

Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi

YIL: 2023

Sayı: 16

ISSN: 1309-6729

Çevrim İçi Ziyaretçi Yorumlarının Karma Yöntemle Analizi: Selçuklu Kongre Merkezi Örneği

Analysis of Online Visitor Comments with Mixed Method: The Example of Selçuklu Congress Center

Bilge ARICAN * - Erkan AKGÖZ **

* Doktora Öğrencisi,
Selçuk Üniversitesi,
Sosyal Bilimler
Enstitüsü
ORCID: 0000-0002-
4195-1369
E-mail:
azracigdem10@gmail.com

** Doç. Dr., Selçuk
Üniversitesi, Turizm
Fakültesi
ORCID: 0000-0001-
6723-0271
E-mail:
eakgoz@hotmail.com

Makale Türü
Article Type
Araştırma Makalesi
Research Article

Geliş Tarihi
Received
18.08.2023

Kabul Tarihi
Accepted
02.10.2023

Önerilen Atf Şekli /
Recommended Citation:

Arıcan, B. & Akgöz, E.
(2023). Çevrim İçi
Ziyaretçi Yorumlarının
Karma Yöntemle Analizi:
Selçuklu Kongre Merkezi
Örneği, *Akşehir Meslek
Yüksekokulu Sosyal
Bilimler Dergisi*, 16, 1-18.

ÖZET

Dünya çapında rekabetin güçlenmesi ile meydana gelen teknolojik, finansal ve siyasal gelişmeler; turizm alanında tüketim alışkanlıklarının değişmesine etki etmiştir. Bu etkiler ülkeleri ve şehirleri, turizm alanında önde olabilmek için zamanında gerekli planlamaları yapmaya zorlamış ve alternatif turizm kavramlarını gündeme getirmiştir. Türkiye’de Kongre şehirlerinden biri olan Konya’da bulunan, Anadolu’nun en büyük kongre merkezi özelliğine sahip Selçuklu Kongre Merkezi (SKM); araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırmada, SKM ile ilgili çevrim içi yorumlar incelenmiş, 355 yorum değerlendirmeye alınmıştır. Genel olarak, analiz sonucunda "Tesis Olanakları," "Hizmet" ve "Etkinlik Çeşitliliği" kriterlerinin en yüksek "Çok İyi" derecelendirmelerini aldığı görülmüştür. "Salonlar," "Otopark-Giriş" ve "Personel Yeterliliği" kriterlerinde de olumlu sonuçlar elde edilmiştir. "Konum-Ulaşım" kriteri ise "Çok İyi" ve "İyi" derecelerinde değerlendirilmiştir. "Temizlik" ve "Koruma-Güvenlik" kriterleri ise daha düşük puanlar almıştır, özellikle "Koruma-Güvenlik" kriteri "Çok Kötü" derecesinde tek bir değerle temsil edilmiştir. Ayrıca, yıllara göre kriter değerlerinin incelenmesi, mekanın gelişiminin ve performansının nasıl değiştiğini açıkça göstermiştir. Her yıl farklı kriterler altında elde edilen toplam değerler ve yüzdeler, mekanın gelişiminin ve hangi alanlarda daha iyi sonuçlar elde edildiğinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Cinsiyetlere göre yapılan değerlendirmelerde, "Tesis Olanakları," "Hizmet" ve "Etkinlik Çeşitliliği" gibi kriterlerde benzer değerlendirmelerin olduğu görülmüştür. Ancak bazı kriterlerde, örneğin "Salonlar" ve "Personel Yeterliliği" kriterlerinde farklı cinsiyetler arasında farklı değerlendirmeler olduğu gözlemlenmiştir. Yorum niteliklerine göre yapılan analizde, genel olarak "Olumlu" yorumların çoğunlukta olduğu görülmüştür. Kadın cinsiyeti "Olumlu" yorumlarda daha yüksek oranlarla yer alırken, erkek cinsiyeti "Olumsuz" yorumlarda daha yüksek bir yüzdeye sahiptir. Bu, farklı cinsiyetlerin mekanı nasıl algıladığına dair değerli bir içgörü sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kongre Turizmi, Çevrim İçi Yorumlar, Selçuklu Kongre Merkezi

ABSTRACT

Technological, financial, and political developments that have occurred with the strengthening of competition around the world have affected the change in consumption habits in the field of tourism. These effects forced countries and cities to make the necessary planning in order to be ahead in the field of tourism and brought the concepts of alternative tourism to the agenda. Selçuklu Congress Center, which is in Konya, one of the congress cities in Turkey, and which is the largest congress center in Anatolia, has been evaluated within the scope of the research. In the research, online comments about SKM were examined. 355 comments were taken into consideration for SKM. In general, the analysis results indicate that the criteria of "Facilities," "Service," and "Variety of Activities" have received the highest "Excellent" ratings. The criteria of "Venues," "Parking and Entrance," and "Staff Competence" have also achieved positive results. The "Location-Accessibility" criterion has been evaluated in the "Excellent" and "Good" categories. On the other hand, the "Cleanliness" and "Security" criteria have received lower scores, particularly the "Security" criterion, which has been represented by a single "Very Poor" rating. Furthermore, examining the values of the criteria over the years clearly shows the progression and changes in the venue's performance. The total values and percentages obtained under different criteria each year help understand the venue's development and areas where better results have been achieved. Gender-based evaluations have revealed similarities in the assessment of criteria such as "Facilities," "Service," and "Variety of Activities." However, certain criteria, such as "Venues" and "Staff Competence," have shown differing evaluations between genders. Analyzing the comments based on their qualities has shown that "Positive" comments generally dominate. Female respondents have a higher presence in "Positive" comments, while male respondents show a higher percentage of "Negative" comments. This sheds valuable light on how different genders perceive the venue. In summary, the analysis conducted provides valuable insights into various aspects of the Selçuklu Congress Center. The evaluation of different criteria, trends over the years, and the differing perspectives of genders all contribute to a comprehensive understanding of the venue's strengths and areas for improvement.

Keywords: Congress Tourism, Online Comments, Selçuklu Congress Center

GİRİŞ

Turizm sektörü, küresel alanda en hızlı gelişen ve büyüme potansiyeline sahip sektörlerdendir. Dünya çapında rekabetin güçlenmesi ile meydana gelen teknolojik, finansal ve siyasal gelişmeler, turizm alanında tüketim alışkanlıklarının değişmesine de etki etmiştir. Bu durum kentlerle birlikte turizm sektörünün de kendini sürekli yenileme ihtiyacını doğurmuştur. Bu bağlamda turizm türleri çeşitlenmiş, niş pazar kolları oluşmuştur. Turizmin çeşitlenmesi ile alternatif turizm kavramları gündeme gelmiştir.

Turizmin çeşitlenmesinde etkili olan alternatif turizmde amaç, turizm faaliyetlerini on iki ay kapsamında yürütebilmek ve tüm bölgelerde uygulayabilmektir. Kongre turizmi, doğa turizmi, deniz turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, termal turizm, kış turizmi ve oluşmakta olan birçok turizm türü; alternatif turizm türlerine örnek olarak verilebilir. Bunların içerisinde kongre turizmi; sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda getirileriyle ön planda yer almaktadır (Öztaş, 2019: 19). Kongre turizmi; yeni istihdam imkânlarının oluşturulması, diğer sektörlerle getiri etkisi, yerel firmalara ve yerel yönetimlere mevsimsel bağlılık etkisinin minimize edilmesi açısından da önemli katkılar sağlamaktadır. Kongre turizminin sosyal ve kültürel etkinliklerin çeşitlendirilmesi, ülke ve şehirlere olumlu imaj oluşturulması, bilimsel çalışmalara ortam sağlanması, yerel halka alternatif kültür ve sanat mekânlarının sunulması ve çevre bilincinin kazandırılması gibi rolü de bulunmaktadır (Turan 1997: 57).

Türkiye'nin turizm sektörü hedeflerinde; istihdamın genişletilmesi, Türkiye'nin 2023 yılı vizyonu dahilinde küresel anlamda turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması yer almaktadır. Türkiye'nin uluslararası bir marka olması ve markanın geliştirilmesi amacı taşıyan her unsur büyük önem taşımaktadır. Bu amaçla Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı oluşturulmuştur. Bu doğrultuda; Türkiye'nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi kaynaklarını korumak ve dengeli kullanmak, turizm olanaklarını ve turizmden alacağı payı geliştirmek amaçlanmıştır. Stratejide, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi adına maddeler bulunmaktadır. Bu stratejide, kongre turizmine uygun altyapıya sahip iller belirtilmiştir. Bunlar; İstanbul, Ankara, Antalya, İzmir, Konya, Bursa ve Mersin illeridir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı, 2023: 37).

