

dukça yerinde bir karardı. Pazar bölümlendirme ve ürün çeşitlendirme gibi kavramların çok konuşulduğu günümüz pazarlama anlayışında, daha spesifik konuların ele alınması kaçınılmaz olmaktadır. Birçok ülkenin iyi gelir elde ettiği kültür turizminin, artık Türkiye’de de ciddi bir şekilde ele alınması gerekir. Bu duruma ve düzenleme komitesinin titiz çalışmasına ve iyi bir organizasyona sahip olmasına karşın, özellikle dinleyici olarak katılımın beklenen düzeyin çok altında olması beklenen bir durum değildi. Bildiri sunan katılımcıların profiline bakıldığında ise, araştırma görevlisi ve yardımcı doçent gibi daha çok genç kuşak turizm araştırmacılarından oluştuğu görülmektedir. Bu sonuç da bize, genelde puan kazanmak vb. amaçlarla, kişilerin bu tür etkinliklere katıldığı düşüncesini doğrular niteliktedir. Özetlemek

gerekirse, daha önceki konferanslar için de dile getirildiği gibi, Türkiye’de gelecek yıllarda düzenlenmesi planlanan turizm ile ilgili toplantıların kalite ve sıklık bakımından yeniden gözden geçirilmelidir. Her birimin kendi adına düzenlediği bireysel konferanslardan öte, işbirliği halinde ve ilgi çekecek konularda düzenlenecek konferanslar üzerinde çalışılması gerekmektedir. Birincil amaç, puan kazanmak olduğu sürece turizm toplantılarında, ne sürekliliğin ne de kalitenin sağlanabileceği unutulmamalıdır.

Gönderilme tarihi
Kabul

: Ocak 2004
: Mart 2004

Doç. Dr. Metin Kozak, Muğla Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 48000 Muğla.
E-mail : kmetin@mu.edu.tr

Akdeniz’de Turizm ve Kriz Paneli

Murat AZALTUN

Anadolu Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

Ekin Yazım Grubu ve Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü’nün işbirliği ile düzenlenen "Akdeniz’de Turizm ve Kriz" paneli 27 Şubat 2004 tarihinde EMITT 2004 etkinlikleri çerçevesinde yapıldı. Boğaziçi Üniversitesi’nden Prof. Dr. Bike Kocaoğlu’nun yönettiği panelde sırasıyla John Kester (Dünya Turizm Örgütü Pazarlama, Bilgi Toplama ve Tanıtım Bölümü) "Akdeniz’de Turizm: Bir Değerlendirme ve Güncel Eğilimler", Dr. Özen Dallı (İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu Başkanı) "Kongre ve Toplantıların Temel Kavramları: Dünya ve İstanbul Pazarı", Tyre Hilliard (George Washington Üniversitesi Uluslararası Turizm Çalışmaları Enstitüsü Başkanı) "Kongre Organizasyonunda Tarafların Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri" ve İlker Ünsever (Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Öğretim Görevlisi) "Krizlerin Türkiye Kongre Pazarına Etkileri ve Hukuk" konularında bildiri sundular.

Panelin ilk konuşmacısı John Kester Dünya Turizm Örgütü bünyesinde yapılan çalışmalardan hareketle Akdeniz bölgesindeki turizm hareketleri konusunda aşağıdaki saptamaları yaptı:

- 1995-2000 yılları arasındaki Akdeniz bölgesindeki varışların yıllık ortalama büyüme hızı (% 4,8) dünya ortalamasının üzerindedir (% 3,5). Türkiye’ye varışların aynı dönemdeki büyüme hızı ise % 8,8 düzeyindedir.
- Toplam seyahatlerin % 35’i (2003’de 241 milyon ziyaretçi) Akdeniz bölgesine yapılmıştır ve bölge-

nin toplam turizm gelirlerinden aldığı pay % 29’dur (2002’de 137 Milyar ABD doları). Bölgeyi ziyaret eden turistlerin ortalama kişi başı harcaması 570 ABD dolarıdır.

