T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

2023 KAHRAMANMARAŞ BOTANİK EXPO ORGANİZASYONUNUN ŞEHRE OLAN ETKİSİNİN TURİZM SEKTÖR PAYDAŞLARINCA DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MUSTAFA ÜMMET GÜVEN

GAZİANTEP
AĞUSTOS 2020

MUSTAFA ÜMMET GÜVEN YÜKSEK LİSANS TEZİ GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ABD 2020

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

2023 KAHRAMANMARAŞ BOTANİK EXPO ORGANİZASYONUNUN ŞEHRE OLAN ETKİSİNİN TURİZM SEKTÖR PAYDAŞLARINCA DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MUSTAFA ÜMMET GÜVEN

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Belma SUNA

GAZİANTEP
AĞUSTOS 2020

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

2023 Kahramanmaraş Botanik Expo Organizasyonunun Şehre Olan Etkisinin Turizm Sektör Paydaşlarınca Değerlendirilmesi

Mustafa Ümmet GÜVEN

Tez Savunma Tarihi: 27.08.2020

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

Doç. Dr. Erol ERKAN
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.

Doç. Dr. Atınç OLCAY
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımca (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Belma SUNA
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

İmzası

Prof. Dr. İbrahim YILDIRIM (Jüri Başkanı) _____

Doç. Dr. Atınç OLCAY (Jüri) _____

Dr. Öğr. Üyesi Belma SUNA (Danışman) _____

ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun bir şekilde hazırladığım tez araştırmasında;

- Tez içerisinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez araştırmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullandığım verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum araştırmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Mustafa Ümmet GÜVEN
27.08.2020

ÖZET

2023 KAHRAMANMARAŞ BOTANİK EXPO ORGANİZASYONUNUN ŞEHRE OLAN ETKİSİNİN TURİZM SEKTÖR PAYDAŞLARINCA DEĞERLENDİRİLMESİ

GÜVEN, Mustafa Ümmet
Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği ABD
Tez Danışmanı Dr. Öğretim Üyesi Belma SUNA
Ağustos 2020 168 sayfa

Mega etkinlikler; ev sahibi ülke ve şehirlerin tarihi ve kültürel değerlerini tanıtmanın yanı sıra katılımcılar ile potansiyel müşterileri bir araya getiren büyük organizasyonlardır. Özellikle düzenlendiği şehrin gelişimi ve tanıtımı açısından önemli bir etkiye sahip olan Expo'lar, Olimpiyatlar ve Dünya Kupası'ndan sonra düzenlenen en büyük dev organizasyonlardır. Bahçecilik Expo'su üzerine bir organizasyon düzenleyecek olan Kahramanmaraş, tarım ve bahçecilik alanında yenilikçiliği desteklemeyi, yaşam kalitesini artırmayı, bu alanlardaki sorunlara çözüm arayışına aracılık yapmayı hedeflemektedir. Araştırma için 2023 Botanik Expo organizasyonunun seçimindeki temel etken, düzenlenecek mega etkinliğin Kahramanmaraş için önemli oranda kültürel, çevresel, mekânsal, politik ve sosyo-ekonomik etkiler doğurabilecek kadar büyük bir etkinlik olmasıdır.

Bu araştırma ile 2023 yılında yapılması planlanan Expo organizasyonunun Kahramanmaraş'a olan etkisinin turizm sektör paydaşlarınca belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada 2023 Expo Kahramanmaraş öncesi kentte bulunan turizm sektörü paydaşları araştırmanın evren ve örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 392 sektör paydaşına anket uygulanmış, bu verilere keşfedici faktör analizi yapılmış ve sekiz boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Uygulanan faktör analizi sonrası düzenlenecek mega etkinliğin Kahramanmaraş'a olan etkisi ile katılımcıların demografik özellikleri arasında bir farklılığın olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde turizm sektörü paydaşlarının, Botanik Expo Organizasyonunun kente olan etkisini olumlu yönde değerlendirdikleri ve bu değerlerin demografik ve tanıtıcı değişkenlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiş, bir Dünya kenti olmayı amaçlayan Kahramanmaraş için 2023 Botanik Expo Organizasyonunun bir fırsat niteliğinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mega Etkinlikler, Fuar Turizmi, Botanik Expo, Kahramanmaraş

ABSTRACT

THE EFFECTS OF KAHRAMANMARAŞ (2023) EXPO ORGANİZATİON ON THE CITY ARE EVALUATED BY THE TOURİSM SHAREHOLDER

GÜVEN, Mustafa Ümmet
Master Thesis, Tourism Management Major Field of Study
Thesis Advisor: Faculty Member Doctor Belma SUNA
August 2020 168 pages

Mega activities are of vital importance in that they bring participants and potential customers together as well as introducing the historical and cultural values of the host countries and cities. EXPOs, which have great impact on the introduction and development of the host city, are one of the biggest organizations after Olympic Games and World Cup Finals. Kahramanmaraş, the host city of Gardening EXPO 2023, aims to support the innovativeness in the fields of gardening and agriculture, to increase the life quality, and to help solve the problems on these issues. Botanic EXPO has been preferred as the organization because this theme pledges a considerably fruitful results for Kahramanmaraş in cultural, environmental, regional, politic and socio-economic terms.

This study aims the possible effects of EXPO 2023 Kahramanmaraş to be determined by the partners in tourism sector. The population and the samples are those carrying on a business in tourism sector. Throughout the study, 392 sector workers took a poll, an exploratory factor analysis (EFA) was implemented on the obtained data and finally an eight dimension structure was attained. After the EFA, an independent sample t-test and variance analysis was conducted in an effort to determine if there were any differences between the possible effects of EXPO 2023 on Kahramanmaraş and the demographic features of the participants. In the end, it was shown that tourism sector workers had a positive attitude towards the effects of EXPO 2023 Kahramanmaraş, and that the views varied according to the demographic and introductive variants. The result this study reached is that Expo 2023 is of vital importance for Kahramanmaraş aiming to become a world city.

Keywords: Mega Events, Fair Tourism, Horticultural Expo, Kahramanmaraş

ÖNSÖZ

Bu araştırma, 2023 yılında yapılması planlanan Botanik Expo Organizasyonunun Kahramanmaraş'a olan etkisinin turizm sektör paydaşlarınca belirlemesi amacıyla hazırlanmıştır. Bir kent pazarlama stratejisi olarak belirlenen mega ekinliklerden dünya fuarları, tanımlı bir zaman aralığı içerisinde ve uzun vadede ulusal ve küresel çerçevede "ev sahibi kenti nasıl etkilemektedir"? sorusuna yanıt aranmıştır. Araştırma 5 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; araştırmanın genel hatlarını ortaya çıkarmak amacıyla konuya giriş yapılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde; fuar kavramı, fuarların tarihçesi, mega etkinlikler, Expo Dünya fuarlarının kuruldukları kentlerle olan ilişkisi, Expo tanımı ve özellikleri, Expo Dünya Fuarlarının tarihçesi, Expo etkinliklerinin mekânsal kriterleri, Expo Dünya Fuarlarının kuruldukları kentler üzerindeki etkisi ve kente sosyal ve ekonomik katkıları, Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı örneği, Botanik Expo (Horticultural Expo), Türkiye'de mega etkinlikler ve Kahramanmaraş Expo 2023, seçim süreci ve fuar öncesi yapılan araştırmalar ve konuyla ilişkin yurtiçinde ve yurtdışında yapılmış araştırmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde; araştırmanın problemine, araştırmanın amacı ve önemine, evren ve örneklemine, veri toplama tekniği ve analizine, araştırma ölçeklerinin geçerliliğine, ölçümün güvenirliliğine, verilerin normallik testlerine, araştırmanın sınırlılıklarına ve varsayımlar ve araştırmanın hipotezlerine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde; araştırma kapsamında elde edilen bulgulara ve son bölümde bulgular ışığında elde edilen sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Tez araştırmamın tamamlanma sürecinde engin bilgi ve deneyimlerini benden esirgemeyen, beni her zaman motive eden, tez araştırmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren kıymetli danışman hocam Sayın Dr. Belma SUNA'ya, eğitim hayatım boyunca örnek aldığım, yoluma ışık tutan tüm hocalarıma sonsuz saygı ve şükranlarımı sunarım.

Tezin tamamlanma sürecinde desteklerini sürekli üzerimde hissettiğim tüm arkadaşlarıma ve son olarak, bugünlere ulaşmamda büyük katkısı bulunan sevgili anneme, babama ve kardeşlerime teşekkürü bir borç biliyorum.

Mustafa Ümmet GÜVEN
Ağustos 2020

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

ÖNSÖZ ..... **iii**

İÇİNDEKİLER ..... **iv**

KISALTMALAR ..... **xi**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **xii**

RESİMLER LİSTESİ ..... **xvi**

ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xvii**

1. GİRİŞ **1**

1.1. GİRİŞ 1

2. LİTERATÜR BİLGİSİ **3**

2.1. FUAR KAVRAMI VE MEGA ETKİNLİKLER 3

2.1.1. Fuar Kavramı 4

2.1.2. Fuarların Tarihçesi 5

2.1.3. Mega Etkinlikler 10

2.1.3.1. Olimpiyatlar 11

2.1.3.2. Avrupa Kültür Başkenti 13

2.1.3.3. FIFA Dünya Kupası 15

2.1.3.4. Expo Dünya Fuarı 17

2.2. EXPO DÜNYA FUARLARININ KURULDUKLARI KENTLERLE OLAN İLİŞKİSİ 19

2.2.1. Expo Kavramının Tanımı ve Özellikleri 20

2.2.2. Expo Dünya Fuarlarının Tarihçesi 21

2.2.3. Expo Etkinliklerinin Mekânsal Kriterleri 22

2.2.3.1. Kentsel Dönüşüm 23

2.2.3.2. Tarihi ve Kültürel Zenginlik 23

2.2.3.3. Ulaşım 24

2.2.3.4. Altyapı 24

2.2.3.5. Ekonomik Yeterlilik 25

2.2.3.6. Kent İçi Sosyal Aktivite Mekânları 25

2.2.3.7. Konaklama 25

2.2.3.8. Katılımcı Sayısı 26

2.2.4. Expo Dünya Fuarlarının Kuruldukları Kentler Üzerindeki Etkisi ve Kente Sosyal ve Ekonomik Katkıları 26

2.2.4.1. Expo Dünya Fuarlarının Kuruldukları Kentler Üzerindeki Olumlu Etkileri 27

2.2.4.2. Expo Dünya Fuarlarının Kuruldukları Kentler Üzerindeki Olumsuz Etkileri 29

2.2.5. Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı Örneği 31

2.2.5.1. Antalya Kenti ve Antalya'nın Expo 2016 Dünya Fuarına Seçilme Nedenleri 32

2.2.5.2. Antalya Expo 2016 Dünya Fuarı Hedefleri ve Yapılan Çalışmalar 34

2.2.5.3. Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı'nın Antalya Kent İmajı Üzerindeki Etkileri ve Fuar Sonrası Expo Fuar Alanı 36

2.2.6. Botanik Expo (Horticultural Expo) 38

2.2.6.1. Botanik Expo'nun Özellikleri 38

2.2.6.2. Botanik Expo'ların Organizasyonun Düzenlendiği Kent Üzerindeki Etkileri 40

2.3. KAHRAMANMARAŞ VE EXPO 2023 İLE İLGİLİ DURUMU 41

2.3.1. Kahramanmaraş İli Hakkında Bilgiler 42

2.3.1.1. Kahramanmaraş İlinin Tarihi 42

2.3.1.2. Kahramanmaraş İlinin Kültürü ve Mutfağı 44

2.3.1.3. Kahramanmaraş İlinin Turizm ve Çekicilik Unsurları 45

2.3.1.4. Kahramanmaraş'ta Düzenlenen Fuar ve Festivaller 47

2.3.2. Türkiye'nin Mega Etkinliklerle Olan İlişkisi ve Expo Dünya Fuarına Katılım Süreci 52

2.3.3. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Adaylık Süreci ve Kahramanmaraş'ın Expo 2023 İçin Seçilmesi 54

2.3.3.1. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Organizasyon Yapısı 55

2.3.3.2. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Organizasyonunun Vizyon, Misyon ve Hedefleri 55

2.3.4. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo'nun Teması 55

2.3.5. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Alanının Belirlenmesi ve Yer Seçimi Özellikleri 56

2.3.6. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Alanında Yapılması Planlanan Altyapı ve Ulaşım Ağlarının Özellikleri 58

2.4. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR 59

2.4.1. Mega Etkinliklerle İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar 59

2.4.2. Mega Etkinliklerle İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar 67

3.MATERYAL VE YÖNTEM 70

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ 70

3.1.1. Araştırmanın Hipotezleri 74

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ 79

3.3. ARAŞTIRMA MODELİ 80

3.4. EVREN VE ÖRNEKLEM 80

3.5. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ 81

3.6. ÖLÇÜMÜN GÜVENİRLİLİĞİ 82

3.7. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLAR 83

3.8. KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ 84

3.8.1. Verilerin Keşfedici Faktör Analizine Uygunluğunun Ölçümü 85

3.8.2. Keşfedici Faktör Analizi Uygulaması 85

3.9. VERİLERİN ANALİZİ 92

4.BULGULAR 94

4.1. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK VE TANITICI ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR 94

4.2. KATILIMCILARIN KAHRAMANMARAŞ'I TANIMLAMAYA YÖNELİK İFADELERİNE İLİŞKİN BULGULAR 96

4.3. 2023 EXPO ORGANİZASYONUNUN KAHRAMANMARAŞ KENTİNE YÖNELİK ETKİLERİNE İLİŞKİN BULGULAR 99

4.4. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN ŞEHİR İMAJI İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR 100

4.4.1. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular 101

4.4.2. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 101

4.4.3. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular 102

4.4.4. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular 103

4.4.5. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular 103

4.5. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN TURİZM DEĞERLERİNİN GELİŞİMİ İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR…… 105

4.5.1. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular 105

4.5.2. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 106

4.5.3. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular 107

4.5.4. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular 107

4.5.5. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular 108

4.6. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN EKONOMİK YARARLARINA YÖNELİK BULGULAR ……..... 110

4.6.1. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular..... 110

4.6.2. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 111

4.6.3. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular 112

4.6.4. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular..... 112

4.6.5. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular..... 113

4.7. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN KÜLTÜREL DEĞİŞİM İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR 115

4.7.1. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular 115

4.7.2. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular..... 116

4.7.3. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular..... 117

4.7.4. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular 117

4.7.5. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular 118

4.8. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN ÇEVRESEL VE KÜLTÜREL KORUMA İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR 120

4.8.1. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular..... 120

4.8.2. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Etkisi İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 121

4.8.3. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Düzeyi İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular 122

4.8.4. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Düzeyi İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular 123

4.8.5. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Düzeyi İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular..... 123

4.9. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN DİĞER MALİYETLER İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR..... 125

4.9.1. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular 125

4.9.2. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 126

4.9.3. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular..... 127

4.9.4. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetleri İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular 128

4.9.5. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular 128

4.10. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN SOSYAL VE ÇEVRESEL PROBLEMLER İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR 130

4.10.1. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular..... 130

4.10.2. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 131

4.10.3. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular 132

4.10.4. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular..... 133

4.10.5. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular..... 133

4.11. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN KÜLTÜREL ÇATIŞMA VE EKONOMİK MALİYETLER İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR 135

4.11.1. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular 135

4.11.2. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular 136

4.11.3. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

137

4.11.4. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular 138

4.11.5. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular 139

SONUÇ VE TARTIŞMA..... 145

KAYNAKLAR 154

EKLER..... 165

ÖZ GEÇMİŞ..... 168

KISALTMALAR

A1 : Büyük Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri

AB : Avrupa Birliği

ABKB : Avrupa Birliği Kültür Başkenti

AIPH : Uluslararası Çiçek Üreticileri Birliği

B1 : Uluslararası Katılımlı Uzun Süreli Sergiler

BIE : Uluslararası Expo Birliği

EXPO : Uluslararası Sergi

IOC : Uluslararası Olimpiyat Komitesi

KMO : Kaiser-Meyer-Olkin

M.Ö. : Milattan Önce

TBMM : Türkiye Büyük Millet Meclisi

TDK : Türk Dil Kurumu

TKB : Tarihi Kentler Birliği

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. 2020 Yılı Türkiye Genel ve İhtisas Fuarları 10
Tablo 2.2. Avrupa Kültür Başkenti Etkinliğine Ev Sahipliği Yapma Sıklığına Göre Ülkeler..... 15
Tablo 2.3. FIFA Dünya Kupası'na Ev Sahipliği İçin Seçilen Ülkeler ve Kıtaları 16
Tablo 2.4. Türkiye'nin Katıldığı Dünya Sergileri..... 19
Tablo 2.5. Botanik Expo Kategorileri 39
Tablo 2.6. 2000 Yılı Sonrası A1 Kategorilerinde Gerçekleşen Sergiler 40
Tablo 2.7. Kahramanmaraş İli Yerel Turizm Varlıkları..... 46
Tablo 3.1. KMO Değer Aralıklarının Denk Geldiği Sonuçlar. 84
Tablo 3.2. Faktör Analizi Cronbach's Alpha Değeri 88
Tablo 3.3. Faktör Analizi Sonuçları 89
Tablo 3.4. Normallik Analizi..... 92
Tablo 4.1. Turizm Sektörü Paydaşlarının Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular 94
Tablo 4.2. Katılımcıların Kahramanmaraş'ı Tanımlamalarına İlişkin Bulgular..... 96
Tablo 4.3. Katılımcıların Kentin Tanıtımında Öne Çıkan Değerlerine İlişkin Bulgular..... 97
Tablo 4.4. Katılımcıların Kentin Marka İmajının Gelişiminde Öne Çıkan Değerlerine İlişkin Bulgular 98
Tablo 4.5. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri..... 99
Tablo 4.6. Katılımcıların Yaşları İle Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları..... 101
Tablo 4.7. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları..... 102
Tablo 4.8. Katılımcıların Medeni Durumları İle Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 102
Tablo 4.9. Katılımcıların Eğitim Düzeyi İle Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 103
Tablo 4.10. Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolleri İle Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 104

Tablo 4.11. Katılımcıların Yaşları İle Turizm Degerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 105
Tablo 4.12. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Turizm Degerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 106
Tablo 4.13. Katılımcıların Medeni Durumları İle Turizm Degerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 107
Tablo 4.14. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Turizm Degerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 108
Tablo 4.15. Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolü İle Turizm Degerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 109
Tablo 4.16. Katılımcıların Yaşları İle Ekomomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 110
Tablo 4.17. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Turizm Ekomomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 111
Tablo 4.18. Katılımcıların Medeni Durumları İle Ekomomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 112
Tablo 4.19. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Ekomomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 113
Tablo 4.20. Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolü İle Ekomomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 114
Tablo 4.21. Katılımcıların Yaşları İle Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 115
Tablo 4.22. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 116
Tablo 4.23. Katılımcıların Medeni Durumları İle Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 117
Tablo 4.24. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 118
Tablo 4.25. Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolü İle Kültürel Değişim Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 119
Tablo 4.26. Katılımcıların Yaşları İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 120

Tablo 4.27. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 121
Tablo 4.28. Katılımcıların Medeni Durumları İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 122
Tablo 4.29. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 123
Tablo 4.30. Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolü İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 124
Tablo 4.31. Katılımcıların Yaşları İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 125
Tablo 4.32. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 126
Tablo 4.33. Katılımcıların Medeni Durumları İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 127
Tablo 4.34. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 128
Tablo 4.35. Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolü İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 129
Tablo 4.36. Katılımcıların Yaşları İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 131
Tablo 4.37. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 131
Tablo 4.38. Katılımcıların Medeni Durumları İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 132
Tablo 4.39. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 133
Tablo 4.40. Katılımcıların Kahramanmaraş İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 134
Tablo 4.41. Katılımcıların Yaşları İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 136
Tablo 4.42. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları 136
Tablo 4.43. Katılımcıların Medeni Durumları İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 137
Tablo 4.44. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 138

Tablo 4.45. Katılımcıların Kahramanmaraş İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları 139
Tablo 4.46. Araştırmaya Dair Hipotezlerin Sonuç Tablosu 140

RESİMLER LİSTESİ

Resim 2.1. Crystal Palace/Kristal Saray Londra 18
Resim 2.2. Kahramanmaraş Kurtuluş Anıtı..... 48
Resim 2.3. Kahramanmaraş Kitap Fuarı 49
Resim 2.4. Kahramanmaraş Dondurma Festivali..... 49
Resim 2.5. Kahramanmaraş Filo Güvercini Festivali..... 50
Resim 2.6. Afşin Eshab-ı Kehf Kültür Ve Karakucak Güreş Festivali 51
Resim 2.7. Afşin Yemliha Yürüyüşü..... 52
Resim 2.8. Kahramanmaraş Expo Alanı..... 56
Resim 2.9. Kahramanmaraş Expo Alanında Yer Alan Avrupa'nın En Büyük Kristal Lagoonu..... 57
Resim 2.10. 60 Metre Uzunluğundaki Expo Kulesi..... 58

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Araştırma Modeli 80
Şekil 3.2. Özdeğer Çizgi Grafiği (Scree Plot) 87
Şekil 3.3. Normal Dağılım Histogram Grafiği 93

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. GİRİŞ

Expo; ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkileriyle günümüz dünyasının en önemli etkinliklerinden biridir. Son yıllarda bu mega etkinlik ulusal ve uluslararası düzeyde ülke ekonomilerine daha fazla katma değer sağlayan bir nitelik kazanması, özellikle bu organizasyonlardan daha fazla yararlanmak isteyen ülke ve şehirlerin dikkatlerini bu yöne çevirmelerine neden olmuştur (Gül, 2019:31). Mega organizasyonların ev sahibi şehre çok sayıda fayda sağladığı kuşkusuzdur. Lakin temelde şehirleri bu organizasyonlara ev sahipliği yapmak için gönüllü olmaya iten temel sebep, elde edilecek gelirler ile ekonomide meydana gelecek büyümedir. Ev sahibi ülke ve kentlere sağladığı ekonomik katkıların yanı sıra ülkenin ve kentin prestij ve imajını yenilemesi, büyük ölçüde medya ilgisini çekmesi ile kente gelen turist sayısını arttırması gibi çeşitli motivasyonlar da bu rekabette etkili olmaktadır (Ak, 2015:2).

Mega etkinliğin gerçekleştirileceği bölge halkı etkinliğin önemli paydaşlarından birisi olmak durumundadır. Bu nedenle görüşleri ve beklentileri oldukça önemlidir. Dolayısıyla bir etkinliğin ev sahipliğinin başarılı geçmesi, bir anlamda dolaylı olarak ilgili destinasyonda turizmin gelişimine başarılı şekilde hizmet edilebilmesi için bölge sakinlerinin bu konudaki düşüncelerinin belirlenmesi gerekmektedir (Yavuz ve Çakıcı, 2014:13). Expo öncesi yerel lider ve kurumları; kamuoyu beklentilerini, sorunlarını ve toplumun endişelerini anlamak için halkın düşüncelerini araştırmaları gerekmektedir (Kantürer, 2016:108). Birçok etkinlikte olduğu gibi, Expo Dünya Fuarı'ndan da yerel halkın olumlu veya olumsuz beklentileri söz konusudur. Bu beklentilerin etkinlik öncesi belirlenmesi, her şeyden önce etkinlik gerçekleşmeden önce yürütülecek halkla ilişkiler ve destek sağlama çalışmaları için önemli olmaktadır (Yavuz ve Çakıcı, 2014:13).

Sadece Kahramanmaraş, için değil, bölge ve Türkiye için de bir cazibe merkezi olarak planlanan EXPO alanında; kültür ve kongre merkezi, aqua park ve lunapark, doğa müzeleri başta olmak üzere çok çeşitli spor ve etkinlik üniteleri, 68.700 metrekarelik devasa bir iç gölet ve 220.000 metrekareden fazla yeşil alan yapılması öngörülmektedir. Ana tema olarak; "Doğa Dostu Şehir ve Duyarlılık" başlığının belirlendiği Kahramanmaraş EXPO 2023'ün alt temaları olarak, "Çocuklar İçin Doğa Temelli Eğitim", "Kentsel Dönüşümün Biyofilik Tasarımı", "Şehir Bahçeciliği ve Yerel Gıda", "Daha Yeşil, Daha Sağlıklı, Daha Mutlu" ve "Sadeliğin Hikmeti" başlıkları seçilmiştir. Ana tema ve alt temalar; 21. yüzyılın giderek büyüyen şehirleşme ve refah sorunlarına karşı yeryüzündeki hayatın korunmasını ve insanlığın daha yaşanılır, daha mutlu bir geleceğe olan inancını yansıtması hedeflenmektedir (http://lokaltur.com/haber/29).