Konya'da bulunan Selçuklu Kongre Merkezi'nin; kongre ve etkinlik turizmine imkân sağlaması, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası turizm stratejisini desteklemesi bakımından önemli bir çalışma alanı olarak tercih edilmiştir. Bu bağlamda farklı ve gelişmiş kongre merkezlerine sahip olan Türkiye'de, Selçuklu Kongre Merkezi'nin de katkısı yadsınamaz büyüklüktedir. Yıl bazında düzenlenen etkinlikler ve katılımcı sayıları bunun en büyük göstergesidir. Türkiye'nin en kapsamlı, Anadolu'nun en büyük kongre merkezi olan Selçuklu Kongre Merkezi'nin tercih sebepleri ve memnuniyet düzeylerinin çevrim içi yorumlar aracılığıyla ölçülmesi araştırmanın temel amacıdır. Araştırma kapsamında öncelikle kongre turizmi ve SKM hakkında yapılan araştırmalar incelenerek değerlendirilmeler yapılmıştır. Bulgular kısmında araştırma ile ilgili elde edilen veriler tablolar yardımıyla yorumlanmış, sonuç kısmında ise ilgili paydaşlara çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

KONGRE TURİZMİ

Etkinlik turizmi; belirli destinasyonlarda, belirli bir alan için organize edilen seyahatleri kapsamaktadır. Bu etkinliklere katılımı arttırmak için özel faaliyetlerin oluşturulması, ilerletilmesi ve pazarlanmasının yapılması etkinlik turizminin temel amaçlarından (Kozak ve Bahçe, 2009: 157). Günümüzde turizmin canlanması ve farklı stratejilerle destinasyon pazarlamasının geliştirilmesi, şehirlerde bulunan destinasyonlar adına önemli bir girişimdir. Çünkü bu tür etkinlikler, küresel ve ülkesel anlamda ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeler için önemli bir paya sahiptir (Getz, 1997: 16). Genellikle organize edilen kongre, fuar ve toplantılar ilkbahar ve sonbahar aylarında yapılmaktadır. Bunun en belirgin sebebi, turizm sektörü açısından aktif olmayan bir dönemin değerlendirilmesidir (Kapusuz, 2018: 200). Kongre, konferans, toplantı, zirve gibi etkinlik turizmi alanı içerisinde yer alan iş seyahatleri de bu kapsamda değerlendirilmektedir. İş veya etkinlik turizmi, uluslararası alan yazında MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions) şeklinde nitelendirilmektedir (Ayverdi, 2005). MICE turizmi; geniş bir içeriğe sahip olup birçok kavramı içinde barındırmaktadır. Toplantılar, kongreler, konferanslar, fuarlar ve sergiler gibi etkinlikleri kapsamaktadır. Turizm etkinliği olarak görülen toplantılar; gerçekleştirildiği destinasyonların tanınmasına ve ekonomik hareketliliğe katkı sağlayan önemli bir etkidir (Ayman, 2006). Başka şehirlerden toplantının yapıldığı şehirlere gelen bireyler; toplantı ya da kongrenin bir üyesi olmalarının yanı sıra kongre turisti olarak da ifade edilmektedir (Kapusuz, 2017: 202).

Kongreler ve etkinlikler, içerikleri bakımından sınıflandırılmış, ana ve alt başlıklar altında toplanmışlardır. Bunların türleri ve içerikleri, kültürel kutlamalar (festivaller, karnavallar, anma ve dini törenler); politik ve resmi etkinlikler (zirveler, VIP ziyaretler); sanat ve eğlence organizasyonları (konserler, ödül törenleri); iş ve ticari faaliyetler (toplantılar, antlaşmalar, tüketici ve ticari gösteriler, fuarlar ve pazarlar, tanıtım etkinlikleri); eğitim ve bilimsel etkinlikler (konferanslar, seminerler, kongreler); spor yarışmaları (amatör/profesyonel, izleyici/katılımcı); özel etkinlikler (düğünler, partiler, yıldönümü gibi özel günler, aile toplantıları) şeklinde belirlenmiştir (Getz, 2008: 406). MICE turizmi başlığı altında belirtilen faaliyetleri

gerçekleştiren kurum ya da işletmeler, yukarıda ifade edilen bu etkinliklerin belirlenmesi ve tüm detaylarının planlanması, alt yapısının oluşturulması, hedef kitleye iletilmesi görevini üstlenmektedirler. Bu kapsamda MICE turizmi bu faaliyetleri içeren niş pazar kollarından biri olarak kabul edilmektedir (Şahin vd., 2017: 24-26).

Her geçen gün kendini yenileyen MICE turizmi ve içeriğindeki faaliyetler, gerçekleştirildiği destinasyonların imaj ve itibarı artırma, turizm potansiyelini ilerletmeye de zemin oluşturmaktadır. MICE turizmi; hükümetler tarafından desteklenen ve ön plana çıkarılmak istenilen bir turizm koludur. Siyasal belirsizlikler ve politik tutumlar turizmi kötü yönde etkileyebilmektedir. Bu tutumlar; uluslararası faaliyetlerde, kongrelere katılım sağlamak isteyen kişilerin güvenlik ya da siyasi nedenlerle katılımını olumsuz yöne çevirebilmektedir (Baytok vd., 2010: 20-22). Bundan dolayı MICE turizm girişimleri ve iş seyahatleri, ülkelerde baş gösteren olumsuz koşulları ortadan kaldırarak itibar kazandırma faaliyeti olarak değerlendirilmelidir. Bu tür etkinliklere katılan bireylerin sosyo-kültürel etkileşimleri sayesinde destinasyon olumlu imaj oluşturmakta ve kaliteli çevre izlenimi bırakabilmektedir. Dolayısıyla MICE turizm etkinliklerinin uygun destinasyonda gerçekleştirilmesi ve alt yapı sorunlarının da giderilmesi etkin bir stratejinin gereğidir.

SELÇUKLU KONGRE MERKEZİ (SKM)

Türkiye'nin en kapsamlı kongre ve gösteri merkezi olan Selçuklu Kongre Merkezi (SKM), Konya'nın kültür ve etkinlik alanında geniş çaplı organizasyonlarına ev sahipliği yapmaktadır. Çeşitli etkinliklerle sanatseverleri bir araya getirerek toplumun sanat ve kültürel yaşantısını şekillendirmektedir. Şehrin kültürel değerlerine uygun ve çağdaş mimari tasarımı ile Konya'nın çehresini olumlu anlamda değiştirmiştir.

Tüketici davranışları 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren değişmeye başlamıştır. Genç nüfusun artış göstermesi, iletişim ve teknoloji ağlarının çeşitlenmesi, yerel yönetimlerin halkın boş zamanlarını değerlendirmeye yönelik hizmetler sunmaya yöneltmiştir. Yerel halka yönelik bu tür etkinliklerin düzenlenmesi amacıyla kamusal ve yarı kamusal mekanlar inşa edilerek organizasyonların gerçekleştirilmesi için cesaretlendirmeye yönelik çalışmalar yapılmıştır (Şahin ve Karakullukcu, 2019). Bununla birlikte yurtiçi ve yurtdışından ziyaretçilerin katılacağı büyük ölçekli etkinliklere ev sahipliği yapmak için şehirlerarası rekabet doğmuş, şehir pazarlaması ve markalaşması için profesyonel çabalar kaçınılmaz hale gelmiştir. Bunun sonucunda da şehirlerin kendilerini marka şehir olarak gösterme girişimleri artmıştır (Boisen vd., 2018: 8).

Şehir markalaşması basit bir kavram olmayıp, logo değişikliği ve festival organizasyonlarının üstünde bir çaba gerektirmektedir. Şehrin mimarisi, alt yapı sistemleri, yönetim anlayışı, kamu diplomasisi uygulamaları gibi farklı sistemlerde sürekli dönüşüm yaşanmaktadır. Bu sistemler, şehir planlamasında güncel şehir uygulamalarıyla bütünleştirilmektedir (Clark, 2008; 6-7). Kentlerde sektörlere etki eden, ekonomik anlamda büyük kazanç sağlayan, geniş çaplı etkinliklerin faaliyete geçirilebilmesi için kamusal destek gerekmektedir. Ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence gibi alt ve üst yapı yatırımları bunlara örnek verilebilir. Şehirlerde bulunması gereken bu hizmetlere ek olarak planlanan etkinliklerin uygulamaya koyulabileceği ölçekte kongre merkezlerinin şehre kazandırılması için yerel yönetimlerin desteği gerekmektedir (Toksarı vd., 2014: 338).

Selçuklu Kongre Merkezi (SKM), literatürde bahsedilen şehir ve kongre turizmine hizmet sunan Türkiye'nin örnek tesislerdendir. Selçuklu Belediyesi tarafından 2012 yılında projelendirilen ve 29 Ekim 2017 tarihinde açılışı yapılan SKM, Konya merkezde hizmet vermektedir. Selçuklu Kongre Merkezi, MICE sektörünün Oscar'ı olarak kabul edilen Ace of MICE Awards 2018 kapsamında en iyi yatırım ödülü almaya hak kazanmıştır. Anadolu'nun en büyük kongre merkezi olma özelliğine sahiptir. Bunun yanında Türkiye'nin en modern kongre merkezi olan SKM, modern mimarisi ve ileri teknolojik alt yapısıyla da eşsiz olma özelliğini korumaktadır. Ergonomik sandalye, masa, uygun ışık ve akustik sistemi Uluslararası Konferans Merkezleri Derneği (International Association of Conference Centers-IACC) standartlarına göre tasarlanmıştır (SKM, 2023).

Anadolu'nun dünyaya açılan kapısı SKM'nin, 35.000 m² kullanım alanı bulunmaktadır. 14 salondan oluşan SKM'nin, 45 kişiden 2000 kişiye kadar ziyaretçi ağırlayabilecek kapasitede salonları mevcuttur. İki farklı kapasitede oditoryum salonları, 1400 m² balo salonu ve 11 adet farklı boyutlarda toplantı salonlarından oluşmaktadır. Etkinlik ve organizasyonların benzersiz deneyimlerle uygulanabilmesi amacıyla tasarlanan merkez, 4 ayrı kattan oluşmakta ve 950 araçlık açık otoparkı ile hizmet sunmaktadır. Selçuklu Kongre Merkezi; 1, -1, -2 ve 0 katlarında bulunan fuar ve etkinlik alanlarıyla toplam 10,000 m² alana sahiptir. SKM'nin tüm katlarında etkinlik öncesi ve süresince kullanılacak geniş fuaye alanları yer almaktadır (SKM, 2023). Hava

alanına, otogara, şehir merkezine ve şehirdeki üniversitelere ulaşımına uygun mesafede olması, konut yerleşimlerine yürüyüş mesafesinde yer alması, toplu taşımada konumsal avantajlarının olmasından dolayı SKM, büyük ölçekli etkinliklere ev sahipliği yapabilmektedir.

