

**Kapadokya Bölgesi'nin Kongre Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine
Yönelik Bir Çalışma***

**A Research on the Determination of the Congress Tourism Potential of the
Cappadocia Region**

Erkan AKGÖZ^{1*}

Gamze TEMİZEL²

Ayşen OTAL³

¹Selçuk Üniversitesi, eakgoz@selcuk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6723-0271>

²Selçuk Üniversitesi, gamzetemazel@selcuk.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6576-1634>

³Selçuk Üniversitesi, aysen.otal@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1351-9461>

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 11.05.2022

Makale Kabul/Accepted: 07.06.2022

Araştırma Makalesi / Research Paper

Öz

Peribacaları, vadileri, mağaraları, yer altı şehirleri ve manastırları ile ünlü Kapadokya, her yıl birçok turist tarafından ziyaret edilmektedir. Ziyaretçiler sadece tarihi ve doğal güzellikler için değil, sosyal ve kültürel etkinlikler için de Kapadokya bölgesini tercih etmektedirler. Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmeleri; konaklama, yeme-içme, eğlence vb. hizmetleri sunmakta bununla birlikte bölge kongre, fuar ve festival gibi çeşitli etkinliklere de ev sahipliği yapmaktadır.

Bu çalışma ile dünya çapında üne sahip Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizm potansiyelinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada SWOT analizi tercih edilmiştir. Çalışmada öncelikle ulusal ve uluslararası literatürden yararlanılarak kongre turizmi kavramsal çerçevede ele alınmış, sonrasında veri toplama aracı olarak SWOT analizine uygun bir anket formu hazırlanmıştır. Veriler Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren 18 işletme yöneticisi, bölge ile ilgili çalışmaları bulunan 15 akademisyen, turizm eğitimi alan 20 lisansüstü öğrencisi ve Kapadokya bölgesinde kongreye katılan 10 katılımcının hazırlanan anket sorularına vermiş olduğu cevaplardan derlenmiştir. Sonuçlar elde edilen verilerin aritmetik ortalaması alınarak hazırlanan tablolar ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucuna göre ilgili kişi ve kuruluşlar için gerekli öneriler sunulmuştur.

Abstract

Famous for its fairy chimneys, valleys, caves, underground cities and monasteries, Cappadocia is visited by many tourists every year. Visitors prefer the Cappadocia region not only for its historical and natural beauties, but also for social and cultural activities. Tourism businesses operating in the region provide services such as accommodation, food and beverage, entertainment, etc.; besides the region also hosts various events such as congresses, fairs and festivals.

With this study, it is aimed to determine the congress tourism potential of the world-famous Cappadocia Region. For this purpose, SWOT analysis was preferred in the study. First of all, congress tourism was discussed in the conceptual framework by making use of national and international literature, and then a questionnaire form suitable for SWOT analysis was prepared as a data collection tool. The data were compiled from the answers given by; 15 business managers operating in the Cappadocia region, 15 academicians with studies on the region, 20 graduate students receiving tourism education and 10 participants attending the congress in the Cappadocia region. The results were analyzed with the tables prepared by taking the arithmetic average of the obtained data. According to the results of the analysis, necessary suggestions were presented for the relevant persons and organizations.

Anahtar kelimeler: Kongre, Kongre Turizmi, Destinasyon, Kapadokya

JEL kodları: L80, L83, Z32.

Keywords: Congress, Congress Tourism, Destination, Cappadocia

JEL codes: L80, L83, Z32.

* Bu araştırma 24-27 Mart 2022 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen "The Conference on Managing Tourism Across Continents (MTCO-2022)" isimli kongrede özet bildiri olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş halidir.

1. GİRİŞ

Turizm kavramına ilişkin tanımlama ilk kez Guyer Feuler tarafından 1905 yılında yapılmıştır. Bu tanıma göre turizm, yoğun iş hayatından uzaklaşarak hava değişimi yaşamak ve dinlenme ihtiyaçlarını gidermek için, doğal unsurları içeren farklı güzellikleri görme isteğine ve doğanın bireylere mutluluk verdiği inancına dayanan; özellikle sanayinin gelişmesi ile ulaşım ağının kusursuz hale gelmesinin bir sonucu olarak ülkelerin ve hatta bireylerin etkileşim içinde olmasına olanak sağlayan, modern çağa özgü bir olay olarak tanımlanmıştır (Kozak vd., 2018). Turizm bireylerin sadece tatil, eğlence ya da iş amacıyla yaptıkları faaliyetlerle kısıtlı değildir. Devamlı ikamet edilen yer dışına çıkmayı gerekli kılan bir diğer sebep de bilimsel ya da teknolojik gelişmelerden kaynaklı bilgi alışverişinde bulunmak maksadıyla düzenlenen kongre, konferans, sempozyum, panel gibi farklı isimler kullanılarak organize edilen toplantılara katılmaktır. Çeşitli organizasyonlara katılmak amacıyla yapılan bu seyahatler aynı zamanda iş turizmine fırsat sunan bir süreçtir. Bu süreç hem konaklama işletmeleri hem de seyahat acenteleri için önemli bir pazar alanıdır. Turizm organizasyonları içerisinde önem kazanan bu olay kongre turizmi olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakıcı, 2013: 1-8). Genel adı toplantı organizasyonları olan bu etkinliklerin temel amacı kişiler arası bilgi paylaşımında bulunulması iken bu organizasyonlara, dolayısı ile kongre turizmine dahil olan bireylerin temel motivasyonları da bilgi alışverişinde bulunmaktır.

Kongre turizmi ülkemizde ve dünya genelinde önemli alternatif turizm çeşitlerinden birisidir. Turistik açıdan kendini geliştirmiş ülke ve bölgeler önemli kongre destinasyonlarına sahiptir. Dünyada eğitim, sağlık, din, siyaset, spor gibi konularda kongreler düzenlenmektedir. Kongre turizmi, kongre organizasyonlarının içeriklerinin çok farklı konulardan oluşması nedeni ile turizm sezonu dışına yayılabilen, turizm faaliyetlerinde mevsimsel dengeleme sağlayan ve kazancı yüksek bir alternatif turizm çeşidi olarak ön plana çıkmaktadır (Ön ve Akyurt Kurnaz, 2021).

Anadolu'nun başta gelen turizm bölgelerinden biri olan Kapadokya, sahip olduğu tarihi dokusu, doğal güzellikleri ve otantik alanları ile farklı çekim unsurları olan önemli bir turizm bölgesidir. Kapadokya, alternatif ve özel ilgi turizmi alanlarında (macera turizmi, balon turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, doğa turizmi vb.) hizmet potansiyeli oldukça yüksek bir bölge olarak ön plana çıkmaktadır (Babacan Çengel, 2013).

Bu çalışma alternatif turizm çeşitlerinden kongre turizmini kavramsal çerçevede ele almaktadır. Nicel yöntemde tasarlanan çalışma Kapadokya Bölgesi üzerine yapılmıştır. Hazırlanan anket formu SWOT Analizine uygun formatta tasarlanmıştır. Alanında uzman akademisyenlerden görüş alınarak anket formuna son hali verilmiş, anketler katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır. Katılımcıların anket yanıtları SPSS programı ile analiz edilmiştir. Analizler sonucunda ilgili kurum ve kuruluşlar için öneriler geliştirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kongre Kavramı ve Kongre Turizmi

Kongre kavramı kelime anlamı olarak Latince "Congressus" sözcüğünden türemiş bir kelime olarak toplanma, buluşma ve bir araya gelme anlamına gelse de kavram zamanla bilgilenmek, bilgilendirmek, müzakere etmek ve tartışmak gibi anlamlar kazanmıştır

(Çağlar, 1997: 50). Bilgi ve iletişim kaynaklarında meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte bireyler, yeni ürün ve hizmetlerin keşfedilmesi sebebiyle belirli dönemlerde bir araya gelerek toplantılarda bilgi alışverişi yapma ve ürünleri tanıtmaya ihtiyacı hissetmişlerdir. Tanıtım ve bilgi alışverişi sebebiyle yapılan kongre turizmi, insanların toplantı amaçlı seyahatlerinde konaklama, ulaşım, eğlence ve yiyecek içecek hizmetlerinin karşılandığı önemli bir turizm çeşididir. Kongreler, ulusal veya uluslararası farklı meslek gruplarına mensup bireylerin fikir alışverişi ve tartışma amacıyla önceden belirlenen konular ve tarihler kapsamında bilinçli olarak bir araya geldikleri organizasyonlardır (Havuç ve Küçükaltan, 1996). Bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler, bireylerin yeni teknolojileri öğrenme isteği, yapılan bilimsel çalışmaların tanıtılması ihtiyacı ve fikir alışverişinde bulunma gerekliliği gibi nedenlerle dünya genelinde kongrelerin düzenlenme sıklığı giderek artmaktadır (Değirmencioglu, 2021). Modern turizmin en dinamik türlerinden biri olarak kabul edilen kongre turizmi, katılımcılarının bir meslek, şirket veya diğer kuruluşların üyeleri olarak dahil oldukları bilgi alışverişi maksatlı toplantılar ile seyahat ve tatilleri birleştiren bir turizm çeşididir (Vasiliki ve Tsalavoutas, 2015: 114).