Araştırmanın kuramsal altyapısını oluşturan büyük ölçekli uluslararası etkinlikler, kent pazarlama kavramı ve Expo Dünya Fuarı etkinliklerinin kentler ve sektör paydaşları üzerindeki etkilerinin incelendiği araştırmada, büyük ölçekli etkinlikler, Expo Dünya Fuarı ve kent pazarlaması gibi anahtar kelimeler ile literatür incelemesi yapılmıştır. Araştırma kapsamında araştırmaya kaynak teşkil edebilecek fuar kavramı, fuarların tarihçesi, mega etkinlikler, Expo Dünya fuarlarının kuruldukları kentlerle olan ilişkileri, Expo tanımı ve özellikleri, Expo Dünya Fuarlarının tarihçesi, Expo etkinliklerinin mekânsal kriterleri, Expo Dünya Fuarlarının kuruldukları kentler üzerindeki etkisi ve kente sosyal ve ekonomik katkıları, Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı, Botanik Expo (Horticultural Expo), Türkiye'de mega etkinlikler ve Kahramanmaraş Expo 2023 ve konuyla ilişkin yurtiçinde ve yurtdışında daha önce yazılmış makaleler, tezler, bildiriler, dergiler, kitaplar, fotoğraflar, gazete arşivleri ve istatiksel veriler incelenmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR BİLGİSİ

Bu bölümde fuarcılık ve kavramları, fuarcılığın tarihi ve gelişen dünyada fuarcılık alanında yaşanan gelişmeler, mega etkinlikler ve ev sahibi ülke ve kentler üzerindeki etkileri, Dünya Fuarları (Expo) ve 2023 Kahramanmaraş Botanik Expo Organizasyonunun misyonu, vizyonu ve fuar öncesi yapılan hazırlıklar kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

2.1. FUAR KAVRAMI VE MEGA ETKİNLİKLER

Günümüzdeki endüstriyel fuarların ortaya çıkışı sanayi devrimine dayanmaktadır. Geniş kapsamlı makine ve fabrikaların ortaya çıkması sonucu, büyük miktarlarda benzer mallar piyasaya sürülmüş, bu sebeple, ürünlerin karşılaştırılacağı ve bu sayede pazar şeffaflığının artacağı mekânlara ihtiyaç duyulmuştur (Coşkunkurt, 2007:48). Fuarların gelişim süreci, teknoloji ve ulaşım ağının gelişmesiyle paralel Birinci Dünya Savaşı'na kadar sürmüş, bu geliştirilmiş fuarlar bölgeler ve hatta kıtalar arasında yepyeni boyutlar kazanmıştır. Büyük savaşlar ve gerçekleşen büyük kriz dönemlerinde fuarcılıkta duraksamalar olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'na kadar, fuarcılıkta ulusallık düşüncesi ön planda olmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrası ise birleşimci ve birleştirici bir yaklaşım benimsenmiştir (Kara, 2019:8). Fuarlar sayesinde devletler arası ilişkiler yeni boyutlara ulaşmış, evrenselleşmenin de etkisiyle Dünya ticaretinin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Köktürk ve Çobanoğlu, 2019:271).

19. yüzyılın ortalarına doğru 'Dünya Fuarı' adı altında kısa sürede kurulabilen sergi binalarında fuarlar açılmaya başlanmıştır. EXPO fuarlarının düzenlendiği ülkeye getirdiği, birçoğunun bu güne kadar ülkenin veya kurulduğu kentin sembolü ya da önemli birer simgesi haline gelen binalara örnek vermek gerekirse 1851'deki Londra Dünya fuarı için yapılan Kristal Saray (Crystal Palace)

en başı çekmektedir. 1889 Paris fuarı için Eyfel Kulesi; 1958'de Brüksel fuarı için Atonium yapıları da çarpıcı örnekler arasında yer almaktadır (Adenova, 2013:7).

2.1.1. Fuar Kavramı

Fuar kelimesi Latin Dilinde ‘’şenlik’’, ‘’bayram’’ anlamına gelen ‘’feria’’ kelimesinden türemiştir (Pehlivan, 1996:4). Türkçe'ye Fransızca ‘’foire’’ sözcüğünden geçen fuar; ‘’belirli zamanlarda, belirli yerlerde ticari mal sergilemek amacı ile açılan büyük sergi’’ olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2019). İngilizce'de fuarları anlatmak için "fair, exhibition, exposition, trade show, trade fair" gibi birçok terim kullanılmıştır. 1640 sonrası kullanılmaya başlanan "exhibition" kelimesi ise Latince'de sergileme anlamı taşıyan "expositio" kelimesinden türemiştir. Aynı durumda Almanca'da fuar anlamına gelen "messe" kelimesi de Latince'de dini ayin anlamı taşıyan "missa"dan türemiştir (Coşkunkurt, 2007:42).

Başka bir tanımda fuar, fuarcılık faaliyetinin evrelerini de kapsayan haliyle şu şekilde ifade edilebilir: Fuar; yeniliklerin, ticari hizmet ve ürünlerin, teknolojik gelişmelerin tanıtımı, pazara erişimi, teknolojik gelişmelerin takibi, geleceğe yönelik ticari bağlantı kurulmak amacıyla, mütemadiyen, aynı mekânlarda düzenli biçimde düzenlenen bir tanıtım ve reklam faaliyetidir. Bu amaçla yapılan iş ise fuarcılık olarak adlandırılmaktadır (Kara, 2019:2). Düzenlenen fuarlarda alıcı ile satıcılar çeşitli iş anlaşmaları gerçekleştirmek amacıyla bir araya gelmektedir. Fuarlar, zaman açısından sınırlandırılmış faaliyetler olup, çok sayıda katılımcı, bir veya birçok ekonomik dalın önemli ürünlerini sergilemektedir (Kaçar, 2013:3). Fuarlar, hem avantaj hem de dezavantajlara sahiptir. Bu nedenle fuarda neyin sergilenip sergilenmeyeceğine karar vermek firmalara aittir. Eğer firmaların katı pazarlama stratejileri ve katılım için belirlenmiş hedefleri varsa, avantaj ve dezavantajlarını değerlendirmeleri daha kolaydır (Turaeva, 2014:30).

Fuarların gelişim sürecinde farklı dönemlerde fuarları tanımlamak için benzer anlamlara gelen değişik terimler kullanılmıştır. Bu farklı tanımlar tarihsel süreç içerisinde fuarların örgütlenme biçiminde oluşan bazı değişikliklerden kaynaklanmaktadır (Altun, 2003:11). Ürün ve hizmetlere ek olarak; şehir markalaşmasında ve ülke tanıtımında da büyük katkısı olan, ticari işletmelerin satış ve cirolarını artıran fuarlar; girişimcilik ruhunu yönlendiren ve ateşleyen en önemli

aktivitelerdir (Sarıçay, 2010:4). İlk başlarda ürün tanıtımı, sergileme ve satış düşüncesiyle yani ticari olarak kâr amacıyla kurulan fuarlar toplumun sosyal, kültürel, ekonomik yapısının değişime uğraması ve ticari hayatın gelişimi sonucu anlamsal ve biçimsel değişimler göstermiş, toplumsal yaşamla paralel gelişim gösterecek çeşitli nitelikler kazanmıştır. Zamansal süreç içerisinde farklı nitelikler kazanmasına rağmen fuarlar genel olarak bazı temel özellikleri taşırlar. Bunlar (Altun, 2003:11-12):

- Belirli yerlerde ve belirli periyotlarla, birkaç hafta ya da ay boyunca düzenlenmeleri,
- Eşya sergisi ve satışının ağırlıklı olduğu ticari nitelikte olmaları,
- Ticari ürünleri sergileme, tanıtma ve farklı yerlerde pazarlama amacında olmaları,
- Eşya sergisi ve satışı dışında eğlence, kültürel alışveriş gibi yan fonksiyonları da barındırmaları,
- Kuruldukları şehrin ekonomik hayatında hareketlenme meydana getirmeleri,
- Kültürlerarası yakınlaşmayı sağlamaları ve barış içinde bir ticaret ortamı oluşturmalarıdır.

2.1.2. Fuarların Tarihçesi

Fuarlar, tarihin ilk zamanlarından beri varlıklarını sürdürmüşlerdir. Zaman içinde gelişen ve değişen yaşam şartlarına göre biçimsel olarak farklılık kazanmışlardır (Kaçar, 2013:4). Arkeolojik kazılar sonucu ortaya çıkan ilk kent yerleşiminde, gıda malları ile sanayi mallarının yerleştirildiği depolar ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca bu depolarda çok uzak yerlerden getirildiği anlaşılan lüks mallara rastlanması dikkat çekmiştir (Pehlivan, 1996:5).

M.Ö. Asya ve Afrika kıtalarında, dini amaçla yapılan ilk fuarlar, dünya fuarlarının oluşumuna öncülük etmiştir. Seyahat etmenin zor olduğu bu eski zamanlarda fuarlara gelen ziyaretçiler farklı bölgelerden gelmektelerdi. Bir kısmı şehir ve kasabalarda bir kısmı da limanlarda yapılan ilk fuarlarda Asyalı, Afrikalı ve Avrupalı tüccarlar ürünlerini limandan limana taşır ve bunları sergilerlerdi (Ateş, 2019:4). M.Ö. 2000 yıllarında, tacirler aracılığı ile ülkeler arası yapılmaya başlanan ticaret, kervanlar ile getirilen malların, önemli dini buluşmalarda sergilenmesiyle fuarcılığın temelleri atılmıştır. M.Ö.2000 yılının sonunda Tunç Çağı'na rastlayan

dönemde Suriye, Filistin, Mezopotamya ve Mısır'ın belli başlı yerleşim bölgelerinde, önemli dini bayramlar sırasında, birçok ticaret kervanının şehirlerde buluştuğu bilinmektedir (Adenova, 2013:5).

Yazılı olarak ilk defa, insanların ürettikleri malları sergilemelerine yönelik açıklama İncil'de geçmektedir. İncil'de dönemin Pers Kralı 1. Xerxes'in, devletinin sahip olduğu zenginliği ve gücü göstermek amacıyla M.Ö. 5. Yüzyıl'da 180 gün süren bir sergi gerçekleştirdiği geçer. Bu bilgi, fuarcılık biliminin kaynağına ulaşılan ilk yazılı belgesi olması sebebiyle önemlidir (Kara, 2019:5). En eski fuarlar bahar ve yaz aylarında veya hasat dönemlerinde gerçekleşen şenlikler görünümündeydi. Romalılar işgal ettikleri şehirlerde ticareti canlandırmak ve siyasi düşüncelerini yaymak amacıyla fuarlar kurmuşlardır. Sonraki dönemlerde fuarların Avrupa'da yaygın hale geldiği ve genelde kiliseler civarında Tanrı adına düzenlendiği görülmektedir (Sarıçay, 2010:8).

Tarihin akışı içinde, ticaret akımlarının kuvvet kazanmasına bağlı olarak ticaret yolları ve bu yollar üzerinde ticaret merkezleri kendini göstermiştir. Bölgesel ve uluslararası konuma sahip bu ticari merkezler; ünlü Kral Yolu ve üzerindeki Efes, Ninova, Babil, Persepolis, İpek Yolu üzerindeki Shansi, Buhara, Semerkant, Kefe, Baharat Yolu üzerindeki Çin, Hindistan, Seylani Körfez ve Doğu Akdeniz limanlarıdır (Adenova, 2013:5). Üretilen ve tüccarlar aracılığıyla getirilen malların çeşitliliği pazar yerlerinin kurulmasına neden olmuş, tüccarların satıcıları tek tek ziyaret etmesi yerine pazarlardan alışveriş yapmayı tercih etmelerine sebep olmuşlardır. Tarım ürünlerinin yanında demir ve ahşaptan imal edilen malların da pazarlarda satışa sunulması halkı pazarlara yönlendirmiştir (Coşkunkurt, 2007:47). Ticaretin gelişimi ile fuarların önemi artmaya başlamış ve sayıları çoğalmıştır. Ticaret yollarının açılmasıyla önemli kervan yolları kavşaklarına fuarlar kurulmuştur. Orta çağ döneminde büyük şehirlerde yılda bir veya iki kez büyük fuarlar düzenlenerek Avrupa'nın her köşesinden katılan tüccarların ziyaretine açılmaktaydı. Kurulan bu fuarlar uluslararası pazar yerleriydi ve farklı yerlerden gelen tüccarlar kendi bölgelerinden getirdikleri malları sunmaktaydılar (Kaçar, 2013:5).

Fuarların başlangıç şekli olan panayırlar, şehir devletleri arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde önemli etkiler meydana getirmiştir. Arkeolojik kazılar sonucu tarihi kalıntılarını gördüğümüz gymnasiumlar, amphiteaterlar, odeonlar ve agoralar büyük oranda fuar ve panayırların eğlence aktivitelerini karşılamaktaydılar. Dünya'da fuar fonksiyonu taşıyan ilk organizasyonlar, ulaşım ve buna bağlı olarak ticaretin

gelişimiyle ortaya çıkan ticari yaşam merkezlerinde düzenlenmiştir. Bu dönemlerde Fransa'da düzenlenen Champagne Fuarları; en önemli fuarlar olarak bilinmektedir (Badak, 2018:40). Orta çağın en ünlü fuarları arasında olan Fransa'daki Champagne fuarları, 1150-1320 yılları arasında Dünya ticareti ve ekonomisinin merkezi konumunda olmuşlardır. Champagne fuarlarında Avrupa'da üretilen tüm ürünler sergilendiği gibi Orta Asya ve Rusya'dan kürkler, doğudan ilaç ve baharatlar, Flanders'ten elbiseler, İngiltere'den laterit, Güney Almanya'dan keten kumaşlar da görücüye çıkmıştır. Bu sayede Avrupa'nın gün geçtikçe artan ekonomisi ve tarımsal üretimi, 11.yüzyılda pazar ve fuar sayılarının öneminin ortaya çıkmasının yanı sıra onlara verilen değerin artmasına sebep olmuştur (Adenova, 2013:6).

Ortaçağ Avrupa'sında büyük fuarlar organize edilirken aynı dönem içinde Anadolu topraklarında da ulusal ya da uluslararası organizasyonlara rastlanmaktadır. Düzenlenen bu organizasyonlar öncelikle Anadolu Türkleri, sonraki yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunda görülmüştür. Kullanılan pazar ve panayır sözcüklerinin varlığı düzenlenen bu organizasyonlara dayanmaktadırlar (Ateş, 2019:5). Anadolu'da 13.yy.da Selçuklar zamanında, Pazarören kasabasında her yıl mütemadiyen 'yabanlu pazarı' isminde uluslararası fuar kurulduğu bilinmektedir. Selçuklular bu dönemlerde kurdukları yol ağları ve bu ağlar üzerinde kurulan kervansaraylarla tüm dünyadan Anadolu'ya gelen tüccarları ağırlamışlardır. Her sene bahar ayında kırk gün süreyle açık tutulan bu fuarların, 14.yy başlarında sona erdiği düşünülmektedir (Adenova, 2013:6).

Ortaçağ'da, üretilen mallar fuarlarda sergilenmiştir. Sanayii devrimiyle beraber üretim hızlı bir artış göstermiş, buna bağlı olarak yeni ham madde ihtiyacı ve pazar kaynaklarına ihtiyaç duyulmuştur. Yeni pazarlara ulaşmanın en etkili yoluysa sergi ve fuarlardı. Bu sebeple de uluslararası sanayi sergileri düzenlenmeye başlamıştır. Aynı dönem içerisinde fuarlar için özel binalar da inşa edilmeye başlanmıştır (Kaçar, 2013:5). 18. ve 19. yüzyıllarda, Endüstri Devrimi'nin bir sonucu olan üretimdeki gelişim sebebiyle, direkt satış amacı olan fuarlar, yerini her üründen örneklerin sergilendiği fuarlara bırakmış ve bu fuarlara İngilizce "Sample Fairs", Almanca "Mustermesse" adı verilmiştir. Bu türdeki fuarların ilk örneği Almanya'da düzenlenen Leipzig Fuarı'dır (Coşkunkurt, 2007:47). Fuarcılığın temellerini Fransa'nın attığı kabul edilmekle birlikte, modern anlamdaki başlangıcı 1851 yılında İngiltere'de düzenlenen fuar kabul edilmektedir. Günümüzdeki haliyle ilk büyük fuar 1851'de Londra'da Hyde Park'ta düzenlendi. Crystal Palace adı ile bilinen bu sergi

birçok ülkenin ilgisini çekti ve sık aralıklarla fuarlar düzenlenmeye başlandı. Bu fuar genel olarak uluslararası nitelikte düzenleniyordu (Sarıçay, 2010:5).

Fuarcılığın başlangıç zamanlarında fuarlara katılım sağlamak ülkeler açısından son derece önem arz etmekteydi. Fuara katılmak ülkenin prestiji için çok önemliydi. Zaman içerisinde modern fuarcılık anlayışının gelişmesiyle beraber fuar ve alanları büyük değişimlere uğradı. Ülke bazında fuar katılımları yerini firma düzeyinde katılımlara bırakmaya başladı. Artık dünya genelinde son derece modern, teknolojik ve kapalı alanlarda düzenlenen fuarlar, hem katılımcıları hem de ziyaretçileri memnun edecek şekilde organize edilmeye başlanmıştır (Sarıçay, 2010:9).

Uluslararası etkinlikler üzerinde yapılan araştırmalara bakıldığında son yıllarda dünya fuarlarının ciddi bir gelişim gösterdiği gözlemlenmektedir. Muazzam bir şekilde büyüyen fuarcılık sektörü, kültürel coğrafya, kentsel çalışmalar, sanat tarihi ve mimarlık tarihi gibi çeşitli dallar üzerinde yapılan araştırmalara yön vermiştir (Geppert vd., 2006:5). 20. yy.'a gelindiğinde uluslararası fuar sayılarının da artış gösterdiği gözlemlenmiş ve fuarların içeriği zenginleşmiştir. Günümüz dünyasına bakıldığında fuarcılık sektöründe önemli gelişmeler gözlemlenmektedir. Fuarcılık sektöründeki gelişmeler yalnızca Avrupa ve Amerika ile sınırlı kalmayarak Uzakdoğu ülkelerinde de dikkati çeken bir boyuta ulaşmıştır. Sektörünün bu ülkelerde hızlı bir gelişim göstermesinin en önemli sebeplerinden biri, gelişmiş batı ülkelerinin birçok pazarda doyum noktasına ulaşması ve farklı sektörlerde iş gören işletmelerin yeni pazardan pay almak istemesidir. Uzakdoğu ve eski doğu ülkelerinde gün geçtikçe gelişim gösteren fuarcılık sektörü ve organize edilen fuarlar neticesinde bu ülkelerde bulunan mevcut ve olası müşterilere ulaşılmasını mümkün kılmaktadır (Adenova, 2013:8). Yeni müşteri ve pazar yeri arayışındaki ülkelerden olan işletmeler kendi tanınırlıklarını artırmayı amaçlarken, kâr oranı yüksek olan elektronik, turizm ve otomotiv sektöründe üretilen ürünlerinin tanıtımını gerçekleştirmek üzere fuarlara olan ilgi artmıştır (Ateş, 2019:6).

Günümüzde Dünya'nın birçok bölgesinde uluslararası fuarlar düzenlenmekte, Paris, Milano, Köln, Hannover, Frankfurt, Stockholm, İstanbul gibi fuarcılık alanında isim yapmış şehirler, fuar turizmi sayesinde kayda değer gelirler elde etmektedirler (Coşkunkurt, 2007:49). Fuarcılığın artan önemi ile paralel olarak düzenlenen fuar sayılarında ve fuarlara katılımcı sayısında hızlı bir artış yaşanmaktadır (Badak, 2018:41).

Türkiye'de fuarcılık alanındaki ilk çalışmalar Cumhuriyetin ilanından hemen önceye dayanmaktadır. 17 Şubat 1923 yılında düzenlenen İzmir İktisat Kongresi'nde günümüzdeki ismiyle İzmir Enternasyonal Fuarı'nın temelleri atılmıştır. Kongre binasında iktisat sergisi düzenlenmiştir. 1926 yılında ise Ticaret Bakanlığı'nca sergi gezisi için Karadeniz gemisi hazırlanmış ve bu gemi Türkiye'nin ilk yüzen sergisi olmuştur. Sergi gemisi Avrupa'nın birçok ünlü kıyı şehrine uğramış ve el sanatları, sanayi ve tarım ürünlerini katılımcılara sergilemiştir (Kaçar, 2013:5). 1927 yılında 12.000 m² kapalı ve 13.000 m² açık bir alana sahip sergi alanı kurulmuştur. Fuara 195 Türk firması, 71 Ticaret Odası, borsalar, resmi ve yarı resmi kuruluşlarla İngiltere, Almanya, Fransa, Amerika, Polonya, Rusya, İtalya, İsviçre ve Macaristan'dan 72 firma olmak üzere toplam 338 firma fuara katılmıştır (Coşkunkurt, 2007:51).

1980'li yıllarda serbest piyasa ekonomisine geçişle beraber fuarcılığın da şekli değişmeye başlamıştır. Değişen ve çeşitlenen malların tanıtıldığı fuarlar dikkat çekmeye başlanmıştır. Fuarcılık alanında yaşanan bu gelişmeler geniş kapsamlı sergilerin altyapısını hazırlamıştır. Zaman içinde sergi ve stantların yanı sıra kullanılan tasarımlarda da değişimler meydana gelmiş ve daha yenilikçi sergi ve stant tasarımları ortaya çıkmıştır (Kaçar, 2013:6). Bu yıllar içinde hem özel sektör kuruluşları yurt dışı fuarlarına katılım sağlamış, hem de ülke içinde özel fuar merkezleri kurulmaya başlamıştır (Coşkunkurt, 2007:51-52). 1990'larda sergi ve fuar kuruluşları kendi içlerinde örgütlenmeye ve uluslararası fuar tasarımı anlayışını etkin olarak kullanmaya başlamışlardır. 2000'li yıllarda ülkemiz fuarcılık çalışmaları ile uluslararası organizasyonlarda boy göstermeye başlamıştır. Fuarlar günümüzde bu konularda uzmanlaşmış firmalar (örneğin, TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.) tarafından organize edilmektedir. Bu organizatörler her yılın aynı tarihlerine denk gelecek şekilde fuar tarihini belirlerler. Fuarların süresi 7-30 gün arasında değişebilmektedir. Fuar tarihi belirlendikten sonra organizatörler, ulusal fuarlar için 6 ay, uluslararası fuarlar içinse en az 1 yıl öncesinden çalışmalarına başlarlar (Kaçar, 2013:7). Türkiye'de de bu organizasyonlar için devlet destekleri belirlenmiş, belirlenen desteklerden yararlanmaksa belirli kurallara bağlanmıştır ve bu konudaki usul ve esaslar TOBB Yönetim Kurulunun 3 Kasım 2014 tarihli ve 94 sayılı kararına istinaden 01.01.2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir (Köktürk ve Çobanoğlu, 2019:272).

Tablo 2.1. 2020 Yılı Türkiye Genel ve İhtisas Fuarları www.tobb.org.tr)

Fuar Türü	2020 Yılı
Genel Fuar	5
İhtisas Fuarı	445
Toplam	450

Fuar Niteliği	2020 Yılı
Ulusal	314
Uluslararası	136
Toplam	450

2.1.3. Mega Etkinlikler

Etkinlikler, büyüklükleri ve içerikleri göz önünde bulundurularak sınıflandırılabilir. Etkinlikler büyüklükleri açısından mega etkinlikler, büyük etkinlikler, bölgesel etkinlikler ve yöresel etkinlikler olarak dört grupta incelenmektedir. İçeriklerine göre etkinlikleri festivaller, spor etkinlikleri, toplantı, teşvik, kongre, sergi ve iş etkinlikleri şeklinde sınıflandırılmak mümkündür (Uygur ve Çelik, 2010:37).