Kongre merkezleri genellikle kongre ağırlıklı faaliyet göstermektedirler. Örneğin Türkiye'deki kongre merkezlerinden Ankara Congressium Kongre Merkezi'nin bir fuar alanı bulunmaktadır. Ayrıca İstanbul Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nın da bir fuar alanı mevcuttur. Bu merkezler; ana kongre merkezleridir. Her iki merkezde de büyük fuar alanları mevcut olduğu için, bahsedilen kongre merkezleri genel anlamda kongre amacıyla faaliyet gösterdiklerinden ulusal ve uluslararası toplantılar için pek tercih edilmemektedirler. Selçuklu Kongre Merkezi hem bu organizasyonların yapılabileceği hem de kültür faaliyetleri ve konser etkinliklerinin de yürütülebileceği bir alt yapıya sahiptir. Ayrıca doğal akustik mekanları, geniş fuaye alanları aracılığıyla hizmet sunmaktadır. SKM'de; kongre, toplantı ve balo salonları, gala, düğün, iftar gibi organizasyonlara hizmet verebilecek üst düzey mutfak altyapısı bulunmaktadır. SKM; ulusal ve uluslararası düzeyde yapılabilecek kongreler, fuarlar, sergiler, müzikaller, film galaları, şirket toplantıları, lansmanlar gibi her türlü bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere ev sahipliği yapabilecek bir alt yapısı mevcuttur (SKM, 2023). Şehir Tiyatrosu'nun da yerleşik durumda olduğu SKM'de yılda ortalama 200'ün üzerinde etkinlik düzenlenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Kongre ve etkinlik merkezleri ile ilgili turizm ve diğer alanlarda son zamanlarda farklı başlıklar ile spesifik açıdan değerlendirmeler yapılmış, kongre merkezlerinin gelişimine katkı sağlayacak önerilerde bulunulmuştur. Aşağıda bu araştırmalardan bazıları hakkında genel bilgiler belirtilmiştir.

Sandıklı, Çelik ve Yayla (2014); yaptıkları araştırmada Türkiye'de ve Dünya'da hızla gelişen kongre organizasyonlarının düzenledikleri ülkelere ve kentlere sağladığı sosyal ve ekonomik katkıları belirlemeyi amaçlamışlardır. Bunun dışında Sandıklı'nın kongre turizmi merkezi olarak markalaşması açısından arz potansiyeli de belirlenmeye çalışılmıştır. Sandıklı'daki otellerin konaklama verileri üzerinden analizler yapılmıştır. Coğrafi konumu, ulaşılabilirliği ve iklim şartları kongre turizmi açısından elverişli olan Sandıklı'da; ikisi beş yıldızlı otel olmak üzere toplam 3142 yatak kapasitesi ve 5417 kişilik toplantı kapasitesiyle ulusal ve uluslararası toplantıların yapılabileceği belirtilmiştir. Ancak uluslararası kongrelerin genelde 500 kişi ve üzeri katılımlı olduğu düşünüldüğünde hem mevcut otellerin kongre salon kapasitelerini artırmaları hem de yeni konaklama tesis yatırımlarının yapılması önerilmiştir (Sandıklı vd., 2014).

Šušić ve Mojić (2014); araştırmalarında Güneydoğu Avrupa'da kongre turizmin önde gelen destinasyonu olmak için tüm gerekliliklere sahip olan Sırbistan ve Dünya'daki kongre turizmi pazarının temel özelliklerini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Araştırmada, Uluslararası Kongre ve Kongre Derneği (2013) verilerine de yer verilerek Dünya'da ülkelerin düzenlediği toplantı sayısı listelenmiştir. Sırbistan'ın 46. sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Kongre turizminin gelişmesi için yeni bir konferans merkezinin yapılması, otel ve rehabilitasyon merkezlerindeki mevcut tesislerin yenilenmesi, ardından dünyaca ünlü marka otel zincirleri ile otellerin inşa edilmesi ve bu sayede yeni yatırımcıların çekilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Šušić vd., 2014).

Garda, Kurnaz ve Avcı (2016) tarafından yapılan araştırmada hızla gelişim gösteren kongre turizminin ekonomik ve sosyo-kültürel faydalarını, 2016 Yılı İslam Dünyası Turizm Başkenti olan Konya'nın kongre varlıklarını ve potansiyelini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Araştırmada ikincil veriler kullanılmış ve uygun tablolar hazırlanarak analizler yapılmıştır. Konya'nın kongre turizmi için yeterli alt yapısının ve potansiyelinin yüksek olduğu fakat gerekli tanıtım ve organizasyon hususunda eksiklerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Etkin tanıtım ve uygun organizasyonlar yapılarak coğrafi olarak merkez konumunda olan Konya'da kongre turizmi hareketliliği oluşturulabilir önerisinde bulunulmuştur (Garda vd., 2016).

Nyurenberger, Sewruikov, Luchina ve Shchetinina (2019); 47. Uluslararası Ekonomik ve Sosyal Kalkınma Bilimsel Konferansı (Prag, 14-15 Kasım 2019)'nda sundukları araştırmalarında, 2018'de düzenlenen toplantı sayısına göre ilk 20 şehir sıralamasını belirlemişlerdir. Buna bağlı olarak bölgelere göre GDP (Gross Domestic Product- Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) yapısındaki ticari etkinliklerden elde edilen gelir belirtilerek araştırmanın model ülkesi Rusya bölgeleri kongre potansiyeli sıralaması yapılmıştır. Rusya Federasyonu'nda düzenlenen en büyük yıllık forumlar tablosunda, bu forumların Rusya'nın toplantı sirkülasyonuna etkileri belirtilmiştir. ICCA 2015 istatistiklerine göre Rusya, kongre etkinlikleri düzenleyen ülkeler Dünya sıralamasında 42. sırada yer aldığı ve bu dönemde Rusya'da 76 kongre etkinliği düzenlendiği tespit edilmiştir. Rusya'da kongre

etkinliği gelişiminin tahmin göstergeleri belirtilerek kongre mekanlarını organize eden başlıca şehirlerin Moskova ve St. Petersburg olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Nyurenberger vd., 2019).

Şahin ve Karakullukcu (2019), SKM'nin Konya'nın sanat ve kültürel yapısına, sosyal ve ekonomik ilişkilerine etkilerini araştırmışlardır. SKM'yi; kültürel üretim, etkinlik ve şehir pazarlaması açısından değerlendirmişlerdir. Nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay analizi kullanılmışlardır. Veri oluşturmak için SKM üst düzey yöneticisi ile yapılandırılmamış mülakat gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizi için içerik analiz yöntemlerinden betimsel ve kategorisel analiz yöntemini tercih etmişlerdir. SKM'nin konser, tiyatro, sinema, vb. diğer kültür-sanat faaliyetleri ile, bilimsel (kongre, sempozyum, konferans) ve sektörel (fuar, lansman vb.) etkinlikler sayesinde şehir pazarlaması ile doğrudan ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Şahin ve Karakullukcu, 2019).

Öztaş (2019); "Kongre Otelleri Standartları ve Tasarım Kriterleri Üzerine Bir Araştırma: Bursa'da Kongre Turizmi Olanakları" başlıklı yüksek lisans tezinde, farklı ülkelerde en çok tercih edilen kongre otellerini incelemiştir. Kongre otellerinin standartlarını ve tasarım kriterlerini belirlemek, yeni yapılacak olan kongre otellerinin tasarımı için bir rehber oluşturmak ve Bursa'nın bir kongre kenti olabilme potansiyelini araştırmak, tezin amaçlarındandır. Tez kapsamında kongre otelleri konum, mimari tasarım, mekânsal kurgu özellikleri ve mekânsal standartlar bakımından incelenmiştir. Kuzey Amerika, Avrupa, Asya Pasifik, Asya-Avrupa ülkelerinden toplam 10 kongre oteli ile Bursa'da en çok kongre yapılan 2 otel değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca Bursa'daki otellerin mevcut durumuna yönelik ilgili kişilerle görüşmelerde bulunulmuştur. Araştırma sonucunda Bursa'nın kongre turizmi potansiyeli olmasına rağmen şehirde henüz yeterli düzeyde kongre oteli olmadığı, var olan kent otellerinin kongre turizmine hizmet verdiği belirlenmiştir. Ayrıca 2023 Türkiye Turizm Stratejileri Eylem Planı'nda hedef kongre kenti gösterilen Bursa'nın, kongre oteline ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında yapılması planlanan kongre otellerinde dikkat edilmesi gereken hususların mimarlara, tasarımcılara ve yatırımcılara faydalı olabileceği öngörüsünde bulunulmuştur (Öztaş, 2019).

Eminoğlu (2019); "Katılımcı Algılarının Kongre Turizminin Geliştirilmesine Etkileri; Antalya İlinde Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinde, kongre katılımcılarının tercihleri, beklenti ve tatminlerinin değerlendirilmesi ile kongre turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler geliştirmeyi amaçlamıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların kongre tercihleri ile beklenti tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Emiroğlu, 2019).

Yakut (2019); "Alternatif Turizm Kapsamında Kongre Turizminin Turizm Ekonomisine Katkısı: Antalya İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinde; kongre turizminin, turizm ekonomisine katkısını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmada kongre turizmi kapsamında Türkiye ve Antalya'da genel durum değerlendirmesi yapılmıştır. Araştırmada birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Birincil veriler, Antalya ili merkez ve ilçelerinde faaliyet gösteren 50 seyahat acentesi yetkilisi ile yapılan anket çalışmasından elde edilmiştir. İkincil veriler ise TÜİK ve turizmle ilgili çeşitli raporlar kullanılarak elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda kongre turizminin ekonomik katkısı demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Yakut, 2019).

Kanat İçöz (2020); "Gösteri Salonlarının Akustik Girdilere Göre Mekânsal ve Yapısal Analizi: Konya Selçuklu Kongre Merkezi" başlıklı yüksek lisans tezinde, gösteri salonları tasarım ilkelerini belirlemeyi amaçlamıştır. Tezde, tasarım ilkelerinin sistematik derleme ile kategorize edilmesi ve tablolara aktararak değerlendirme listesinin oluşturulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda öncelikle akustik gerekliliği olan mekânların tasarım sürecini etkileyen işitsel kavramların tanımları ve iç mekân yapı akustiği ele alınmıştır. Sonrasında mimari ve akustik tasarımın birbiriyle olan ilişkisi incelenmiştir. Değerlendirme ölçütleri, bünyesinde iki büyük salona sahip olan, modern tasarım anlayışı ve tekniklerle yapılmış salon, sahne ve mekânlara sahip olan SKM, mimari projesi üzerinden incelenerek analiz edilmiştir. Bunun sonucunda bir gösteri salonu tasarımının mekânsal, yapısal, gürültü kontrolü ve akustik kusurlarının giderilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca mekânsal analiz sonucunda, SKM salonlarının modern tekniklerle ve genel olarak standartlara uygun bir şekilde tasarlandığı sonucu elde edilmiştir (Kanat İçöz, 2020).

