizmlerine yönelmesini gerektiğini, ayrıca Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine yapılan yatırımların artırılması gerektiğini ortaya koymuştur. Bu yönüyle çalışma Bolu ilinin kongre turizmi yatırımlarının artması için gerekli temeli dolaylı olarak gerekçelendirmektedir. Kocabulut (2017: 49) çalışmasında akademik personellerin uluslararası kongrelere katılmaları hususunda etkili olan motivasyonları incelemiştir. Araştırma sonucunda bilimsel eğitimlerini destekleyen etkenler, bilimsel etkinliğin başarısında etkili olan ortam koşullarının sağlanması ve destinasyonda turizm çekicilikleri bulunması unsurlarının başlıca motivasyon etkenleri olduğu ortaya konulmuştur. Koçan ve Çorbacı (2012: 31) çalışmalarında Safranbolu'nun kongre turizmi

olanağını değerlendirmiştir. Araştırmacılar ilçenin sahip olduğu medeniyetler mirası ile özgün bir turistik çekicilik oluşturduğunu, gerekli ekonomik ve sosyal yatırımlarla kongre turizminin gelişeceğini belirtmiştir. Kozak ve Yüncü (2011: 19) çalışmalarında akademisyenlerin kongre katılımı tercihlerini etkileyen unsurları anket yönteminden yararlanarak ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırma sonucunda serbest zaman ve eğlenme olanakları, ekonomik maliyeti, destinasyonun altyapısı, harcanması gereken zaman gibi unsurlar öne çıkmıştır. Özdemir (2014: 473) çalışmalarında İzmir'deki konaklama işletmelerinde kongre çalışmaları ele alınarak şehrin kongre turizmindeki rekabet olanakları incelenmiştir. Araştırmacılar yöneticilerin pazar paylarını artırmak, standartlar oluşturup bunları sürdürmek, arz ve talep arasındaki dengeyi sağlamak, maliyet azaltılması sağlamak gibi stratejilerle kongre pazarında faaliyet gösterdiklerini ortaya koymuştur. Şengel vd. (2018: 4) çalışmalarında Emitt fuarının Türkiye turizm sektörü üzerindeki etkilerini ele almıştır. Nitel araştırma yöntemlerine uygun olarak gerçekleştirdikleri çalışmaları ile katılımcılar fuarın ülke turizmine, ülkenin tanıtımına ve gelişmesine olumlu etki ettiğini ortaya koymuştur. Ulusan ve Batman (2010: 247) Konya ilinin kongre turizmi olanaklarını incelediği çalışmalarında şehrin küresel kongre turizmi pazarından payını artırması için tanıtımda, pazarlamada ve stratejik planlamada başarılı çalışmalara ihtiyacı olduğunu, ayrıca ekonomik ve uzmanlık desteği ile süreçlerin geliştirilmesinin mümkün olduğunu belirtmiştir.

16.3. KONGRE TURİZMİNİN BOLU'DAKİ DURUMU VE UYGULAMALAR

Bolu ili büyük şehirlere yakın konumu, dinlenme ve keyifli zaman geçirmeye uygun alanları, doğal ve kültürel zenginlikleriyle kongre turizmi için oldukça elverişli durumdadır. Bolu ili merkezinin 34 kilometre güneybatısında bulunan Abant Gölü, ekolojik zenginlikleri ve doğal güzellерinin yanında aynı zamanda önemli bir kongre turizmi merkezidir. 780 katılımcı kapasitesi bulunan Abant Palace Oteli ile 220 katılımcı kapasiteli Büyük Abant Oteli Abant'ın dikkate değer bir kongre turizmi destinasyonu olmasını sağlamaktadır. Ayrıca Abant'ta göl kenarında protokol ziyaretlerinde kullanılmak üzere inşa edilip 1937 yılında tamamlanan Atatürk Köşkü, zaman içerisinde İnönü Köşkü olarak düzenlenip 1975 yılında yeniden aslına göre inşa edilerek Taksim Otelcilik A. Ş. tarafından 1987 yılında satın alınmıştır. Halen Abant Köşkü olarak kullanılan köşk önemli bir kültür turizmi ve protokol ziyareti alanı olarak kongre süreçlerinde kullanılabilir. Ayrıca Abant Gölü'ne gidilen yolun her iki yanında yol boyunca bulunan butik oteller yıl boyunca farklı konferans, seminer, toplantı veya sempozyum için kullanılabilen kaliteli ve konforlu turizm tesisleridir.