Günümüzde düzenlenen etkinlikler incelendiğinde uluslararası alanda yapılan en geniş çaplı organizasyonlar mega etkinliklerdir ve bu etkinliklerin düzenlenmesinde ülkelerin hedefi uluslararası arenada kendilerini göstermektir (Berberoğlu, 2012:22). Mega etkinlikler, düzenlenen şehirleri küresel anlamda tanınır hale getirmek ve ulusal ve uluslararası alanda cazibe merkezi konumuna ulaştırmak için bir pazarlama aracıdır. Mega etkinliklerde, mega olaylardan kazanılan ekonomik kaynaklar ev sahibi şehirlerde kullanıldığı için kentlerin yapısal gelişimi kentsel gelişimi tetiklemektedir (Menoni, 2017:49). Mega etkinlikler, eskiden gelişmiş ülkelerin tekelinde olmasına rağmen, son yıllarda mega etkinliklerin gelişmekte olan ülkeler açısından sürdürülebilir gelişim anlamında bir ekonomi ve kalkınma yolu olduğu fark edilmiştir (Berberoğlu, 2012:22).

Mega etkinlikler, genellikle ev sahibi ülke ve şehir üzerinde uzun vadeli olumlu ve olumsuz etki oluşturan tek seferlik organizasyonlardır (Yang vd., 2010:162). Bu etkinlikler, ev sahibi şehirleri tanıtmak için tasarlanmış stratejilerin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Jago vd., 2010:223). Mega etkinlikler hakkında ilk akademik çalışmaları yapan Ritchie, düzenlenen bu dev organizasyonları "hallmark" etkinlik olarak tanımlamıştır. Hallmark organizasyonlar, tek seferlik veya belirli bir zaman aralığında tekrar eden organizasyonlardır ve zamana bağlı olan bu

özellikleri; uzun veya kısa vadeli sürede bir turizm destinasyonu için farkındalık oluşturmak ve kârlılığını artırmak amacıyla geliştirilmiştir (Yalçın, 2014:7). Turistik destinasyonlarda organize edilen etkinlikler hem destinasyon açısından hem de yerel halk üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu daha önce yapılan çeşitli araştırmalar tarafından ortaya çıkarılmıştır. Bütün etkinliklerin, katılımcılar ve bazen de ev sahibi şehir üzerinde sosyal ve kültürel açıdan etkileri bulunmaktadır (Birdir vd., 2018:446).

Mega etkinliklerde temel amaç, düzenlenen şehrin turizm açısından ve ekonomik olarak kalkınmasını sağlamaktır. Büyüklükleri ve kapsadığı ölçek açısından önemli oranda mekânsal ve ekonomik karşılığı olan etkinlikler düzenlemek gayesiyle şehirler arasında da meydana gelen bir rekabet ortaya çıkmıştır. Bu sebeple şehirler, etkinliği organize eden uluslararası organizasyon komitelerine başvuru yapmakta, amaçladığı etkinliği düzenlemek için aday olmakta ve adaylıkları onaylanana dek bu etkinliklere hizmet sağlayacak altyapı ve üstyapı tesislerini inşa etmeye çalışırlar (Eryılmaz ve Cengiz, 2012:78). Mega organizasyonlar arasında küresel fuar organizasyonları, Olimpiyatlar, Expolar, Dünya Kupaları, Avrupa - Asya Pan-Amerikan Oyunları, Avrupa Kültür Başkentleri ve Küresel Film Festivalleri sayılabilir (Görkemli vd., 2014:181).

2.1.3.1.Olimpiyatlar

Olimpiyat oyunlarının kökenine bakıldığında, bu oyunun bir stadyum yarışı olarak düzenlendiği M.Ö. 776 yılına gidilmektedir (Ak, 2015:2). Yunanistan'ın Olimpia kentinde düzenlenmeye başlanan olimpiyatlar günümüz dünyasında küresel açıdan birçok ülkenin en üst düzey sporcularının bir arada buluştuğu, diğer taraftan da tüm dünyanın ilgiyle takip ettiği çok kapsamlı bir organizasyondur (Görkemli vd., 2014:184). Bir süreliğine kesintiye uğramasının ardından 1896 yılında modern olimpiyatlar adıyla Pierre de Coubertin tarafından tekrar uyandırılmıştır (Ak, 2015:2).

İlk olimpiyatlar, aynı zamanda ilk fuarların da yapıldığı şehirlerde düzenlenmekteydi. 1900 senesinde düzenlenen Dünya Fuarı ve Paris Olimpiyat Oyunları, 1904 senesinde düzenlenen Louisiana Fuarı ve St. Louis Olimpiyat Oyunları, 1908 senesinde düzenlenen Paris-Londra Fuarı ve Londra Olimpiyat Oyunları, bu konuda örnek gösterilebilir (Şahin, 2010:74).

Olimpiyat tarzındaki büyük organizasyonlar, kültürün küreselleşmesinin ana unsuru olarak tanımlanabilmektedir. Gelişmiş toplumlar için Olimpiyatlar, etkisi en yüksek ve en etkileyici kültürel ve kamusal spor organizasyonlarıdır (Yalçın, 2014:11). Olimpiyat Oyunlarını diğer çok uluslu spor faaliyetlerinden ayıran en temel unsur, ülkelerin birbirleriyle rekabet etmediği, sadece üst düzey sporcuların en iyi olma gayesiyle mücadele ettikleri bir zemin üzerinde düzenleme idealidir (Şenduran ve Donuk, 2009:42).

Tarihi süreçte insanların ortak hedeflerine ulaşmak, toplumsal birleşimi sağlamak gibi temel ihtiyaçlarını gidermek için yaygın olarak kullanılan bir yol olan etkinlikler, zaman içerisinde kurumların, şehirlerin ve ülkelerin rekabet amacı ile önemsedikleri önemli bir stratejik girişim halini almıştır (Yavuz ve Çakıcı, 2014:11). Cashman, mega etkinlikler arasında en önemli organizasyonlar olan olimpiyatların, "kent tasarımında değişime; fiziksel ve yapılı çevrede değişikliğe; hava, kara, demir yolu ulaşımında gelişmeye; turizm ve iş aktivitesi potansiyelinin artmasına, oyunlardan sonra toplumun kullanabileceği yeni spor alanlarının yapılmasına sebep olduğunu; bir kentin, ülkenin ve kültürünün sunumuna olanak sağladığını; politikada ve politik ilişkilerde yenilikleri beraberinde getirdiğini bununla birlikte maliyetlerin ve vergilerin de artmasına sebep olduğunu" ifade etmektedir (Eryılmaz ve Cengiz, 2012:80).

Olimpiyatlar, Dünya Kupası ve Expo'lar gibi büyük çaplı uluslararası etkinlikler her zaman ekonomiye olumlu katkı sağlamışlardır (Aydoğuş vd., 2015:75). Olimpiyat Oyunları ve Dünya Fuarı gittikçe daha çok kentsel dönüşüme yardımcı olan kalkınma planlarını ortaya çıkarmıştır. Geçmiş olaylar incelendiğinde spor olaylarının artışı ile yeni kentsel mekânların gereksinimi, katılımcıların ev sahibi şehirlerle ilişkilerinin kuvvetlendiği görülmektedir (Li, 2018:124). Olimpiyatların ev sahibi kente birçok faydası olduğu kuşkusuzdur. Lakin temel olarak kentleri olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapma isteğine iten asıl sebep, sağlanacak gelirler ile ekonomide meydana gelecek büyümedir. Ev sahibi ülke ve şehirlere sağladığı ekonomik artıların yanında ülke ve ev sahibi kentin prestijini ve imajını yenilemesi, yüksek oranda medyanın ilgisini çekmesi ile beraber kenti ziyaret eden turist sayısındaki artış gibi birçok motivasyonlar da bu rekabette etkin rol almaktadır (Ak, 2015:2). 1890'da Yunanistan her yıl olimpiyat oyunlarının kendi ülkelerinde düzenlenmesi için yürüttükleri lobicilik çalışmalarına karşı çıkan Coubertin, olimpiyatların dört senede bir dünyanın farklı ülkelerinde, farklı

şehirlerde yapılması gerektiği düşüncesini savunmuştur. Çünkü Coubertin'e göre olimpiyatların bu haliyle organize edilmesi olimpiyat ruhunu tüm dünyada yaygınlaştıracaktır (Ak, 2015:2).

Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC), Dünya'da olimpik hareketlerin en yetkili organı durumundadır. Olimpik hareket içinde yer alan her kişi ya da örgüt hangi sıfatla olurlarsa olsunlar IOC'nin kararlarına uymak zorundadırlar. Uluslararası Olimpiyat Komitesi, İsviçre Federal Konseyi'nin, 17 Eylül 1981 tarihli kararnamesiyle tanıdığı tüzel kişiliğe sahip kuruluş statüsünde, kâr amacı gütmeyen sınırsız süreli hükümet dışı, uluslararası bir örgüttür. IOC'nin Merkezi, İsviçre'nin Lozan şehrindedir. IOC'nin görevi Olimpik antlaşmaya uygun şekilde Olimpik Hareketlere liderlik etmektir. IOC'nin Olimpik Antlaşma'nın hükümleri bazında alınan kararları kesindir (Toramanlı, 2014:76).

Türkiye'de Olimpiyat çalışmaları Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin amaç ve kurallarına uygun olarak Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi aracılığıyla yürütülür. Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi (TMOK) tamamı gönüllülerden oluşan, kâr amacı gütmeyen, toplum yararına çalışan, özerk bir sivil toplum kuruluşudur. TMOK yüz yılı aşan geçmişiyle Türk sporunun en eski paydaşlarından biri ve Türk sporunun gelişmesi için çalışmalar yapan üst düzey bir hizmet kurumudur (Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi 2018 Faaliyet Raporu, 2018:4).

2.1.3.2.Avrupa Kültür Başkenti

Avrupa Kültür Başkenti önerisini ilk olarak Yunanistan Cumhuriyeti Kültür Bakanı Melina Mercouri tarafından yapılmış, öneri sonucu bir jest olarak bu sıfat 1985'de Atina'ya verilmiş ve bu sayede süreç başlamıştır. Zamanla kültür başkenti olmak, o şehre yalnızca statü sağlamak ya da kültürel aktiviteler düzenlemek anlamından çıkıp, şehrin kalıcı unsurlar ile gelişimine katkıda bulunmak anlamına bürünmüştür (Katipoğlu, 2009:304). Bu düşünceyle 1985'ten 2000 yılına kadar Avrupa Birliği üye ülkeleri arasından her sene bir kent bu unvan sahip olmuştur. 2000 yılından sonra ise Kültür Başkenti uygulamasına AB'ye aday ülkelerde dâhil edilmiştir ve sayıları artırılarak genişletilmiştir. AB için hazırlanan Palmer Raporu'na (Study on the European Cities and Capitals of Culture and the European Cultural Months (1995-2004) Robert Palmer) göre, bu anlamda değerlendirilen kentler, kültür ve sanat çalışmalarından oluşan geniş kapsamlı bir program izleyerek, hem turistlerin ilgisini çekmekte hem de kentin turizm alanında gurur ve özgüven

kazanmasını sağlamaktadır (İnan ve Ölçer, 2009:8-9). 2000 yılına gelindiğinde Avrupa Kültür Şehri unvanı Avrupa Kültür Başkenti olarak değiştirilmiş ve organizasyon Avrupa Birliği tarafından finanse edilmeye başlanmıştır. 2005 yılından sonra bu unvanın birden çok Avrupa şehrine aynı yıl içinde verilme önerisi kabul edilmiştir. Hangi ülkenin ve şehrin kültür başkenti olarak seçileceği her yıl Avrupa Birliği Parlamenterler Komisyonu tarafından belirlenmekte ve ilan edilmektedir (Baycar, 2010:726).

AKB'liği süreci, kültürel olarak değerlerin bilincine varmak, kültürel ve sanatsal programlara katılımı arttırmak, bu süre içerisinde eksiklikleri görmek ve alt yapıyı tekrar gözden geçirmek için bir fırsattır. Düzensiz yapılaşma, doğal çevrenin yok edilişi, çevre kirliliği ve yüzyılın getirdiği sorunlar gibi olumsuz durumlar ve kentsel fonksiyonların eksik kaldığı ülkeler için AKB'nin seçimi önemli engellerle karşılaşmaktadır. Ancak, o şehirde seçim öncesinde yapılan hazırlıkların ve bir takım kültürel hareketliliğin olması da seçimi olumlu olarak etkilemektedir. Kültür başkenti olmadan önce ve bir sene boyunca süren etkinliklerle birçok kültür yatırımı, kültür işletmesi teknikleri kullanılarak şehirlere çekilmekte ve sonrasında ortaya çıkan eserlerin sürdürülebilmesi yönünde sivil toplumun da yakın destek ve denetimiyle yoğun çaba sarf edilmektedir (Cançat, 2016:231).

Türkiye'de ilk AKB çalışmaları 1999 yılında başlamıştır. Avrupa Birliği, Avrupa Kültür Başkenti projesini Avrupa Birliği'nin tam üyesi olmayan ülkeleri de kapsayan genişletme kararı sonrası, konu ile ilgilenen sivil toplum gönüllüleri 7 Temmuz 2000 tarihinde bir araya gelerek, İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti uygulamasına aday olması için gerekli olan ilk adımları atacak Girişim Grubu'nu kurmuşlardır (Kamiloğlu, 2010:194). 2005 yılı sonrası 13 hükümet dışı kuruluşunun desteğiyle kurulan İnisiyatif Gurubu hazırlıklarına başlamıştır. Bu İnisiyatif Gurubu daha sonrasında çeşitli STK, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul Valiliği, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı, akademisyen ve sanatçıların da eklenmesiyle genişletilmiştir. Bu haliyle kurulan büyük yürütücü organ 13 Aralık 2005 tarihinde projenin ana temasını "İstanbul:4 Elementin Şehri" olarak ilan etmiş ve 2010 Avrupa Kültür Başkenti uygulaması için çalışmalarını hızlandırmıştır (İnan ve Ölçer, 2009:9).

Tablo 2.2. Avrupa Kültür Başkenti Etkinliğine Ev Sahipliği Yapma Sıklığına Göre Ülkeler (İnan ve Ölçer, 2009:21)

1 kez Ev Sahipliği Yapan Ülkeler	**2 kez Ev Sahipliği Yapan Ülkeler**	**3 kez Ev Sahipliği Yapan Ülkeler**	**4 kez veya daha fazla Ev Sahipliği Yapan Ülkeler**
İskoçya	İrlanda	Yunanistan	Fransa
İzlanda	Lüksemburg	İtalya	Belçika
Romanya	Danimarka	Hollanda	İspanya
Türkiye	İsveç	Almanya	
İngiltere	Norveç	Portekiz	
Macaristan	Finlandiya		
Estonya	Polonya		
Letonya	Çek Cumhuriyeti		
Slovakya	Avusturya		
Slovenya			
Güney Kıbrıs			
Malta			

2.1.3.3. FIFA Dünya Kupası

Dünya'daki farklı sosyal statü ve kültürden 3 milyarı aşkın insanı bir araya getiren platform olma özelliğine sahip olan kavram spordur. Zihinsel ve fiziksel güce dayanan bu spor etkinlikleri aynı zamanda bir pazarlama ürünü olarak değerlendirilmektedir. İnsanlar düzenlenen spor ekinlikleri sayesinde merak ettikleri destinasyonları görme şansını yakalayabilmektedir (Serçek ve Serçek, 2018:70). Futbol Dünya'nın en popüler spor şeklidir ve her ülkede oynanmaktadır (Göral, 2015:88). 1863'te başlayan futbol sporu yıllar içerisinde evrensel bir kuruma ihtiyaç duymuştur. Futbolun Dünya çapında bir kurum altında toplanması hedefiyle 1904 yılı içerisinde Fransa'nın Paris Şehrinde, Belçika, İspanya, Danimarka, İsviçre, Fransa, İsveç ve Hollanda'dan üyelerin katılımıyla FIFA kurumu kurulmuştur. Bu kuruluş sayesinde tüm ülkelerde futbolun adil ve şeffaf olması görüşü temel alınmıştır (Kantürer, 2016:23). FIFA Dünya Kupası, Uluslararası Futbol

Federasyonları Birliği (Federation Internationale de Football Association-FIFA) tarafından dört senede bir düzenlenen uluslararası futbol organizasyonudur. 1930'da düzenlenmeye başlayan organizasyonda 32 ülkenin milli takımı bir ay sürecek kupada rakiplerine karşı ter dökmektedir (Senem, 2011:112).

FIFA Dünya Kupası büyük turistik hareketlere ev sahipliği yapan spor olaylarıdır (Toramanlı, 2014:13). 1930 – 2018 yıları arasında FIFA Dünya Kupasına ev sahipliği yapmış kentler kıtalarına göre incelendiğinde Avrupa 10 defa, Güney Amerika 7 defa, Asya 3 defa Afrika ve Kuzey Amerika ise 1'er defa FIFA Dünya Kupası için ev sahipliği yapmışlardır (Kantürer, 2016:24). 2022 yılı için ev sahipliğine hak kazanan ülke Katar olurken, 2026 yılı FIFA Dünya Kupası Meksika'da düzenlenecektir.

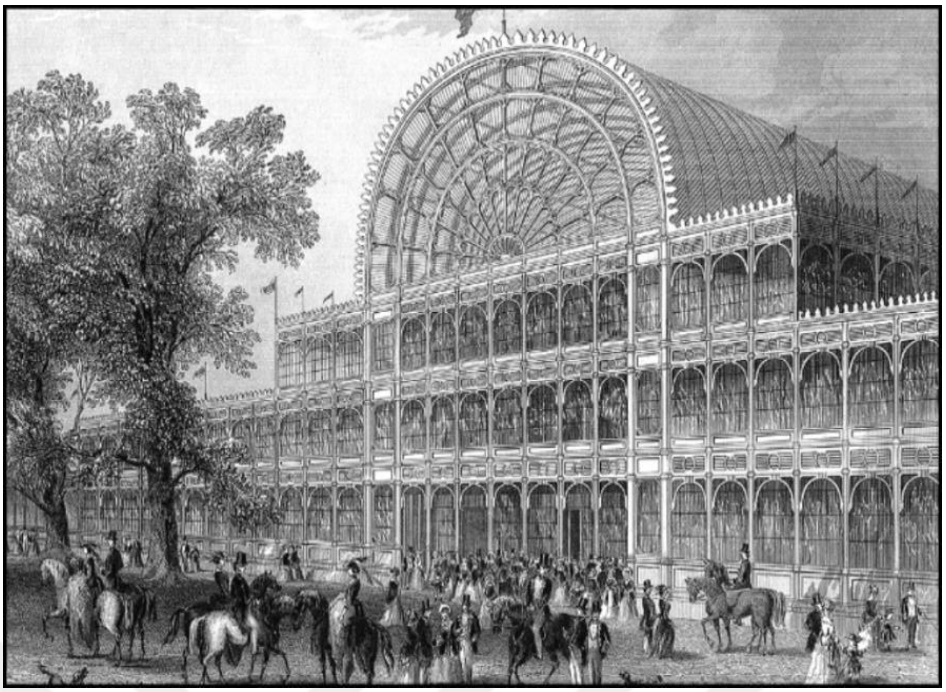
Tablo 2.3. FIFA Dünya Kupası'na Ev Sahipliği İçin Seçilen Ülkeler ve Kıtaları (Kantürer, 2016:24)

Avrupa	**Güney Amerika**	**Asya**	**Kuzey Amerika**	**Afrika**
1934 - İtalya	1930- Uruguay	2002-Güney Kore,Japonya	1994 - ABD	2010-Güney Afrika
1938 - Fransa	1950- Brezilya	2018-Rusya		
1954 - İsviçre	1962 - Şili	2022 Katar		
1958 - İsveç	1970- Meksika			
1966- İngiltere	1978 - Arjantin			
1974- Batı Almanya	1986- Meksika			
1982 - İspanya	2014- Brezilya			
1990 - İtalya	2026- Meksika			
1998 – Fransa				
2006- Almanya				

Etkinlik süresince ve etkinlik sonrası kısa vadede spor organizasyonlarının ev sahibi ülke üzerinde pozitif etkileri olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra spor organizasyonlarının ev sahibi ülkeye etkisi sadece etkinlik sırasında değil, etkinlik sonrasında da devam etmektedir. Bu etkiler her zaman olumlu sonuçlanmayabilir. Olumlu sonuçların aksine spor etkinlikleri sonrası süreç ve mevcut durum göz önüne alınmadan inşa edilen spor tesisleri kenti olumsuz şekilde etkileyebilmektedir (Serçek ve Serçek, 2018:70). Etkinlik kapsamında tasarlanan spor tesisleri, stadyum, konaklama yapıları ve hizmet birimlerini kapsayan etkinlik alanları dünya kupası organizasyonu tamamlandıktan sonra işlevsizleştirilmediğinde, şehir içerisinde ”White Elephant” diye de adlandırılan kullanışsız büyük kütleler bırakmaktadır (Kantürer, 2016:24).

2.1.3.4.Expo Dünya Fuarı

Expo, Türkçe karşılığı “Sergi” olan İngilizce “Exposition” kelimesinin kısaltması olarak literatürde yer almaktadır. Bu sebeple yaygın bir şekilde “Expo fuarları” ifadesinin kullanımında yanlışlık olduğu söylenebilir. Bunun yerine yalnızca “Expo” kelimesinin kullanımı, anlamı tam manasıyla yansıtacaktır (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2019:3). Expo; Kültür, tarih, eğitim, sanat, eğlence ve ticaret alanlarında bir olimpiyattır. Dünya sergisi ya da Dünya fuarı anlamı taşıyan Expo, yenilikçi paylaşımlarla gelişimi teşvik eden, işbirliğini destekleyen ve halkın eğitim seviyesini artırmayı amaç edinen uluslararası bir etkinliktir (Expo, 2019). Modern fuarcılığın temelleri İngiltere’de atılmıştır. 1851 yılında Londra’da yapılan Büyük Sergi’yi Şair Tennyson “Büyük Dünya Fuarı” olarak adlandırmıştır. Bu olaydan sonra organizasyonun adı “Dünya Fuarı” olarak kullanılmaya başlanmıştır (Kantürer, 2016:24). Expo’lar ev sahibi ülkenin diğer ülkeleri, şirketleri, ulusal ve uluslararası kuruluşları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve halkı davet ettiği dev bir organizasyonlardır. Günümüzde Expo organizasyonları, FIFA Dünya Kupası ve Olimpiyat Oyunlarından sonra dünyada kültürel ve ekonomik etki oluşturan en büyük üçüncü organizasyondur. 150 yıldan fazla bir tarihe sahip olan Expo’lar yetkili kişileri, uzmanları, sivil toplum örgütlerini ve politikacıları kapsayan topluluğun birlikte çalışmasına imkân sağlayan ve süreleri 6 ay olan bir mega etkinliktir (Expo, 2019).



Resim 2.1. Crystal Palace/Kristal Saray Londra (Kantürer, 2016:34)

Expo'ların birer ticari fuar olmasının yanı sıra, eğitim hedefli birer tema ve kültürel etkinlik olarak anılmaktadır. Bu tema ve kültürel etkinlikler; teknolojik, yenilikçi ve doğa ile uyumluluk gibi küresel meseleleri hedef alarak tüm Dünya ülkelerinin sahip oldukları kültürel miras ile toplumun gelecek beklentilerini birleştirmeye yöneliktir. Devletler Dünya fuarlarında buluşturularak, yeni fikirlerin doğması amaçlanmaktadır. Düzenlenen bu Expo'ların hiçbirinde ticari amaç güdülmemektedir (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2019:3). Bir Expo organizasyonu, ev sahibi ülke için sosyo-kültürel farkındalıklarını tüm Dünya ile tanıştırması adına bir fırsat niteliğindedir (Vij vd., 2019:3). Expo'ların tamamında özel bir tema bulunmaktadır. Sergi için yapılan yapıların tamamı kalıcı değildir. Fuar yapılarını mimari olarak incelendiğinde nitelikli yapılar olduğu göze çarpmaktadır. Expo'lar kentsel dönüşüme ön ayak olan organizasyonlardır. Dünya fuarları dönemsel özellikleri olduğu gibi yansıtan organizasyonlardır. Expo'lar iletişimi ön planda forumlardır, toplumsal bilgilendirmeyi ve doğanın korunmasını hedeflemektedirler (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2019:3). Yenilikçilik, teknoloji, çevre ile uyum gibi global konular üzerinde yoğunlaşan bu sergiler, merkezi Fransa'nın Başkenti Paris'te bulunan Uluslararası Sergiler Bürosu (Bureau International des Expositions - BIE) aracılığıyla düzenlenmektedir. Uluslararası Sergiler Bürosu, her 5 senede bir, evrensel bir temayla "Dünya Sergisi", iki Dünya

Sergisi arasındaysa özel bir temayla "Uluslararası Sergi" düzenlemektedir. Türkiye'nin BIE'ye üyeliği 5 Ekim 2004'de gerçekleşmiştir (Ökmen vd., 2012:5).