Kongre turizminin bölgelere en önemli katkısı ekonomik anlamdadır. Kongre turizmine katılan bireylerin diğer turizm etkinliklerine katılan bireylere kıyasla yaptıkları harcamalar daha fazladır (Koşan, 1996; Çakıcı, 2013). Bir destinasyonu kongre katılımcısı olarak ziyaret eden bir turist ortalama harcamasının, klasik bir turist ortalama turist harcamasına göre 4 kat daha fazla olduğu ifade edilmektedir (Vasiliki ve Tsalavoutas, 2015: 114). Ayrıca kongre organizasyonları bireyler için yeni iş ve istihdam alanları sunduğu için ülkeler için de ekonomik açıdan önem arz etmektedir (Karasu, 1990). Uluslararası organizasyonlar sayesinde kongrelere ev sahipliği yapan ülkelere döviz girdisi sağlanmaktadır (Değirmencioglu, 2021: 24; Çakıcı, 2013; Özçelik Heper ve Saruşık, 2014). Türkiye'de sıradan bir ziyaretçinin ülkeye döviz katkısı 700 \$ civarında iken kongre maksadıyla ülkeye gelen bir ziyaretçi yaklaşık 2.200 \$ civarında döviz bırakmaktadır (Özçelik Heper ve Saruşık, 2014: 62). İnsanların bilgi alışverişinde bulunmak üzere bir araya gelme gereksinimleri ile ortaya çıkan kongre turizmi; toplantı, panel, konferans, kongre gibi çeşitli adlarla anılan ve katılımcı sayısı, konusu ve amacına göre çeşitlenen organizasyonlarla gerçekleştirilmektedir.

Uluslararası kongrelerin düzenleneceği destinasyon ve yerin karar verme sürecinde etkili olan pek çok faktörün olduğu ifade edilmektedir (Eren, 2021). Ritchie ve Crouch (1997) uluslararası kongre turizminde destinasyon ve yer seçimi sürecini açıklamak için bir model geliştirmişlerdir. Bu modele göre; ulaşılabilirlik, yerel destek, kongre dışı eğlence olanakları, konaklama tesisleri, toplantı olanakları, bilgi ve toplantı yerinin çevresi önemli kriterler arasında yer almaktadır. Opperman (1996)'a göre kongre düzenleyicilerinin kararlarını etkileyen farklı kriterler mevcuttur. Bu kriterler kongre için düşünülen bölgede mevcutsa kongre organizasyon sürecini olumlu yönde etkilemekte ve süreci hızlandırmaktadır. Hiyerarşik sıralamayla kongre kararını etkileyen faktörler; kongre salonları ve imkânları, konaklama işletmelerinin yeterliliği ve kalitesi, destinasyonun çekiciliği, imajı ve güvenliği, destinasyona havayolu ile ulaşım kolaylığı ve ulaşım maliyetleri, yeme-içme işletmelerinin yeterliliği ve kalitesi, sergi imkânları, gezi fırsatları ve iklimdir (Opperman, 1996: 15).

Özdemir (2014) çalışmasında iş turizmi kapsamında yapılan seyahatlerde normal turistler kadar olmasa da toplantılara katılan katılımcıların da boş zamanlarını değerlendirmek istediklerine dikkat çekmiştir. Kongre organizasyonlarının destinasyon seçiminde konum,

ulaşılabilirlik, kongre merkezlerinin özellikleri, teknik kapasitesinin yeterli olması, sergi imkanları vb. unsurlar destinasyon seçimine etki eden faktörler olarak belirlenmiştir. Kongre turizmi, katılımcıların ekonomik gelirlerinin yüksek olması ve gittikleri bölgelerde ortalamanın üzerinde harcama yapmaları sebebiyle öne çıkan bir turizm çeşididir. Kongre organizasyonlarının sağladığı yüksek geliri göz önünde bulunduran destinasyonlar, toplantı merkezlerinin teknik donanımını, ulaşım ve konaklama hizmetlerini geliştirerek bu sektörden aldıkları payı arttırmayı hedeflemektedirler (Özdemir, 2014).

Kongre organizasyonlarının katılımcılarının, gittikleri destinasyonlarda kalış sürelerini uzatarak turistik etkinliklere katılmaya devam etmeleri sebebiyle kongre turizmi diğer turizm faaliyetleri ile bağlantılıdır. Başarılı bir kongre organizasyonu, düzenlendiği bölgenin imaj ve marka değerine katkı sağlamakla birlikte, turizm sezonu dışında kalan dönemleri hareketlendirmek için de avantaj sağlayabilecek önemli bir turizm türü olması nedeniyle bölgeye maddi ve manevi olarak katkı sağlayacaktır (Eryılmaz, 2011; Baytok vd., 2010: 23).

2.2. Destinasyon Kavramı

Turizm temelde insanların yer değiştirmelerinden kaynaklanmaktadır. Yer değiştirmede en az iki yer söz konusudur. Birinci yerde insanların turizm gereksinimleri ortaya çıkmakta, ikinci yerde de bu gereksinim ve ihtiyaçlar karşılanmaktadır (İçöz vd., 2019). Kişilerin turizm hareketliliğinde gereksinim ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere varış yerleri destinasyon kavramıyla ifade edilmektedir.

Destinasyon farklı doğal özellikleri veya çekicilikleri olan ve ziyaretçilerin ilgisini çeken coğrafi bir yer olarak tanımlanmaktadır. Kökeni Fransızca olan destinasyon kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre; “varılacak olan yer” olarak ifade edilmektedir (Türk Dil Kurumu, 2022). Bir turizm destinasyonu, sunduğu turistik kaynaklar ile turist çeken ve ziyaretlerde konaklama imkânı sunan, turizmin bir parçası olan birçok kurum ve kuruluşla bağlantılı karmaşık ve yoğun emek isteyen bir süreçtir (Özdemir, 2014). Buhalis (2000)'e göre Destinasyon, turistlerin çekiciliği yüksek ve özgün olarak nitelendirdikleri coğrafi alanlardır. Destinasyonlar, tüketicilere bütünlük bir deneyim sunan turizm ürünlerinin karışımıdır. Destinasyon aynı zamanda turistlerin kültürel birikimlerine, ziyarette bulunma amaçlarına, eğitim düzeylerine ve deneyimlerine dayanarak öznel olarak yorumladıkları soyut bir olgudur (Buhalis, 2000: 97-98). Bir başka tanımda Tosun ve Jenkins (1996) destinasyonu “ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan olarak önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dahili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge” olarak ifade etmişlerdir (Tosun ve Jenkins, 1996: 520).

Turizm literatüründe destinasyonunun genel olarak coğrafi bir yer olduğu konusunda fikir birliği olduğu görülmektedir. Bir bölgenin turistik destinasyon olabilmesi için su, elektrik, haberleşme, ulaştırma, kanalizasyon, sağlık ve güvenlik sistemleri gibi alt-yapı yatırımlarının; konaklama ve konaklama alanında yoğunlaşan üst-yapı yatırımlarının; yiyecek-içecek tesisleri, sportif tesisler, eğlence ve gece kulüplerinin; turizmle ilgili mal ve hizmet üreten endüstri kuruluşlarının; mal ve hizmetlerin pazarlamasını yapan ticari

kuruluşların; turizm finansmanını sağlayan finansman ve sigorta kuruluşlarından oluşan tamamlayıcı yan turistik yatırımların varlığı oldukça önemlidir (Özer, 2021).

Farkındalık yaratmayı başarmış ve olumlu bir imaja sahip olan turizm destinasyonları rekabet içindeki oldukları bölgelere karşı avantajlı konumdadır. Markalaşma düzeyinde kimlik yaratan ve farklılaşan bir destinasyon, turistlere unutulmayacak bir deneyim sunduğu takdirde turistler buldukları bölgeden memnuniyete ayrılırlar ve bu destinasyonun zihinlerinde oluşturduğu olumlu imaj ile bölgeyi tavsiye etmekle birlikte bölgeye sadık kalarak tekrar ziyaret etme eğilimi içinde olabilmektedirler. Kapadokya Bölgesi'nde yapılan bir araştırmaya göre bölgenin doğal oluşumları ve tarihi mekanların varlığı sebebiyle tekrar ziyaret ve tavsiye edilmek üzere olumlu imajı olduğu ifade edilmektedir (Çiçek ve Ilgaz, 2015).