Akgöz, Temizel ve Otal (2022) araştırmalarında; Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizm potansiyelini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada SWOT analizi tercih edilmiştir. Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 18 işletme yöneticisi, bölge ile ilgili çalışmalarını bulunan 15 akademisyen, turizm eğitimi alan 20 lisansüstü öğrencisi ve Kapadokya bölgesinde kongreye katılan 10 katılımcıya uygulanan anketler sonucunda veriler elde edilmiştir. Sonuçlar; verilerin aritmetik ortalaması hesaplanarak hazırlanan tablolar ile analiz edilmiştir.

Kapadokya Bölgesinin turizmde arzu ettiği verimi alabilmesi için konaklama ve kongre merkezlerinin salon kapasitelerinin ve teknik alt yapının geliştirilmesi gerektiği önerilmektedir (Akgöz vd., 2022).

Selçuklu Kongre Merkezi ile ilgili iki (2) araştırmaya rastlanmıştır. Birincisi; bir araştırma makalesi olup SKM'nin Konya'nın kültürel-sanatsal yapısına etkileri araştırılmıştır. Ek olarak, sosyal ve ekonomik ilişkilerine etkileri de araştırma kapsamına alınmıştır. Ayrıca Selçuklu Kongre Merkezi, kültürel üretim, etkinlik pazarlaması ve şehir pazarlaması açısından değerlendirilmiştir. İkinci araştırma bir yüksek lisans tezi olup Selçuklu Kongre Merkezi, mekânsal ve yapısal olarak analiz edilerek kongrelere uygun olup olmadığı araştırılmıştır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın Önemi ve Amacı

İnternet erişiminin kolaylaştığı çağda ürün ve hizmetlerle ilgili bilgilere çevrim içi yorumlar kullanılarak kolaylıkla ulaşılabilmekte ve çoklu seçenekler içerisinde en doğru kararlar alınabilmektedir. Ancak ilgili alan yazında SKM veya Türkiye'deki kongre merkezleri hatta kongre turizmi ile ilgili çevrim içi yorumların değerlendirildiği herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle araştırmada, Türkiye'nin en kapsamlı, Anadolu'nun en büyük kongre merkezi olan SKM'nin çevrim içi yorumlar aracılığıyla tercih sebeplerinin belirlenmesi ve memnuniyet durumlarının ölçülmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Selçuklu Kongre Merkezi ile ilgili ziyaretçilerin son 4 yıl içerisinde Tripadvisor, Foursquare, Ekşisözlük ve Google yorumlar üzerinden yaptıkları toplam (29.10.2017 tarihi ile 15.04.2023 tarihleri arasında) 4900 yorum araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu yorumlar içerisinde Selçuklu Kongre Merkezi için değerlendirmeye alınan Tripadvisor üzerinden 29.10.2017 tarihi ile 15.04.2023 tarihleri arasında yapılan 355 yorum ise araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Ayrıca bu yorumlar üzerinden ziyaretçilerin kongre merkezini ziyaret etme sebeplerini ve memnuniyet durumlarını belirlemek için duygu analizleri gerçekleştirilmiştir.

Selçuklu Kongre Merkezi yönetiminden elde edilen resmi verilere göre; 2019 yılında Ocak ayından itibaren 568 etkinlik ile 1.302.000 ziyaretçi, 2020 yılında 701 etkinlik ile 1.576.000 ziyaretçi, 2021 yılında 1200 etkinlik ile 3.000.000 ziyaretçi, 2022 yılında ise Ekim ayı dahil 1378 etkinlik ile 3.814.400 ziyaretçi; Selçuklu Kongre Merkezi faaliyetlerine katılım sağlamıştır. 2019 yılı Ocak ayı başı itibarı ile 2022 yılı Ekim ayı sonuna kadar son 4 yılda toplamda 3.847 etkinlik yapılmış ve 9.692.400 ziyaretçi bu etkinliklere katılım sağlamıştır. Bununla birlikte araştırmada son 4 yılda Selçuklu Kongre Merkezi ile ilgili toplam 4900 yorum ulaşılmıştır. Örneklemeye dahil edilen 355 yorum yalnızca Tripadvisor üzerinden alınmış, değerlendirilmiş ve tablolar üzerinden analiz verileri yansıtılmıştır. Yorumlamalar tablolardaki veriler ışığında yapılmıştır.

Veri İşleme ve Analiz

Kelime Bulutu Oluşturulması

Kelime bulutu, metin verilerindeki kavramları ve terimleri görsel olarak temsil etmek için kullanılan bir yöntemdir. Veri toplama aşamasında, analiz yapılacak metin belgeleri veya metin veri setleri seçilmiştir. Bu veriler, belirli bir konu, olay veya temayı yansıtmalıdır. Toplanan veriler, analiz öncesi işleme sürecinden geçirilmiştir. Gereksiz bilgiler çıkarılmış, metinler temizlenmiş ve analize uygun hale getirilmiştir.

Kelime bulutu, metin içindeki belirli kelimelerin sıklığını ve önemini görselleştirmek için kullanılır. İlk adım, analize dahil edilecek kelimeleri belirlemektir. Bu kelimeler, analizin odaklandığı konu veya temayı en iyi şekilde yansıtmalıdır. Kelime seçimi yapılırken, çok yaygın veya anlamsız kelimeler (bağlaçlar, edatlar vb.) genellikle dışlanır. Kelime frekansları, belirlenen kelimelerin metin içinde kaç kez geçtiğini ifade eder. Kelime bulutu oluşturulurken, kelimenin frekansı genellikle kelimenin boyutunu ve vurgusunu belirler. Yani, daha sık geçen kelimeler daha büyük ve belirgin görünür.

Kelime bulutu oluşturma süreci, metin analiz yazılımı veya çevrim içi araçlar kullanılarak gerçekleştirilir. Metin verileri içe aktarılır, belirlenen kelimelerin frekansları hesaplanır ve kelime bulutu grafiksel olarak oluşturulur. Kelime bulutunun görsel tasarımı, kelime boyutları, renkleri ve düzeni ile ilgilidir. Bu tasarım, hangi kelimelerin daha büyük ve daha belirgin görüneceğini belirler. Bu aşamada, kelime bulutunun anlamını daha iyi yansıtmak için renk paleti ve düzen seçimi dikkate alınır. Yorumlama aşamasında, oluşturulan kelime bulutunun

analizi yapılır. Öne çıkan kelimeler, metinlerdeki önemli kavramları ve temaları vurgular. Bu analiz, kelime frekanslarını göz önünde bulundurarak metin verilerinin odak noktalarını anlamamıza yardımcı olur. Bu çalışmada, MAXQDA 2022 programı kullanılarak kelime bulutu oluşturulmuştur.

Hiyerarşik Kod Modeli

Hiyerarşik kodlama, nitel veri analizi sürecinde verileri düzenlemek, kategorize etmek ve daha derinlemesine anlamak için kullanılan bir yaklaşımdır. Bu çalışma, katılımcıların deneyimlerini ve görüşlerini daha iyi anlamak amacıyla nitel bir yaklaşımı benimsemiştir. Hiyerarşik kod modeli, bu amaç doğrultusunda veri analizi sürecini yapılandırmak için kullanılmıştır. Bu model, verileri anlamlı kodlar ve alt kodlar hiyerarşisiyle düzenlemeye olanak tanır. Veri toplama aşamasında, katılımcılardan elde edilen nitel veriler toplanmıştır. Bu veriler, röportajlar, odak grupları, gözlem notları veya diğer nitel veri kaynakları olabilir. Toplanan veriler, analiz için uygun bir formata getirilmiş, gereksiz bilgiler çıkarılmış ve düzenlenmiştir. Bu çalışmada veriler, kullanıcı yorumlarından oluşmaktadır.

Hiyerarşik kodlama süreci aşağıdaki adımları içermektedir:

1. **Verilerin Önceden İşlenmesi:** Veriler, gereksiz bilgilerin çıkarılması, temizlenmesi ve düzenlenmesi gibi önceden işlemde geçirilmiştir.
2. **Açık Kodlama:** İlk aşamada, veriler açık kodlama ile taranmış ve önemli kavramlar ve temalar belirlenmiştir. Bu kodlar, veri setinde önemli anlamları yansıtan anahtar ifadeleri temsil eder.
3. **Kodların Hiyerarşik Yapısının Oluşturulması:** Belirlenen anahtar kavramlar ve temalar, bir hiyerarşi içinde alt kodlarla ilişkilendirilmiştir. Bu ilişkilendirme, verilerin daha ayrıntılı bir şekilde analiz edilmesini ve alt temaların tanımlanmasını sağlamıştır.
4. **Kodların İlişkilendirilmesi:** Alt kodlar, üst kodlarla ilişkilendirilmiş ve bu ilişkilerin mantığı belirlenmiştir. Bu, verilerin farklı seviyelerdeki analizini ve daha derinlemesine anlamını kolaylaştırmıştır.

Oluşturulan hiyerarşik kod yapısı, verilerin kapsamlı bir şekilde analiz edilmesini sağlar. Her kod seviyesi, farklı ayrıntı düzeylerinde analizi temsil eder. Analiz aşamasında, kodlar ve alt kodlar arasındaki ilişkiler incelenir, benzerlikler ve farklılıklar belirlenir ve verilerin anlamı derinlemesine yorumlanır.