Tablo 2.4. Türkiye'nin Katıldığı Dünya Sergileri (https://expo.tarimorman.gov.tr)

1851- Londra (İngiltere)	1906- Milano (İtalya)	1970-Osaka (Japonya)
1862- Londra (İngiltere)	1910- Brüksel (Belçika)	1984-NewOrleans (ABD)
1867- Paris (Fransa)	1915-SanFrancisco(ABD)	1985-Tsukuba (Japonya)
1873- Viyana (Avusturya)	1935- Brüksel (Belçika)	1992-Seville (İspanya)
1876- Philadelphia (ABD)	1939- New York (ABD	1993-Taejon (Kore)
1878- Paris (Fransa)	1949- Stokholm (İsveç)	1998-Lizbon (Portekiz)
1880-Melburn(Avustralia)	1953- Kudüs	2000-Hannover (Alm.)
1893- Chicago (ABD)	1953- Roma (İtalya)	2005-Aichi (Japonya)
1897- Brüksel (Belçika)	1958-Brüksel (Belçika)	2010-Şanghay (ÇHC)
1904- Saint Louis (ABD)	1962-Seattle (ABD)	2015-Milano (İtalya)
1905- Liege (Belçika)	1900- Paris (Fransa)	

2.2. EXPO DÜNYA FUARLARININ KURULDUKLARI KENTLERLE OLAN İLİŞKİSİ

Expo, "Exposition" kelimesinin kısaltılmasından türetilmiştir. Türkçe karşılığı "sergi"dir (Polat, 2019:30). Expo, uluslararası fuarlardan sorumlu merci olan Uluslararası Sergiler Bürosu tarafından resmi olarak düzenlenmektedir. Organizasyonlar genel olarak 3 ila 6 ay arasında planlanmaktadır. Günümüz dünyasında Expo'lar, Dünya Kupası ve Olimpiyat Oyunları'ndan sonra Dünya'da kültürel ve ekonomik sonuçlar doğuran en büyük üçüncü etkinlik olarak sıralamada yerini almıştır (Polat, 2019:30).

Dünya fuarları olarak bilinen Expo'lar, dünyanın ticari, toplumsal, ekonomik, kültürel tarihinin yanı sıra mimari ve sanatsal tarihini de yakından ilgilendiren önemli bir etkinlikler bütünüdür (Adenova, 2013:25). Üç ila altı aylık zaman aralığında değişiklik gösteren Expo'lar, genellikle kamu destekli organize edilen,

ulusal ve uluslararası etkiye sahip, anıtsal önemi olan muhteşem organizasyonlardır (Ersoy vd., 2012:3). 1851 Londra Uluslararası Sergisi'nden bu güne kadar Avrupa başta olmak üzere Asya, Afrika, Amerika ve Avusturalya'da birçok şehirde Expo'lar düzenlenmiştir. Tarih içerisinde sergi alanları ciddi anlamda büyümüş ve kent araştırmaları, sanat tarihi, kültür coğrafyası, tarih, peyzaj mimarlığı ve mimarlık tarihi gibi pek çok farklı disiplinleri de içinde barındırmaktadır (Çelik ve Aslantaş, 2018:1059).

2.2.1. Expo Kavramının Tanımı ve Özellikleri

Dünya Fuarları İngiltere'de ''fair'' terimini ticari organizasyonlarda, ''exhibition'' terimi ise uluslararası buluşmalarda kullanıldığından ''international exhibition''; Fransız dilinde ''foire'' kelimesi endüstriyel ürünlerin sergisi için, ''exposition'' ise uluslararası fuarları açıklamak için kullanıldığından ''exposition internationale''; Amerika'da ise ''exhibition'', ''exposition'' ve ''fair'' terimleri ile yaklaşık olarak aynı anlamları taşıyan ''worlds fair''olarak adlandırılmıştır (Altun, 2003:33). Dünya Fuarları (Expo), 19. yüzyılının ortalarından bu yana düzenlenen ve ülkeler arasında iletişimi güçlendiren uluslararası düzenlemelerdir. Diğer bir açıdan bakıldığında bu sergiler Dünya'nın tarih, kültür ve eğitim faaliyetleri olarak değerlendirilir. Dünya fuarlarının diğer bir amacı ise ülkeleri sergilerde buluşturarak, daha iyi bir dünya için bilgi alışverişi sağlamaktır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2019).

Expo organize etmek isteyen bir ülke Uluslararası Sergiler Bürosu'na üye olmak zorundadır. Expo'nun başlangıç aşaması ülkenin direkt olarak BIE'ye başvuru yapmasıyla gerçekleşir. Başvuruda (Ateş, 2019:20):

- Önerilen Expo'nun teması,
- Tarihi,
- Süresi,
- Organizasyonu yapacakların kanuni durumu belirtilmelidir.

Expo, eğitim, tarih, kültür, sanat, eğlence ve ticaret alanlarında düzenlenen bir olimpiyattır. Bir Dünya Fuarı, devletlerin başarılarını sunmak için tasarlanmış dev bir uluslararası sergidir. Bu sergiler özellikleri ve tipleri açısından farklılık gösterebilmektedir ve Dünya'nın farklı bölgelerinde sergilenmektedir (Çetin, 2017:45). 1931'den bu yana 50 den fazla Expo'nun organize edilmesini sağlayan ve 169 üyesi bulunan Uluslararası Sergiler Bürosu kuruluşuna Türkiye 5 Ekim 2004 tarihinde üye olmuştur (Kantürer, 2016:26).

2.2.2. Expo Dünya Fuarlarının Tarihçesi

Expoların temeli, ilk çağlarda agora-forum ve pazaryerleri, ortaçağda ise arasta ve kapalı çarşılara dayanmaktadır. Endüstri Devrimi sonrası fuarlar zaman geçtikçe Expo organizasyonlarına dönüşmüştür (Çelik ve Aslantaş, 2018:1057). Expo fuarları Dünya'nın tarih, kültür ve eğitim organizasyonlarıdır. Bu buluşmalar katılım sağlayan ülkelerin güçlü oldukları konularda, bilgi alışverişi ve paylaşımı yapmak amacıyla bir araya geldikleri organizasyonlardır. Amaç Dünya'yı daha yaşanılabilir duruma getirmek düşüncesiyle kültürel, teknolojik ve sosyal anlamda bilgi alışverişi yapmaktır. Bunlara ek olarak mevcutta yaşanan çevresel ve toplumsal sorunlara kamuoyunun dikkatini çekmektir (Tatlıhalat ve Demirpolat, 2019: 45).

Tarihte karşılaşılan ilk fuar, 629 senesinde Kral Dagobert tarafından Paris yakınlarındaki St. Denis banliyösünde kurulan "Foire de Saint Denis"dir. Zaman içerisinde birçok farklı isim ve tanımlarla anılan fuarlar ilk düzenlendikleri dönemlerde şehirlerin sahip olduğu malları tanıtmak, sergilemek ve satış amacı taşırken dünya geliştikçe birçok değişimlerle karşılaşmış ve farklı isimler altında anılmıştır (Kantürer, 2016:29).

1851 yılında düzenlenen Londra Uluslararası Sergisi'nden sonra onu örnek alan birçok uluslararası sergi düzenlenmiştir. 1851 Londra Fuarı "Great Exhibition'' olarak literatüre geçmiştir. Şair Tennyson'ın bu fuar için ''the world's great fair'' terimini kullanmasıyla bu düzenlemeler genel itibariyle ''World's Fair'' olarak anılmaya başlanmıştır (Altun, 2003:33).

Dünya Fuarı düzenlemesini üstlenen BIE, altı haftaya kadar süren Dünya Fuarlarını Uluslararası fuarlar adı altında, diğer sergilerden ayrı ele almıştır. BIE, Dünya Sergilerini 1988 yılında yaptığı açıklama ile Dünya Fuarları ve özel temalı uluslararası fuarlar olarak iki farklı yapıda değerlendirilmesi gerektiğini açıklamıştır (Kantürer, 2016:31). Üç veya beş yıl gibi zaman aralıkları ile düzenlenen ve en fazla altı ay süren Expo'larda katılımcı ülkenin tanıtımları yapılırken katılımcıların ürün ve hizmetleri de tanıtılmaktadır. Bu organizasyonlar gelecek vizyonlarının ele alındığı ve teknolojik gelişimlerin sunulduğu bir iletişim platformu olarak düşünülebilir. Bir ülkenin ekonomik ve teknolojik farklılıklarını tanıtmanın yanı sıra kültürel ve yerel değerlerinin de tanıtımı sağlanmaktadır (Demirkapı, 2017:32).

Dünya Fuarları, düzenlenme süreleri en fazla 6 ay olan, uluslararası farkındalık amacı güden bir teması olan fuarlardır. Özel temalı uluslararası fuarlarsa, düzenlenme süreleri 3 hafta ile 3 ay arasında değişen, yine özel bir teması olan, sergi

alanı 25 hektardan fazla olmayan, ev sahibi ülke tarafından pavyonların kurulduğu, katılım sağlayan ülkelere ücretsiz tahsis edildiği ve iki büyük Expo arasında bir adet olmak üzere organize edilebilen fuarlardır. Bu iki Expo'ya ek, Botanik Expo'lar (Horticultural Expos) ve Milano Trianeli yine BIE'nin sorumluluk alanında olan Expo çeşitleridir (Kantürer, 2016:31). 5 Ekim 2004'te Uluslararası Sergiler Bürosu'na üye olan Türkiye, 1851 yılında düzenlenen ilk fuardan bu yana düzenlenen 63 Dünya Fuarı'na, Osmanlı Dönemi de dâhil olmak üzere toplam 34 defa katılım sağlamıştır (Polat, 2019:32).

2.2.3. Expo Etkinliklerinin Mekânsal Kriterleri

Büyük Sergi (1851), Dünya fuarlarının ilkidir ve bu fuardan sonra başta Fransa olmak üzere birçok ülkede dünya fuarları düzenlenmeye başlanmıştır. Dünya fuarları ev sahibi ülkelerin güçlü yanlarını katılımcı ülkelere sunmanın bir yolu durumuna gelmiştir ve bu fuarlar katılımcı ülkelerin birer güç gösterileri haline dönüşmüştür. Bu açıdan bakıldığında organizasyonlara olan ilgi ve katılımın her geçen yıl katlanarak arttığı gözlemlenmektedir (Tatlıhalat ve Demirpolat, 2019:40).

BIE, 1928 yılında 31 ülkenin altında imzası olan Paris Antlaşmasının doğru bir şekilde uygulanabilmesini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Çünkü Paris Antlaşması, uluslararası fuarların organizasyon yapısını düzenleyen ilk uluslararası anlaşma özelliği taşımaktadır. Ayrıca bu antlaşma uluslararası alanda organize edilen Expoları düzenleyen yasal çerçeveyi de oluşturmuştur (Çelik ve Aslantaş, 2018:1060). Paris Sözleşmesi kapsamında kuruluşun temel amacı halkı bilinçlendirmek ve eğitime katkıda bulunmaktır (Hui, 2016:29). BIE, uluslararası sergilerin çeşitli alanlarda kurulumu, fuarlar arasında bırakılması gereken zaman dilimlerine sadık kalınıp kalınmadığının kontrolü hükmü gereğince, organizasyonel yapılarının denetimi, fuar süreleri gibi konuları yerine getirir ve uluslararası fuarın kurulacağı mevkiini belirler. Ayrıca BIE, insanlığın gelişimine katkıda bulunacak şekilde Expo organizasyonlarının bütünlüğünü ve kalitesini sürdürmekten sorumludur (Çelik ve Aslantaş, 2018:1060).

Uluslararası fuarlar ilk ortaya çıktığında, şehirler gelişimlerini tam anlamıyla tamamlamadıklarından sergi alanları için çok seçenek vardı. Şehrin dışında veya içinde bulunsalar bile şehir merkezine olan mesafesi, modern şehirlerdeki mesafeye göre çok daha yakındır. Modern bir şehir içinde fuar alanı için birkaç hektarlık alan bulmak neredeyse imkânsızdır (Moreira, 2017:35). Kentsel yerleşimde Expo

fuarlarının BIE tarafından belirlenen belirgin kriterleri bulunmamaktadır. Belirli zamanlarda düzenlenen önemli Expo örnekleri incelendiğinde mekânsal oluşum bağlantısı ve kentsel mekân yerleşiminin yeterli seviyede sağlanabilmesi için gerekli olan birtakım kriterler belirlenmiştir. Başlıca kentsel dönüşüm, ulaşım, altyapı, tarihsel konum, ekonomik etki şeklinde belirlenen bu kriterler, kentsel mekân-mekânsal oluşumun etkileşimi açısından değerlendirilebilmektedir (Özkelle, 2006:124).

2.2.3.1.Kentsel Dönüşüm

Expo, Olimpiyat vb. büyük sergi ve organizasyonlar şehirlerin tanıtımına ve markalaşması yolunda önemli katkılar sağlamaktadır (Erdin ve Kokum, 2006). Ancak geçici bu organizasyonların sunduğu avantajlar kadar, doğurduğu olumsuz sonuçlar da vardır. Bu olumsuz durumlar seçilen alandaki mekânsal ve sosyal dönüşüm, sergilerin sağladığı imkânların belirli bir kentsel çevreyle sınırlı kalması ve özellikle yanlış yer seçimi gibi olumsuzluklar şeklinde sıralanabilir (Egercioğlu ve Ercoşkun, 2015:18).

Expo'lar kentsel dönüşümü tetikleyen organizasyonlardır. Serginin düzenleneceği alanın belirlenmesi ve şehir merkeziyle bağlantılarının kurulması, yeni yolların yapımı, yatak sayısı açısından yeterli kapasiteye sahip otel işletmelerinin fuar alanı ile bağlantıların kurulması gibi birçok kentsel yeniliği beraberinde getiren organizasyonlardır (Çelik ve Aslantaş, 2018:1063). Expo konusunda 1933-1934 yıllarında New York'ta düzenlenen Expo Fuarı etkili bir örnek olarak verilebilir. New York'ta Flushing Meadow çöplüğünün dönüşümü sağlanarak Expo için fuar alanı olarak kullanılması sonrası kentsel altyapı çalışmalarının hızlanması, bu tür organizasyonların Roche'un deyimiyle "yoğunlaşma anı" ile sınırlı kalmadığının ve kentsel dönüşümle gelişimi doğrudan destekleyici olabileceklerinin bir göstergesidir (Dündar, 2007:15). 1939-1940 New York fuarı incelendiğinde Flushing Meadows olarak bilinen eski çöplük alanı, etrafıyla birlikte yeniden tasarlanıp kentsel bir mekâna dönüşümü sağlanmıştır. 1964-1965 New York Expo fuarı için de aynı mekân kullanılmış ve fuar alanı yeni ilave yer tasarımlarıyla New York'un en büyük parkı konumuna gelmiştir (Özkelle, 2006:124).

2.2.3.2.Tarihi ve Kültürel Zenginlik

Expo fuarlarının en önemli özelliği düzenlendiği ülkenin tarihsel zenginliklerini ve kendi kültürlerini tüm Dünya'ya tanıtmasıdır. Bu sebeple aday

olan şehirde tarihsel mekânlara olan mesafe önemlidir. Temel amaç tarihi bölgeleri yerinde gösterme imkânını sağlamaktır (Dündar, 2007:16). Bu sergiler ülkelerin gelecek vizyonlarını yansıttıkları ve teknolojik gelişmelerini sergiledikleri bir iletişim ortamı olarak değerlendirilebilir. Bir ülkenin ekonomik ve teknolojik değerlerini tanıtmakla birlikte kültürel ve yerel değerlerinin de tanıtımının yapılması sağlamaktadır (Demirkapı, 2017:32).

2.2.3.3.Ulaşım

Bu tür büyük etkinliklerin düzenlendiği ülkelere yüksek maliyetleri olduğundan adaylık kararının verilmesinden önce geniş çaplı bir araştırma yapılması elzemdir. Yapılacak organizasyonun tipine göre katılımcı sayısında değişiklikler görülmekle birlikte kente yoğun ziyaretçi girişi yaşanacağından özellikle ulaşım konusunda alt yapı uygunluğu göz önünde bulundurulmalıdır (Polat, 2019:37). Fuar alanının şehir merkezine uzaklığı ve ulaşım şartları Expo fuarlarının yer seçiminde önemli rol oynar. Seçilen alan ilk olarak kolay ulaşılabilir özellikte olması şarttır. Otogar, havaalanı, tren istasyonu, metro ve liman gibi ulaşım merkezlerinden kolay, rahat ve hızlı bir ulaşım olanağı sağlanması gereklidir (Özkelle, 2006:25). 1992 yılında Seville'de düzenlenen Expo, Kristof Kolomb'un Amerika'yı keşfinin buradan başladığını varsayan bir düşünceyle keşfin 500. yılı kutlamalarına denk gelecek şekilde, ''Keşifler Çağı'' temasıyla düzenlenen organizasyondur. Seville'de fuar için birçok köprü ve altyapı çalışmaları ile yeni ulaşım ağları düzenlenmiştir. Sergi alanına ulaşımda raylı tren hatları, otobüs ve teleferik kullanılmıştır (Hür, 2019:53-54).

2.2.3.4.Altyapı

Organizasyon sırasında sorunla karşılaşmamak için ön hazırlık çalışmalarında fuar alanına ait altyapı sisteminin sağlanması ve ana sistemle olan bağlantılarının yapılması gereklidir (Dündar, 2007:15). Kent içinde bulunan bir fuar alanının Expo'ya ev sahipliği yapması, iyileştirme çalışmalarının yapılması ve geçici süreliğine yapılan etkinlik sonucu kentsel bir mirasa dönüşümüne olanak sağlamasıdır. 2000 yılında Hannover'de düzenlenen Expo için Almanya bulunan ticaret fuar alanlarından birisi seçilmiştir. Seçilen alan yeni altyapı düzenlemeleri, ekleme yapılan yeni strüktürler ve yenilenmiş kentsel donatılarla desteklenmiş, fuar sonrası Avrupa'daki en büyük ve donanımlı ticaret fuar alanlarından birisi olarak işlevselliğini sürdürmektedir (Kantürer, 2016:38).

2.2.3.5.Ekonomik Yeterlilik

Expo fuarlarında önemli olan konulardan biri de ekonomik yeterliliğin çözülmesi durumudur. BIE aday kentte inceleme yapmak için gelmeden önce ekonomik kaynak ve finans sorunları çözüme ulaştırılmış olması gerekmektedir. Düzenlenmesi planlanan Expo'nun büyük Expo mu yoksa küçük Expo mu olacağı kararlaştırılmasının ardından ikinci etap olarak finans kaynağı arayışına girilmelidir. Expo kategorisinin belirlenmesinden sonra ilk hazırlık aşaması düzenlenecek şehirde şehrin fuar organizasyonu için yeterli olduğu durumunu gösterir fizibilite raporlarının düzenlenmesidir (Özkelle, 2006:126). Ekonomik olarak yeterli olmayan bir şehrin seçilme olasılığı çok düşüktür (Dündar, 2007:16). Ekonomik olarak yeterlilik çalışmalarının süresi ve kapsamı ile ilgili belirli bir ölçüt belirtilmemiştir. Bu konuda önemli olan aday şehrin diğer aday kentlere göre organizasyon için daha uygun olduğunu ispatlamasıdır (Özkelle, 2006:126).

2.2.3.6.Kent İçi Sosyal Aktivite Mekânları

Fuarlar, bünyesinde bulundurduğu tüm mekânlar, eğlence alanları, pavyonlar, sanatsal etkinlik alanları vb. gibi yapıları içinde barındıran geniş çaplı organizasyonlardır. Etkinliklerin mega düzeyde olmasına rağmen katılımcıların tüm ihtiyaçları fuar alanından karşılanamaması beklenen bir durumdur. Bu nedenle etkinliğin eksiksiz yürütülmesi için kent içerisinde bulunan sosyal aktivite merkezlerine de yakın konumda olmasına dikkat edilmelidir (Dündar, 2007:16). Seul ve onu takip eden Barselona Olimpiyat Oyunları incelendiğinde iki açıdan bir fırsat olarak değerlendirilmişlerdir. İlk fırsat olarak, bu şehirler küreselleşen Dünya'ya kenetlenmek ve kalıcı bir destinasyon olmak amacı güdüyorlardı ve bunu başarmışlardır. Başarmak içinse IOC'nin dikte ettiği yüksek standartlı spor tesislerini yapılandırmakla yetinmeyip, kent içi fiziksel mekân kalitesini de yükseltmişlerdir, açık alan bileşenlerini iyi uyarlamışlardır, akarsu ve deniz kıyılarını kamusal yaşam alanları haline getirmişlerdir. İkinci fırsatsa, Olimpiyat oyunları tesisleri için yer seçimi yapılırken, şehrin atıl kalmış veya az gelişmiş endüstriyel bölgelerini geliştirecek taşınmaz yapı çözümleri üretmişlerdir (Kompil ve Kompil, 2012:20).

2.2.3.7.Konaklama

Fuar katılımcıları ve ziyaretçilerin yüksek oranda yabancı ülkelerden gelen katılımcılar olacağı göz önünde bulundurularak konaklama yerlerinin daha önceden netleştirilmiş olması gereklidir. Fuar öncesi hazırlanan uygunluk raporunda tahmini

katılımcı sayısına göre konaklama yerlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Seçilecek konaklama işletmeleri sergi alanına kolay ulaşım imkânına sahip, yakın ve belirli standartları sağlayan işletmeler olmak zorundadır (Özkelle, 2006:126).

2.2.3.8.Katılımcı Sayısı

Uluslararası sergiler birçok ülkeden gelen katılımcıların sergide yer almasıyla gerçekleştirilmektedir. Fuarda yer alan işletmelerin kendi ülkelerinin sahip olduğu ekonomik, teknolojik, sosyo-kültürel seviyelerini ve imkânlarını sergilemesiyle uluslararası düzeyde tanıtım stratejisi izlenmektedir (Demirkapı, 2017:31). Expo fuarları gibi mega etkinliklerin başarı seviyelerini belirleyen temel faktör, ziyaretçi ve katılımcı sayısıdır (Özkelle, 2006:126). 2015 yılında düzenlenen Milano Expo'sunda tüm dünyayı yakından ilgilendiren ve bu çağın en temel global sorunlarından olan beslenme ve enerji konuları serginin ana temasını oluşturan konularıdır. 140'tan fazla ülkenin katılımı ve dünyanın farklı bölgelerinden gelen yaklaşık 20 milyon ziyaretçisiyle Milano Expo'su dünya genelinde kendinden oldukça söz ettirmiştir (Hür, 2019:58).

2.2.4. Expo Dünya Fuarlarının Kuruldukları Kentler Üzerindeki Etkisi ve Kente Sosyal ve Ekonomik Katkıları

Dünya sergileri ya da diğer adıyla Expo, 19. yüzyılın ortalarından sonra düzenlenmeye başlayan ve ülkeler arasında barışa, diyaloğa ve iletişime katkı sağlamak amacıyla düzenlenen uluslararası etkinliklerdir. Dünya sergilerinde temel hedef, ticari ürünlerin tanıtılmasından ziyade, gelecekte dünyanın ne durumda olacağına yönelik düşüncelerin, projelerin veya kültürel zenginliklerin sergilenmesi, kültürel ve bilimsel birikimlerin paylaşımı, nihayetinde yeni fikirlerin geliştirilebilmesine ortam sağlanması ve bu sayede küresel açıdan sosyal ve kültürel gelişime katkıda bulunmaktır. Expo sayesinde ülkeler bir araya gelerek daha yaşanabilir bir dünya için bilgi alışverişinde bulunurlar ve ülkelerinin kültürel mirasları korunacak şekilde, modern hayata dair beklentilerin sağlanabileceği olanaklar ele alınmaktadır (Ökmen vd., 2012:4-5). Dünya'daki kentsel gelişim projeleri, dört ana boyutta eleştirel ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmektedir. Bunlar; projelerin boyutu ve yeri, kamuoyu desteği ve rızası, kentin yeniden düzenlenmesi ve sosyal projelerin hayata geçirilmesidir (Penpecioğlu, 2012:70). Diğer mega etkinlikler gibi düzenli planlanmış dünya fuarlarının şehirlerin mekânsal ve ekonomik gelişimlerine, ulusal ve uluslararası platformlarda tanınır duruma

gelmelerine önemli oranda katkı sağladığı göz ardı edilemez. Başarılı olduğu düşünülen dünya fuarlarına bakıldığında sergi alanlarının organizasyon sonrasında da şehrin ekonomisine ve gelişimine katkıda bulunduğu görülmektedir (Kantürer, 2016:38).