Günümüzde İstanbul başta olmak üzere Antalya, İzmir, Konya ve Ankara kongre turizminde öne çıkan destinasyonlardır. Eşi benzeri olmayan peribacası oluşumları, zengin tarihi ve kültürel dokusu ile birçok turizm çeşidini bünyesinde bulunduran Kapadokya Bölgesi de kongre turistleri ve aileleri için ilgi çekici bir destinasyondur (Eren ve Alaşhan, 2020). Bölge kongre katılımcıları için organizasyonlardan arta kalan zamanlarının değerlendirmeleri açısından heyecan uyandıracak ve keşfedilmeye değer bir destinasyondur. Büyük şehirlerde karşılaşılan çevre kirliliği ve ulaşım ağında yaşanan problemler göz önüne alındığında, Kapadokya bölgesi gibi yorucu olmayan ve hizmet kalitesinin iyi olduğu yeni destinasyonların tercih edilmesi mümkündür (Ersun ve Arslan, 2009).

3. KAPADOKYA BÖLGESİ'NİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİ

Çekici bir destinasyon olan Kapadokya Bölgesi, sınırlarında faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı oteller ile kongre turizmi imkânı sunmaktadır. Birçok medeniyete ev sahipliği yapan coğrafi konumu ve doğal turizm potansiyeli ile bölge keşfedilmeyi bekleyen bir destinasyondur. Bölgede varlığını sürdüren ve UNESCO tarafından koruma altına alınarak milli park ilan edilen doğal oluşumlar mevcuttur. Kapadokya Bölgesi çok eski çağlardan itibaren var olması ve birçok kültürün izlerini taşıması sebebiyle yerli ve yabancı pek çok ziyaretçi için cazibe merkezidir (Zengin ve Eker, 2021). Gerek kültürel değerleri gerekse doğal güzellikleri ile bölge alternatif turizm çeşitlerinden kültür turizmi, inanç turizmi, balon turizmi, termal ve sağlık turizmi, gastronomi turizmi, deneyim ve macera turizmi ve kongre turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir.

Kongre düzenleyicilerinin destinasyon seçiminde göz önünde bulundurdıkları etmenler; bölgede konaklama işletmelerinin yeterli seviyede bulunması, yerel ve dünya mutfağına hitap eden restoran işletmelerinin varlığı, şehir içi ulaşım ağının bulunması ve ulaşımın güvenilir bir biçimde sağlanabilmesi, bölgenin otantik değerlerine sahip olması, bölgede alış-veriş eğlence/dinlence imkânı sunan işletmelerin varlığı ve bu işletmelerin kalitesi şeklinde sıralanmaktadır (Yücel, 2005). Kapadokya Bölgesi bu bakımdan sahip olduğu ayrıcalıklar ile önemli bir destinasyondur. Bölge 1985 yılında Unesco tarafından kültürel ve doğal koruma alanı ve insanlığın ortak mirası olarak dünya mirasları listesine alınmıştır (Ödemiş, 2008). Bölge peribacası oluşumlarının yanı sıra binlerce yıldır ev sahipliği yaptığı birçok uygarlığın mirası olan tarihi değerleri, volkanik dağların oluşturduğu güzellikleri, dini, kültürü, insanı, sanatı, sanatçısı, mutfağı, el sanatları, bezemeleri ile şarap, halı-kilim,

çömlek-seramik üretimi ve onyx atölyeleri ile turistleri cezbeden bir yerdir (Zengin ve Eker, 2021).

3.1. Coğrafi Konumu ve İklimi

Kapadokya Bölgesi olarak adlandırılan coğrafya Kayseri, Niğde, Kırşehir, Aksaray illerini kapsamakta iken günümüzde yoğun olarak Nevşehir ili ile özdeşleşmiştir (Ersun ve Arslan, 2009). Nevşehir ili İç Anadolu Bölgesi'nde bulunmaktadır. Şehir Erciyes, Melendiz ve Hasan Dağı gibi sönmüş volkanik patlamaların kül ve lavlarının birikmesiyle oluşmuş çok geniş bir alan üzerine kuruludur (Nevşehir50.com, 2012). Kapadokya; Nevşehir ili, Ürgüp ve Avanos yerleşimleri, Karain, Karlık, Yeşilöz ve Soğanlı alanları ile Kaymaklı ve Derinkuyu Yeraltı şehirlerini kapsayan, güneyinde aktif olmayan volkanik dağlardan olan Hasan Dağı ve doğusunda Erciyes Dağı ile sınırlanan bölge olarak belirtilmektedir (Baydan, 2021). Karasal iklime sahip olan Kapadokya, yaz aylarında sıcak ve az yağışlı iken kış aylarında kar yağışlı ve soğuk/sert bir havaya sahiptir. Bölge Kızılırmak çevresi diğer bölgelere nispeten daha ılıman bir iklime sahiptir. Tarım ekonomisini ağırlıklı olarak patates ve üzüm yetiştiriciliği oluştururken; halıcılık, kilimcilik, şarapçılık, çömlekçilik de bölge nüfusunun önemli gelir kaynaklarından (AHİKA, 2014).

3.2. Ulaşım

Karayolu ve havayolu ile ulaşım sağlanan Kapadokya Bölgesi'nde yer alan Nevşehir'in ulaşım yönünden avantajlı konumdadır. Türkiye'nin orta kısımlarında yer aldığı için birçok güzergâh üzerinden ulaşım sağlanabilmektedir. Bölgeye 30-35 km uzaklıkta olan Nevşehir'e, Kapadokya Havalimanı ile havayolu ulaşımı sağlanmaktadır. Bölgede aktarmalı havayolu ulaşımında kullanılan bir diğer alternatif ise Kayseri de bulunan havaalanıdır (AHİKA, 2014). Ayrıca demiryolu bakımından gelişmiş olan Kayseri ili aktarmalı ulaşım için bir diğer seçenek olarak kullanılmaktadır.

3.3. Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Kapadokya, sahip olduğu değerleri ile Anadolu'nun en önemli turizm rotalarından birisidir (Zengin ve Eker, 2021). Turistik bir ağa sahip olan Kapadokya Bölgesi, sosyal ve kültürel faaliyetler yönünden oldukça zengindir. Bölgede 20'den fazla kilise, kaleler, vadiler ve yer altı şehirleri bulunmakla birlikte bölge eğlence merkezleri ve turistik aktiviteler ile birçok imkân sunmaktadır. Nevşehir'de ziyaretçiler il ve ilçe sınırlarında yer alan butik oteller, hosteller, kamp alanları ile 4 ve 5 yıldızlı otelleri tercih ederek konaklama seçeneklerinden faydalanabilmekte; konaklama dışında eğlence ve dinlence gibi hizmetler sunan işletmeleri de tercih edebilmektedirler (Babacan Çengel, 2013).

Kapadokya'nın en önemli ilçelerinden biri olan Avanos el sanatları, çanak-çömlek, seramik ve halı-kilim atölyeleri ile önemli bir çekim merkezidir. Kızılırmak ile ikiye bölünen Avanos gerek manzarası gerekse kano turları ile bölgeyi canlandırmaktadır. Tarihi konakları ve sokakları ile Avanos'ta Alâeddin Camii, Zelve Açık Hava Müzesi, Paşa Bağları, Çavuşin Köyü, Özkonak Yeraltı Şehri, Dervent Vadisi gibi önemli kültür ve turizm değerleri bulunmaktadır (TÜRSAB, 2020).

Birçok kiliseye ev sahipliği yapan Göreme Bölgesi ise kültür ve inanç turizmi merkezlerinden biridir. UNESCO tarafından 1985 yılında koruma altına alınan Göreme Milli Parkı her yıl birçok ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadır. Bölge Güvercinlik, Zemi, Aşk

Vadisi gibi pek çok vadi ve balon kalkış noktaları ile ziyaretçilere farklı deneyimler sunmaktadır. Sosyal ve kültürel faaliyetler yönünden zengin olan Kapadokya Bölgesi ziyaretçilere Jeep safari, ATV turları, vadi yürüyüşleri ve at binicilik tesisleri ile hoş vakit geçirecekleri alanlar sunmaktadır. Kapadokya Bölgesi dünya mutfağı üzerine hizmet sunan pek çok yiyecek-içecek işletmesine de ev sahipliği yapmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1985).