Yorumların Değerlendirilmesi

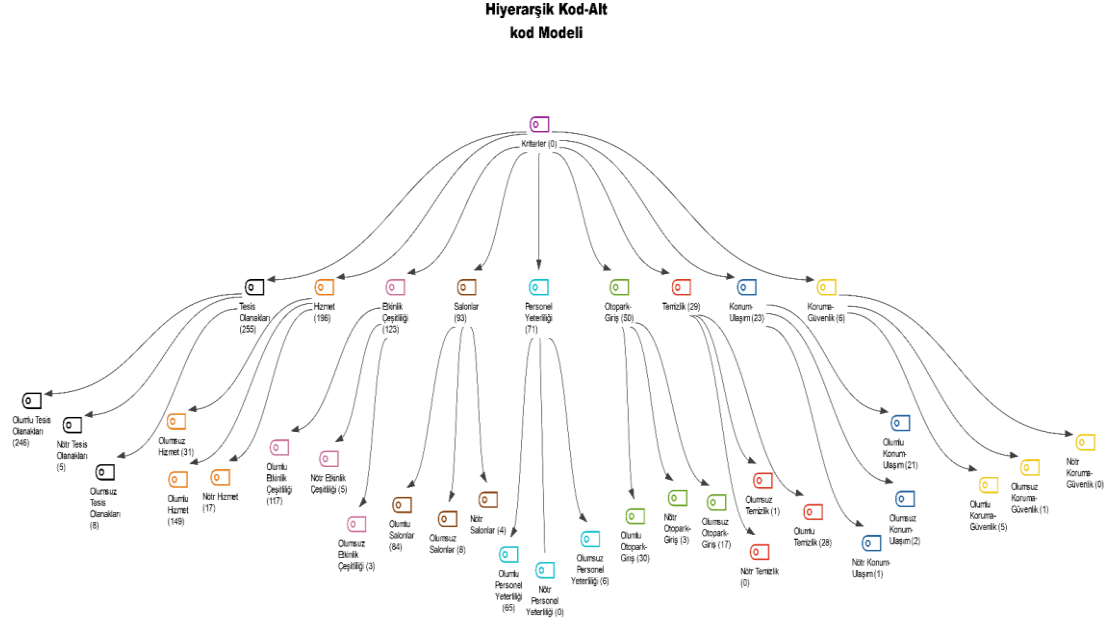
Katılımcıların demografik bilgileri de dahil olmak üzere SKM'nin genel olarak değerlendirilmesine yönelik yorumlar frekans tablolarıyla sunulmuş ve yorumlanmıştır. Yorumlar çok kötü, kötü, orta, iyi, çok iyi şeklinde gruplandırılmıştır. Ayrıca yorumlar, SKM kriterlerine göre de kategorize edilmiştir (salonlar, tesis olanakları, etkinlik çeşitliliği, temizlik, hizmet, koruma-güvenlik, otopark-giriş, personel yeterliliği, konum-ulaşım). Yorumlar; niteliklerine, yorum yapıma yılına, yorum yapanların cinsiyetine göre değerlendirilmiştir. Her bir yorum kriterlerine göre ayrıca olumlu, olumsuz ve nötr olarak incelenmiştir.

BULGULAR



Şekil 1. Kelime Bulutu (minimum 8 frekans)

Yapılan kelime bulutu analizinde SKM ile ilgili yorumlarda en fazla öne çıkan kelimenin “güzel” olduğu anlaşılmaktadır. Büyük, merkezi, muhteşem, uygun, konser, kongre, mekan, teşekkürler gibi kelimeler de sıklıkla kullanılmıştır. Bu durum katılımcıların SKM’den memnuniyetle ayrıldığını ortaya koyar niteliktedir.



Şekil 2: SKM Hiyerarşik Kod Modeli

Kriterler; tesis olanakları, hizmet, etkinlik çeşitliliği, salonlar, personel yeterliliği, otopark-giriş, temizlik, konum-ulaşım, koruma-güvenlik olarak saptanmıştır. Her bir etkinlik olumlu, olumsuz ve nötr olmak üzere üç gruba ayrılmış olup, değerleri yukarıdaki şekilde sunulmuştur.

Tablo 1. SKM Kriterleri ile İlgili Yorumlar

KRİTERLER	N	YÜZDE
Salonlar	93	10,99
Tesis Olanakları	255	30,14
Etkinlik Çeşitliliği	123	14,54
Temizlik	29	3,43
Hizmet	196	23,17
Koruma-Güvenlik	6	0,71
Otopark-Giriş	50	5,91
Personel Yeterliliği	71	8,39
Konum-Ulaşım	23	2,72
TOPLAM	846	100,00

Tablo 1'e göre, "Salonlar" kriterinde 93 değerine ulaşılmış ve bu değer toplam veri setinin %10.99'unu oluşturmuştur. "Tesis Olanakları" kriteri, en yüksek değeri taşımakta olup 255 değeri ile toplam veri setinin %30.14'ünü temsil etmektedir. "Etkinlik Çeşitliliği" kriteri ise 123 değeri ile toplamın %14.54'ünü oluşturmuştur. Diğer kriterler olan "Temizlik," "Hizmet," "Koruma-Güvenlik," "Otopark-Giriş," "Personel Yeterliliği," ve "Konum-Ulaşım" da sırasıyla 29, 196, 6, 50, 71 ve 23 değerleriyle toplam veri setinin farklı

yüzdelerini temsil etmektedir. Toplamda, 846 adet veri noktası analiz edilmiştir ve bu veri seti toplamın %100'ünü oluşturmaktadır.

Tablo 2. Yapılan Yorumların Niteliği

YILDIZ	N	YÜZDE
Çok Kötü (*)	7	1,99
Kötü (**)	5	1,42
Orta (***)	19	5,40
İyi (****)	46	13,07
Çok İyi (*****)	275	78,13
TOPLAM	352	100,00

Tablo 2’de yapılan analize göre, farklı yıldız derecelendirmelerinin dağılımı incelenmiştir. "Çok Kötü" derecesinde 7 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %1.99'unu oluşturmaktadır. "Kötü" derecesinde ise 5 değeri tespit edilmiş ve bu değer toplamın %1.42'sini temsil etmektedir. "Orta" derecesi 19 değerle temsil edilirken, toplamın %5.40'ını oluşturmaktadır. "İyi" derecesi 46 değerle ifade edilmiş ve veri setinin %13.07'sini oluştururken, en yüksek derece olan "Çok İyi" derecesinde 275 değer bulunmuş ve toplamın %78.13'ünü oluşturmuştur. Toplamda, 352 veri noktası analiz edilmiştir ve bu veri seti toplamın %100'ünü temsil etmektedir.

Tablo 3: Yıllara Göre Yapılan Yorumlar

TARİH	N	YÜZDE
2018	55	15,60
2019	291	82,70
2020	6	1,70
TOPLAM	352	100,00

Tablo 3’te yapılan analize göre, her yıl için yorum dağılımı incelenmiştir. "2018" yılında 55 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %15.60'ını oluşturmaktadır. "2019" yılında ise 291 değer tespit edilmiş ve bu değer toplamın %82.70'ini temsil etmektedir. "2020" yılındaki değerler ise sadece 6 olarak ifade edilmiş ve toplamın %1.70'ini oluşturmaktadır. Toplamda, 352 veri noktası analiz edilmiştir ve bu veri seti toplamın %100'ünü temsil etmektedir.

Tablo 4: Yorum Yapanların Cinsiyeti

CİNSİYET	N	YÜZDE
Erkek	103	29,30
Kadın	67	19,00
Cevapsız	182	51,70
TOPLAM	352	100,00

Tabloya göre yapılan analize göre, farklı cinsiyetlerin dağılımı incelenmiştir. "Erkek" cinsiyetinde 103 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %29.30'unu oluşturmaktadır. "Kadın" cinsiyetinde ise 67 değer tespit edilmiş ve bu değer toplamın %19.00'ini temsil etmektedir. "Cevapsız" kategorisinde ise 182 değer bulunmuş ve toplamın %51.70'ini oluşturmuştur. Toplamda, 352 veri noktası analiz edilmiştir ve bu veri seti toplamın %100'ünü temsil etmektedir.

Tablo 5: Yapılan Yorumların Niteliği (Bazı yorumlar hem olumlu, hem de olumsuz ve nötr olarak çoklu değerler şeklinde yapılmıştır.)

YORUM NİTELİĞİ	N	YÜZDE
Olumlu	333	78,20
Nötr	35	8,20
Olumsuz	58	13,60
TOPLAM	426	100,00

Tablo 5'de yapılan analize göre, farklı yorum niteliklerinin dağılımı incelenmiştir. "Olumlu" nitelikte 333 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %78.20'sini oluşturmaktadır. "Nötr" nitelikte ise 35 değer tespit edilmiş ve bu değer toplamın %8.20'sini temsil etmektedir. "Olumsuz" nitelikte ise 58 değer bulunmuş ve toplamın %13.60'ını oluşturmuştur. Toplamda, 426 veri noktası analiz edilmiştir ve bu veri seti toplamın %100'ünü temsil etmektedir.

Tablo 6. Kriterlerle İlgili Yapılan Yorumların Niteliği

KRİTERLER	ÇOK KÖTÜ (*)	KÖTÜ (**)	ORTA (***)	İYİ (****)	ÇOK İYİ (*****)
Salonlar	1	1	5	10	77
Tesis Olanakları	5	2	13	27	208
Etkinlik Çeşitliliği	2	0	3	17	101
Temizlik	0	0	1	3	25
Hizmet	4	1	14	28	149
Koruma-Güvenlik	1	0	0	0	5
Otopark-Giriş	1	3	6	7	33
Personel Yeterliliği	0	2	1	8	60
Konum-Ulaşım	1	0	0	3	19
TOPLAM	15	9	43	103	677

Tablo 6'da yapılan analize göre;

Genel anlamda en alt değer olan "Çok Kötü" derecesinde en çok değerlendirmeyi "Tesis Olanakları"(5) kriteri almıştır. En üst değer olan "Çok İyi" derecesinde en çok değerlendirmeyi aynı şekilde "Tesis Olanakları"(208) kriteri almıştır. Aradaki değer farkı göz önüne alındığında SKM'nin en çok memnuniyetle karşılanan kriterinin "Tesis Olanakları" kriteri olduğu belirtilebilir.

"Salonlar" kriteri altında, "Çok Kötü" derecesinde 1 değeri bulunurken, "Kötü" derecesinde 1, "Orta" derecesinde 5, "İyi" derecesinde 10 ve "Çok İyi" derecesinde 77 değeri tespit edilmiştir.

"Tesis Olanakları" kriterinde, "Çok Kötü" derecesinde 5 değeri bulunurken, "Kötü" derecesinde 2, "Orta" derecesinde 13, "İyi" derecesinde 27 ve "Çok İyi" derecesinde 208 değeri elde edilmiştir.