Mega etkinliklerin geleceğini planlamak için bir vizyona sahip olunmalı ve benzer organizasyonların çalışmaları dikkate alınmalıdır. Etkinlik sonrası tanıtım ve turizm altyapı geliştirme stratejileri ile şehrin ve bölgenin çekiciliği sürdürülebilir duruma getirilebilir (Gubic, 2010:3). Organize edildiği ülkede bir prestij unsuru olarak karşılık bulan dünya fuarları, tüm kentin gelişimine yönelik dönüştürücü bir kuvvet olmasının yanında dağıldıkları kentsel bölgenin ileriye yönelik kullanım sorunlarının da ortadan kalkmasıyla ev sahibi kentlerin gelişimine ivme kazandırmaktadır. Kentler, uzunca bir sürece yayılan etki devamlılığı ve gücü kazanabilmektedir (Akyol, 2007:9). Expo organizasyonları, ev sahibi kent için ekonomik, fiziksel, çevresel ve sosyal yönden büyük bir etkiye sahip olan dev organizasyonlardan biridir (Çelik ve Aslantaş, 2018:1060). Bu dev organizasyonlar, Expo'ya hazırlık sürecinde seçilen alanın ıslah edilmesinin yanında, ev sahibi ülkenin ve kentin iş fırsatlarının artmasına, sosyal-fiziki altyapılarının gelişmesine, hizmet sektörü, turizm ve özellikle inşaat sektörünün ivme kazanmasına, mimari olarak nitelikli yapıların yapımıyla tüm şehrin rehabilitasyonuna öncülük ederek kentin kalkınmasına fırsat tanımaktadır. Dünya fuarları sonrasında da şehir için önemli bir cazibe merkezi haline gelen Expo alanları, fuar hazırlıkları süresince işlevsel planlandıkları vakit kente kayda değer kazanımlar sağlamaktadırlar. Fuar yerleşim alanının şehirle bütünleştirilmesi, şehrin sosyo-ekonomik, turistik ve kültürel kazanımlarının sağlamasının yanında, Avrupa Birliği'ne üye olan ülkeler kendi devletlerinin dışında bu yapılanmadan da maddi destekler alabilmekte, ekonomi kalkınmakta, işsizlik ve enflasyon oranları düşmektedir (Akyol, 2007:9).

2.2.4.1. Expo Dünya Fuarlarının Kuruldukları Kentler Üzerindeki Olumlu Etkileri

Uluslararası sergilerin ev sahibi ülke ekonomisindeki yeri, o ülkenin milli geliri içerisindeki yeri ile bağdaştırılabilmektedir. Milli gelirin içinde uluslararası ticaret dolayısıyla ortaya çıkan katma değer ne kadar fazlaysa o ülke konuya paralel olarak o kadar dışa açık bir ülke olarak nitelendirilmektedir. Yani bir ülkenin dışa açıklık derecesi konusunda o ülkenin uluslararası sergilerden kazandığı milli gelir içindeki payından çıkarım yapılabilir (Ateş, 2019:45). Bu bağlamda uluslararası

sergilerin ev sahibi ülke ve kent üzerinde oluşturduğu ekonomik etkilerin ortaya çıkarılmasında geçmişte düzenlenen uluslararası sergiler incelenmelidir.

Expo tarihi incelendiğinde bu organizasyon sayesinde önemli kazançlar elde eden, çağdaş bir görünüm kazanan, yenilenen birçok şehirle karşılaşılmaktadır. 1906 yılında meydana gelen deprem ve yangın sonrası neredeyse tamamen yok olan San Francisco, 1915 Dünya Fuarı sayesinde yeniden inşa edilmiş, üç yıllık kısa bir süre içerisinde peyzaj düzenlemelerinden altyapı hizmetlerine kadar tüm kent baştan aşağı yenilenmiştir. 1929 yılında düzenlenen Barselona Fuarı da kentin geleceğe dönük planlaması için bir araç rolü almış, şehre ilk defa metro hattı kazandırılmış, yeni hastaneler kurulmuş, enerji hatları güçlendirilmiş, köprüler yapılmıştır. Ayrıca Expo'nun kurulduğu alana daha sonraki dönemde eklenen konferans salonları, müzeler, sergi binaları ile şehir turistik ve kültürel bir merkez halini almış, Barselona bu fuar ile birlikte metropolitan şehir kimliği kazanmıştır (Akyol, 2007:10).

Kentler üzerindeki diğer bir pozitif etki ise Expo mirası olarak kalan yapılardır. Bu yapılar konser alanları, parklar, anıtlar ya da konaklama merkezleri gibi bir kentin ihtiyacı olan üst yapı değerleri olduğu gibi yeni teknoloji ürünü geliştirilmiş altyapı ağları ve yeni ulaşım olanakları neticesinde Expo etrafındaki alanların şehir merkezine bağlanması, geri dönüşüm prensipleriyle yapılan daha kaliteli bir çevredir. Günümüzde Expo sayesinde kente kazandırılmış en bilindik anıt yapı 1889 Expo Paris'in sembolü olan Eyfel Kulesi'dir (Kantürer, 2016:39).

1992 Expo organizasyonunun ulaşım alanında Sevilla kentine kazandırdığı en önemli katkılardan biri hızlı tren ağıdır. Hızlı tren hattı sayesinde Sevilla ve haliyle Endülüs Bölgesiyle başkent Madrid arasında seyahat süresi iki buçuk saate (karayoluyla yaklaşık altı saat sürmektedir) inmiştir. Bu durum İspanya tarihinde bir ilk olma özelliği taşımaktadır. Birçok Avrupa şehrinde olduğu gibi, bu yeni raylı hattın kent merkezine kadar ulaşıyor olması, kent içi ulaşım ağına hızlıca entegre olmasını sağlamıştır. Ulaşım alanındaki bir başka önemli fayda ise, çağın gereksinimlerini yerine getiremeyecek durumda olan eski San Pablo Havaalanı yenilenmiş, kapasitesi dört kat artırılarak kent ile bağlantısının güçlendirilmesi sağlanmıştır (Kompil ve Kompil, 2012:34).

Expo ve benzeri mega etkinliklerin düzenlendiği kentler üzerindeki olumlu etkilerini şu şekilde sıralanabilir (Eryılmaz ve Cengiz, 2012:81):

- Daha iyi yaşam standardı,
- Daha iyi harcama,

- Daha iyi gelir,
- Artan para sirkülasyonu,
- İstihdam oluşturma,
- Spekülatif kazanç sağlama,
- Mülkiyet edinme teşviki,
- Kentsel dönüşüm,
- Artan sermaye(yatırım),
- Yatırım fırsatları için teşvik,
- Büyüme katalizörü,
- Sponsorluklar aracılığıyla marka promosyonu,
- Dünya genelinde tanınırlık,
- İmaj kazanma ve yenileme,
- Destinasyon/Bölge bilinci,
- Bölge hakkında farkındalığın artması,
- Artan turist sayısı,
- Statik çekicilik ve üstyapı animasyonu,
- Turistik ürünlere değer kazandırma ve ürün çeşitliliğini arttırma,
- Turistik ürünleri muadillerinden ayırma,
- Mevsimlik ziyaretçi artışların genele yayılması,
- Bölgedeki yatırım ve ticaret potansiyeli hakkındaki bilginin artması.

Ülkelerin ev sahibi olmak için yarışa girdiği Dünya fuarları, yapılan geniş kapsamlı tanıtım faaliyetleri sayesinde kentleri uluslararası platformda ön plana çıkartmakta, başta turizm sektörü olmak üzere, kalıcı ve geçici sağladığı istidam olanaklarıyla yerel ve ulusal ekonomiye önemli ölçüde faydası bulunmaktadır (Kantürer, 2016:40).

2.2.4.2.Expo Dünya Fuarlarının Kuruldukları Kentler Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Mega etkinlikler, özellikle turizm sektörü için önemli bir çekim unsuru durumu almıştır. Fuarlar, bu çekim güçleri sayesinde destinasyonlar için ciddi oranda talep oluşturarak bölgenin turizmin açısından gelişimine olumlu yönde etki etmektedir. Ayrıca bu etkinlikler destinasyonlar için sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel ve daha birçok alanda hedeflerine ulaşılmasına katkıda bulunurken, bazı

olumsuz etkileri sonucu destinasyona zarar veren durumlara da sebep olabilmektedir (Berberoğlu, 2012:83).

Expolar sayesinde inşa edilen olumlu mirasların yanı sıra, etkinlik için yapılan taşınmazlar sonucu ortaya çıkan borçlar, fahiş fiyatlar, etkinlik sonrası kullanım dışı kalacak alt yapı yatırımları, kira artışları, kısa süreli kalabalık, adaletsiz gelir dağılımı gibi negatif birtakım etkilerle karşılaşılabilmektedir (Yalçın, 2014:56). Ev sahibi kent büyük bir borç altına girebilir, varlıklı vatandaşlar için avantaj sağlanırken yoksul vatandaşlar mağdur edilebilir, ortaya çıkan kısa vadeli iş imkanları ile beklenilen ekonomik yarar sağlanamayabilir ve yaşam maliyetleri artabilir. Mega etkinlikler ilk başlarda parlak bir fikirmiş gibi görünse de detaylı olarak düşünülmeden organize edildiğinde olumsuzlukları ve zorlukları da beraberinde getirebilmektedir (Görkemli vd., 2014:184).

Expo ve benzeri mega etkinliklerin düzenlendiği şehirler üzerindeki olumsuz etkilerini şu şekilde sıralanabilir (Eryılmaz ve Cengiz, 2012:81):

- Adaletsiz gelir dağılımı,
- Etkinlik zamanı orantısız fiyat artışı,
- Gelir ve giderlerde dönemsel etkiler,
- Mevsimlik, düşük ücretlendirmeler, kalifiyesiz ve kalfa düzeyinde yarı zamanlı istihdam,
- Gayrimenkul ve kira bedellerinde orantısız artış, emlak spekülasyonu,
- Çevre sakinlerinin yaşam alanlarının turist konaklama alanlarına dönüştürülmesi,
- Ticari sponsorlara ve devlet sübvansiyonuna güven,
- Vergi kaçırma,
- Yöreselliğin kalkması,
- Rekabet artışı,
- İmaj kaybı (yetersiz hizmet, donanımsız tesis veya kötü uygulama sonucu olumsuz şöhret),
- Yolcuların geçici süreyle yer değiştirmesi,
- Etkinliklerin, genel turizm hareketlerinden daha fazla araştırma ve planlama gerektirmesi,
- Organizasyonların önemli oranda promosyonel çalışma gerektirmesi,

- Yerel insan gücü ve hükümet desteği için yeni rekabet koşullarının oluşma ihtimali sonucu destinasyondaki mevcut girişimde oluşacak negatif reaksiyonlar,
- Konaklama sektöründe kapasite aşımı.

Mega etkinlikler ev sahibi kenti ziyaret eden turistlerin sayısında artışa yol açarken kentin ekonomisinde canlılığa yol açacağı, yapılı kentsel çevresinin yenilenmesine katkı sağlayacağı, şehrin uluslararası tanınırlığını arttırarak kent imgesine olumlu katkılarda bulunacağı birçok çalışmada yinelenmiştir. Bunlara ek olarak, daha öncesinde bu tür mega etkinliklere ev sahipliği yapmış kentlerin deneyimleri göz önünde bulundurulduğunda, bu tür büyük yatırım gerektiren mega etkinliklerin kent açısından ciddi riskler içerdiği aşikardır. Başka bir ifadeyle, mega etkinliklerden beklentilerin kent için negatif sonuçlara neden olabileceği de (ziyaretçi sayısında beklenilen sayıya ulaşılamaması, kentsel büyüme ve gelişme adı altında yapılan kentsel dönüşüm projelerinin yoksul vatandaşların yerinden edilmesine ve kentsel ayrışmaya yol açması, cari açığın artması, kent imgesi adına öngörülen katkıların sınırlı kalması) göz önüne alınmalıdır (Uysal, 2014:176).

2.2.5. Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı Örneği

Türkiye, ilk defa, 23 Nisan-30 Ekim 2016 tarih aralığında Antalya'da "Çiçek ve Çocuk" ana temasıyla bir Uluslararası Botanik Sergiye ev sahipliği yapmıştır. Hazırlıklar, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve Expo 2016 Antalya Ajansı aracılığıyla yürütülmüştür. Sergi Genel Komiserliğini Büyükelçi Erdoğan Kök yürütmüştür. "Gelecek nesiller için yeşil bir dünya" temasıyla düzenlenen Expo 2016 Antalya'nın alt temaları "tarih", "biyo-çeşitlilik", "sürdürülebilirlik" ve "yeşil şehir" olarak belirlenmiştir (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2019:11). 2016 senesinde "çiçek ve çocuk" ana temasıyla Botanik Expo organizasyonuna A1 statüsünde ev sahipliği yapan Antalya, 2008 yılında başvuru hazırlıklarına başlamış ve 2009'da Uluslararası Bahçecilik Üreticileri Birliği'nin Eylül 2009'da İspanya'da toplanan genel kurulunda 2016 yılında düzenlenecek Expo'nun Antalya'da düzenlenmesine karar verilmiştir (Polat, 2019:36).

Antalya Expo alanında yeşil hâkimdir, alan göl ve kanallarla iç içe tasarlamıştır. Bu durum, Botanik Expo olarak ''Çiçek ve Çocuk'' ana temasının da plan ölçeğinde vurgulandığını göstermektedir. Expo Antalya, çevresine duyarlı bir

bakışla yaklaşan ve gelecekten sorumlu çocukların doğayı tanıyıp farkındalıklarını arttırmayı hedeflemektedir. Antalya Expo genelinde çocuklarda çevre bilincinin oluşturulmasına yönelik program ve organizasyonlarla katılımcılara interaktif bir ortam sunulmuştur (Hür, 2019:96).

Expo 2016 ulusal ve uluslararası panel, kongre, toplantı ve seminerlere ev sahipliği yapmıştır. Expo Antalya'ya gelen katılımcılar için sanatsal ve kültürel etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık olarak 5 milyon yerli ve yabancı misafir Expo 2016 Antalya'yı 6 ay süresince ziyaret etmiştir. Expo 2016 Aksu ilçesinde 112 hektarlık bir fuar alanına kurulmuştur. Expo 2016 Antalya, bahçeciliğin önemine, yeni bir düşünce biçimine, kentteki çocukların mutluluğuna, daha yeşil ve daha yaşanabilir bir dünya umutlarına uzanan konuların tartışılmasına ortam sağlamıştır (Çetin, 2017:47). Antalya Expo Center, toplam 65.000 m^2 'lik kapalı alanı, 16.000 m^2 'lik kapalı stant alanı, 18 adet panel ve çalışma odasıyla Türkiye'nin en önemli fuar alanlarından biridir (Ateş, 2019:15).

2.2.5.1. Antalya Kenti ve Antalya'nın Expo 2016 Dünya Fuarına Seçilme Nedenleri

Antalya, Türkiye'nin güney kesiminde, merkezi Akdeniz kıyısında yer alan bir turizm kentidir. Şehir kuzeyden Burdur, Konya, Isparta ile doğudan Karaman, Mersin, batıdan Muğla illeri ile komşudur. Güney kesimi, tamamen Akdeniz ile çevrelenmiştir. "Attalos'un Yurdu" anlamı taşıyan Antalya, II. Attalos tarafından kurulmuştur. Bölge Bizanslıların hâkimiyetindeyken, 1207 yılında Selçuklular tarafından fethedilerek Türk topraklarına katılmıştır. Anadolu Beylikleri döneminde Hamitoğulları Beyliği egemenliğine girdi (https://antalya.ktb.gov.tr). Türkiye'nin önde gelen turizm ve cazibe merkezlerinden biri olan Antalya'nın 640 km kıyı uzunluğu bulunmaktadır. Şehir merkezinde yoğunlaşan tarihi yapılar, falezler ve kıyı boyunca uzanan rekreasyon alanları, "Kaleiçi Yat Limanı" ile birleşmiştir. Tarihi ve doğal simge yapılarının bu haliyle bir arada bulunması aynı zamanda şehre özel bir simgesellik katmıştır. Şehrin doğu ve batı yönünde düz bir hat şeklinde uzanan Lara ve Konyaaltı Plajları Antalya'ya hem ulusal hem de uluslarası yönden popülarite sağlayan önemli değerlerdendir (Zeğerek, 2016:34).

Expo 2016, Antalya'nın merkez ilçesi olan Aksu Belediyesi sınırları içinde 1120 dönümlük alanda 23 Nisan - 30 Ekim 2016 tarih aralığında düzenlenmiştir. Sergi alanı organizasyon sonrasında da ziyarete açıktır. Konaklama, ulaşım ve altyapı yatırımlarıyla fuar alanı Expo organizasyonu sonrasında da cazibe merkezi

olmaya devam etmektedir. Fuar alanı bünyesinde Expo Kulesi, Expo Tepesi, Expo Ormanı ve Expo göleti bulunmaktadır. Bu özel yapıların yanı sıra fuar alanında alışveriş merkezi, kongre merkezi, restoran, tarım müzesi ve bir adet amfi tiyatro bulunmaktadır (Polat, 2019:36).

2008 yılında yapılan oylamada Expo 2015'e aday olan İzmir, Milano şehri karşısında adaylığı son anda kaybetmiştir. Bu olay sonucu Türkiye'nin dünya fuarlarına olan ilgisi artmış, uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapmak için olan çalışmalar yoğunlaşmıştır. Bir sonraki adaylık sürecinde düşünülen şehirler arasında Antalya'nın sahip olduğu turistik ve tarihi değerleri 2009 yılında oylaması yapılan Expo 2016 adaylığı seçimlerinde önemli bir rol oynamıştır (Kantürer, 2016:68).

Expo'nun 2016 yılında Antalya'da düzenlenmesi için yapılan girişim ve çalışmalar, 2007 yılında başlamıştır. Bu bağlamda Antalya'da adaylık sürecini yönetmek amacıyla 33 yerel ve sivil toplum kuruluşunun yer aldığı Expo Meclisi ve Expo İcra Kurulu oluşturulmuştur. Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği de bir Expo İcra Kurulu üyesidir (Çelik ve Aslantaş, 2018:1066).

Antalya Valiliği tarafından Antalya 2016 Botanik Expo hazırlık sürecinde yapılan çalışmalar hakkında bir açıklamada bulunulmuştur. Bu açıklamada, Expo 2016 Antalya organizasyonu için dikkat çekici bir örnek olan Tayland'ın Chiang Mai şehrinde düzenlenen Royal Flora Ratchaphrue Expo'ya 20-24 Ekim 2008 tarih aralığında teknik gezi düzenlendiği, bu teknik gezi sonrası 26 Kasım 2008'de BIE Genel Sekreteri ve Antalya Valisi'nin, Expo Antalya hakkında Antalya'da görüşmelerde bulunduğu belirtilmiştir (Kantürer, 2016:68).

Uluslararası Botanik Expo başvurusunda yetkili bir diğer kuruluş ise Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticileri Birliği (AIPH)'dir. Botanik Expo'nun düzenleneceği ülkenin bu kuruma üye olma zorunluluğu bulunmaktadır. Bu yönde, Antalya Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 30.12.2008 tarih ve 120009037 sayılı onayıyla AIPH'ye üyelik başvurusu yapılmıştır. 2009 yılı Eylül ayında İspanya'nın Zaragoza kentinde gerçekleştirilen AIPH 61. Yıllık Kongresi'nde birlik üyelerin oy çoğunluğu ile Türkiye, AIPH üyeliğine kabul edilmiştir. AIPH'ye dünya üzerinde 33 ülke üyedir (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2019:11).

Antalya 2016 Botanik Expo hazırlık çalışmaları kapsamında AIPH Başkanı ve Genel Sekreteri, gelişmeleri yerinde incelemek üzere 10-13 Aralık 2009 tarihleri arasında Antalya'ya ziyarette bulunmuşlardır. AIPH yetkililerinin Antalya şehrini

daha yakından tanıyabilmeleri adına kültürel geziler düzenlenmiş, Türkiye'nin süs bitkileri sektörünü tanıtmaya yönelik firma ziyaretlerinde bulunulmuştur. Ziyaretin hemen ardından Expo 2016 Antalya projesinin AIPH takvimine alındığına dair resmî yazı Antalya Valiliği'ne ulaştırılmıştır (Kantürer, 2016:69).

Antalya Expo, sürdürülebilirlik ve çevre alanında Dünya'nın geleceğine katkı sağlamak amacıyla katılım sağlayan her ülkenin kendi bahçelerine ait yerel kültürlerinin evrensel ölçekte paydaşlar arasında paylaşıldığı botanik sergidir. Gelecek nesillere aktarılması amaçlanan dünya mirası anlamında bu Bitki ve Bahçecilik Expo'su, küresel ısınma, tükenen doğal kaynaklar, bitki türleri ve ormanlar, çölleşme ve bunlara ek olarak gezegendeki tüm çevre sorunlarına karşı alınacak tedbirler ve çözüm yollarına dair bir platform ortamı sağlamıştır (Hür, 2019:95).

2.2.5.2.Antalya Expo 2016 Dünya Fuarı Hedefleri ve Yapılan Çalışmalar

12 Haziran 2010 tarihinde Antalya İl Tarım Müdürlüğü'nde yapılan sektörle buluşma toplantısında Antalya 2016 Botanik Expo'suna ilişkin yapılan hazırlık çalışmaları Tarım ve Köyişleri Bakanı'na aktarılmış, 9 Temmuz 2010'da "Expo Ofisi", Antalya Valisi'nin katılımıyla açılmıştır. Ağustos 2010'da Expo 2016 Antalya projesine dair teminat ücreti olan 25.000 Euro AIPH'ye ödenmiştir. Ayrıca, Botanik Expo düzenlemek konusunda birinci onay mercii olan AIPH'nin kesin onayı da 3-8 Ekim 2010 tarihleri arasında Güney Kore'nin Suncheon kentinde gerçekleştirilen 62. Yıllık Kongresi sonunda kesinleşmiş ve Expo 2016 Antalya AIPH kalıcı takviminde yer almaya hak kazanmıştır (Kantürer, 2016:70).

Gelecek nesillere daha yaşanabilir, temiz bir çevre bırakmak amacıyla herkesin katkı sağlaması gerekliliği, "yaşam için çevre, çevre için yaşam" bilici oluşturmanın önemi projenin detaylarında ele alınmış, düzenleme eğlendirerek eğitecek senaryolarla desteklenmiştir. Her yaş grubundan ziyaretçinin katılımına uygun oyun, bulmaca ve rotalar sayesinde kuşaklararası bir doğa bilinci ve sevgisi geliştirmek amaçlanmıştır. Çevresine bilinçli ve duyarlı yaklaşan, geleceğin olası yöneticisi durumundaki çocuklara günümüzden başlayarak sorumluluk yüklemek, hissettirerek düşündürmek ve çözüme katkıda bulunmalarını sağlamak projenin en temel hedefidir (Hür, 2019:95-96).

Expo 2016 Antalya faaliyetleri kapsamında uluslararası ölçekte birbirinden farklı pek çok organizasyona da imza atılmıştır. Bunlar (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2019:13):

- Paneller,
- Toplantılar,
- Seminerler,
- Çocuk Kongreleri,
- Sahne Sanatları,
- Konserler,
- Expo Showları.

Expo 2016 Antalya'nın, ana teması ve alt temaları kendisine has yaklaşımlarla vurgulanmıştır (Çelik ve Aslantaş, 2018:1067):

- Tarım Müzesi, kalıcı bir özelliğe sahip Expo'nun tematik pavyonu olarak düzenlenmiştir.
- Çocuk Adası'nda fuar teması, bu etkinliğin hedef kitlesi olan çocuklar için daha çekici haliyle sunulmuştur.
- Ev sahibi katılımcı olarak Türkiye bahçelerinde çeşitli tematik bahçeler ve kültüre alınan bitkiler yer almıştır. "Geleceği Yeşertmek" sloganıyla hızla artan nüfusun besin ihtiyacı, daha çok kültür bitkilerinin üretimi, hızlı kentleşme sebebiyle doğal ortamların, hayvan ve bitki türlerinin azalması ve yok olması, biyo-çeşitliliğin zarar görmesi gibi evrensel sorunlara Expo 2016 Antalya sayesinde dikkat çekilerek yerel bazda bir takım çözüm önerileri sunulmuştur.