3.4. Nevşehir Bölgesi'nde Bulunan Kongre Merkezleri ve Toplantı Salonları

Kültür ve turizm bakanlığı verilerine göre Nevşehir'de 325 adet A grubu seyahat acentesi faaliyetlerini sürdürmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Bununla birlikte Kapadokya Bölgesi'nde kongre faaliyetlerinde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersizdir. Bölgede bulunan seyahat acenteleri genellikle bölge için tatil ve alternatif turizm çeşitlerinden doğa turizmi, at ve bisiklet turları, balon turları, vadi turları vb. etkinlikleri organize ederek hizmet sunmaktadırlar (Ersun ve Arslan, 2009).

Kapadokya bölgesinde kongre organizasyonlarına ev sahipliği yapan tesisler; belediyeye ait Kültür Merkezleri, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi bünyesindeki kongre salonları ile bölgede hizmet veren 4 ve 5 yıldızlı otellerdir.

Nevşehir'de kamu eliyle yapılan kültür yatırımları desteği kapsamında ödenek sağlanan altı adet kültür merkezi bulunmaktadır. Bu tesisler bünyesinde çeşitli büyüklüklerde salonlar ile kongre organizasyonlarına ev sahipliği yapılmaktadır. Bahsi geçen merkezler; Nevşehir Valiliği (Özel İdare) Acıgöl Kültür Evi, Nevşehir Ürgüp Belediye Başkanlığı Kongre Merkezi, Nevşehir Acıgöl Tatların Belediye Başkanlığı Gençlik ve Kültür Evi, Nevşehir Çat Belediye Başkanlığı Çok Amaçlı Kültür Merkezi, Nevşehir Nar Belediye Başkanlığı Kaya Oyma Kültür Merkezi ve Nevşehir Uçhisar Belediye Başkanlığı Turgut Özal Kültür Merkezi'dir.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kültür ve Kongre Merkezi, Kapadokya Bölgesi'nde kongre organizasyonlarına ev sahipliği yapan önemli tesislerden biridir. Merkez bünyesinde toplam 4 adet salon ile (Damat İbrahim Paşa Salonu, Karavezir Salonu, Mustafa Hayri Efendi, Gülşehri Salonu, Sarı Saltuk Salonu) toplam 2150 koltuk kapasitesi mevcuttur. Salonlar konferans, sempozyum, panel, görsel ve işitsel etkinlikler ve sahne sanatları için akustik, mekanik ve elektronik donanıma sahiptir. Kongre Merkezi'nin her iki katında da kafeterya ve dinlenme alanları mevcuttur (Nevşehir HBV Üniversitesi, 2021).

Kapadokya Bölgesi'nde kongre etkinliklerinin düzenlendiği bir diğer tesis türü de bölgede hizmet veren 4 ve 5 yıldızlı otellerdir. Nevşehir bölgesinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı oteller incelenirken otel arama motoru olan "otelleri.net" sitesi verilerinden faydalanılmıştır (Otelleri.net, 2021). Sitede toplantı ve kongre imkânı sunan oteller telefonla aranarak toplantı salonu kişi kapasiteleri hakkında bilgi alınmıştır. Bu kapsamda 29 adet 4 ve 5 yıldızlı otel incelemiştir. İncelenen 29 otelden 12 tanesinde toplantı salonu mevcuttur. Toplantı ve kongre kriterine uyan otellerin Covid-19 tedbirleri kapsamında güncellenen salon bilgileri aşağıda Tablo 1. ile ifade edilmektedir. Tablo 1.'e göre Nevşehir Bölgesi'nde Bulunan Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin bünyesinde kongre organizasyonlarına hizmet edecek 5000 kişiye yakın salon kapasitesi mevcuttur.

Tablo 1: Nevşehir Bölgesi'nde Bulunan Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Kapasiteleri

	Otel Adı	Oda Sayısı	Salon Kişi Kapasitesi
1	Divaisib Termal Resort Hotel&SPA	235	200
2	Suhan Cappadocia Hotel&SPA	450	300
3	Ramada by Wyndham Cappadocia	211	282
4	Dinler Hotel Ürgüp	188	300
5	Perissia Hotel & Convention Center	352	1000
6	Sanitas Thermal Suites Hotel	255	600
7	Kapadokya Lodge	144	400
8	Burcu Kaya Hotel	82	250
9	Otel Mustafa	230	200
10	Kozaklı Grand Termal Otel	152	350
11	Altınöz Otel	79	200
12	Crowne Plaza Cappadocia	189	600

4. SWOT ANALİZİ

SWOT Analizi ilk olarak Prof. Heinz Wehrich tarafından 1982 yılında Long Range Planning dergisinde yayınlanan The TOWS Matrix – A Tool for Situational Analysis adlı makalesi ile ortaya atılmıştır. Analiz ortaya çıktığı dönemde ilgi görmüş ve stratejik planlama kavramı ile ilgili yayınlarda adından söz ettirmiştir. Güncelliğini koruyarak birçok kurum ve işletme tarafından kullanılmakta olan yöntem işletmeler ya da bölgeler için analiz yöntemi olarak pratik ve güvenlidir (Hamdioğlu, 2002: 16). SWOT analizi bir kuruluş yada bölgenin, kaynak yeterliliklerini ve eksikliklerini; bununla birlikte pazar fırsatlarını ve geleceğine yönelik dış tehditleri ölçmek için basit ama güçlü bir araçtır (Thompson vd., 2007: 97). Bu analizde amaç mevcut durumun ortaya konması, önceliklerin belirlenmesi, ilerleme ve gelişim için stratejik konuların tespit edilmesidir (Mücevher, 2021). SWOT Analizi ile ilk olarak bir işletme ya da bölgenin hem uzak hem yakın dış çevresi ve iç çevresinin analizleri yapılarak (Çınar ve Oğuz, 2020) mevcut durumu tespit edilmektedir. Mevcut durum tespitinden sonra işletme ya da bölgenin güçlü yönleri ve zayıf yönleri tespit edilmekte, gelecek durum analizi ile işletmenin ya da bölgenin karşılaşılabileceği fırsatlar ya da tehditler saptanmaktadır (Aktan, 1999). SWOT aşağıda açıklanan İngilizce “Strengths, Weaknesses, Oppurtunities ve Threats” kelimelerinin baş harfleri ile oluşturulmuş bir kısaltmadır:

- S (Strengths): Üstünlüklerin tespit edilmesi için kullanılmaktadır.
- W (Weaknesses): Zayıflıkların tespit edilmesi için kullanılmaktadır.
- O (Oppurtunities): Fırsat sunan alanların tespiti için kullanılmaktadır.
- T (Threats): Tehlike ve tehdit sunan alanların tespit edilmesi için kullanılmaktadır.

SWOT analizinin ilk aşaması üstünlüklerin tespit edilmesidir. Üstünlükler bir işletme yada bölgenin, hizmet verdiği veya hizmet etmeyi beklediği pazarların ihtiyaçlarına yönelik rakiplerine kıyasla daha iyi şartlarda sahip olduğu bir kaynak, beceri veya başka bir avantajdır. Bununla birlikte üstünlük bir işletme yada bölgeye pazarda karşılaştırmalı bir avantaj sağlayan ayırt edici bir yetkinliktir (Thompson ve Strickland, 1989: 109). SWOT analiziyle işletme veya bölgelerin güçlü yanlarının (strengths) tespit edilmesi herhangi bir sorunla

karşılaştıklarında bunlarla mücadele etme gününü artırmaktadır (Dinçer, 1994: 14). Güçlü yönler belirlenirken iç çevre analizi yapılarak işletme ya da bölgenin rakiplerinin önüne geçmesini sağlayacak yeteneklerini ön plana çıkarmak esastır (Ülgen ve Mirze, 2014: 161).

SWOT analizinin ikinci aşaması zayıflık ya da zayıf yanların tespitidir. Zayıflık işletme ya da bölgenin rakiplerine kıyasla daha kötü olduğu bir durumu (Dinçer, 1994: 14) ayrıca işletme ya da bölgenin mevcut varlıklarının rekabet piyasasında istenilen başarıyı gösterememesini de ifade etmektedir (Ülgen ve Mirze, 2014: 161). Bir diğer ifadeyle zayıf yanlar işletmelerin belirlediği misyon ve vizyon hedeflerine ulaşabilmesini engelleyen, kendi bünyesinde var olan olumsuz durumlardır (Pehlivan, 2015). Eğitimsiz iş gücü, ham maddeye ulaşım zorlukları, maliyetlerin yüksek olması, coğrafi şartların zorluğu, tesis ve finansal kaynak yetersizlikleri, pazarlama becerileri ve marka imajında eksiklikler zayıf yönler için örnek verilebilir (Yumuk ve İnan, 2005: 183; Pearce and Robinson, 1991: 182).