- Akdeniz bölgesinde turist çekim büyüklüklerine göre ülkeler sırasıyla; Fransa, İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Portekiz, Hırvatistan, Tunus, Mısır, Fas, Suriye, Kıbrıs, Ürdün, Slovenya, Malta, Cezayir ve Lübnan’dır.
- 1950 yılında dünya nüfusunun %1’i seyahat ederken, bu oran 2000 yılında % 11,5 olmuş, 2020 yılında ise % 20,8 düzeyine gelmesi beklenmektedir. Diğer bir deyişle, 2020 yılında 1,6 milyar insanın turistik amaçlı seyahat etmesi beklenmektedir.
- Türkiye’nin uluslararası turizm talebinden alacağı payın 2020 yılına kadar her yıl ortalama % 4,5 ila % 5,9 arasında artması beklenmektedir. Türkiye bu artışı hızını yakalamak ve hatta bu oranların üstünde pay almak isterse tüketici tercih ve davranışlarını çok iyi izlemeli ve bu tercihlere uygun ürünleri geliştirip, pazara sunmalıdır.
- Gün geçtikçe insanlar daha sık ve daha kısa süreli seyahate çıkmaktadırlar. Turistler olgunluğa ulaşmakta, bilinçli, ne istediğini bilen ve eğitilmiş bir alıcı olarak turizm pazarından talepte bulunmaktadır. Yaşlı ve yalnız yaşayan kişilerin hızla attığı görülmektedir. Turistlerin aynı destinasyona gitme sayısı azalmakta, daha az bağımlı müşteri olma özelliği göstermektedirler.

- Kaynak ülke olarak bilinen Avrupa, Amerika, Kanada ve Japonya'ya ilave olarak Orta ve Doğu Avrupa, Çin, Kore, Singapur kaynak ülke durumuna gelmektedir.
- Güvenlik konuları önemini artırmaktadır. Güvenlik önlemlerini artırmak, kriz durumlarında yapılacakları planlamak, güvenlikle ilgili olaylara anında müdahale etmek, olaylar hakkında zamanlı, açık ve hızlı bilgilendirmede bulunmak gerekmektedir.
- Çok sayıda ülkenin pazardan daha fazla pay alma savaşı rekabeti artıracaktır. Rekabette avantajlı duruma geçebilmek için talebin arzı belirlediği gerçeğinden hareketle talep yapıları iyi analiz edilmeli, turistin kendi programını yapabileceği yapılanmalara (internet, ucuz tarifeli havayolu taşımacılığı vb. kullanılarak) gidilmeli, sürdürülebilir turizm için politikalar üretilmeli, diğer ülkelerden farklı turistik ürünler geliştirilmeli, turist ödediği paranın karşılığını aldığına inanmalı, eskiyen tesislerde yenileme yatırımları yapılmalı, kaliteye önem verilmeli ve personelin nitelikleri yükseltilmelidir.
- Pazarlama ve promosyon açısından; hedef pazarlara yönelik promosyon yapılmalı, medya ile yakın ilişkiler kurulmalı (e-posta bültenleri, basın gezileri vb.) ve yeni teknolojilerden yararlanılmalıdır.

Panelin ikinci konuşmacısı olan Dr. Özen Dalı kongre turizminde dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmelerle ilgili bilgi verdi ve konuşmasında özet olarak aşağıdaki konular ön plana çıktı:

- Dünyadaki turistik seyahatlerin % 10'u kongre ve toplantı amaçlı olup, toplam gelirin 150 milyar ABD doları (% 30) kongre turizmi nedeniyle elde edilmektedir. Toplantı amaçlı seyahat eden turist (1675 ABD doları) tatil amaçlı seyahat eden turistten (650 ABD doları) üç kat fazla para harcamaktadır.
- Avrupa'da kongre turizminin yaşı 50 olup Cenevre'ye varışların % 70'i, Frankfurt'a varışların % 60'ı toplantı amaçlıdır.
- Dünyada 100.000 birlik vardır ve her yıl bu sayıya 1000 yeni birlik eklenmektedir. Bu birliklerin düzenledikleri toplantılar yanında şirketlerin satış, eğitim ve teşvik amaçlı yaptıkları toplantılar da düşünüldüğünde kongre turizminin potansiyeli göz önüne getirilebilir. Dünyada yapılan 1000 toplantıdan 800 adeti şirket toplantıları iken 200 adedi birlik toplantılarıdır.
- Avrupa'nın önemli destinasyonlarından Fransa'da 94, İtalya'da 32, Belçika'da 21 adet kongre merkezi varken ülkemizde bu merkezlerin sayısı 4'tür. Bunun dışında otellerin, üniversitelerin toplantı salonları, saraylar, tekneler dahi toplantılar için kullanılmaktadır.