"Etkinlik Çeşitliliği" kriterinde, "Çok Kötü" derecesinde 2 değeri bulunurken, "Orta" derecesinde 3, "İyi" derecesinde 17 ve "Çok İyi" derecesinde 101 değeri tespit edilmiştir. "Kötü" derecesinde değer bulunmamaktadır.

"Temizlik" kriteri için, sadece "Orta" derecesinde 1 değeri bulunurken, "İyi" derecesinde 3 ve "Çok İyi" derecesinde 25 değeri elde edilmiştir. "Çok Kötü" ve "Kötü" derecelerinde değer bulunmamaktadır.

"Hizmet" kriteri altında, "Çok Kötü" derecesinde 4 değeri bulunurken, "Kötü" derecesinde 1, "Orta" derecesinde 14, "İyi" derecesinde 28 ve "Çok İyi" derecesinde 149 değeri tespit edilmiştir.

"Koruma-Güvenlik" kriterinde, sadece "Çok Kötü" derecesinde 1 değeri bulunmaktadır. Diğer derecelerde değer bulunmamaktadır.

"Otopark-Giriş" kriteri için, "Çok Kötü" derecesinde 1 değeri bulunurken, "Kötü" derecesinde 3, "Orta" derecesinde 6, "İyi" derecesinde 7 ve "Çok İyi" derecesinde 33 değeri elde edilmiştir.

"Personel Yeterliliği" kriterinde, sadece "Kötü" derecesinde 2 değeri bulunurken, "Orta" derecesinde 1, "İyi" derecesinde 8 ve "Çok İyi" derecesinde 60 değeri tespit edilmiştir. "Çok Kötü" derecesinde değer bulunmamaktadır.

"Konum-Ulaşım" kriteri altında, sadece "Çok Kötü" derecesinde 1 değeri bulunurken, "İyi" derecesinde 3 ve "Çok İyi" derecesinde 19 değeri elde edilmiştir. Diğer derecelerde değer bulunmamaktadır.

Tablo 7: Kriterlere Yapılan Yorumların Tarihlerle Göre Dağılımı

KRİTERLER	2018		2019		2020	
	N	YÜZDE	N	YÜZDE	N	YÜZDE
Salonlar	16	11,60	76	10,90	1	9,10
Tesis Olanakları	40	29,00	211	30,20	5	45,50
Etkinlik Çeşitliliği	10	7,20	111	15,90	2	18,20
Temizlik	6	4,30	23	3,30	0	0,00
Hizmet	24	17,40	171	24,50	1	9,10
Koruma-Güvenlik	0	0,00	5	0,70	1	9,10
Otopark-Giriş	8	5,80	41	5,90	1	9,10
Personel Yeterliliği	29	21,00	42	6,00	0	0,00
Konum-Ulaşım	5	3,60	18	2,60	0	0,00
TOPLAM	138	100,00	697	100,00	11	100,00

Tablo 7’de yapılan analize göre; "Salonlar" kriteri altında, 2018 yılında 16 değeri bulunmuş ve bu değer toplam veri setinin %11.60'ını oluştururken, 2019 yılında 76 değeri tespit edilmiş ve toplamın %10.90'ını temsil etmektedir. 2020 yılında ise sadece 1 değer elde edilmiş ve bu değer toplamın %9.10'unu oluşturmaktadır.

"Tesis Olanakları" kriteri incelendiğinde, 2018 yılında 40 değeri elde edilmiş ve bu değer toplam veri setinin %29.00'ini oluştururken, 2019 yılında 211 değeri tespit edilmiş ve toplamın %30.20'sini temsil etmektedir. 2020 yılında ise sadece 5 değer elde edilmiş ve bu değer toplamın %45.50'sini oluşturmaktadır.

"Etkinlik Çeşitliliği" kriterinde, 2018 yılında 10 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %7.20'sini oluşturmuş, 2019 yılında 111 değeri tespit edilmiş ve toplamın %15.90'ını temsil etmektedir. 2020 yılında ise sadece 2 değer elde edilmiş ve bu değer toplamın %18.20'sini oluşturmaktadır.

"Temizlik" kriteri için, 2018 yılında 6 değeri elde edilmiş (%4.30), 2019 yılında 23 değeri bulunmuş (%3.30), ancak 2020 yılında bu kriterde değer tespit edilmemiştir (%0.00).

"Hizmet" kriteri altında, 2018 yılında 24 değeri bulunmuş ve bu değer toplam veri setinin %17.40'ını oluşturmuş, 2019 yılında 171 değeri tespit edilmiş ve toplamın %24.50'sini temsil etmektedir. 2020 yılında ise sadece 1 değer elde edilmiş ve bu değer toplamın %9.10'unu oluşturmaktadır.

"Koruma-Güvenlik" kriteri için, 2018 yılında hiçbir değer bulunmamaktadır (%0.00), 2019 yılında 5 değeri elde edilmiş ve bu değer toplam veri setinin %0.70'ini oluşturmuştur, 2020 yılında ise sadece 1 değer elde edilmiş ve bu değer toplamın %9.10'unu oluşturmaktadır.

"Otopark-Giriş" kriteri altında, 2018 yılında 8 değeri bulunmuş ve bu değer toplam veri setinin %5.80'ini oluşturmuş, 2019 yılında 41 değeri tespit edilmiş ve toplamın %5.90'ını temsil etmektedir. 2020 yılında ise sadece 1 değer elde edilmiş ve bu değer toplamın %9.10'unu oluşturmaktadır.

"Personel Yeterliliği" kriterinde, 2018 yılında 29 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %21.00'ini oluşturmuş, 2019 yılında 42 değeri tespit edilmiş ve toplamın %6.00'ını temsil etmektedir. Ancak, 2020 yılında bu kriterde değer tespit edilmemiştir (%0.00).

Son olarak, "Konum-Ulaşım" kriteri altında, 2018 yılında 5 değeri bulunmuş (%3.60), 2019 yılında 18 değeri tespit edilmiş (%2.60), ancak 2020 yılında bu kriterde değer elde edilmemiştir (%0.00).

Tablo 8: Kriterlere Yapılan Yorumların Cinsiyete Göre Dağılımı (Katılımcılar farklı kriterlere yorum yapmıştır)

KRİTERLER	ERKEK		KADIN	
	N	YÜZDE	N	YÜZDE
Salonlar	24	9,56	30	16,39
Tesis Olanakları	84	33,47	54	29,51
Etkinlik Çeşitliliği	32	12,75	25	13,66
Temizlik	10	3,98	4	2,19
Hizmet	55	21,91	33	18,03
Koruma-Güvenlik	4	1,59	0	0,00
Otopark-Giriş	13	5,18	10	5,46
Personel Yeterliliği	22	8,76	23	12,57
Konum-Ulaşım	7	2,79	4	2,19
TOPLAM	251	100,00	183	100,00

Tablo 8'de yapılan analize göre; "Salonlar" kriteri altında, "Erkek" cinsiyetinde 24 değeri bulunmuş ve bu değer toplam veri setinin %9.56'sını oluştururken, "Kadın" cinsiyetinde ise 30 değeri tespit edilmiş ve toplamın %16.39'unu temsil etmektedir. "Tesis Olanakları" kriteri incelendiğinde, "Erkek" cinsiyetinde 84 değeri elde edilmiş ve bu değer toplam veri setinin %33.47'sini oluştururken, "Kadın" cinsiyetinde 54 değeri tespit edilmiş ve toplamın %29.51'ini temsil etmektedir.

"Etkinlik Çeşitliliği" kriterinde, "Erkek" cinsiyetinde 32 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %12.75'ini oluşturmuş, "Kadın" cinsiyetinde ise 25 değeri tespit edilmiş ve toplamın %13.66'sını temsil etmektedir. "Temizlik" kriteri için, "Erkek" cinsiyetinde 10 değeri elde edilmiş (%3.98), "Kadın" cinsiyetinde ise 4 değeri bulunmuştur (%2.19).

"Hizmet" kriteri altında, "Erkek" cinsiyetinde 55 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %21.91'ini oluşturmuş, "Kadın" cinsiyetinde ise 33 değeri tespit edilmiş ve toplamın %18.03'ünü temsil etmektedir. "Koruma-Güvenlik" kriteri için, "Erkek" cinsiyetinde 4 değeri elde edilmiş (%1.59), "Kadın" cinsiyetinde ise bu kriterde değer bulunmamaktadır.

"Otopark-Giriş" kriteri altında, "Erkek" cinsiyetinde 13 değeri bulunmuş ve bu değer toplam veri setinin %5.18'ini oluştururken, "Kadın" cinsiyetinde ise 10 değeri tespit edilmiş ve toplamın %5.46'sını temsil etmektedir. "Personel Yeterliliği" kriterinde, "Erkek" cinsiyetinde 22 değeri bulunurken, bu değer toplam veri setinin %8.76'sını oluşturmuş, "Kadın" cinsiyetinde ise 23 değeri tespit edilmiş ve toplamın %12.57'sini temsil etmektedir.

Son olarak, "Konum-Ulaşım" kriteri altında, "Erkek" cinsiyetinde 7 değeri bulunmuş (%2.79), "Kadın" cinsiyetinde ise 4 değeri (%2.19) elde edilmiştir. Toplamda, 251 veri noktası "Erkek" cinsiyetine, 183 veri noktası ise "Kadın" cinsiyetine aittir.

Tablo 9: Yorumların Niteliğinin Cinsiyete Göre Dağılımı (Katılımcılar farklı kriterlere çoklu yorum yapmışlardır)

KRİTERLER	ERKEK		KADIN	
	N	YÜZDE	N	YÜZDE
Olumlu	100	83,40	67	84,80
Nötr	7	5,80	6	7,60
Olumsuz	13	10,80	6	7,60
TOPLAM	120	100,00	79	100,00

Tablo 9'da yapılan analize göre; toplamda 199 değer analiz edilmiştir. Tablo 9'da bu değerlerin erkek ve kadın cinsiyetleri arasında farklı yorum niteliklerinde nasıl dağıldığı gösterilmektedir.