Bolu'nun bir diğer önemli kongre turizmi olanağı Gölköy'de bulunan Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'dir. 2020 yılında 30976 öğrencisi, 1503 akademik ve 772 idari personeli, 1 enstitüsü, 17 fakültesi ve 15 araştırma merkezi ile üniversite birçok yaşıtı üniversiteden daha geniş olanaklara sahiptir. Yıl boyu düzenle-

diği kongreleri, konferansları ve ev sahipliği yaptığı etkinlikler ile kongre turizminin gelişmesinde önemli rol oynayan merkez kampüsünde kongre merkezleri ve büyük etkinlik salonları bulunmaktadır. Düzenlenen kamu ve özel girişim odaklı organizasyonları başarıyla tamamlayan ve tüm etkinlik gereksinimlerine sahip olan üniversite, özellikle Gölköy Göleti'ne yakın konumunun da avantajıyla zaman içerisinde bulunduğu bölgeyi ve çevresini kongre turizmi işletmeleriyle geliştirebilme potansiyeline sahiptir

Şekil 16.1. Bolu İli Gölcük Tabiat Parkında Kış Mevsimi



Bolu'nun kongre turizmi olanakları Abant ve Gölköy ile sınırlı değildir. Özellikle Kartalkaya'daki turizm tesislerinde kış sezonunda, Karacasu ve bölgesinde ise dört mevsim kongreler düzenlenebilen işletmeler bulunmaktadır. Bolu İli Turizm İstatistikleri (2020)'ne göre şehirdeki 25 turizm işletme belgeli tesisinde 4214 yatak sayısı, 90 Mahalli İdare Belgeli tesisinde 4496 yatak sayısı bulundurmaktadır. Gazelle Resort & Spa, Hampton By Hilton, Bolu Termal, Koru Hotels Spa & Convention, Sarot Termal Park, Karpalas City Hotel, Narven Termal Kasaba gibi başarılı turizm işletmeleri ile Bolu ili yıl boyunca her türlü kongre, seminer ve toplantı için ev sahipliği yapabilecek niteliktedir. Gerek şehir merkezinde bulunan işletmelerinin merkezde etkinliklerini düzenlemek isteyen organizasyon sahiplerine sunabildiği hizmetler, gerekse Abant, Gölköy, Gölcük güzergahı gibi turistik merkezleri ve ilçelerindeki olanaklarıyla doğa ve çevre odaklı etkinliklere imkan sağlaması sayesinde Bolu ilinin kongre turizmini geliştirmekte olduğu görülmektedir. Şekil 1.'de Bolu-Gölcük'ten bir kış fotoğrafı gösterilmiştir.

Doğru ve etkin bir turizm planlaması ve pazarlaması ile Bolu ilinin ülkemiz kongre turizmi pazarındaki payını arttırmak mümkündür.

SONUÇ

Turizm sektörü dünya genelinde ülkelerin ve bölgelerin ekonomilerine katkılar sağlamaktadır. Ekonomik ve sosyal koşullardaki değişme ile birlikte insanların ilgileri, merakları, serbest zaman değerlendirme seçenekleri sürekli değişmektedir. Dünya genelinde öncelikle kitle turizmi hareketlilikleri gelişen ulaşım, teknoloji ve sosyo-ekonomik unsurlar etkisiyle artmıştır. Zamanla turistik kaynaklarda gözlenen çevresel, sosyal ve kültürel tahribat sürdürülebilir turizm yaklaşımlarını ön plana çıkarmış, ekolojik, doğa ile uyumlu, sorumlu turizm süreçlerini ortaya çıkarmıştır. İnsanların istek ve beklentilerindeki değişimler uluslararası turizm hareketliliklerinin seyrini etkilemekte ve turizm planlayıcılarını söz konusu koşullara uygun turistik ürünleri geliştirmeye mecbur kılmaktadır. Türkiye’de turizm sektörünün gelişmesi ile turizm türlerinde gözlenen çeşitlenme ve istatistiklere yansıyan artışlar dünyada yaşanan değişme ve gelişmeye benzer şekilde sürekli yenilenmektedir. Dolayısıyla ülkemiz turizm sektörü planlayıcıları, eğitimcileri ve işletmecilerinin güncel turist beklentilerini sürekli takip etmesi ve turistik kaynaklarını turizmde bilinçli ve başarılı şekilde kullanması gerekmektedir. Bu bağlamdan yola çıkılarak Bolu ilinin turistik değerlerinin incelendiği mevcut bölümde kongre turizmi konularında teorik ve kavramsal bilgiler güncel turistik değerler ve yaklaşımlar çerçevesinde örnekleriyle açıklanmıştır. İlin doğal, sosyal ve kültürel olanaklarının turizm faaliyetlerinde kullanımında gerçekleştirilebilecek gelişme ve iyileştirmeler anlatılmaya çalışılmıştır.