SWOT analizinin üçüncü aşaması fırsatların tespitidir. Fırsat, beklenmedik anlarda avantaj yaratacak unsurların kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Dinçer, 1994: 14). Fırsatlar iyi değerlendirildiği takdirde bölge ya da işletme için varlığını rahatça sürdürebileceği ve rekabet üstünlüğü elde edebileceği bir alan sunmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2014: 161). Fırsatların tespiti güçlü yönlerin tespitine oldukça benzeyen bir adımdır ancak güçlü yönlerden farkı fırsatların çalışma alanının dışında gelişiyor olmasıdır. Küresel etkiler, pazardaki değişimler, bölgeye yatırım yapabilecek yatırımcıların olması, çeşitli sektörlerle elverişli iklim veya coğrafya fırsatları için örnek verilebilir (Yumuk ve İnan, 2005: 183).

SWOT analizinin dördüncü ve son aşaması ise tehditlerin tespitidir. Tehdit, karşılaşılan bir sorun ya da olumsuzluk durumunda bir işletmenin bölgedeki etkinliğini kaybetme ihtimali olarak tanımlanmaktadır (Göl, 1995). Tehdit faktörleri bir işletme veya bölgenin pazardaki varlığını sürdürmesine engelleyerek rekabet ortamında üstünlüğünü yitirmesine ve zamanla yok olmasına sebep olabilmektedir (Ülgen ve Mirze, 2014: 161). Bir işletmenin ya da bölgenin sunduğu bir hizmetin başka bir bölgede ya da başka bir işletme tarafından daha ucuza mal edilmesi tehdit unsuruna örnek olabilir (Yıldırım, 2002).

5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizm potansiyelinin belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışma için SWOT analizi tercih edilmiştir. Ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılarak kongre turizmi kavramsal çerçevede ele alınmıştır. Araştırma nicel yöntemde tasarlanmış olup veri toplama aracı olarak SWOT analizine uygun bir anket formu hazırlanmıştır.

5.1. Evren ve Örneklem

Bilimsel bir araştırmada verileri elde etmek amacıyla, çalışmaya dahil olması planlanan bireylerin oluşturduğu katılımcı gruba evren adı verilmektedir. Bu çalışmanın evreni olarak Kapadokya Bölgesi'nde yaşayan ve bölge ile ilgili çalışmaları olan bireyler seçilmiştir. Araştırmada verileri toplamak amacıyla evreni temsil edecek katılımcıların bir araya gelmesi örneklem olarak tanımlanmaktadır (Sönmez ve G. Alacapınar, 2020: 309). Nicel çalışmalarda örneklemin hem nicelik hem de nitelik yönünden evreni kapsamaması gerekmektedir. Bu çalışmanın örneklem grubunu; Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren 18 işletme yöneticisi, bölge ile ilgili çalışmaları bulunan 15 akademisyen, turizm eğitimi alan 20

lisansüstü öğrenci ve Kapadokya Bölgesi'nde kongreye katılan 10 katılımcının oluşturmaktadır. Anket katılımcıları kolayda örnekleme yöntemi ile tespit edilmiştir.

5.2. Veri Toplama Tekniği

Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket soru formuna başvurulmuştur. Anket formu oluşturulurken ilgili literatür taraması yapıldıktan sonra SWOT analizine uygun soru formu oluşturulmuştur. Oluşturulan soru formuna SWOT analizi konusunda çalışmaları bulunan 3 akademisyenden görüş alınarak son hali verilmiştir. Soru formunda SWOT analizine ilişkin ifadeler sırasıyla güçlü yönler, zayıf yönler, fırsat ve tehditler ile ilgili ifadeler içeren sorularla oluşturulmuştur. Beşli Likert ölçeğine göre hazırlanan soru formuna katılımcılardan 1 ve 5 (1- Hiç Katılmıyorum / 5- Tamamen Katılıyorum) yanıt vermeleri istenmiştir. Araştırma verileri Şubat 2022 tarihinde yüz yüze görüşmelerle elde edilmiştir.

6. BULGULAR

Çalışmaya ait bulgular altı ana tabloda incelenmiş ve yorumlanmıştır. Birinci tabloda katılımcıların demografik verileri incelenmiştir. İkinci tabloda Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizmi SWOT analizi verileri incelenmiştir. Diğer dört tabloda sırasıyla bölgenin güçlü yönlerine, zayıf yönlerine, fırsat ve tehdit unsurlarına yönelik veriler ayrı ayrı tablolar halinde incelenmiştir. Aşağıda Tablo 2.'de araştırmaya katılan bireylere ilişkin demografik veriler paylaşılmaktadır.

Tablo 2: Demografik Veriler

		N	%
Çalışma Katılımcıları	İşletme Yöneticisi	18	28,6
	Lisansüstü Öğrenciler	20	31,7
	Kongre Katılımcıları	10	15,9
	Akademisyenler	15	23,8
Cinsiyet	Kadın	23	36,5
	Erkek	40	63,5
Medeni Durum	Bekâr	26	41,3
	Evli	37	58,7
Yaş	21-29 yaş	26	41,3
	30-39 yaş	18	28,6
	40-49 yaş	16	25,4
	50 ve üstü	3	4,8
Eğitim	Lise	3	4,8
	Ön lisans	2	3,2
	Lisans	10	15,9
	Lisansüstü	48	76,2

Tablo 2.'ye göre araştırma kapsamında yer alan katılımcıların 40'ı erkek, 23'ü kadın olmak üzere 63 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların 26'sı bekâr, 37'si evlidir. Araştırmaya katılanların eğitim düzeyleri incelendiğinde 3 kişinin lise, 2 tanesinin ön lisans, 10 kişi lisans geri kalan 48'inin de lisansüstü eğitim aldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların büyük bir

bölümü 50 yaşı altındaki kişilerden oluşmaktadır. Bu durum turizm sektörünün ne kadar dinamik olduğunu da doğrular niteliktedir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde hazırlanan Tablo 3. ile araştırma kapsamında elde edilen bulgular neticesinde Kapadokya Bölgesi'nin SWOT analizi sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo 3: Kapadokya Bölgesi SWOT Analizi Sonuçları

GÜÇLÜ	Ort.	ZAYIF	Ort.
Kapadokya coğrafi konum ve iklim açısından kongre turizmi için uygundur.	4,21	Kapadokya bölgesi ulaşım imkânları açısından kongre turizmine uygun değildir	2,27
Peri bacaları, yeraltı şehirleri, kaya oteller, açık hava müzeleri, İhlara vadisi, Paşabağları ve ilçelerde bulunan kaleler bölge için çekim merkezi unsurudur.	4,82	Kapadokya Bölgesi kongre turizmi katılımcıları için pahalı bir bölgedir	2,32
Bölge kongre turizmi dışındaki vakitler için de (Balon turu, at safari, doğa yürüyüşü, bisiklet ve ATV turu, çömlek atölyeleri vb.) uygundur.	4,79	Kamu ve özel kuruluşlar bölgenin kongre turizminin desteklememektedir.	2,83
Kongre turizmine katılan turistlerin harcamalarının diğer turist harcamalarına göre daha fazla olduğundan ekonomik etkisi yüksektir.	3,62	Kapadokya Bölgesinin konaklama ve kongre merkezlerinin kapasitesi yetersizdir.	2,56
Kapadokya Bölgesindeki yükseköğretim kurumları kongre turizmi için avantaj sunar.	4,06	Kapadokya Bölgesinde faaliyet gösteren işletmelerde kalifiye personel sıkıntısı vardır	3,11
Kongre turizmi Kapadokya'da turizm faaliyetlerinin 4 mevsime yayılmasına imkân sunar.	4,33	Kapadokya Bölgesindeki turizm işletmeleri kongre turizmi için yeterli teknik (ses, görüntü, ışık vb.) donanım bulunmamaktadır.	2,84
Ulusal ve Uluslararası kongre organizasyonları bölgenin imajına olumlu katkı sağlar.	4,70	Bölgedeki işletme yöneticileri kongre turizminin önemi hakkında yeterli bilgiye sahip değildir	3,10
FIRSAT	Ort.	TEHDİT	Ort.
Kapadokya Bölgesindeki rekreasyon alanları ve ören yerleri kongre turizmi için yeterlidir.	4,05	Kapadokya Bölgesi'nde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersizdir	3,48
Kapadokya Bölgesi, kongre turizmi organizatörleri için uygun maliyettedir.	3,60	Ankara, Konya gibi kongre turizmi için avantajlı şehirlere yakın olması tehdittir.	3,37
Kapadokya Bölgesi yeni bir kültür deneyimi yaşamak için avantajlı bir konumdadır.	4,38	Kongre turizmine yönelik faaliyet gösteren işletmelerde yeterli kalifiye personelin bulunmaması tehdittir.	3,29
Kongre turizmi için bölgeye gelen misafirler, bölgeyi farklı amaçlarla da ziyaret eder.	4,56	Bölgede kongre turizmine yönelik faaliyet gösteren nitelikli tesis sayısının az olması tehdittir.	3,16
Kongre turizmi, bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimine katkı sağlar.	4,43	Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	2,10
Düzenlenen festival, fuar, panayır ve şenlik gibi etkinlikler bölgenin tanıtımına katkı sağlar.	4,62	Bölgenin alt ve üst yapı yatırımları yeterli düzeyde gelişmemektedir.	2,97
Kongre turizmi bölgede faaliyet gösteren diğer işletmelerin faaliyet sürelerini ve gelirlerini artırır.	4,48	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması bölge için tehdittir.	3,41