"Olumlu" yorum niteliğine göre, erkek cinsiyeti %83.40 oranında (100 değer) bu nitelikte yorumlar yaparken, kadın cinsiyeti ise %84.80 oranında (67 değer) daha yüksek bir yüzde ile olumlu yorum yapmışlardır. "Nötr" yorum niteliğine göre, erkek cinsiyeti %5.80 oranında (7 değer), kadın cinsiyeti ise %7.60 oranında (6 değer) bu nitelikte yorum yapmışlardır.

"Olumsuz" yorum niteliğine göre, erkek cinsiyeti %10.80 oranında (13 değer), kadın cinsiyeti ise %7.60 oranında (6 değer) bu nitelikte yorum yapmışlardır. Toplamda, erkek cinsiyeti 120 değerle (%60.30), kadın cinsiyeti ise 79 değerle (%39.70) analizde yer almıştır. Bu değerler, farklı cinsiyetlerin yorumlarını nasıl niteliklendirdiğini ve hangi yorum niteliklerinde daha fazla yoğunlaştıklarını göstermektedir.

Tablo 10: Kriterlere Yapılan Yorumların Niteliği (Bazı kriterlerde olumlu, olumsuz ve nötr yorum yapılmıştır.)

KRİTERLER	YORUM TÜRÜ	N	%	TOPLAM (%)
Salonlar (n=96, %11,21)	Olumlu	84	87,50	9,81
	Nötr	4	4,17	0,47
	Olumsuz	8	8,33	0,93
Tesis Olanakları (n=259, %30,26)	Olumlu	246	94,98	28,74
	Nötr	5	1,93	0,58
	Olumsuz	8	3,09	0,93
Etkinlik Çeşitliliği (n=125, %14,60)	Olumlu	117	93,60	13,67
	Nötr	5	4,00	0,58

	Olumsuz	3	2,40	0,35
Temizlik (n=29, %3,39)	Olumlu	28	96,55	3,27
	Nötr	0	0,00	0,00
	Olumsuz	1	3,45	0,12
Hizmet (n=197, %23,01)	Olumlu	149	75,63	17,41
	Nötr	17	8,63	1,99
	Olumsuz	31	15,74	3,62
Koruma-Güvenlik (n=6, %0,70)	Olumlu	5	83,33	0,58
	Nötr	0	0,00	0,00
	Olumsuz	1	16,67	0,12
Otopark-Giriş (n=50, %5,84)	Olumlu	30	60,00	3,50
	Nötr	3	6,00	0,35
	Olumsuz	17	34,00	1,99
Personel Yeterliliği (n=71, %8,29)	Olumlu	65	91,55	7,59
	Nötr	0	0,00	0,00
	Olumsuz	6	8,45	0,70
Konum-Ulaşım (n=23, %2,69)	Olumlu	20	86,96	2,34
	Nötr	1	4,34	0,12
	Olumsuz	2	8,70	0,24

Tablo 10'daki analizde; "Salonlar" kriterine göre, toplamda 96 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %87.50'si "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %4.17'si "Nötr" ve %8.33'ü ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam yüzde 11.21'lik bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Tesis Olanakları" kriteri için, toplamda 259 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %94.98'i "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %1.93'ü "Nötr" ve %3.09'u ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam yüzde 30.26'lık bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Etkinlik Çeşitliliği" kriteri altında toplamda 125 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %93.60'ı "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %4.00'ü "Nötr" ve %2.40'ı ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam yüzde 14.60'lık bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Temizlik" kriteri için, toplamda 29 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %96.55'i "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %3.45'i ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. "Nötr" yorum bulunmamaktadır. Bu kriter altında toplam yüzde 3.39'luk bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Hizmet" kriterine göre, toplamda 197 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %75.63'ü "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %8.63'ü "Nötr" ve %15.74'ü ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam yüzde 23.01'lik bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Koruma-Güvenlik" kriterine göre, 6 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %83.33'ü "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. Bu kriterde "Nötr" değerlendirme yapılmamıştır. %16.67'si ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam %0,70'lik bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Otopark-Giriş" kriterine göre, 50 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %60,00'ı "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %6,00 "Nötr" ve %34,00'ü ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam %5,84'lük bir değerlendirme bulunmaktadır.

"Personel Yeterliliği" kriterine göre, 71 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %91,55'i "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. Bu kriterde "Nötr" değerlendirme yapılmamıştır. %8,45'i ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam %8,29'lük bir değerlendirme bulunmaktadır.

Son olarak, "Konum-Ulaşım" kriterine göre, 23 yorum analiz edilmiş ve bu yorumların %86,96'sı "Olumlu" şekilde değerlendirilmiştir. %4,34 "Nötr" ve %8,70'i ise "Olumsuz" olarak nitelendirilmiştir. Bu kriter altında toplam %2,69'lük bir değerlendirme bulunmaktadır.

Bu değerlemeler, farklı kriterlerde hangi yorum türlerinin ne kadar oranda yer aldığını ve mekanın hangi alanlarının daha fazla veya daha az olumlu değerlendirmeler aldığını göstermektedir. Genel anlamda SKM, en çok "Olumlu" yorumu(246) "Tesis Olanakları" kriterinde almıştır. En çok "Olumsuz" yorumu(31) ise "Hizmet" kriterinde almıştır.

SONUÇ, DEĞERLENDİRME ve ÖNERİLER

Yirmi birinci yüzyılda turistler gidecekleri ziyaret yerlerini tercih ederken internet ortamlarındaki yorumları incelemektedirler. Turist deneyimlerinin internet ortamlarında paylaşıyor olması, çevrim içi değerlendirmelerin önemini artırmıştır. Buna istinaden aktif turistlerin ziyaret yerlerindeki edinimlerine internet erişimlerinin de destek olması, ziyaret yerlerinin tercih edilmesi bakımından gelişim göstermesinde etkili olmuştur. Literatürde de ziyaretçilerin önemli bölümünün ziyaret yeri tercihinde internet ortamlarında yer alan yorumlardan faydalandıkları ortaya konulmaktadır (Kilinç, 2020: 63).

Araştırma çerçevesinde değerlendirmeye alınan Selçuklu Kongre Merkezi'nin Türkiye'nin en kapsamlı, Anadolu'nun en büyük kongre merkezi olması, alternatif turizm türlerinden olan kongre turizmi açısından ulusal ve uluslararası alanda büyük bir önem ve değere sahip olduğunun göstergesidir. Bunun bir getirisi olarak her yıl binlerce ziyaretçi Türkiye'nin en kapsamlı, Anadolu'nun en büyük kongre merkezinde yapılan etkinliklere katılmak istemektedirler. Araştırmada çevrim içi yorumlarda Selçuklu Kongre Merkezi'nin tercih edilme sebepleri ve ziyaretçilerin memnuniyet durumları, belirlenen kriterler bağlamında incelenmiştir.

Selçuklu Kongre Merkezi yönetiminden elde edilen resmi verilere göre; 2019 yılında Ocak ayından itibaren 568 etkinlik ile 1.302.000 ziyaretçi, 2020 yılında 701 etkinlik ile 1.576.000 ziyaretçi, 2021 yılında 1200 etkinlik ile 3.000.000 ziyaretçi, 2022 yılında ise Ekim ayı dahil 1378 etkinlik ile 3.814.400 ziyaretçi SKM etkinliklerine katılım sağlamıştır. 2019 Ocak ayı başı itibarı ile 2022 yılı Ekim ayı sonuna kadar son 4 yılda toplamda 3.847 etkinlik yapılmış ve 9.692.400 ziyaretçi bu etkinliklere katılım sağlamıştır. Bununla birlikte araştırmada son 4 yılda Selçuklu Kongre Merkezi ile ilgili toplam 4900 yoruma ulaşılmıştır. Buna istinaden; ziyaretçi sayısına göre yorum sayısının oldukça az olduğu söylenebilir.

Genel olarak, "Tesis Olanakları" kriteri "Çok İyi" derecesinde 208 değerle en yüksek puanı almıştır. Aynı şekilde, "Hizmet" kriteri de "Çok İyi" derecesinde 149 değerle öne çıkmaktadır. "Etkinlik Çeşitliliği" kriteri ise "Çok İyi" derecesinde 101 değerle dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, "Salonlar," "Otopark-Giriş" ve "Personel Yeterliliği" kriterleri de "Çok İyi" derecesiyle olumlu bir değerlendirme almıştır. "Konum-Ulaşım" kriteri ise "Çok İyi" ve "İyi" derecelerinde 19 değerle değerlendirilmiştir. "Temizlik" kriteri ise "İyi" ve "Çok İyi" derecelerinde toplamda 28 değerle değerlendirilirken, "Koruma-Güvenlik" kriteri sadece "Çok Kötü" derecesinde 1 değer olarak alt sıralarda yer almıştır. Genel olarak, farklı kriterler altında elde edilen bu değerler, mekanın hizmet kalitesini ve farklı yönlerini açıkça yansıtmaktadır. "Tesis Olanakları," "Hizmet" ve "Etkinlik Çeşitliliği" gibi alanlarda yüksek puanlar alınırken, "Koruma-Güvenlik" ve "Temizlik" gibi alanlarda daha fazla dikkat edilmesi gerektiği görülmektedir.

2018 yılında toplam 138 değeri analiz edilmiş ve bu değerler toplam veri setinin %100'ünü oluşturmuştur. Kriterlere göre dağılım incelendiğinde, en yüksek değer %29,00 ile "Tesis Olanakları" kriterinde elde edilirken, en düşük değer %0,00 ile "Koruma-Güvenlik," "Personel Yeterliliği" ve "Konum-Ulaşım" kriterlerinde tespit edilmiştir. 2019 yılında toplam 697 değeri analiz edilmiş ve bu değerler toplam veri setinin %100'ünü

oluşturmuştur. Bu yılın genel performansına bakıldığında, en yüksek değer %30.20 ile "Tesis Olanakları" kriterinde elde edilirken, en düşük değer %2.60 ile "Konum-Ulaşım" kriterinde tespit edilmiştir. 2020 yılında ise toplam 11 değeri analiz edilmiş ve bu değerler toplam veri setinin %100'ünü oluşturmuştur. "Tesis Olanakları" kriteri bu yılda da en yüksek değeri %45.50 ile elde ederken, en düşük değer %0.00 ile "Temizlik," "Personel Yeterliliği" ve "Konum-Ulaşım" kriterlerinde tespit edilmiştir. Toplamda, her yıl için farklı kriterler altında elde edilen toplam değerler ve yüzdeler, mekanın farklı yönlerinin yıllara göre nasıl değiştiğini ve geliştiğini göstermektedir. Bu değerler, her yılın performansını ve hangi alanlarda daha iyi sonuçlar elde edildiğini belirlemek açısından önemlidir.