Kongre turizmi, belirli mesleki veya akademik uzmanlık alanlarındaki insanların ilgilendiklere konulara ilişkin toplantılarda onlara hizmet sunan işletmelere ve etkinliklerin gerçekleştiği destinasyonlara büyük katkılar sağlamaktadır. Bu katkılar ekonomik canlılık, uluslararası etkileşim, mesleki bilgi paylaşımı veya uzmanlıklara ilişkin sosyal bağlantıların artırılması şeklinde olabilmektedir. Bununla birlikte kongre turizmi katılımcılarının turistik harcamaları genel olarak üst gelir ve harcama düzeyinde gerçekleşebilmektedir. Farklı alanlardan uzmanlar genellikle ekonomik gücü yüksek ve iyi eğitilmiş olmakta, ülkenin veya dünyanın farklı bölgelerinden seminer, kongre, konferans gibi etkinliklere katılmak için seyahat ettiklerinde turistik faaliyetlere nispeten daha bilinçli ve çevreye daha duyarlı katılabilmektedir. Bolu ili büyük şehirlere oldukça yakın coğrafik konumuyla ve özgün doğal güzellikleriyle Türkiye’nin kongre turizmi pazarından pay almasını sağlayabilecek, hatta Türkiye’nin bölgesel konumunun etkisiyle ülkemizin uluslararası kongre turizmi piyasasında bulunduğu yeri ziyaretler ve sağlanan gelirler yönüyle iyileştirmesini sağlayabilecek niteliktedir.

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte ulaşım araçlarının gelişmesi ve daha konforlu hâle gelmesi, dünya nüfusunun ve toplumların refah seviyesinin artması uluslararası turizmin gelişmeye devam edeceğini göstermektedir. Bu durumdan yarar

sağlamak ve turizm payından hak almak isteyen ülkeler stratejilerini geliştirerek yoğun bir rekabet ortamına girmektedirler. Türkiye'nin de jeopolitik konumu ve mevsimsel avantajlarını kullanarak uluslararası turizm payından gelir elde edebilmesi için, bölgelerindeki kültürel ve çevresel özellikleri ön plana çıkararak tanıtım, pazarlama faaliyetlerine ağırlık vererek, turizmini geliştirmeye yönelik plan ve projelerini uygulaması gerekmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2007: 129). Hızla gelişen bir turizm çeşidi olan kongre turizminde başarı için ürün ve hizmet kalitesinin artırılması, olanakların çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte turizm faaliyetlerin farklı mevsimlere yayılmanın sağlanması ve kongre turizmini geliştirecek politikaların uygulanması bu turizm pazarından elde edilen gelir ve kazanımların yükselmesini sağlayacaktır (Ersun ve Arslan, 2009a: 140; Ersun ve Arslan, 2009b: 111; Katsitadze ve Natsvlishvili, 2017: 163-164). Bolu ilinin kongre turizmi olanakları değerlendirildiğinde nitelikli ve başarılı stratejiler uygulanmış büyük turizm işletmelerine sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ilin belirtilen kazanımları sağlaması için stratejik planlama, turizm sektöründe yükselen değerlere uygun ürünler geliştirme, destinasyona yönelik tanıtım ve pazarlama çalışmaları gerekmektedir.

Sonuç olarak Bolu ilinde mevcut nüfusun görece azlığı ve turizm sektörünün gözlenen büyüklüğünün yönetilebilir seviyede olması şehirde oldukça başarılı planlama, inceleme, denetim ve yönlendirme çalışmalarının yapılmasına imkan tanımaktadır. Yerel halkın doğru bilgilendirmelerle dahil edildiği kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları işbirliği süreçleri şehirde kongre turizminin altyapısının hızla sağlanmasını, işletmelerin tesis olanakları ile tanıtım ve pazarlama çalışmalarını kongre pazarına yönlendirmesini mümkün kılacaktır. Bununla birlikte şehrin turistik tanıtımlarında sosyal medya, internet, diziler veya filmler gibi televizyon dünyası olanakları kullanılması istenilen marka imajını kolaylıkla ortaya çıkarabilecektir.