Tablo 3. incelendiğinde bölgenin güçlü yönleri olarak bölgedeki turist çekim unsurları, bölge de kongre turizmi haricinde birçok aktivite fırsatı sunması ve yapılan kongrelerin bölgenin

imajına katkı sağlaması gibi unsurların ön plana çıktığı görülmektedir. Zayıf yön olarak kalifiye personel sıkıntısı, işletme yöneticilerinin kongre turizmi hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması ve bölgede faaliyet gösteren işletmelerin teknik donanımlarının yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Bölgede düzenlenen festival, fuar, panayır ve şenlik gibi etkinlikler bölgenin tanıtımına katkı sağlaması, kongre turizmi için gelen katılımcıların bölgeyi farklı amaçlarla da ziyaret etmesi ve işletmelerin faaliyet sürelerini uzatması fırsat unsuru olarak kabul edilmektedir. Kapadokya Bölgesinde kongre turizmi açısından uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısının yeterli olmaması, teknolojik gelişmeler sayesinde online kongre fırsatlarının artması ile kongre turizmi açısından gelişmiş şehirlere yakınlığından dolayı da tehdit oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Aşağıda Tablo 4.'te Kapadokya Bölgesinin kongre turizmi açısından güçlü yönlerine ilişkin, araştırma bulgularına yer verilmektedir.

Tablo 4: Kapadokya Bölgesi Kongre Turizmi Güçlü Yönleri

Grup	İfadeler	Ort.	Genel	İfadeler	Ort.
Akademisyen	Bölge kongre turizmi dışındaki vakitler için uygundur.	4,73		Bölge kongre turizmi dışındaki vakitler için uygundur.	4,81
	Kongre organizasyonları bölgenin imajına olumlu katkı sağlar.	4,73			
	Kongre turizmüne katılanlar daha fazla harcama yapar.	4,60			
Katılımcılar	Kongre organizasyonları bölgenin imajına olumlu katkı sağlar.	4,90		Kongre organizasyonları bölgenin imajına olumlu katkı sağlar.	4,79
	Bölge kongre turizmi dışındaki vakitler için uygundur.	4,80			
	Kongre turizmüne katılanlar daha fazla harcama yapar.	4,70			
İşletme Yöneticileri	Bölge kongre turizmi dışındaki vakitler için de uygundur.	4,89		Kongre turizmüne katılanlar daha fazla harcama yapar.	4,70
	Kongre organizasyonları bölgenin imajına olumlu katkı sağlar.	4,83			
	Kongre turizmüne katılanlar daha fazla harcama yapar.	4,67			
Lisansüstü Öğrenciler	Bölge kongre turizmi dışındaki vakitler için de uygundur.	4,80		Kongre turizmüne katılanlar daha fazla harcama yapar.	4,70
	Kongre turizmüne katılanlar daha fazla harcama yapar.	4,80			
	Kongre organizasyonları bölgenin imajına olumlu katkı sağlar.	4,75			

Tablo 4. incelendiğinde çalışmaya dahil edilen akademisyenler, katılımcılar ve lisansüstü öğrenciler Kapadokya Bölgesinin kongre turizmi açısından güçlü yönü olarak olumlu destinasyon imajını ön plana çıkarırken, işletme yöneticileri bölgenin kongre turizmi dışında da farklı aktivitelere sahip olmasına vurgu yapmaktadırlar. Araştırma kapsamında yer

alanların genel kanaati incelendiğinde ise bölgede kongre turizmi açısından farklı aktivitelerin olması daha fazla dikkat çekmektedir.

Hazırlanan Tablo 5. ile Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizmi açısından zayıf yönlerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 5: Kapadokya Bölgesi Kongre Turizmi Zayıf Yönleri

Grup	İfadeler	Ort.	Genel	İfadeler	Ort.
Akademisyen	Kapadokya Bölgesinin konaklama ve kongre merkezlerinin kapasitesi yetersizdir.	3,33		Genel	Kapadokya Bölgesinin konaklama ve kongre merkezlerinin kapasitesi yetersizdir.
	Kapadokya bölgesi ulaşım imkânları açısından Kongre turizmine uygun değildir.	3,00			
	Kamu ve özel kuruluşlar bölgede kongre turizmini desteklememektedir.	2,80			
Katılımcılar	Kapadokya bölgesi ulaşım imkânları açısından Kongre turizmine uygun değildir.	2,90	Genel	Kapadokya bölgesi ulaşım imkânları açısından Kongre turizmine uygun değildir.	3,10
	Kapadokya Bölgesindeki turizm işletmeleri kongre turizmi için yeterli teknik (ses, görüntü, ışık vb.) donanımına bulunmamaktadır.	2,70			
	Kamu ve özel kuruluşlar bölgenin kongre turizminin desteklememektedir.	2,60			
İşletme Yöneticileri	Kapadokya Bölgesinin konaklama ve kongre merkezlerinin kapasitesi yetersizdir.	3,06	Genel	Kapadokya Bölgesi kongre turizmi katılımcıları için pahalı bir bölgedir.	2,84
	Kapadokya bölgesi ulaşım imkânları açısından Kongre turizmine uygun değildir.	3,00			
	Kapadokya Bölgesi kongre turizmi katılımcıları için pahalı bir bölgedir.	2,94			
Lisansüstü Öğrenciler	Kapadokya Bölgesinin konaklama ve kongre merkezlerinin kapasitesi yetersizdir.	3,40	Genel	Kapadokya Bölgesi kongre turizmi katılımcıları için pahalı bir bölgedir.	2,84
	Kapadokya bölgesi ulaşım imkânları açısından Kongre turizmine uygun değildir.	3,35			
	Kapadokya Bölgesi kongre turizmi katılımcıları için pahalı bir bölgedir.	3,10			

Tablo 5. incelendiğinde akademisyenler, işletme yöneticileri ve lisansüstü öğrenciler bölgede faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ile kongre merkezlerinin kapasitesi ile ilgili sorunlar olduğunu dile getirdikleri anlaşılmaktadır. Katılımcılar ise zayıf yön olarak ulaşım imkanlarına dikkat çekmektedirler. Tablonun geneli incelendiğinde de Kapadokya Bölgesi için kongre turizmi açısından en zayıf unsur olarak konaklama tesisleri ve kongre merkezleri olduğu görülmektedir.

Kapadokya Bölgesinin kongre turizmi için fırsatları belirlemek amacıyla araştırma kapsamında elde edilen veriler aşağıda Tablo 6.'da gösterilmektedir.

Tablo 6: Kapadokya Bölgesi Kongre Turizmi Fırsatlar

Grup	İfadeler	Ort.	Genel	İfadeler	Ort.
Akademisyen	Kapadokya Bölgesindeki rekreasyon alanları ve ören yerleri kongre turizmi için yeterlidir.	4,73		Genel	Kapadokya Bölgesindeki rekreasyon alanları ve ören yerleri kongre turizmi için yeterlidir.
	Kapadokya Bölgesi yeni bir kültür deneyimi yaşamak için avantajlı bir konumdadır.	4,67			
	Kongre turizmi bölgede faaliyet gösteren diğer işletmelerin faaliyet sürelerini ve gelirlerini artırır.	4,60			
Katılımcılar	Kapadokya Bölgesindeki rekreasyon alanları ve ören yerleri kongre turizmi için yeterlidir.	4,60	Kongre turizmi, bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimine katkı sağlar.		4,56
	Kapadokya Bölgesi, kongre turizmi organizatörleri için uygun maliyettedir.	4,60			
	Kapadokya Bölgesi yeni bir kültür deneyimi yaşamak için avantajlı bir konumdadır	4,40			
İşletme Yöneticileri	Kongre turizmi, bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimine katkı sağlar.	4,61	4,48		
	Kapadokya Bölgesindeki rekreasyon alanları ve ören yerleri kongre turizmi için yeterlidir.	4,61			
	Kongre turizmi bölgede faaliyet gösteren diğer işletmelerin faaliyet sürelerini ve gelirlerini artırır.	4,44			
Lisansüstü Öğrenciler	Kongre turizmi, bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimine katkı sağlar.	4,60	Kapadokya Bölgesi, kongre turizmi organizatörleri için uygun maliyettedir.	4,48	
	Kapadokya Bölgesi, kongre turizmi organizatörleri için uygun maliyettedir.	4,60			
	Kapadokya Bölgesindeki rekreasyon alanları ve ören yerleri kongre turizmi için yeterlidir.	4,55			

Tablo 6. incelendiğinde akademisyenler ile katılımcılar bölgenin rekreasyon alanlarının fırsat oluşturduğunu ifadede ettikleri anlaşılmaktadır. İşletme yöneticileri ile lisansüstü öğrenciler ise kongre turizminin bölgenin sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmeleri için fırsat oluşturabileceğini belirtmektedirler. Tablonun genelinde ise bölgedeki rekreasyon alanları daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Kapadokya Bölgesi'nin kongre turizmi için tehdit olabilecek unsurları aşağıda Tablo 7. ile belirtilmektedir.