Farklı kriterler altında erkek ve kadın cinsiyetleri arasında belirli bir tutarlılık ve farklılaşma görülmektedir. "Tesis Olanakları" ve "Hizmet" kriterleri her iki cinsiyet için de yüksek puanlar almış ve benzer değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bununla birlikte, "Etkinlik Çeşitliliği" kriterinde de benzer bir tutarlılık görülmektedir. Ancak, bazı kriterlerde cinsiyetler arasında farklılıklar vardır. Örneğin, "Salonlar" ve "Personel Yeterliliği" kriterlerinde kadın cinsiyeti daha yüksek puanlar almışken, "Otopark-Giriş" ve "Konum-Ulaşım" kriterlerinde ise erkek cinsiyeti daha yüksek puanlar almıştır. Ayrıca, "Temizlik" ve "Koruma-Güvenlik" kriterlerinde kadın cinsiyetinin daha düşük puanlar aldığı görülmektedir. Genel olarak, farklı cinsiyetlerin mekanı farklı açılardan değerlendirdiği ve bazı kriterlerde benzer düşüncelere sahip olduğu gözlemlenmektedir. Bu değerlendirmeler, mekanın hem cinsiyetler arası farklılıkları hem de benzerlikleri anlamak açısından önemlidir.

Her iki cinsiyet de "Olumlu" yorum niteliği altında yüksek oranda değerlendirmeler yapmıştır. Bu, mekanın genel olarak olumlu şekilde değerlendirildiğini göstermektedir. "Nötr" ve "Olumsuz" yorum nitelikleri ise her iki cinsiyet için de daha düşük yüzdelerle temsil edilmiştir. Ancak, kadın cinsiyeti "Olumlu" yorum niteliğinde daha yüksek bir yüzdeyle değerlendirme yapmışken, erkek cinsiyeti "Olumsuz" yorum niteliğinde daha yüksek bir yüzdeyle değerlendirme yapmıştır. Bu, cinsiyetler arasında yorum nitelikleri açısından bazı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Genel olarak, bu değerlendirmeler mekanın nasıl algılandığına ve farklı cinsiyetlerin mekan hakkındaki düşüncelerine ışık tutmaktadır. Yorum nitelikleri, mekanın genel izlenimini ve hizmet kalitesini anlamak için önemli bir gösterge olarak kullanılabilir.

Çeşitli mekan özellikleri farklı yorum türlerine göre değerlendirilmiştir. "Tesis Olanakları," "Etkinlik Çeşitliliği" ve "Hizmet" gibi kriterler "Olumlu" yorum türü altında yüksek yüzdelerle değerlendirilmiştir. Bu da mekanın genel olarak olumlu bir izlenim bıraktığını ve bu özelliklerin memnuniyetle karşılandığını göstermektedir. "Temizlik" ve "Koruma-Güvenlik" gibi kriterler daha düşük yüzdelerle değerlendirilmiş ve bu özelliklerin bazı kullanıcılar tarafından daha az olumlu algılandığı görülmüştür. "Otopark-Giriş" ve "Personel Yeterliliği" gibi kriterlerde ise "Olumlu" yorumlar çoğunluktadır, ancak "Olumsuz" yorumlar da gözlemlenmiştir. Genel olarak, farklı mekan özellikleri ve yorum türleri arasındaki ilişki incelendiğinde, mekanın hangi yönlerinin olumlu veya olumsuz olarak öne çıktığı ve hangi özelliklerin daha fazla dikkat gerektirdiği anlaşılmaktadır. Bu değerlendirme, mekanın hizmet kalitesini anlamak ve iyileştirme alanlarını belirlemek için önemli bir gösterge olarak kullanılabilir. Yerel yönetime bağlı olan yapı ile ilgili bu araştırma sonuçları, hem yapının ana kontrolünün sağlandığı merkez ilçe belediyesine hem de yapıyı faaliyetler anlamında yöneten işletmeye detaylı bir veri aynası mahiyetinde olup dikkate alındığı takdirde daha da gözde bir mekan olması için öneriler içermektedir.

KAYNAKÇA

Akgöz, E., Temizel, G. ve Otal, A. (2022). Kapadokya Bölgesi'nin Kongre Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1, Sayfa: 143-162.

Ankara Congressium Kongre Merkezi hakkında genel bilgiler www.atocongresium.com adresinden edinilmiştir. Son erişim tarihi: 28.01.2023.

Aydın, U. (2007). Yöneylem Araştırması, İşletmecilik Uygulamalı Bilgisayar Destekli Modelleme. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Aymankuy, Y. (2006). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları. Detay Yayıncılık. Ankara.

- Ayverdi, İ. (2005). Misalli Büyük Türkçe Sözlük. İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı.
- Baytok, A., Soybalı, H.H. ve Emir, O. (2010). Destinasyonların Toplantı Turizmi Amaçlı Pazarlanmasında Kongre ve Ziyaretçi Bürolarının Rolü: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23, 9-22.
- Boisen, M., Terlouw, K., Groote, P. ve Couwenberg, O. (2018). “Reframing place promotion, place marketing, and place branding –moving beyond conceptual confusion”, *Cities*, 80, s. 4-11.
- Clark, J. D. (2008). “Considering a conventioncenter: Ten questions communities will confort”, *Journal of Convention & Event Tourism*, 6(1–2): 5–21.
- Dolgun, M. Ö., Özdemir, T. G., ve Oğuz, D. (2009), Veri Madenciliğinde Yapısal Olmayan Verinin Analizi: Metin ve Web Madenciliği, *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 2(2), 48-58.
- Eminoğlu, E. 2019. "Katılımcı Algılarının Kongre Turizminin Geliştirilmesine Etkileri; Antalya İlinde Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul / Türkiye.
- Garda, B., Kurnaz, A. ve Avcı, H. (2016). “Konya İli'nin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, Sayı: 11, s. 172-185.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation, New York.
- Gündüz, H. ve Güler, M. E. (2015). Termal Turizm İşletmelerinde Çok Ölçütlü Karar Verme Teknikleri Kullanılarak Uygun Tedarikçinin Seçilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 203-222.
- İstanbul Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı hakkında genel bilgiler www.icec.org adresinden edinilmiştir. Ayrıca bazı yapı ile ilgili rakamsal veriler www.wikipedia.org adresinden edinilmiştir. Son erişim tarihi: 28.01.2023.
- Kanat İçöz, M. (2020). "Gösteri Salonlarının Akustik Girdilere Göre Mekânsal ve Yapısal Analizi: Konya Selçuklu Kongre Merkezi", Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya / Türkiye.
- Kapusuz, A.G. (2018). Turizmde Niş Pazarlar, içinde: *Etkinlik Turizminden M.I.C.E. Turizmine* (Ed: Göral, R.), (s: 197-212). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kilinç, U. (2020). Çevrim İçi Restoran Deneyimi Yorumlarının Karma Yöntem İle Analizi: Burdur Restoranları Örneği, *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 65-82.
- Kozak, M.A., Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Lin, H. C. K., Wang, T. H., Lin, G. C., Cheng, S. C., Chen, H. R. ve Huang, Y. M. (2020), Applying Sentiment Analysis to Automatically Classify Consumer Comments Concerning Marketing 4Cs Aspects, *Applied Soft Computing*, 97, 1-9.
- Nyurenberger, L., Sewruikov, I., Luchina, N. ve Shchetinina, N. (2019). *Economic and Social Development, “Congress Tourism As An Indicator Of The Development Of The Global And National Mice Industry”*, 47th International Scientific Conference on Economic and Social Development – Prague, 14-15 November 2019, Editors: Mario Konecki, Irena Kedmenec, Abey Kuruvilla.
- Öztaş, B. (2019). "Kongre Otelleri Standartları ve Tasarım Kriterleri Üzerine Bir Araştırma: Bursa'da Kongre Turizmi Olanakları", Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa / Türkiye.
- Sandıkçı, M., Çelik, S. ve Yayla, Ö. (2014). Sandıklının Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Marka Kent Sandıklı Sempozyumu 15-18 Ekim 2014*, Sayfa: 422-440.
- SKM. (2023). www.sckkonya.com, *Anadolu'nun En Büyük Kongre Merkezi*, <https://sckkonya.com/GenelBakis>, E. Tarihi: 18.01.2023.
- Šušić, V. ve Mojić, J. (2014). “Congress Tourism As A Market Niche Of Business Tourism”, *Economic Themes* 52 (4): 513-530.

- Şahin, E. ve Karakullukcu, B. (2019). Bir Kültürel Üretim Biçimi Olarak Etkinlik Pazarlaması ve Şehir Pazarlaması ile Olan İlişkisi: Selçuklu Kongre Merkezi Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Prof. Dr. Fuat Sezgin Özel Sayısı). Sayfa: 248-268.
- Şahin, N.N., Özata, E., Doğdubay, M. (2017). Müslüman Dostu Turizm Kapsamında Mice Turizm Organizasyonlarının Değerlendirilmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 23-31.
- Toksarı, M., İsen, İ. ve Dağcı, A. (2014). “Bir Şehrin Markalaşması ve Pazarlanması Süreci: Konya İlinde Bir Uygulama”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7 (1): 328-343.
- Turan, K.1997. Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale / Türkiye.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı verileri www.resmigazete.gov.tr adresinden edinilmiştir. Son erişim tarihi: 04.02.2023.
- Yakut, Ş. (2019). "Alternatif Turizm Kapsamında Kongre Turizminin Turizm Ekonomisine Katkısı: Antalya İli Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya / Türkiye.
- WebHarvy (2023). *Visual Web Scraping Software*, <https://www.webharvy.com/index.html>, E. Tarihi: 14.01.2023.