KAYNAKÇA

- Ayaz, N., & Şamata, N. (2017). Integration of congress tourism to the cultural tourism destinations as an economic product, *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5 (1), 53-61.
- Bolu İli Stratejik Planı 2015-2019 Dönemi (2014) Bolu Belediye Başkanlığı, Bolu.
- Bolu İli Tabiat Turizmi Uygulama Eylem Planı 2016-2019, T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü.
- Bolu Turizm İstatistikleri (2020). <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-70010/istatistikler.html> (Erişim: 24.10.2020).
- Echtner, C. M. and Ritchie, J. R. B. (2003). The Meaning And Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*. 14 (1), 37-48.

- Edelheim, J. R., Thomas, K., Åberg, K. G. and Phi, G. (2018). What Do Conferences Do? What is Academics' Intangible Return On Investment (ROI) From Attending An Academic Tourism Conference?, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 18 (1), 94-107.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2009a). Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Kapadokya Bölgesi'nde Kongre Turizmini Geliştirme Olanakları, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (34), 139-164.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2009b). Kongre Turizminin Geliştirilmesinde Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü ve Önemi, *Istanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 15, Bahar, 89-114.
- Heper, F. Ö. ve Sarıışık, M. (2015a). Kongre Delegeleri İle Yerli Turizm İşletmecilerinin Bakış Açısından İstanbul ve Rakip Şehirlerin Kongre Turizmüne İlişkin Rekabet Güçlerinin Karşılaştırılması, *Kmü Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 29, 77-89.
- Heper, F. Ö. ve Sarıışık, M. (2015b). Kongre Turizmi Açısından İstanbul İlinin Uluslararası Rekabetçilik Analizi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (2), 85-108.
- Karadeniz, E., Kandır, S. Y. ve Önal, Y. B. (2007). Seçilmiş Paydaşların Swot Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 195-205.
- Katsitadze, N. ve Natsvlishvili, I. (2017). Development opportunities of MICE tourism in developing countries: Case of Georgia, *International Journal of Business and Management Studies*, 6 (01), 163-170.
- Kocabulut, Ö. (2017). Akademisyenlerin Uluslararası Kongre Katılım Motivasyonlarının Tespiti, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(1), 48-58.
- Koçan, N. ve Çorbacı, Ö. L. (2012). Tarihi Çevreleri Koruma Sürecinde Yeni Yaklaşımlar: Kongre Turizmi, Safranbolu Çarşısı Örneğinde Bir Araştırma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3 (2), 31-36.
- Kozak, N. ve Yüncü, D. K. (2011). Akademisyenlerin Kongre Tercih Unsurları, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 11 – Sayı: 2, 19-32.
- Mair, J., Lockstone-Binney, L. and Whitelaw, P. A. (2018). The Motives And Barriers of Association Conference Attendance: Evidence From An Australasian Tourism And Hospitality Academic Conference, *Journal of Hospitality And Tourism Management*, 34, 58-65.
- Özdemir, S. S. (2014). Kongre ve Toplantı Otellerinin Rekabet Stratejileri: İzmir Örneği, *7. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın, 473-486.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2007). Turistik Destinasyon Oluşturma Potansiyeli Açısından Göller Yöresinin Önemi, *Selçuk Üniversitesi İ. İ. B. F. Dergisi*, Sayı: 12, 128-137.
- Rittichainuwat, B., Laws, E., Maunchontham, R., Rattanaphinanchai, S., Muttamara, S., Mouton, K., Lin, Y. & Suksai, C. (2020). Resilience to crises of Thai MICE stakeholders: A longitudinal study of the destination image of Thailand as a MICE destination. *Tourism management perspectives*, 35, 100704.

- Şengel, Ü., Zengin, B., Şengel, T. ve Işkın, M. (2018). Kongre ve Fuar Organizasyonlarının Turizm Sektörüne Etkileri: Emitt Örneği, *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7 (1), 4-20.
- Uluslan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 243-260.