- Tüm toplantıların % 36'sı 100 ile 500 arasında katılımcı ile gerçekleşmektedir. Toplantılar 4-5 gün süreli hafta sonunu içine alacak şekilde düzenlenmektedir. Toplantıların % 50'si her yıl yapılan toplantılardır. Tıp toplantıları birinci sırada olup, teknoloji ve ekonomi toplantıları ikinci sırada gelmektedir.
- Toplantıların % 59'u 1-2 yıl, % 31'i 3-4 yıl, % 10'u 5 yıl önceden hazırlanmaya başlanmaktadır.
- İstanbul'a 2.7 milyon turist gelirken kongre amaçlı gelenlerin sayısı sadece 100.000 kişidir. Oysaki, İstanbul'da 25.000 kongre katılımcısını aynı anda ağırlayabilecek salon ve konaklama kapasitesi mevcuttur.
- Türkiye kongre turizminden yeterince pay alamamaktadır. İstanbul Kongre ve Ziyaret Bürosu (İstanbul Convention And Visitors Bureau-ICVB) yapılanma aşamasındadır. Sadece pazarlama yapan bir kurum olup, kongre düzenlemeyen, denetim ve ağırlama yapmayan bir bürodur. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ilişkisi yoktur. İstanbul Kongre ve Ziyaret Bürosu'nun pazarlama konusunda gerek biçimsel gerekse finansal sorunları vardır.
- Kongre turizminin gelişmesi için kongre ürünü talebi doğrultusunda yeni toplantı merkezleri, oteller, Avrupa pazarları ile bağlantılı ulaştırma sistemleri ve daha önemlisi sektörde insan kaynaklarının geliştirilmesi gerekir. Ayrıca ülke imajını güçlendiren tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ihtiyaç vardır.

Panelin üçüncü konuşmacısı olan Tyra Hilliard ABD'deki yasal düzenlemeler çerçevesinde kongre organizasyonunda tarafların sorumluluk ve yükümlülüklerini yaşanmış olaylardan örnekler vererek açıkladı. Konuşmasında özet olarak aşağıdaki konular ön plana çıktı:

- Terörizm, bombalama, savaş, sağlıkla ilgili krizler (SARS, kuş gribi gibi), yangın, elektrik kesintisi ve benzeri olaylar kongre turizmini etkileyen kriz ve felaketlere verilebilecek örneklerdir.
- Kongre turizminin tarafları olan kongre organizatörleri, katılımcılar, kongre merkezleri veya otellerin kongre salonları ile servis sağlayıcılar ve kongrenin yapılacağı destinasyon ile bu destinasyondaki halk ve kurumların kriz olasılıklarına karşı hazırlıklı olması ve sorumlu sıfatıyla üzerine düşenleri yapması gerekir.
- ABD mevzuatında mücbir sebep (doğal afetler) kongre iptallerini mümkün kılarken, saldırı korkusu gibi bir neden kongre iptalinde kabul görmemektedir. Makuliyet esası geçerlidir. İptal nedeninin makul olması gerekir. Örneğin, 2003 yılında Amerikan Kanseri Savaş Birliği'nin Toronto'daki toplantısını SARS tehdidi nedeniyle iptal etmesi bu konuda örnek bir olaydır. Birlik, uzmanlarına

ve dolayısıyla kanser hastalarına SARS bulaşması olasılığını göstererek bu iptali yaptığını belirtse de, bu tehdidin toplantının yapılacağı bölge için geçerliliği, ispat edilmesi gereken bir husus olarak ortaya çıkmıştır.

- Sözleşmeler bir kriz yönetim aracı olarak kullanılmalıdır. Taraflar birbirlerinin beklentilerine ve iptale yol açacak hususlara sözleşmelerinde yer verirlerse, yasal sürece ihtiyaç kalmadan yükümlülüklerini yerine getirmelerini birbirlerinden isteyebilirler ya da yargı sürecinde ellerini güçlendirmiş olurlar.
- Sözleşme dışında, yasaların gerektirdiği güvenlik önlemlerinin alınması ve risk planlarının yapılması gerekir. Kongre turizminde taraflar özellikle organizatörler ve kongre merkezleri güvenli bir ortamı oluşturmak, öngörülebilir risklere hazırlıklı olmak ve krizlere anında müdahale etme olanaklarına sahip olmakla yükümlüdürler.
- Otel ya da kongre merkezi güvenlik önlemlerini almalı, kriz planlarını yapmalı, yeterli güvenlik personeli çalıştırmalı, yangın, deprem vb. durumlarda personeli ne yapacakları konusunda eğitmeli, gerekli tatbikatları yaptırmalı, tahliye planını müşterilerin görebileceği yerlere asmalı, yangına karşı su püskürtme sistemi kurmalı, tefrişatta yangına dayanıklı materyal kullanılmalıdır. Bölgedeki güvenlik ve kamu birimleri ile işbirliği yapılmalı, sadece kongrenin yapılacağı merkez değil bölgedeki ilgili kamu kuruluşları da krizlerde ne tür işbirliği yapacaklarını belirlemiş olmalıdırlar.
- Kongre organizatörleri kongre merkezi ile anlaşmadan yukarıda sayılan konularda yerinde inceleme yaparak risk olasılıklarına karşı gerekli önlemlerin alınmış olup olmadığını yerinde incelemelidir. Daha sonra risk konularında da hükümler içeren detaylı bir sözleşme ile taraflar kendilerini riskler karşısında güvenceye almalıdırlar.