Gelecek nesiller için yeni bir dünya vizyonuyla gerçekleştirilen Antalya Expo 2016, A1 kategorisinde düzenlenen bir Botanik Expo'dur. Misyonu; çevre bilincinin gelişimine katkı sağlamak, farkındalığı ve duyarlılığı arttırmaya yönelik çalışmalarla yeni nesillere aktarılmasıdır (Hür, 2019:96). Expo süresince düzenlenen sempozyum, forum, kongre, sosyal ve kültürel etkinlikler gibi organizasyonlar Antalya'nın yanı sıra çevre kentler ve Türkiye'ye ekonomik olarak pozitif katkı sağlamıştır. Antalya ve Türkiye'nin tüm dünyada tanıtımları yapılmış, özellikle bölgede turizm ve diğer ticari sektörler önemli gelişmelere şahit olmuştur. Expo fuar alanının sergi sonrasında da ziyaretçilere açık tutulması, turizm ve tanıtım organizasyonları için kullanılmasına imkân sağlamıştır. Bu durum Antalya ve Türkiye'nin kültür turizmi

açısından büyük gelişmelerle karşılamasını sağlamıştır (Çelik ve Aslantaş, 2018:1067). Antalya Expo 2016'nın hedef kitlesi gençler ve çocuklardır. Bu nedenle teması ''Çiçek ve Çocuk'', alt temaları ise; biyoçeşitlilik, tarih, sürdürülebilirlik ve yeşil şehirler olarak belirlenmiştir. Halkı bilinçlendirmek, yeniliklerle değişimi planlamak ve ilerlemeyi teşvik etmek amacıyla düzenlenen bu Expo'nun temasıyla uyumlu sloganı ''Geleceği Yeşertmek'' ve sembol çiçek olarak da Şakayık çiçeği seçilmiştir (Hür, 2019:96).

2.2.5.3.Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı'nın Antalya Kent İmajı Üzerindeki Etkileri ve Fuar Sonrası Expo Fuar Alanı

Türkiye'de daha önce düzenlenen büyük ölçekli etkinlikler arasında Dünya fuarlarının yer almamış olması, 2016 senesinde ilk defa düzenlenen Expo Dünya Fuarı etkinliğinin ne anlama geldiği ve nasıl yapıldığı konusunda ziyaretçileri fuara uğramak için teşvik etmiştir (Kantürer, 2016:99). Expo 2016 Antalya, Türkiye'yi ve Antalya'yı hem uluslararası platformlarda, hem fuara katılım sağlayan ülkelerde, hem de sürdürülebilirlik gibi hayati bir kavram etrafında yapılanan ve faaliyet gösteren özel sektör ve kamu kurum ve kuruluşları, sivil örgütlenmeler ve bireysel açıdan önemli bir yerde konumlandırmıştır. Türkiye'nin tanıtımına sağlanan pozitif katkıya ek olarak, çevre, doğa ve bahçecilik turizmi konusunda yepyeni bir kitleyi Antalya'ya çekmiş, turizm ürünleri çeşitlendirilmiş, yabancı ve yerli turist hacmini artırarak şehrin refah seviyesinin artmasına, kalkınmasına ve istihdama katkıda bulunmuştur. Expo 2016 Antalya, çevre ve sürdürülebilirlik konularında insanlığın dünyanın geleceğine katkıları ve gelecek için yapılan yatırımlar hakkında küresel anlamda gelinen en son noktanın sergilendiği organizasyon olmuştur. Katılımcı her bir ülke, kendi bahçe kültürünü şehrimizle paylaşarak kültürel zenginliği artırmış, görsel birer şölen sunmuş ve çocuklar için hazırlanan gelecek ve küresel çevre sorunlarına dair çok önemli konulara da dikkat çekilmiştir (https://expo.tarimorman.gov.tr).

Expo 2016 Antalya, taşınmaz yapıları ve bitki zenginliği ile kente kalıcı bir miras bırakırken, turizm sektörüne uzun vadeli katkılar sağlamıştır. Expo'lar, her şeyden önce, bir sergidir. Bir ülkenin belirli bir konu hakkında ulaştığı son noktayı, Expo'nun teması ile ilgili katılımcı ülkelerde ve Dünya'da ulaşılan son noktayı sergiler. Expo 2016 Antalya'da, diğer botanik Expo'lar da olduğu şekliyle, bulunduğu şehri yeşil marka haline getirme fırsatı vermektedir. Bu sayede, kent imaj yükselir, turizm endüstrisi desteklenir, altyapı ve erişilebilirlik iyileşir, çevre ve

sürdürülebilirlik konularında farkındalık artar, kentte yaşayan yerel halkının yaşam kalitesi artar, uluslararası platformlarda bilinirlik artar, geçici ve kalıcı istihdam artar (https://expo.tarimorman.gov.tr).

Expo alanı içerisindeki donatılarla ilgili olarak, çevreci bir yaklaşıma sık aralıklarla konumlanmış ve atık türlerine göre ayrılmış çöp kutuları, lavabo sayısı, temizliği ve engelli katılımcılar için erişim kolaylığı açısından alanın kentsel tasarım kalitesini yükselten ve fuarı ziyaret eden katılımcıların gezileri sırasında kolaylık sağlayan özelliklerdir (Kantürer, 2016:100). Expo 2016 Antalya, çevre ve sürdürülebilirlik konularında gezegenin geleceğine dair sağlanacak katkılar ve yatırımlar hakkında küresel olarak gelinen en son noktanın sergilendiği anlamlı bir platform olmuştur (https://expo.tarimorman.gov.tr).

2016 Antalya Expo'sunda kalıcı olarak tasarlanan ''Çocuk Bilim ve Teknoloji Müzesi'' özelleştirme kapsamında olduğundan kapalı durumdadır. ''Zaman Tüneli'' eski ismiyle ''Tarım ve Biyoçeşitlilik Müzesi'' ve ''Kongre Merkezi'' ziyaretçilerin kullanımına açıktır. Antalya Expo temasını temsil eden ve ana unsurlardan olan ''Torku Çocuk Adası'' ise 23 Nisan 2019 tarihinde tekrar hizmet vermeye başlayarak çocukların düzenlenecek etkinliklerde kullanacağı bir alan olarak planlanmıştır. Kalıcı olarak tasarlanan ''Türk Evleri ve Restoranlar Sokağı'' Expo sonrası işlevselliğini yitirmesine rağmen fuar alanında hala bulunmaktadır (Hür, 2019:119).

2016 yılında düzenlenen Expo Antalya ile Türkiye'ye yaklaşık 5 milyon turist gelmiş, Expo sayesinde ülke turizmi ve ticareti kayda değer ölçüde ivme kazanmıştır. Ayrıca fuar sonrası alanının açık tutulmasıyla sürekli ziyaretçi girişi sağlanarak bu sayede ülke ekonomisine katkı sağlamaya devam edilmektedir. Bunun yanı sıra Expo 2016 Antalya'nın kente kazandırdığı önemli yatırımlarla Türkiye'de birçok kent ileride düzenlenecek Expo'lara ev sahipliği yapmak için girişimlerde bulunmaktadır (Polat, 2019:36).

1 Kasım 2016 tarihiyle beraber Expo tasfiye işlemleri ve devir işlemleri ile ilgili süreç başlamıştır. 1 Haziran 2017'de tasfiye işlemleri sonuçlandırılmıştır. 2022 yılına kadar Expo fuar alanının amacına uygun şekilde, Türk turizmine katkıda bulunacak haliyle, alanın cazibe merkezi özelliğini koruyarak ve profesyonelce yönetilecek şekliyle özelleştirme sürecine girilmiştir. 2016 Antalya Expo fuar alanında Expo organizasyonu bittiğinden beri çeşitli fuarlar organize edilmiş, Nevruz Bayramı kutlamalarında yaklaşık 10 bin İranlı turistin katılımıyla çeşitli etkinliklere

ev sahipliği yapmıştır. Ayrıca 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı etkinliği de Expo fuar alanında düzenlenmiştir (Çelik ve Aslantaş, 2018:1068).

2.2.6. Botanik Expo (Horticultural Expo)

Botanik Expo kuruluşu, 1959 yılında BIE'nin öncülüğünde kurulmuştur. Botanik Expo'lar, diğer Expo'lardan farklı olarak, Uluslararası Çiçek Üreticileri Birliği (AIHP) ile BlE'nin ortak onayları ile düzenlenmektedir. AIPH Konseyinin projeyi onaylamasının ardından, BIE Genel Kurulu'nda ev sahibi ülke ve kente botanik Expo düzenlenme hakkı verilmektedir (Kantürer, 2016:59).

Uluslararası Bahçe Üreticileri Birliği (AIPH) misyonunu şu şekilde tarif etmiştir; "Çiçek, bitki ve peyzaj hizmetlerini küresel bir gündeme getirmeyi; vizyonuyla şunları hedefliyoruz: Dünya çapında artan talebi süs ağaçları, bitkiler ve çiçekler için teşvik etmek, endüstrinin çıkarlarını korumak ve geliştirmek, sektörel bilgi ve bilgi alışverişinde uluslararası bir merkez olmak, süs bitkileri üretiminde en iyi uygulamaları yapmak" olarak tanımlamıştır (Hür, 2019:43).

2.2.6.1.Botanik Expo'nun Özellikleri

AIPH, İkici Dünya Savaşı sonrasında Batı Avrupalı bir düzine çiçek üreticisinin savaş sonrasında ülkeler arasındaki gergin ilişkileri düzeltmek amacıyla kurduğu uluslararası bir kuruluştur. Kurumun misyonu, temel, beşerî bir içgüdü olduğuna inanılan bitkilerin değerini ortaya koymak ve muhafaza etmektir. AIPH, doğan ve teknolojinin birlikte sağlıklı ve dengeli bir şekilde bir arada olabileceği bir gezegen kurmak ve yeni nesillere sürdürülebilir bir gezegen bırakma amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir (Kantürer, 2016:59).

Dünya'da birçok alanlarda Expo düzenlenmekte olup bunlardan biri de "Botanik Expo" veya başka bir deyişle "Bahçecilik Exposu'dur. Bahçecilik Exposu, bahçecilik, tarım ve peyzaj mimarlığı sektörlerini canlandırmak ve bu alanlarda yenilikleri teşvik etmek için ortaya çıkmıştır. Başvuru sürelerinin uzunluğu, fuar alanlarının büyüklüğü ve fuar süresine göre AIPH, 4 kategoride bahçecilik sergilerini onaylamaktadır. Bunlar (Çelik ve Aslantaş, 2018:1061):

Tablo 2.5. Botanik Expo Kategorileri Kaynak: Çelik ve Aslantaş, 2018:1061

Kategori	Resmi İsmi	Süresi	En Az Sergi Alanı	Başvuru Zamanı
A1	Büyük Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri	3-6 ay	50 hektar	2-6 yıl önce
A2	Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri (kısa süreli)	8-20 gün	15.000 m2	4 yıl önce
B1	Uluslararası Katılımlı Sergiler (uzun süreli)	3-6 ay	25 hektar	3-7 yıl önce
B2	Uluslararası Katılımlı Sergiler (kısa süreli)	8-20 gün	6.000 m2	2 yıl önce
A2/B1	Uluslararası Katılımlı Sergiler (uzun süreli)	3-6 ay	25 hektar	3-7 yıl önce

A1: Bu kategoride yer alan en prestijli sergidir. Büyük Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri 3 ile 6 ay arasında farklılık gösterir. Fuar alanı minimum 50 hektar olmalıdır. A1 kategorisine yapılacak başvurular 2-6 yıl öncesinden yapılmalıdır. Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticileri Birliği(AIPH) sadece bu kategori için Uluslararası Sergiler Bürosu (BIE) onayına ihtiyaç duymaktadır.

A2: Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri 8 ile 20 gün arasında değişkenlik gösteriyorsa A2 kategorisinde yer alıyor demektir. İhtiyaç duyulan sergi alanı için asgari 15,000 m^2 alana ihtiyaç vardır. A2 statüsünde yapılacak başvurular en az 4 sene öncesinden planlanarak yapılmalıdır.

B1: Uluslararası Katılımlı Bahçe Bitkileri Sergileri 3 ile 6 ay arasında düzenlenmektedir. Sergi alanı için istenilen alanın en az 25 hektar olması gereklidir. B1 kategorisine yapılacak başvurular 3-7 yıl önceden yapılmalıdır. Tezde konu alınan 2023 Kahramanmaraş Expo'suna bu kategoride başvuru yapılmış ve kesinleştirilmiştir.

B2: Uluslararası Katılımlı olan B2 kategorisindeki sergiler, diğer kategorilere nazaran hem sürelerinin kısa olması hem de gerekli olan fuar alanının diğer kategorilere göre küçük olması sebebiyle boyut olarak daha küçük fuarlar olarak değerlendirilebilir. B2 kategorisine yapılacak başvurular en az 2 yıl önceden yapılmalıdır.

A2/B1: Bu kategoride bulunan fuarlar karma fuarlar olarak ele alınmaktadır. Bu alanda yer alan Uluslararası Katılımlı Bahçe Bitkileri Fuarları 3 ile 6 ay arasında sürmektedir. Bu kategori için ihtiyaç duyulan sergi alanı minimum 25 hektardır. Karma fuarlar için yapılacak başvurular 3 ile 7 sene önceden yapılmalıdır.

Aşağıda yer alan tabloda 2000 yılından bu yana AIHP tarafından onaylanan A1 kategorisindeki sergiler gösterilmektedir (Polat, 2019:33).

Tablo 2.6. 2000 Yılı Sonrası A1 Kategorilerinde Gerçekleşen Sergiler Kaynak: http://aiph.org/?s=a1

Yıl	Ülke	Şehir	İsim
2019	Çin	Pekin	Yeşil Yaşa, Daha İyi Yaşa
2016	Türkiye	Antalya	Gelecek Nesiller İçin Yeşil Bir Hayat
2012	Hollanda	Venlo	Yaşayan Doğa
2006 2007	Tayland	Chiang Mai	Royal Flora Ratchaphruek
2003	Almanya	Rostock	Yeni Çiçekli Bir Dünya
2002	Hollanda	Haarlemmermeer	Bahçe Bitkilerinin Yaşam Kalitesine Katkısı

Uzun dönemli bahçecilik Expolarının amaçları şunlardır:

- Uluslararası arenada tanınırlık kazandırmak,
- Ev sahibi ülke ve şehrin imajını kuvvetlendirmek,
- Kentsel yaşam alanlarında yeşil yaşam ortamları oluşturmak,
- Yeşil turizm ve ekoturizme destek vermek,
- Ev sahibi şehre yeni altyapı olanakları sağlamak,
- Peyzaj mimarlığı ve bahçecilik sektörlerine destekte bulunmak,
- Çevre ve sürdürülebilirlik meselelerinde farkındalık oluşturmak,
- Uluslararası ilişkileri güçlendirmek,
- Kültürler arası ve uluslararası mega etkinlik düzenleme kapasitesini artırmak,
- Bahçecilik sektörüyle alakalı yeni gelir kaynağı oluşturmaktır (Çelik ve Aslantaş, 2018:1062).

2.2.6.2. Botanik Expo'ların Organizasyonun Düzenlendiği Kent Üzerindeki Etkileri

AIPH, Türkiye'nin de içinde yer aldığı 16 ülkenin 8 bölgeyi temsil ettiği bir komiteden oluşur. (AIPH STRUCTURE) Bu oluşum üye ülke ve ev sahibi kentlere aşağıda belirtilen faydaları sağlamaktadır (Kantürer, 2016:59-60):

- Toplantılar ve AIPH web sitesi sayesinde süs bitkileri üretici örgütlerine erişim kolaylaşır.
- Süs bitkileri üretimi ve ticaretindeki uluslararası değişimlere erişime olanak sağlanır.
- AIPH tarafından onaylanmış ve desteklenen fuarlar ve "Yeşil Şehir" gibi daimi komite faaliyetleri ile süs bitkileri ürünlerinin dünya çapında tanıtımı yapılır.
- Daimi Komite'nin "Yenilik Korunması" çalışması ile bitki üreticileri için daha iyi çalışmalar düzenlenir.
- AIPH lobisi aracılığıyla pestisitler, bitki sağlığı şartları, çevresel konular ve yabancı türlere ilişkin çalışmaların geliştirilmesi yapılır.

Botanik Expo'ların ev sahibi kente olan katkılarını şu şekilde özetlemek mümkündür:

Expo'nun düzenlendiği kent bir turizm merkezine dönüştüğü görülmektedir. Ülkeler uluslararası boyutta çok ciddi tanıtım yaparlar. Potansiyel yatırımcılar ve turistlerin ülke ve kenti ziyaret etmeleri gelecek dönemler için ülkenin ekonomik olarak kalkınmasına ciddi katkı sağlar. Uzun vadeli ve düşük faizli kredi imkânlarıyla inşası yapılan fuar alanları etkinlik sonrasında da kullanılmaktadır. Sergi alanları teknoparka, fuar pavyonları ise hastaneye dönüştürülerek yıllar boyunca halkın kullanımına imkân sağlarlar. Bunlarla beraber fuar için inşası yapılan estetik yapılar, kente yıllarca düzenli olarak ziyaretçi akışını sağlayarak kenti bir cazibe merkezleri haline getirmektedir. Expo organizasyonu için kent içinde parklar, yollar, yeşil alanlar tekrardan estetik ve modern bir anlayışla düzenlenir. Eski yapılar restore edildiğinden özgün yapıların orijinalliği korunarak dinlenme ve eğlence alanlarına dönüştürülebilmektedir. Expo öncesi hazırlıklar kapsamında kente yapılan üst yapı yatırımları şehri güzelleştirmekte, şehre ekonomik olarak canlılık getirmekte, işsizlik oranının azalmasını ve refah seviyesinin artmasını sağlamaktadır (Polat, 2019:34).

2.3. KAHRAMANMARAŞ VE EXPO 2023 İLE İLGİLİ DURUMU

Kahramanmaraş, doğal ve tarihi güzellikleri ile ziyaretçilerini büyüleyen bir Akdeniz kentidir. Turizm bölgelerine olan uzaklığı dolayısıyla yeterli düzeyde tanıtımı yapılamayan Kahramanmaraş, 2023 yılında ülkede düzenlenecek ikinci en büyük uluslararası organizasyona ev sahipliği yaparak uluslararası arenada

tanınırlığını artırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın bu bölümünde Kahramanmaraş ili hakkında tanıtıcı bilgiler yer alırken 2023 yılında düzenlenecek Botanik Expo Organizasyonu ile ilgili durumuna değinilmiştir.

2.3.1. Kahramanmaraş İli Hakkında Bilgiler

Kahramanmaraş, coğrafi olarak Akdeniz Bölgesi'nin kuzeydoğusunda bulunmaktadır. Torosların son uzantısı olan Ahır Dağı'nın güneyinde, verimli ve sulak Maraş Ovası'nın kuzeyinde konumlanan Kahramanmaraş, yaşam koşulları anlamında coğrafi açıdan yüksek derecede uygun beşeri ve fiziki özelliklerine sahiptir (Gürbüz vd., 2004:276). Kahramanmaraş'ı diğer şehirlerden ayıran en önemli özellikleri; zengin bitki örtüsü, verimli ovaları, akarsuları ve ılıman bir iklime sahip olmasıdır. Cumhuriyet dönemi sonrası Kahramanmaraş fiziki olarak batıya doğru gelişim göstermiştir (Paça, 2015:7). Güneyden Gaziantep, batıdan Adana ve Osmaniye, doğudan Adıyaman, kuzeyden Sivas, kuzeydoğudan Malatya, kuzeybatıdan Kayseri illeri ile komşudur (Gürbüz vd., 2014:107). Kahramanmaraş Türkiye'nin, 14.327 km² yüzölçümü ile 11., nüfus oranına göre 18. büyük vilayetidir ("Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi", 2020). Maraş Ovası'nın verimli ve geniş oluşu, su kaynakları bakımından zenginliği ve üç taraftan dağlarla çevrili olması sebebiyle savunmaya elverişli oluşu, şehirleşmenin bu alana kurulmasında önemli bir etki olmuştur. Ayrıca tarihte güneyden gelen kervan yollarının Anadolu ile bağlantısının sağlandığı geçiş noktasında bulunması Kahramanmaraş'ın jeopolitik önemini daha da artırmıştır (Gürbüz vd., 2004:276). Önceki dönemlerde önemli kervan rotalarının kesişim noktasında yer alan Kahramanmaraş; Hitit, Asur, Pers, Makedonya, Roma, Bizans, Selçuklu, Dulkadiroğulu Beyliği ve Osmanlı İmparatorluğu gibi medeniyetlerin kültürel zenginliklerini de bünyesinde barındırmaktadır. Kurtuluş Savaşı'nda gösterdiği üstün başarı sonucu 5 Nisan l925'te TBMM tarafından İstiklal Madalyası ile onurlandırılan Maraş, 7 Şubat l973'te Kahramanlık unvanı ile ödüllendirilmiş kahraman bir kenttir.

2.3.1.1.Kahramanmaraş İlinin Tarihi

Markasi, Marasion, Margas, Margaji, Marah, Maraksium, Marassion ve Mer'aş gibi birçok şekillerde anılan ve yazılan Maraş'ın isminin menşei ve hangi anlama geldiğine konusunda çeşitli görüşler ileri sürülmektedir. Bunlardan bir tanesi, Hitit komutanlarından Maraj adlı bir kumandanın bu şehri kurmasından dolayı Maraj adı verildiğidir. Aynı şekilde Sümer kaynaklarında Maraş ve Naras gibi isimlere

rastlanmaktadır. Büyük Hitit İmparatorluğu'nun M.Ö. 2000–1200 yıllarında Anadolu'ya hâkim olduğu zamanda Maraş Hitit'lerin önemli şehirlerinden biriydi. Hititler'den kalan yazıtlarda şehrin adı Markasi ve Maraj şeklinde yazılmıştır. Maraş, Geç Hititler zamanında ise Gurgum adlı bir şehir devletinin merkezi olmuştur (Gökhan, 2014:17).

Şehir 637'de Müslümanlar tarafından fethedilince tekrar Hititler zamanındaki gibi Maraş adıyla anılmaya başlanmıştır. Arap alfabesinde "j" harfi olmamasından dolayı Maraj kelimesi Mer'aş şekline dönüştürülmüştür. Bir başka görüşe göre, Maraş ovasında pirinç ekiminin çok fazla yapılmasından dolayı şehrin sıtmalık alan haline geldiği, bu sebeple de bu hastalığa yakalananların titremesi sebebiyle titreme alanı anlamına gelen Maraş adının verildiği öne sürülmektedir. Elbistanlı dilbilimci Hasan Reşit Tankut, kaynak belirtmeden "kutlu güneş" anlamına geldiği için Maraş'a bu ismin verildiğini belirtmektedir (Gül, 2016:66).

Türkler tarafından fethedilinceye kadar Bizans ile Araplar arasında harp sınırı (karakol) olan Maraş, 962' den 1086'ya kadar Bizans İmparatorluğu'nun elinde kalmıştır. 14. yüzyılın başlarında Zulkadiroğlu Karacabey, Maraş (Elbistan)'ta emirlik kurmuş ve 200 yıla yakın Maraş bölgesinde hüküm sürmüştür. 1515 yılında Maraş ve çevresi Osmanlı İmparatorluğu himayesine geçmiş olsa da Dulkadiroğulları Beyliği'ne son verilmemiştir. Maraş merkez olmak üzere, Elbistan, Malatya, Kayseri, Kırşehir, Halfeti, Harput, Diyarbakır, Tarsus, Suriye ve Kilis'ten oluşan bölge, 'Vilayet-i Türkmen' olarak anılmıştır (Paça, 2015:5).

Birinci Dünya Savaşı'nda İttifak Devletleri'nin Savaşı kaybetmelerinin ardından Osmanlı toprakları, İtilaf Devletlerince işgal edilmeye başlanmıştır. İşgal sırasında Maraş Kalesinde dalgalanan Türk bayrağının Fransızlar tarafından indirilmesi, halkın büyük tepkisine yol açmıştır. Tarihe 'Bayrak Olayı' olarak geçen bu ayaklanış, Maraş halkının işgale karşı direnişini göstermektedir. Halkın bu direnişi sonucu, Fransızlar Maraş'ı terk etmek zorunda kalmıştır. 12 Şubat 1920 tarihinde Mustafa Kemal'in yazdığı telgraf ile kurtuluş merasimi düzenlenmiştir. Kurtuluş Savaşında Maraş'ın şehir halkının topyekûn direniş göstermesi sebebiyle 5 Nisan 1925'te Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından İstiklal Madalyası'nın şehir halkına verilmesi kararlaştırılmıştır. Ayrıca İstiklal Savaşı'nın öncülüğünü yapmış olması dolayısıyla şehrin adı 7 Şubat 1973 tarih 1657 sayılı kanunla Kahramanmaraş olarak değiştirilmiştir (Doğan, 2014:71; Paça, 2015:6; Yıldız, 2018:10).