Tablo 7: Kapadokya Bölgesi Kongre Turizmi Tehditler

Grup	İfadeler	Ort.	Genel	İfadeler	Ort.			
Akademisyen	Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	3,53		Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizminde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersiz olması tehditlerdir.	3,48		
	Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizminde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersiz olması tehditlerdir.	3,20						
	Ankara, Konya gibi kongre turizmi için avantajlı şehirlere yakın olması.	3,13						
Katılımcılar	Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizminde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersiz olması tehditlerdir.	3,30			Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	3,41	
	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.	3,30						
	Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	3,20						
İşletme Yöneticileri	Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizminde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersiz olması tehditlerdir.	3,61				İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.	3,37
	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.	3,61						
	Ankara, Konya gibi kongre turizmi için avantajlı şehirlere yakın olması.	3,39						
Lisansüstü Öğrenciler	Kapadokya Bölgesi'nde kongre turizminde uzmanlaşmış seyahat acentesi sayısı yetersiz olması tehditlerdir.	3,65	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.			3,37	
	Bölge iklim şartları ve coğrafi konum olarak yılın 365 günü kongre turizmi için uygun değildir.	3,55						
	İletişim ve teknolojik gelişmeler online kongrelere imkân sunması tehditlerdir.	3,50						

Tablo 7.'ye göre çalışmaya dahil edilen akademisyenler ile lisansüstü öğrenciler, coğrafi konumu; kongre turizmine katılanlar uzmanlaşmış seyahat acente sayısının yetersizliğini; işletme yöneticileri teknolojik gelişmeler ile artan online kongreleri tehdit olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların genel görüşü de bölgede kongre ve fuar organizasyonları için profesyonel şirketlerin olmamasının bir tehdit unsuru olduğu tespit edilmiştir.

7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Kongre turizmine katılanların, tatil amaçlı seyahat edenlere nazaran gelir seviyesi yüksek olduğundan satın alma güçleri ve tatil harcamaları diğer turistlere göre daha fazladır (Koşan, 1996; Çakıcı, 2013; Vasiliki ve Tsalavoutas, 2015: 114; Özçelik Heper ve Sarıışık, 2014: 62). Bu sebeple kongre turizmi amacıyla seyahat edenlerin bölgeyi sevmesi ve kalış sürelerini uzatmasını teşvik edilmesine yönelik uygulamalara ağırlık verilmesi önemlidir.

Turizm açısından oldukça önemli bir destinasyon olan Kapadokya sadece doğal güzellikleriyle değil birçok alternatif turizm türü ile kongre turizmi açısından da önemli potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyelin en etkin bir şekilde değerlendirilebilmesi için

güçlü ve zayıf yönleri ile gelecekte karşılaşılabilecek fırsat ve tehditlerinde dikkate alınması gerekmektedir. Bundan dolayı farklı niteliklere sahip kişi ve kurumların görüş ve önerileri değerlendirilmelidir. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre; akademisyenler, işletme yöneticileri ve lisansüstü öğrenciler Kapadokya bölgesinin kongre dışı etkinliklerde de aktif olması gerektiğini belirtmektedirler. Kongre katılımcıları ise kongre organizasyonlarının bölgenin imajına olumlu katkı sağladığına dikkat çekerek bu konulara daha fazla önem verilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadırlar.

Kapadokya Bölgesinin kongre turizminin zayıf yönleri konusunda akademisyenler, işletme yöneticileri ve lisansüstü öğrenciler konaklama imkânları açısından yeterli alt ve üst yapıya sahip olması konusunda hemfikirdirler. Konaklama, kongre turistinın önemseydiği önemli konulardan biridir. Çünkü kongre katılımcısının rahat etmesi, kongre konularına konsantre olabilmesinde önemli etkindir. Bu nedenle kongre turistinın kalacağı yer, ulaşımı kolay ve yeterli konfora sahip olması gerekir. Kongre katılımcıları kongre destinasyonlarını da tanıma arzusunda olduklarından bölgedeki çeşitli gezi ve turlara katılım göstermektedirler (Özen, 1986). Dolayısıyla kongrelere ev sahipliği yapacak olan destinasyonların turizm açısından gerekli alt ve üst yapı hizmetlerini sunması gerekmektedir.

Bir destinasyonun kongre turizmi olanaklarının geliştirilebilmesi için en önemli etkenlerden bir tanesi de konaklama işletmelerinin hizmet kalitesidir. Kapadokya Bölgesi 4 ve 5 yıldızlı otellerin dışında butik otel ve apart tesislerle de katılımcılara konaklama hizmeti sunmaktadır. Kapadokya Bölgesinde bulunan konaklama tesisleri, kongre turizmi için gerekli barınma, yeme-içme, eğlence ve dinlenme olanaklarını sunarken toplantı ve kongre gibi hizmetler için yeterli kapasitede olmadığı da anlaşılmaktadır. Karakuş ve arkadaşları (2018) tarafından Nevşehir'de yapılan çalışmada: bölgedeki en büyük eksiklik olarak kongre salonlarının teknik donanımlarının yeterli düzeyde olmadığı tespit edilmiştir. 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri ve seyahat acenteleri ile kongre turizminin geliştirilmesine yönelik ortak çalışma faaliyetleri ile bölgenin avantajlı konuma getirilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Bu tespit araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Araştırma sonuçları incelendiğinde turizm faaliyetleri için önemli bir etkenin de ulaşım hizmetleri olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bölgenin ulaşım imkânlarının yeterliliği araştırma kapsamında yer alan katılımcılar tarafından farklı değerlendirilmektedir.

Kapadokya bölgesinin kongre potansiyeli açısından araştırma kapsamında yer alan akademisyenler ve kongre katılımcıları, Kapadokya bölgesinin rekreasyon ve öğren yerleri açısından yeterli düzeyde olduğunu belirtmektedirler. İşletme yöneticileri ile lisansüstü öğrencileri ise bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişim kongre turizmi için bir fırsat olarak kabul edilmektedir.

Kongre katılımcıları, işletme yöneticileri ve lisansüstü öğrenciler tehdit faktörleri kapsamında bölgede uzmanlaşmış seyahat acentesinin yetersiz olduğu konusunda görüş birliği sağlamışlardır. Aynı sorun Eren ve Alaşhan (2020) tarafından Nevşehir'de işletme yöneticileri ile yapılan çalışmada da vurgulanmaktadır. İlgili çalışmada seyahat acentelerinin yetersiz olduğu ve kongre merkezlerinin teknik donanımının olmadığı dile getirilmektedir. Bölgede çalışmaları olan akademisyenler ise bölgenin iklim ve coğrafi konumun kongre turizmi için elverişli olmadığı konusunda görüş bildirmişlerdir.