Panelin son konuşmacısı olan Avukat İlker Ünsever Türkiye'de kongre turizmi nedeniyle ortaya çıkan ihtilaflar hakkında hukukçu olarak değerlendirmelerde bulundu. Kongre turizminin tarafları arasındaki ilişkiyi ateşli bir aşka benzeten Ünsever, bu aşkın bitmesine yol açan kongre iptallerinin hukuki açıdan pürüzsüz sonuçlanmadığını dikkati çekti. Konuşmasında özet olarak aşağıdaki hususlar ön plana çıktı:

- Kongre turizminin tarafları olan kongre sahibi, kongre organizatörü, ürün sunucusu, sponsorlar ve katılımcılar arasında bir ilişki zinciri vardır. Bu ilişkilerde yapılan yazılı sözleşme, tarafların ilişkilerinin düzeyini belirler. Sözleşmelerde her duruma, ama özellikle iptallere ilişkin hükümlere yer verilmelidir.

- Türkiye'nin kongre turizmi kavramı ile ciddi bir biçimde tanışması 1995 yılında HABİTAT II'nin İstanbul'da gerçekleştirilmesine dayanmaktadır.
- Türkiye'de kongre turizmi ile ilgili uyuşmazlıkların (özellikle kongre iptalleri) çözümlenmesinde güçlükler yaşanmaktadır. Bunun nedenleri, turizme özgü yasal düzenlemelerin az ve sorun çözmekten uzak olması; uyuşmazlıkları tarafların yargıya götürmeden çözüme girişimi nedeniyle yargısal içtihatların oluşmaması; 10 yılda sektörel örf ve adetin oluşmamasıdır. Kongre iptallerinde tarafların sorun yaşamaması için bu alandaki boşluk yasal olarak veya meslek ilkeleri gibi sektörel örf-adet kuralları yaratılarak doldurulmalıdır.
- Türkiye'de kongre düzenleme yetkisi seyahat acentelerindedir. Kongre organizasyonunun en temel sözleşmesi kongre sahibi ile organizatör arasındaki ilişkiyi düzenleyen sözleşmedir. Kongrenin iptali ve feshi durumunda bu sözleşme hükümleri uygulanacaktır. Ancak bu sözleşmede yer almayan ve uygulamada kongre organizatörü aleyhine sorun yaratacak hususlardan birisi şudur: Organizatörler genellikle kongre sahiplerine sözleşme sırasında işi alabilmek için belirli bir ödeme yapmaktadırlar. Bu ödemeler kongre sahibinin dernek statüsünde olması nedeniyle bağış şeklinde yapılmaktadır. Sözleşme iptal olduğunda önceden yapılmış bağış, özelliği gereği geri alınamaz bir bedel olmaktadır. Kısacası üç yıl sonraki bir kongreyi düzenlemek için organizatör bağış olarak ödediği parasını riske atmış olmaktadır.
- Kriz yaratan bir olayın öngörülemez, önlenemez ve gerçek olması haline mücbir sebep denir (Deprem vb.). Kongre iptallerinde sorun çıkmaması için mücbir sebep kavramını sözleşmede taraf iradeleri ile yeniden tanımlanmalıdır.

Beğeniyle izlenen paneldeki konuşmalar genel olarak değerlendirildiğinde; Akdeniz'e kıyısı olan Türkiye'nin Dünya turizm pazarından konumu nedeniyle, kriz ortamlarında dahi yüksek bir pay alabileceği ve bu payı artırmak için talep odaklı turizm ve kriz politikaları belirlemesi gerektiği ortaya kondu. Değişik altyapı ve hizmet türlerini gerektiren kongre düzenlemelerinde, gerek hukuki alt yapı gerekse kongre olanakları ve pazarlaması açısından Türkiye'nin yetersiz olduğu ve bu yetersizliklerin giderildiği ölçüde kongre turizminin tüm tarafların kazanacağı bir yapıya kavuşacağı gerçeği ortaya çıktı.

Gönderilme tarihi
Kabul

: Şubat 2004
: Nisan 2004

Yrd. Doç. Dr. Müvat Azaltın, Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Yunusemre Kampüsü 26470 Eskişehir.