Kahramanmaraş'ın birçok bölgesinde mağaralarda yapılan kazı çalışmalarında çok sayıda bulguya rastlanmıştır. 2009 yılında Maraş'ın 40 km kuzeyinde yer alan Direkli Mağarası'nda 2,6 cm boyutunda pişmiş topraktan bir kadın figürü bulunmuştur. Buluntu yaklaşık İ.Ö. 10.000 yılına tarihlenmiştir. Bunun yanı sıra bölgede yer alan 250 höyük ve antik yerleşim alanında Neolitik, Kalkolitik, Tunç ve Demir Çağlar'ının izlerine rastlanmaktadır (Yıldız, 2018:6). Bu höyük ve antik yerleşim alanlarının çok azında inceleme yapılmıştır. Bunlardan önemli olan bazıları; Himli Höyük, Koftul Höyüğü, Bozhöyük (Pazarcık), Hopaz Höyüğü ve Karahöyük (Elbistan)'tür. Bu höyüklerde yapılan araştırmalar sonucunda, Hitit, Frig ve Roma dönemlerine ait önemli eserlere rastlanmıştır (Gül, 2016:67).

2.3.1.2.Kahramanmaraş İlinin Kültürü ve Mutfağı

Kültür, toplumların tarihi süreç içerisinde ürettiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı her türlü maddi manevi birikimlerdir. Kültür, toplumun yaşayış ve düşünüş biçimidir. Onun kimliğini oluşturur ve onu bir diğer toplumdan farklı kılmaktadır. Bu bağlamda kültür bir yörenin konuşma tarzı, giyimi, kuşamı, yaşama bakışı ve yeme içme zevki ya da davranışıdır (Yılmazoğlu, 2014:269). Kahramanmaraş; Kapalı Çarşı, Saraçhane, Bakırcılar, Semerciler, Mazmanlar, Kazzazlar, Demirciler Çarşısı ve bu çarşıların etrafında toplanmış geleneksel el sanatları alanında hizmet veren bir çok sayıda atölye ve dükkânla Türkiye'de geleneksel el sanatlarının en yoğun biçimde icra edildiği merkezlerden biridir. Sim sırma işlemeciliği, bakırcılık, köşkerlik, keçecilik, külekçilik, ahşap oymacılığı, saraçlık, semercilik, bıçakçılık, kuyumculuk, demircilik, gibi geleneksel el sanatlarının birçok çeşidinin doğal ortamında sergilendiği, temelleri Dulkadiroğulları dönemine dayanan tarihi çarşılar hala ayakta olmakla birlikte ekonomik açıdan canlılığını korumaktadır. Üretim aşamasından pazarlama aşamasına kadar geleneksel el sanatlarıyla beraber yörenin kültürünün de sergilendiği çarşılar adeta açık hava müzesi görünümümdedir. Turistlerin tatil yeri tercihinde kültürel değerlerin önemli bir rol oynaması sebebiyle geleneksel el sanatları kültürel zenginliğin bir ifadesi olarak turizme çekicilik kazandırmakta ve turizm gelirlerinin artmasına katkı sağlamaktadır (Çalış, 2014:299).

Kahramanmaraş mutfağının kendine özgü yeme içme değişim ve gelişiminde Hitit, Asur, Makedon, Roma, Selçuklu, Dulkadiroğlu Beyliği ve Osmanlı kültür

etkileşiminin ortak payı vardır. Zulkadirli "Sultan Analar", Osmanlı beslenme kültürünü beylik kültürüyle zenginleştirmişlerdir. Osmanlı İmparatorluğu'nun saray mutfağında Maraş mutfağı önemli örneklerle yer almaktadır. Cumhuriyet döneminde ise Kahramanmaraş damak zevkine değişik tatlar yerleştirdiyse de özünü muhafaza etmiştir. Maraş'ın yöresel mutfağı kendine özgü doğal ürünleriyle, özgün araç ve gereçleriyle, özel pişirme teknikleriyle, sofra sunumuyla ve sofradaki davranış zarafetiyle beylik kültürünün en önemli temsilcisidir. Kahramanmaraş mutfağında yeme-içme sanatının hem dış, hem iç güzelliklerini yansıtan zenginlikleri bir arada bulmak mümkündür. Maraşlı yemeği karın doyurmak için değil yemeğin zevkini lezzetini almak için yemektedir. Çünkü Maraş mutfağı geçmişiyle beslenmiş gizemli ve çok yönlü kültürel bir farklılıktır. Bunun yanı sıra Kahramanmaraş mutfağında Orta Asya'nın et ve mayalanmış süt ürünlerini, Mezopotamya'nın tahıl bereketini, Akdeniz'in meyve, sebze ve zeytinyağını anlaşılacağı üzere Güney Asya baharatlarını ve Kahramanmaraş'ın adıyla anılan kırmızı pul biberini katkı ve lezzet düzenleyicisi olarak anmak mümkündür. Kahramanmaraş; çorbalarıyla, sebze yemekleriyle, et yemekleriyle, dolmalarıyla, sarmalarıyla, kavurmalarıyla, pilavlarıyla, lepeleriyle, bulgurlu köfteleriyle, çerezleriyle, çörekleriyle, börekleriyle, tatlılarıyla, hoşaflarıyla, şerbetleriyle ve dünya markası dondurmasıyla, beslenme kültürünü ayrıntılarda gizleyen çok farklı bir beslenme kültürünün birikimidir. Kahramanmaraş halkı, yazdan kışa kıştan yaza geçiş süreçlerinde zahra tutar, tarhanasını, dövmesini, biberini, salçasını, sebze kurularını, turşusunu, ilende reçellerini, şırasını, bulgurunu, peynirini sabırla, sebatla ve sevgiyle kilerinde depolamaktadır. Her tadımcının övgü ile andığı yiyecek-içeceklerdeki geleneksel lezzet pişiricilerin becerileriyle sınırlı değildir. Geleneksel lezzet olgusunu oluşturan kavram Kahramanmaraş'ın eşsiz doğasının sunduğu nimetleridir. Kahramanmaraş'ta yoğurt katılımlı pişirme, özel kuşgana, olgun ateş kullanımı, et seçimi, etin pişecek yemekle uyumu, kullanılacak malzemenin organik ve yerel olması, lezzet vericilerin ayarı ve yiyeceğe göre seçimi tercih nedenidir. Beslenme yöntemleri, yöreye özgü sumak kullanımı, özel soslar ve yeme içmede kurallara bağlılık daima önemsenir (Gül, 2016:105-106; Yılmazoğlu, 2014:269).

2.3.1.3.Kahramanmaraş İlinin Turizm ve Çekicilik Unsurları

Akdeniz Bölgesinin doğusunda bulunan medeniyetler kenti Kahramanmaraş; tarihi zenginliği ve kültürel yapısı, muhteşem doğal güzellikleri, emsali olmayan

serin yaylaları, tabii termal suları, uçsuz bucaksız barajları, sürekli gelişim gösteren modern sanayi, seçkin ve nadide el sanatları, yöresel yemekleri ile alternatif turizmde önemli bir potansiyele sahiptir (Gül, 2016:74). Kahramanmaraş'ın her alanda başarı sağlamasında kendi gelenek ve görenekleri önemli ve belirleyici bir rol üstlenmiştir. Dövme dondurması, bıçakları, oyma sandıkları, dövme bakırları, yemenileri, burma bilezikleri, biberi ve tarhanası gibi birçok coğrafi işaretli ürüne sahip Kahramanmaraş, UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı Edebiyat Şehri kategorisine aday bir şehirdir. Germenicia Antik Kenti, Afşin Eshab-ı Kehf Külliyesi, Ulu Camii, Kahramanmaraş Arkeoloji Müzesi, Kurtuluş Müzesi, Etnografya Müzesi, Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi, Dondurma Müzesi, Kurtuluş Kent Müzesi, Abdulhamid Han Cami, Kahramanmaraş Kalesi, Taş Han başta olmak üzere, kentin turistik, doğal ve tarihi değeri yüksek olan birçok turistik ürünü bulunmaktadır (Koç, 2009:318).

Tablo 2.7. Kahramanmaraş İli Yerel Turizm Varlıkları Kaynak: Gül, 2016:75

DOĞA TURİZMİ	**GASTRONOMİ TURİZMİ**	**İNANÇ TURİZMİ**	**KÜLTÜR TURİZMİ**	**MİLLİ MÜCADELE TURİZMİ**	**SAĞLIK TURİZMİ**
Başkonuş Yaylası	Maraş Dövme Dondurma	Afşin Eshab-ı Kehf Külliyesi	Germanicia Antik Kenti	K.Maraş Müzesi	Döngele Kaplıcaları
Yavşan Yaylası	Maraş Pul Biberi	Ulu Cami	Kapalı Çarşı	K.Maraş Kalesi	Ilıca Kaplıcaları
Kapıçam Tabiat Parkı	Maraş Tarhanası	Abdülhamid Han Cami	Yedi Güzel Adam Müzesi	Kurtuluş Anıtı	Ekinözü İçmeleri
Döngel Mağarası Şelalesi	Mumbar Dolması	Taş Medrese	Taşhan	Kurtuluş Müzesi	Ekinözü Peloid Çamurları
Tekir Yeşilgöz Obruğu	Yanyana Eli böğründe	İklime Hatun Mescidi ve Türbesi	Tarihi Ceyhan Köprüsü	Sütçü İmam Anıt Mezarı	
Menzelet Baraj Gölü	Tarhana Çorbası	Hatuniye Cami ve Türbesi	Süleymanlı Kanlı Köprü		

Tablo 2.7. devam

Fırnız Vadisi	Salep	Acemli Cami	Kocabaş Konağı		
Körsulu Vadisi	İçli Köfte	Malik Bin Ejter Türbesi	Mahmut Arif Paşa Konağı		
Savruk Mağarası Şelalesi	Acem Pilavı	Yum Baba Türbesi	Katiphan		
Gâvur Gölü	Maraş Kebabı	Alaüddevle Türbesi	Dedeler Konağı		
Çimendağ Uludaz	Şıracılık-Kabarcık Üzümü	Derdiment Dede Türbesi	Arasa Cami		
Gümüş kayalar Mağarası	Ekşili Çorba	Elbistan Ulu Cami	Çukur Hamamı		
	Ekşili Aya Sulusu	Elbistan Himmet Baba Cami	Saraçhane Çarşısı		

2.3.1.4.Kahramanmaraş'ta Düzenlenen Fuar ve Festivaller

Kahramanmaraş, kültürel ve sanatsal zenginlikleri ile dikkat çeken önemli bir cazibe merkezidir. Sanata, ata sporlarına ve edebiyata önem veren Maraş halkı, köklü geçmişinden aldığı enerjiyi yeni nesillere aktarmakta fuar ve festivallerden yararlanmaktadır. Geleneksel olarak düzenlenen birçok festival ve fuara ev sahipliği yapan Kahramanmaraş, her sene binlerce turisti şehrinde ağırlamaktadır. Kentte düzenlenen bazı fuar ve festivaller şunlardır:

12 Şubat Kurtuluş Festivali; 12 Şubat 1920'de işgal güçlerine karşı şehri canları pahasına savunan şehir halkının yazdığı destansı bir zaferin yıldönümü anısına her sene farklı etkinliklerle ve büyük bir coşku ile kutlanan bir anma günüdür. Etkinlikten günler önce Kahramanmaraş sokaklarında temsili çeteler gezmeye başlar. İlk kurşunu sıkan Sütçü İmam ve kalede asılı işgalci bayrağının indirilme olayı başta olmak üzere kurtuluş gününde yaşanan olayların temsili canlandırmaları sergilenir ("Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi", 2020).

Resim 2.2. Kahramanmaraş Kurtuluş Anıtı Kaynak: Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, 2020

Bağımsızlık mücadelesinin hatırlatıldığı, sevinç ve gururun yaşandığı, milli ve manevi duyguların bir arada yaşandığı Kurtuluş Günü etkinlikleri, yerli ve yabancı on binlerce kişinin katılımı ile her sene 12 Şubat tarihinde düzenlenmektedir. Kahramanlık destanının yazıldığı gün anısına düzenlenen etkinlikler kapsamında sergiler, konserler, tiyatro gösterileri ve çeşitli eğlenceler düzenlenmektedir.

Uluslararası Kahramanmaraş Kitap Fuarı; Şairler Kenti olarak anılan Kahramanmaraş, edebiyat dünyasının önemli isimlerinin doğup büyüdüğü mümbit bir şehirdir. Edebiyat alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kategorisine aday gösterilen Kahramanmaraş, 2013 senesinde ilki düzenlenen ve her sene Ekim ayının ilk haftası yüzlerce yayın evi, yazar ve binlerce kitapseverin bir araya geldiği uluslararası bir kitap fuarına ev sahipliği etmektedir. Anadolu'nun en büyük kitap fuarı olan Kahramanmaraş Uluslararası Kitap Fuarı etkinlikleri çerçevesinde kitap tanıtımları, şair-okur buluşmaları, söyleşiler, paneller düzenlenmektedir ("Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi", 2020).

Resim 2.3. Kahramanmaraş Kitap Fuarı Kaynak: Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, 2020

Uluslararası Dondurma Kültür ve Sanat Festivali; Türkiye'de geleneksel Maraş dondurması, ilk olarak 19. yüzyılın başlarında İstanbul ve Kahramanmaraş Şehirlerinde üretilmiştir. Daha sonra Anadolu'ya yayılmış salepli dondurma ise, ilk defa 1920 yılında Hacı Mehmet Usta tarafından yapılmıştır. Yaklaşık 4-5 yıl sonra Ali Kıyak, salepli dondurmayı dövme demir kaşıkla karıştırarak, özlü ve düzgün bir yapıya sahip geleneksel Maraş dondurmasının temelini atmıştır (Kızılcık, 2016:36). Keçi sütü ve yaban orkidesinin eşsiz birleşimi ile yapılan Maraş dövme dondurması şehrin marka imajına katkı sağlayan en önemli coğrafi işaretli ürünüdür ("Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi", 2020).

Resim 2.4. Kahramanmaraş Dondurma Festivali Kaynak: Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, 2020

2017 yılında ilki düzenlenen Uluslararası Dondurma Festivali, kentin tanıtımında önemli bir unsur olan Maraş dövme dondurmasının uluslararası alanda tanıtımının yapıldığı, çeşitli gösteri ve ikramlarla renklenen Dünyanın en lezzetli buluşması haline gelmiştir ("Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi", 2020).

Geleneksel Kahramanmaraş Filo Güvercini Festivali; Kuş yetiştiriciliği açısından ülke genelinde ilk sıralarda yer alan Kahramanmaraş, kültürel olarak kuş sevgisine dikkat çekmek amacıyla Filo Güvercini Festivali düzenlemektedir. 2010 yılından bu yana geleneksel olarak düzenlenen festivale çevre şehirler başta olmak üzere Türkiye'nin birçok bölgesinden binlerce kuş severler katılmaktadır ("Şehir Tanıtımı | Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi", 2020).

Resim 2.5. Kahramanmaraş Filo Güvercini Festivali Kaynak: Geleneksel Kahramanmaraş Filo Güvercini Festivali-Kahramanmaraş festivalleri, 2020

Afşin Eshab-ı Kehf Kültür ve Karakucak Güreş Festivali; Ata sporları arasında en sevilen spor dalı olan güreş, gelenekselleşen festivaller sayesinde çekiciliğini her geçen gün artırmaktadır. Pehlivanlar diyarı olarak anılan Afşin, yarım asırı aşkın süredir milli sporun önemli merkezleri arasında yer almaktadır. Her sene geleneksel olarak düzenlenen Afşin Eshab-ı Kehf Kültür ve Karakucak Güreş Festivali'ne ülkenin dört bir köşesinden gelen pehlivanlar ve güreş severler katılmaktadır ("Kültür ve Turizm | Afşin Kaymakamlığı", 2020).

Resim 2.6. Afşin Eshab-ı Kehf Kültür ve Karakucak Güreş Festivali Kaynak: Afşin Eshab-ı Kehf Kültür ve Karakucak Güreş Festivali| Afşin Kaymakamlığı, 2020

Ülkenin ve Kahramanmaraş'ın en önemli turizm destinasyonları arasında yer alan Afşin Eshab-ı Kehf mağarası ve külliyesi ile birlikte anılan festival, kültürel ve sanatsal birçok farklı etkinliklerle renklendirilmektedir. Ultra maraton ve farklı spor yarışmalarının da düzenlendiği etkinlikler arasında en dikkati çeken Yemliha Yürüyüşü' dür. Yedi inanmış gencin kutlu yürüyüşleri anısına her sene Afşin şehir merkezinden Eshab-ı Kehf Külliyesine uzanan 8 km'lik parkurun halk ve şehir dışından gelen misafirlerle birlikte yürünmesi ve varış noktasında ikram edilen çoban pilavı ve Mislina şerbeti ikramları eşliğinde yapılan dualarla son bulmaktadır ("Kültür ve Turizm | Afşin Kaymakamlığı", 2020).

Resim 2.7. Afşin Yemliha Yürüyüşü Kaynak: Afşin Eshab-ı Kehf Kültür ve Karakucak Güreş Festivali| Afşin Kaymakamlığı, 2020

2.3.2. Türkiye'nin Mega Etkinliklerle Olan İlişkisi ve Expo Dünya Fuarına Katılım Süreci

Cumhuriyet döneminde düzenlenen ilk mega etkinlik, 1949'da İstanbul'da düzenlenen Avrupa Güreş Şampiyonası'dır. Bu turnuva için yapılan Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı 14 ay süre içerisinde tamamlanmıştır (Uysal, 2014:169). 1963 sonrası Ticaret Bakanlığı bölgesel sergilere önem göstererek, bölgesel ticaretin canlanması amacıyla özel girişimlerde bulunmuştur. Bölgesel pazar oluşturmak amacıyla Erzurum Samsun, Trabzon, Bursa, Balıkesir, Kayseri ve Tatvan olmak üzere 7 şehirde fuarlar düzenlemiştir. Bu 7 ilin sonrası Mersin, Gaziantep ve Konya'da da fuarlar düzenlenmiştir (Kara, 2019:10).

1971'de Akdeniz Oyunları İzmir ilinde düzenlenirken, bu etkinlik için İzmir Atatürk Stadyumu inşa edilmiştir. 1980'lerin ortalarına gelindiğinde ilk defa Olimpiyat oyunlarının İstanbul'da yapılması yönünde çalışmalar yapıldıysa da bu çabalar sadece söylem olarak kalmıştır. Benzer bir durumda aynı dönemde İstanbul'u eski görkemine kavuşturmak düşüncesiyle her biri zaman içerisinde yalnızca kültür ve sanat faaliyetleri olmaktan çıkarak, birer siyasi ve ekonomik projeye dönüşecek bir dizi (İstanbul Bienali, İstanbul Film Festivali, İstanbul Caz Festivali) festival de büyük organizasyonlar çerçevesinde ele alınabilir (Uysal, 2014:169). 20. yüzyılın son dönemlerinde dünya genelinde fuarcılıkta gelişen uzmanlaşma ve uzmanlaşmaya

yönelik gelişmeler Türkiye'de de kendini hissettirmiştir. Bu gelişimler neticesinde bölgesel fuarlar zamanla yerini uzmanlaşmış fuarlara bırakmıştır. Değişik sektörlerde fuarcılıkla ilgilenen firmalar, uzmanlıklarını geliştirerek yine belirli sektörlerle ilgili fuar düzenlemeye başlamıştır (Kara, 2019:10).

Dünya genelinde önceki yıllarda gelişim gösteren mega etkinliklerine ev sahipliği yapma eğilimi Türkiye'de 2000'li yıların başında ivme kazanmış ve Türkiye çeşitli alanlarda uluslararası etkinliklerde ev sahibi olmak için önemli adımlar atmıştır. Ev sahipliği için yapılan başvurular içerisinde olumlu sonuç alınan en önemli uluslararası etkinlikler arasında İstanbul'un 2010 Avrupa Kültür Başkenti olarak seçilmesidir. Türkiye'den bir şehrin Avrupa Kültür Başkenti olarak seçilmesi, dünya genelinde büyük önemi olan Expo Dünya Fuarı'na diğer şehirlerin ev sahipliği isteğine teşvik edici bir neden olmuştur (Kantürer, 2016:65).

Türkiye'de Expo için ilk girişim, 2015 yılında İzmir'in başvurusu ile olmuştur (Çelik ve Aslantaş, 2018:1066). "Daha İyi Bir Dünya İçin Yeni Yollar, Herkes İçin Sağlık" ana temasıyla adaylık başvurusu yapılmıştır. 3 Mayıs 2006'da Uluslararası Sergiler Bürosu'na adaylık başvurusu yapılmıştır. İzmir bu süreçte, Milano gibi güçlü bir kentle rekabet etmek zorunda kalmıştır. 2015 Expo seçimleri, 31 Mart 2008'de Uluslararası Sergiler Bürosu'nun Paris'te düzenlenen 143. Genel Kurul Toplantısı sırasında yapılmıştır. BIE üyesi 151 ülke delegesinin oy kullandığı ve delegelerden 65'inin oyunu alan İzmir, 86 oy alan Milano karşısında seçimi kaybetmiştir (Polat, 2019:36). Türkiye'de organize edilen ilk Expo, 22 Nisan-30 Ekim 2016 tarihleri arasında Antalya'da gerçekleştirildi. "Gelecek Nesiller İçin Yeşil Yaşamın Geliştirilmesi" misyonuyla yola çıkarak, "Gelecek Nesiller İçin Yeşil Yaşam" sloganı, "Çiçekler ve Çocuklar" konusunu, Biyo-Çeşitlilik, Tarih, Sürdürülebilirlik ve Yeşil Şehirler, Expo 2016 Antalya'nın dört alt bölümünü oluşturdu (Çetin, 2017:47). Expo Antalya'nın düzenlenmesi için yapılan girişim ve çalışmalar, 2007 yılına kadar dayanmaktadır. Bu aşamada Antalya'da organizasyon sürecini yönetmek amacıyla 33 yerel ve sivil toplum kuruluşunun yer aldığı Expo İcra Kurulu ve Expo Meclisi oluşturulmuştur (Çelik ve Aslantaş, 2018:1066). 2021 yılı için B1 kategorisinde Botanik Expo'ya ev sahipliği yapacak olan Hatay, Antalya'dan sonra Türkiye'de Expo organize edilecek ikinci şehir olacaktır. Hatay'ın ardından Kahramanmaraş, 2023 yılında düzenlenecek Expo için adaylık sürecini başarılı bir şekilde tamamlamış ve etkinliğe ev sahipliği yapmak için hak kazanmıştır. Bu kentlerin Expo'lara ev sahipliği yapmak için hak kazanmaları, ülke

ve şehirler adına çok olumlu gelişmelerdir. Bu dev organizasyonların başarılı şekilde sonuçlandırılması ülke tanıtımına olumlu katkılar sunacaktır (Polat, 2019:36-37). Hatay ve Kahramanmaraş'tan sonra Gaziantep ise 2024 senesinde A1 kategorisinde Dünya Bahçecilik Expo'su düzenlemek için adaylık başvurusunu gerçekleştirmiş, görüşmeler heyetler bazında devam etmektedir ("2024 Dünya Bahçecilik Exposu'na ilk Adım | Gaziantep Büyükşehir Belediyesi", 2020).

2.3.3. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Adaylık Süreci ve Kahramanmaraş'ın Expo 2023 İçin Seçilmesi

Hızla gelişen dünyada fuarcılık sektörünün geldiği noktayı göz önünde bulundurulduğunda küresel çapta rekabet içinde olan ülkeler ve şehirler açısından bir fırsat niteliği taşımaktadır. Expo ve benzeri mega etkinliklerin kentsel markalaşmaya, kent imajının gelişimine ve uluslararası tanınırlığının sağlanmasındaki rolü oldukça önemlidir. 2008 yıllında İzmir'in Expo 2015'e aday olması, Türkiye'de birçok şehrin bu dev organizasyona ilgisini artırmıştır. 2009 yılında Antalya'nın Bahçecilik Expo'suna talip olmasının ardından Expo 2016 için seçilmesi ve Hatay'ın Expo 2021 adaylığı Kahramanmaraş'ın da bu dev organizasyona ev sahipliği yapmak için isteğini artırmıştır (Expo, 2019).