Kapadokya Bölgesi birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, kültürel zenginlikleri ve peribacaları gibi doğal güzellikleriyle uluslararası imaja sahip bir destinasyondur. Bu özelliklerinden dolayı UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan Kapadokya Bölgesi, Türkiye için önemli turist çekim merkezlerinden birisidir. Birçok kültürün izlerini taşıyan Kapadokya Bölgesindeki tarihi ve turistik değerler pek çok alternatif turizm faaliyeti için değişik niteliklere sahip turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Kapadokya Bölgesinin turizmde arzu ettiği verimi alabilmesi için konaklama ve kongre merkezlerinin salon kapasitelerinin geliştirilmesi ve teknik alt yapının geliştirilmesi gerekmektedir. Kamu ve özel kuruluşlar bölgede kongre turizmini desteklemeli ve ulaşım olanaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bölgede faaliyet gösteren tur operatörleri ve seyahat acenteleri de kongre turizmi kapsamında desteklenmeli ve nitelikli personel istihdamı için gerekli teşvik ve destekler sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- AHIKA. (2014). Kapadokya'da Turizm Yatırımı Olanakları Raporu. Nevşehir: Ahiler Kalkınma Ajansı.
- Aktan, C. (1999). 2000'li Yıllarda Yeni Yönetim Teknikleri 2- Stratejik Yönetim. Türkiye Genç İşadamları Derneği: Simge Ofis Matbaacılık.
- Babacan Çengel, B. (2013). Kapadokya Bölgesi'ndeki Butik Otellerde Konaklama Nedenlerine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, Niğde.
- Baydan, E. (2021). Koruma Alanlarında Planlama ve Mülkiyet İlişkileri: Nevşehir Kapadokya Bölgesi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Baytok, A., Soybalı, 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.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Çağlar, O. (1997). Güncel Turizm Yönelimi İçinde Kongre Turizmi ve İstanbul. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Çakıcı, C. (2013). Toplantı Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çiçek, R. ve Ilgaz, A. (2015). Destinasyonların Pazarlanmasında İmaj ve Markanın Rolü: Nevşehir Örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-dergisi*(48), 171-183.
- Çınar, F. ve Oğuz, M. (2020). Türkiye'nin COVID-19 Pandemisine Yönelik Stratejilerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 1-11.
- Değirmencioğlu, Ö. (2021). Kongre Turizmi Hakkında Genel Bilgiler. B. I. Özdal Değirmencioğlu içinde, Kongre Turizmi Toplantı-Fuar-Organizasyon. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Dinçer, Ö. (1994). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Eren, D. ve Alaşan, A. (2020). Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi. Journal of Tourism Research Institute, 1(1), 15-33.
- Eren, R. (2021). Dünyada Uluslararası Kongre Turizmi ve Faaliyetleri. B. I. Özdal Değirmencioglu içinde, Kongre Turizmi Toplantı-Fuar-Organizasyon. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ersun, N., ve Arslan, K. (2009). Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Kapadokya Bölgesi'nde Kongre Turizmini Geliştirme Olanakları. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 34, 139-164.
- Eryılmaz, B. (2011). Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Samsun'da Kongre Turizmi Olanaklarının Değerlendirilmesi. Samsun Sempozyumu. 13-16 Ekim 2011, Samsun.
- Göl, G. (1995). Gümrük Birliği'ne Geçişte Rekabet Gücünün Belirlenmesi ve Rekabetçi Pazarlama Stratejileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hamdioğlu, C. (2002). SWOT Analizi ve Türkiye Tekstil Sektörü Üzerine Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Havuç, E. ve Küçükaltan, D. (1996). Trakyada Kongre Turizmi Olanakları: Edirne Örneği. Turizmde Seçme Makaleler: 24, İstanbul: TUGEV Yayınları.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2019). Turizm Planlaması ve Politikası. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karakuş, Y., Çamlıca, K., ve Birinci, C. (2018). Kongre Turizmi Paydaşlarının Destinasyondan Beklentilerinin Kano Modeli ile Değerlendirilmesi: Nevşehir Örneği. VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu "Turizmde Teknoloji ve İnovasyon" Bildiriler Kitabı (s. 1238-1251). İskenderun Teknik Üniversitesi, İskenderun.
- Karasu, T. (1990). Kongre Turizmi Üzerine Düşünceler. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(5), 32-34.
- Koşan, A. (1996). Kongre Turizmi. TUGEV Turizmde Seçme Makaleler: 24, Özel Sayı: Kongre Turizm. İstanbul : Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı.
- Kozak, M., Kozak, N. ve Kozak, M. (2018). Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mücevher, M. (2021). Bireysel Kariyer Planlamada Öz Tanıma Aracı Olarak Swot Analizi: Z Kuşağı Üzerinde Bir Araştırma. Vizyoner Dergisi, 12(31) 856-869.
- Nevşehir50.com. (2022). Nevşehir Coğrafi Konum. <http://www.nevsehir50.com/nevsehir-tarihi/nevsehir-cografik-konumu.htm>, E. Tarihi: 15.02.2022
- Nevşehir HBV Üniversitesi. (2022). Kültür ve Kongre Merkezi. Sağlık Kültür ve Spor D. Başkanlığı: <https://sks.nevsehir.edu.tr/tr/kultur-ve-kongre-merkezi>, E. Tarihi: 15.02.2022

- Opperman, M. (1996). Convention Cities-Images and Changing Fortunes. *Journal of Tourism Studies*, 7(1). 10-19.
- Otelleri.net (2021). Nevşehir 5 Yıldızlı Otelleri, <https://otelleri.net/nevsehir-5-yildizli>, E. Tarihi: 15.02.2022
- Ödemiş, B. (2008). İstanbul Dünya Gazetesi. Kapadokya ve Kesişen Tematik Turizm Rotaları. İstanbul: Küpür Yayıncılık.
- Ön, F., ve Akyurt Kurnaz, H. (2021). Kongre Turizmde Örgütlenmeler. A. Değirmencioğlu, ve B. Ilgaz içinde, Kongre Turizmi, Toplantı - Fuar - Organizasyon (s. 17-40). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özçelik Heper, F. ve Sarıışık, M. (2014). Kongre Turizmi Açısından İstanbul İli'nin Rekabet Gücünün Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(4), 61-75. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iibfdkastamonu/issue/29387/314541>.
- Özdemir, G. (2014). Destinasyon Tanımı ve Türleri. G. Özdemir içinde, Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması (s. 25-28). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özen, İ., ve Güneren Özdemir, E. (2019). Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 579-595.
- Özen, Y. (1986). Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği. Ankara: TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) Yayınları.
- Özer, Ö. (2021). Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması Kavramları. Ö. Özer içinde, Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması: Yeni Normal (s. 1-20). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pearce, J. A. ve Robinson, R. B. (1991). *Strategic Management*, 4th Edition. USA: Irwin, Inc.
- Pehlivan, O. (2015). *Kamu Maliyesi*. Trabzon: Celepler Matbaacılık.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I (1997). Convention Site Selection Research, *Journal of Convention ve Exhibition Management*, 1(1), 49-69, Doi: 10.1300/J143v01n01_05.
- Serbest, K. (2020). Nevşehir Yöresi Geleneksel Eğlence Unsurlarının Turizmde Kullanımı. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 13(30), 745-761.
- Sönmez, V., ve G. Alacapınar, F. (2020). Örneklenirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (1985). Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. Nevşehir.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Seyahat Acentası Arama. <http://yatirimisletmeleruygulama.kultur.gov.tr/Acente.Web.Sorgu/Sorgu/acentesorgu>, E. Tarihi: 15.02.2021.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J. ve Gamble, J. E. (2007). *Crafting and Executing Strategy- Concepts and Cases*, 15th Edition. USA: McGrawHill/Irwin.

- Thompson, A. A., Strickland, A. J. (1989). *Strategy Formulation and Implementation*, 4th Edition. USA: Irwin, Inc.
- Tosun, C. ve Jenkins C. L. (1996). Regional Planning Approaches to Tourism Development: the Case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7). 519-531.
- Türk Dil Kurumu (2022). "Destinasyon" Güncel Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/> E. Tarihi: 20.01.2022
- TÜRSAB. (2020). Covid-19'un Turizme Etkileri ve Nevşehir Turizminin Geleceği. TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), İstanbul.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. (2014). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Vasiliki, D. ve Tsalavoutas, D. (2105). Economic Development and Congress Tourism: How Could Greece be a Pole of Attraction. *Journal of Regional Socio-Economic Issues*, 5(3), 112-122.
- Yıldırım, E. (2002). *Stratejik Yönetim ve Örgüt Kültürü İlişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, D. (2021). *Stratejik Yönetimde Dengeli Başarı Kartı, SWOT Analizi ve Uygulaması*. Alanya Akademik Bakış Dergisi, 1181-1193.
- Yılmaz, T. (2017). *Sektörel Kümelenme Bağlamında Turizm Kümelenmesi: Nevşehir Üzerine Bir Durum Değerlendirmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir HBV. Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşlemeciliği Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Yılmaz, G. (2017). *Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme*. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 14(2), 171-191.
- Yumuk, G., ve İnan, H. (2005). *Trakya Bölgesindeki İmalat Sanayi İşletmelerinin Kalite Maliyetlerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi*. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 177-188.
- Yücel, S. (2005). *Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye*. <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/home/Dergial/250/250ulus.asp>, E. Tarihi: 25.01.2005.
- Zengin, B. ve Eker, N. (2021). *İkonalarıyla Kapadokya*. Sakarya: Değişim Yayınları.