Uluslararası Bahçecilik Botanik Expo'sunun düzenlenmesi için yetkili iki merci olan BIE ve AIPH'in onay vermesi ve Expo'nun yapılacağı ülkenin bu iki kuruma üyelik şartı bulunmaktadır. Bu sebeple 2004 senesinde BIE'ye üye olan Türkiye, Antalya Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 30 Kasım 2008 tarihli onayıyla AIPH'ye üyelik başvurusunu yapmış ve başvurusu kabul edilmiştir (Kantürer, 2016:68).

2016 yılında Antalya'da düzenlenen Türkiye'nin ilk Expo alanının ziyaret edilmesi, karar sürecinde önemli bir etken olmuştur. Ekim 2017'de başvuru için hazırlıklarına başlayan Onikişubat Belediyesi, Şubat 2018'de başvurusunu Cumhurbaşkanlığı onayına sunmuştur. Mart 2018'de Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticileri Birliği (AIPH)'nin Avustralya'da gerçekleşen toplantısında yapılan müracaatın ardından aynı yılın Mayıs ayında AIPH jürisi Kahramanmaraş'ı ziyaret etmiştir. Eylül 2018'de İtalya'da toplanan AIPH Genel Kurulu'nda Kahramanmaraş/Onikişubat'ın 2023 Expo adaylık başvurusu oy birliği ile kabul edilmiştir (Expo, 2019).

2.3.3.1.Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Organizasyon Yapısı

Expo 2023 Danışma Kurulu Kahramanmaraş Valisi, Kahramanmaraş Büyükşehir Belediye Başkanı, KMTSO Başkanı, KSÜ Rektörü ve Onikişubat Belediye Başkanı ve Dulkadiroğlu Belediye Başkanı'ndan oluşmaktadır. Kurul Expo 2023 Onikişubat/Kahramanmaraş'ın başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi amacıyla yıllık çalışma programı hazırlar. Yurt içi ve yurt dışı tanıtım faaliyetleri, katılımcıların kazanılması ve arttırılması, karşılıklı ticari ve akademik ilişkilerin geliştirilmesi konusunda çalışmalar yapar. Danışma Kurulu, organizasyon başlayana kadar 3 ayda bir toplanır. Expo ile ilgili yapılan çalışmaları izler gerekiyorsa tavsiyelerde bulunur ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).

2.3.3.2.Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Organizasyonunun Vizyon, Misyon ve Hedefleri

Expo'lar, düzenlendikleri şehirlerde kentsel gelişimi hızlandırmalarıyla bir lokomotif görevi üstlenmektedir. Ulusal ekonomiye katkısının yanı sıra kente marka değeri katması, çevre bilincinin gelişmesi ve turizme olan katkısıyla ön plana çıkmaktadır. Büyük şirketlerin yatırım amacıyla geldikleri ev sahibi kentlerde altyapı ve üstyapı hizmetleri gelişim göstermektedir ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).

Expo 2023'ün vizyonu "Doğa Dostu Şehir ve Duyarlılık" ana temasıyla kentsel yapılarda doğa dostu yapıların inşası, biyofibik tasarımlar, şehir bahçeciliği ile gelecek nesillere daha yaşanabilir bir şehir bırakma misyonuyla yola çıkılmıştır ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).

2.3.4. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo'nun Teması

Kahramanmaraş merkez Onikişubat Belediyesi'nin ev sahipliğinde 23 Nisan-29 Ekim 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilecek Expo 2023'ün tanıtımı 8 Kasım 2018'de Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası fuaye salonunda gerçekleştirildi. Tarım ve Orman Bakanı Bekir Pakdemirli ve 64. Hükümet Kültür ve Turizm Bakanı Mahir Ünal'ın katılımı ile gerçekleştirilen tanıtım toplantısında ev sahibi Onikişubat Belediye Başkanı Hanifi Mahçiçek, 2023 Expo'nun ana temasını "Doğa Dostu Şehir ve Duyarlılık" olarak açıkladı. Alt tema olarak ise "Çocuklar İçin Doğa Temelli Eğitim", "Kentsel Dönüşümün Biyofilik Tasarımı", "Şehir Bahçeciliği ve Yerel Gıda", "Daha Hareketli, Daha Sağlıklı, Daha Mutlu", "Sadeliğin Hikmeti" olarak belirlenmiştir ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).

2.3.5. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Alanının Belirlenmesi ve Yer Seçimi Özellikleri

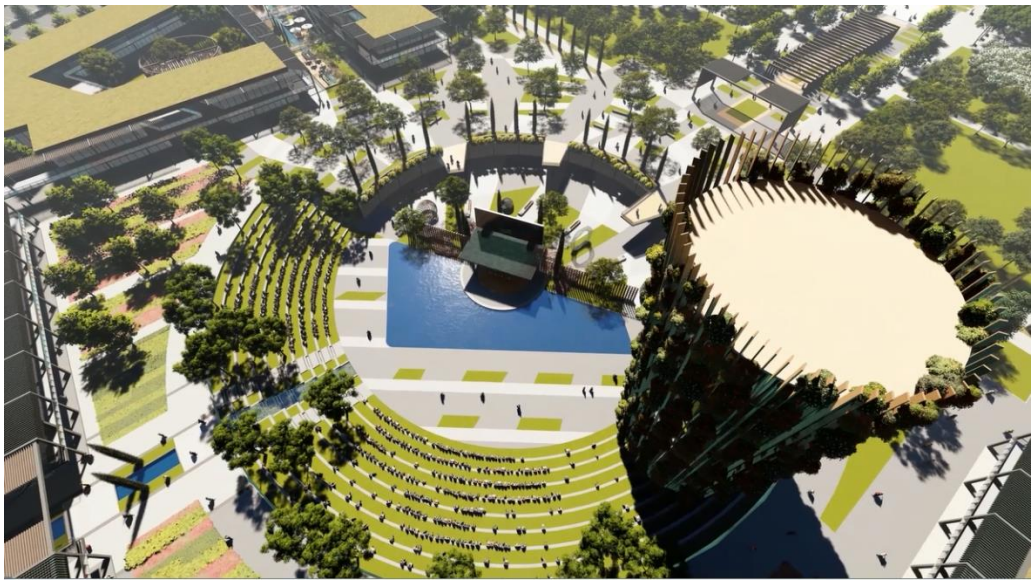
Cumhuriyet tarihi boyunca Kahramanmaraş'ta gerçekleştirilecek en büyük projeye ev sahipliği yapacak Onikişubat Belediyesi, Expo 2023 için adaylık sürecinden bu yana bir dizi çalışmalarla hazırlıklarına devam etmektedir. Fuar alanının belirlenmesi, alan içi rekreasyon alanları, ulusal ve uluslararası katılımcılar için ayrılacak alanlar, altyapı ve üst yapı çalışmaları, su ve enerji kaynaklarının ekonomik kullanımı konularında çalışmalar devam etmektedir ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).

Resim 2.8. Kahramanmaraş Expo Alanı (Expo Yönetimi)

Kültürel ve sanatsal birçok aktivitenin yapılması planlanan Expo alanı Kahramanmaraş'ın merkez ilçesi Onikişubat Belediyesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Sır Baraj Gölü kenarında yer alan yerleşke 531.123 m^2 rekreasyon parkı ve 214.864 m^2 Expo alanına sahiptir. 50.000 m^2'lik kapalı alan planlanan fuar alanında 68.700 m^2 ile Avrupa'nın en büyük kristal iç gölü bulunmaktadır.

Resim 2.9. Kahramanmaraş Expo Alanında Yer Alan Avrupa'nın En Büyük Kristal Lagoonu (Expo Yönetimi)

Bu lagoon teknolojik olarak arıtımı yapılabilen tek havuz olma özelliğine sahiptir. Ayrıca temizliği için gerekli enerji, benzer havuzlara oranla 5/4 daha ekonomiktir. Ziyaretçiler için 4000 araçlık otopark alanı planlanmıştır. Başta planlanan otopark ve müze çatıları olmak üzere uygun görülen alanlara güneş enerji panelleri dizayn edilerek fuar için gereksinim duyulan enerji ihtiyacı sürdürülebilir enerji kaynaklarından sağlanacaktır. Expo 2023 için planlanan en önemli tesis, dünyada bir ilk olma özelliği taşıyan uğur böceği ve kelebeklerin bir arada bulunacağı müzedir. Planlanan bir başka çalışma ise önceki yıllarda Kahramanmaraş il sınırları içerisinde yapılan arkeolojik kazılar sonucu gün yüzüne çıkarılan M.S. 4. yüzyıla ait Germenicia Antik Kenti kalıntılarının sergileneceği arkeoloji müzesidir. Kapalı sergi alanları (arasta), nikâh sarayı, düğün salonu, eğlence merkezleri, çocuk oyun alanları, hobi bahçeleri, kahramanlar ve kültür sokağı, kongre merkezi, konferans salonları ve konser alanlarının yer alacağı fuar alanı toplamda 745.987 m^2'lik alan içerisinde yer almaktadır ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).



Resim 2.10. 60 Metre Uzunluğundaki Expo Kulesi Kaynak: Expo Yönetimi, 2020

Hazırlıları devam eden fuar alanında Kahramanmaraş İli ve İlçeleri bahçesi, ülke bahçeleri, Türkiye İl ve İlçe bahçeleri, kamu kurum ve kuruluş bahçeleri, üniversite bahçeleri, firma bahçeleri, tematik bahçeler, çocuk ve yetişkin etkinlik alanları ve sergi alanları yer alacaktır ("Expo | Onikişubat Belediyesi", 2020).

2.3.6. Kahramanmaraş 2023 Botanik Expo Alanında Yapılması Planlanan Altyapı ve Ulaşım Ağlarının Özellikleri

Onikişubat Expo alanı, Kahramanmaraş'ın 17 km batısında, Hasancıklı mevkiinde şehrin gelişim yönünde bulunduğu bir bölgede bulunmaktadır. Expo öncesi hazırlıklar kapsamında fuar alanına ulaşımın aksamaması düşüncesiyle yol ve kavşak düzenlemeleri planlanmaktadır. Şehir merkezinden fuar alanına ulaşımın kolaylaştırılması maksadıyla tur otobüsleri, taksi ve şehir içi otobüsleri için özel çalışmalar yapılmaktadır (Expo Yönetimi, 2020).

Daha önce düzenlenmiş Expo'larda yaşanmış altyapı sorunları incelenerek olası sorunlar bertaraf edilmeye çalışılmaktadır. Elektrik hatlarında yedek trafo, yedekli su depoları, yedekli kanalizasyon ağları planlanmıştır. Fuar alanında yer alan bitkilerin sulama işlemleri yer altı sularından yararlanılmadan tamamen Kılavuzlu Barajı'ndan alınan bir hatla sağlanması planlanmıştır. Elektrik, su, kanalizasyon ve sulama hatlarının tamamı toprak altından son teknoloji kullanılarak hazırlanmıştır. 2021 yılına kadar fuar alanının büyük bir kısmının kullanıma açılması

düşünülmektedir. Açılış öncesinde olası sorunların önceden tespit edilip fuar zamanına kadar eksikliklerin giderilmesi öngörülmektedir (Expo Yönetimi, 2020).

2.4. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde fuar kavramı, mega etkinlikler ve Expo organizasyonlarına yönelik literatürde yer alan yerli ve yabancı araştırmalarla bu araştırmalardan elde edilen sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2.4.1. Mega Etkinliklerle İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar

Gül (2019) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Deaflympics Samsun 2017'nin şehir halkının sosyalleşmesi, şehrin altyapısı ve ekonomisi ile şehrin sosyal ve doğal çevresine olan etkileri hakkında halkın algıları ile istatistiksel verileri karşılaştırmak ve bu algıların ne ölçüde karşılandığını ortaya çıkarmaktır. Bu amaca ulaşmak için Deaflympics 2017 sonrasında oyunların gerçekleştirdiği Samsun iline bağlı ilçelerde ikamet eden 335 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları oyunların şehrin doğal çevresine olan olumsuz etkilerinin çevre ilçelerden Samsun şehir merkezine doğru arttığını göstermektedir.

Polat (2019) tarafından yapılan araştırmanın amacı, ilgili literatüre katkı yaparak gelecekte yapılacak Expo etkinlikleri için organizasyon yetkililerine önerilerde bulunmaktır. Literatürden de elde edilen bilgiler neticesinde; Expo organizasyonu öncesi kentin zayıf ve güçlü yönlerinin analiz edilmesi, kurumlar arası iletişim ağı kurulması, kent halkının etkinliğe destek için bilinçlendirilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması için ilgililere eğitimler verilmesi başarılı bir organizasyon için en önemli etkenler olarak değerlendirilmektedir.

Esentaş vd. (2018) tarafından yapılan araştırmanın amacı, mega spor etkinliklerine katılan elit sporcuların olimpik hareket ve olimpizm algılarıyla ilgili görüşlerinin değerlendirilmesidir. Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden olgu bilim deseni kapsamında yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma grubunu mega spor organizasyonlarına katılan sekiz sporcu oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda Türkiye'de spor kültürünün sürdürülebilir bir yaşam biçimi haline dönüşmesini sağlamada Türkiye'yi temsil eden milli sporcuların topluma ışık tutması gerektiği kanısına ulaşılmıştır.

Tayfun vd. (2018) tarafından yapılan araştırmada, TravelExpo Ankara Fuarı 2017'ye katılan ziyaretçilerin fuara yönelik düşüncelerinin öğrenilmesi

amaçlanmaktadır. Katılımcıların fuar ile ilgili beklentileri ve fuarda karşılaştıkları durumun ölçülmesi için nitel araştırmalarda anket yönteminden faydalanılmıştır. Fuar ziyaretçileri arasından 266 kişiye ulaşılabilmiştir. Bulgular neticesinde TravelExpo Ankara Fuarı, gerek yurtiçi gerekse yurtdışında henüz yeterli düzeyde bilinmemekte, organizasyonun tanıtımı dar bir kapsamda ele alınmaktadır. Ancak söz konusu bu etkinliğin Ankara'da geleneksel bir hal alarak önemli ve büyük bir turizm fuarına dönüşeceği belirtileri göz önünde bulundurulduğunda bölgesel, ulusal ve uluslararası turizm sektörü temsilcilerinin ve seyahat planlayan gezginlerin ilgisini uyandıracak bir tanıtım bütçesi ile ele alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Birdir vd. (2018) tarafından yapılan araştırmanın amacı, V. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların karnavalın gelişimi için önerilerinin neler olduğunu belirlemektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinden faydalanılmıştır. Katılımcıların karnavalın geliştirilmesine yönelik önerileri 07-09 Nisan 2017 tarih aralığında, anket aracılığıyla 97 kişiden toplanmıştır. Katılımcıların en çok üzerinde durduğu önerilerin organizasyon kalitesinin arttırılması ve etkinliklerin çeşitlendirilmesi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Badak (2018) tarafından yapılan çalışma, Türkiye'nin uluslararası fuarcılıkta güçlenmesinin yollarını analiz etmeyi hedeflemiştir. Araştırmanın evreni Türkiye'de 26 ilde faaliyet gösteren 135 firmadan oluşmaktadır. Araştırma sürecinde, anket, saha incelemeleri ve akademik görüşlerle ulaşılan bulgu ve bilgilere dayanılarak orta vadede Türkiye'yi önemli bir fuarlar ülkesi olabileceği iddia edilmiştir.

Keleş (2018) tarafından yapılan araştırmada, fuarcılığın gelişimi ve Antalya'nın Manavgat ilçesinde faaliyet göstermekte olan 4 ve 5 yıldızlı oteller ile A-Grubu seyahat acentelerinin yöneticilerinin fuar turizmine ve fuarlara bakış açıları ele alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Manavgat'ta faaliyet gösteren 134 turizm sektör temsilcisine anket uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; yöneticilerin fuarlara bakış açıları, onların fuarlardan beklentileri, fuarların sağlandığı ekonomik ve toplumsal yararlar, fuarlardan memnuniyet, fuarlar hakkında sahip olunan olumlu düşünceler ve fuarların algılanma biçimi konularından etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Tuerxun (2017) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Çin ve Türkiye'nin dış ticaret durumunu inceleyip iki ülke arasında düzenlenen fuarlara katılımı değerlendirilip, Çin ve Türkiye arasında düzenlenen fuarların iki ülkenin dış

ticaretlerinde etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Çalışma 2016 tarihinde İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde yapılan Ankıros/Turkcast/Annofer fuarında Çin'den gelen 53 katılımcı ve 75 ziyaretçinin katılım sonucu değerlendirilip, iki ülke arasında düzenlenen fuarların iki ülkenin dış ticarette ve ekonomik ilişkilerini daha da büyümesinde çok önemli etkisi olduğu belirlenmiştir.

Çetin (2017) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Expo 2016 Antalya'nın destinasyon imajına etkilerini araştırmaktır. Bu amaçla 10 Temmuz-31 Ağustos 2016 tarih aralığında Expo Antalya'yı ziyaret eden 341 yerli ziyaretçi üzerinde anket çalışması yapılmıştır. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde Antalya'nın destinasyon imajının kalite ve misafirperverlik dışında iyinin üzerinde olduğu görülmüştür. Expo 2016'nın Antalya'nın destinasyon imajına olumlu katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Atay ve Altınışık (2017) tarafından yapılan araştırmanın amacı, etkinliklerin destinasyon markalaşmasına etkisini araştırmak ve Çanakkale'de gerçekleştirilen Çanakkale Savaşlarının 100.yılı anma etkinliklerinin destinasyon markalaşması üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma kapsamında kamu kurumları ve özel kuruluşlar başta olmak üzere toplam on beş paydaşla görüşülmüştür. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların genel görüşü, Çanakkale'nin avantajlı bir destinasyon olduğu, bu avantajların istenen düzeyde değerlendirilemediği şeklindedir.

Şengel vd. (2017) tarafından yapılan araştırmada, kongre ve fuar organizasyonlarının turizm sektörüne etkilerinin EMİTT örneği ile tespit edilmesi amaçlanmıştır. Nitel bir araştırma olarak planlanan bu çalışmanın verileri, kongre turizmi konusunda uzman olduğu kabul edilen 19'u yerli, 10'u yabancı olmak üzere toplam 19 katılımcı ile görüşmeler yapılarak elde edilmiştir. Çalışma sonuçları, EMİTT'in ülke ve turizm firmalarının tanıtımlarına olumlu katkı sağladığını ortaya koymuştur.

Demirkapı (2017) tarafından yapılan araştırmada uluslararası turizm fuarlarına katılan konaklama işletmelerinde yüz yüze iletişimin etkin bir pazarlama aracı olarak kullanması sonucu işletmelere sağlayacağı avantajlar doğrultusunda öneminin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu çalışmada pazarlama, konaklama işletmeleri ve fuar kavramları literatür taraması yapılarak incelenmiş ve EMITT ile Travel Turkey fuarlarında yapılan anketler ile 423 işletmeden elde edilen veriler

üzerinde analiz yapılmıştır. Analiz sonucuna göre ürün geliştirme ve rekabet ile müşteri ilişkileri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Boğan ve Sarıışık (2016) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Alanya halkının sosyal, çevresel ve ekonomik etkileri bakımından turizm hareketlerine yönelik görüş ve algılamalarını ortaya çıkarmaktır. Araştırma için veri temininde anket formundan yararlanılmıştır. Araştırmada 410 tane kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde, Alanya'da yaşayan yerel halk turizm hareketlerini ekonomik açıdan olumlu karşılarken, sosyal açıdan bu hareketlerin olumsuz etkilere sahip olduğuna inanmaktadırlar.

Şengül ve Genç (2016) tarafından yapılan araştırmada, yöresel mutfak kültürünün festival turizmi kapsamında destekleyici bir ürün olarak kullanılmasının sağlanması amaçlanmıştır. Bu bağlamda Mudurnu'da yerel yöneticiler ve paydaşlar ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda yöresel mutfak ürünlerinin tanıtım materyallerinde kullanımının artması, yöreye gelen festival ziyaretçilerine yöresel yemeklerin sunulmasının sağlanması, yöresel lezzetlerin arşivlenmesinin sağlanması ve festivale katılanlar hakkında alan araştırmalarının yapılması gerektiği sonuçları ortaya çıkmıştır.

Kantürer (2016) tarafından yapılan araştırmada, 2016 yılında düzenlenen Expo sürecinde ve fuar sonrasında Antalya Kenti ve Expo 2016 Antalya ilişkisi, kent pazarlama stratejisi olarak büyük ölçekli etkinliklerin kentle ilişkisi doğrultusunda incelenmiştir. Çalışma kapsamında alan araştırması yapılmış Expo 2016 Antalya içerisindeki 15 farklı birimden 20 çalışan ve farklı yaş gruplarından 30 ziyaretçinin görüşü alınmıştır. Çalışmanın araştırma çerçevesini oluşturan, bir kent pazarlama stratejisi olarak büyük ölçekli ekinliklerden dünya fuarlarının ev sahibi kentle ilişkisi Antalya 2016 Expo için başarılı bir kent pazarlama örneği olarak değerlendirilmiştir.

Zeğerek (2016) tarafından yapılan çalışmanın amacı Türk turizminin başkenti olarak nitelendirilen Antalya kentinin sahip olduğu halka açık yeşil alanların kent turizmine faydasını belirleyebilmektir. Bu çalışmada 386 adet kullanıcı anketi Mayıs 2016 ve Kasım 2016 tarihleri arasında Antalya kentinin çeşitli parklarında sokaklarda, alışveriş merkezlerinde, kentte yer alan otellerde ve kent merkezine yapılan turlarda gönüllülük esas tutularak, rastlantısal olarak yüz yüze görüşme tekniği ile yerli ve yabancı turistlerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Antalya bölgesinin kent varlıklarını pazarlama becerisi ve kent turizminde marka değerinin oldukça zayıf olduğu gerçeğine ulaşılmıştır.

Karakullukcu (2016) tarafından yapılan çalışmada, Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkentliği'nin medyadaki görünürlüğü, ulusal gazetelerin internet sitelerindeki haberler ekseninde ele alınmıştır. Başkentliğin gerçekleştiği Mart 2013-Mart 2014 tarihleri arasında, ulusal gazetelerinin internet sitelerinde yayınlanan haberler içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışmanın sonunda, resmi aktörlerin başta rol aldığı, bir mega organizasyon olarak Türkvizyon'un dikkat çektiği; başta Yunus Emre ve Nasreddin Hoca olmak üzere tarihi şahsiyetlerin anıldığı; hedef grup olarak da sanatçılar, çocuklar ve gençlere yönelik çok sayıda etkinliğin basında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Serçek (2015) tarafından yapılan araştırmanın amacı, sürdürülebilir turizm kalkınması bağlamında Diyarbakır kentinin marka imajını, kente gelen turistlerin ve turizm paydaşlarının görüşleri temelinde değerlendirmektir. Araştırmanın evrenini Diyarbakır'a gelen yerli ve yabancı turistler ve kentteki turizm paydaşları oluşturmaktadır. Turist evreninden 584 kişi örneklem olarak araştırmada yer alırken, turizm paydaşları evreninden ise örneklem alma yoluna gidilmeyip evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmış ve 151 turizm paydaşına ulaşılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, marka kent olma yolunda ilerleyen Diyarbakır'ın dünya şehri olduğunu ve marka şehri olduğunu ifade ettiklerini göstermiştir.

Görkemli vd. (2014) tarafından yapılan araştırma, Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin 2020 Olimpiyatlarının İstanbul'da düzenlenmesi ve düzenlenememesi hakkındaki görüşlerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Öğrencilerin konu ile ilgili görüşleri anket tekniği ile değerlendirilmiştir. Ankete Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören 500 öğrenci katılmıştır. Sonuçlar, olimpiyatların kente büyük katkı sağlayacağına yönelik güçlü bir inanç olduğunu ve katılımcıların önemli bir bölümünün olumsuz bir beklentiye sahip olmadığını ortaya koymuştur.

Yavuz ve Çakıcı (2014) tarafından yapılan araştırmada, Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan beklentilerini belirlemek amacıyla, yapılandırılmış görüşme yöntemiyle bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler; kentin il protokolünde yer alan kurumlar, sivil toplum kuruluşları, turizm sektöründen yöneticiler olmak üzere toplamda 25 yönetici ile yapılmıştır. Görüşmeler 2013 Ocak-Haziran ayları arasında yapılmıştır. Araştırma, kentin bu etkinlik kapsamında konaklama kapasitesi yetersizliği, ulaşım, çevre ve altyapı sorunları ile kentte kurumlar arası iş birliği ve turizmde örgütlenememe gibi yönetimsel sorunları bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Yalçın (2014) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Olimpiyat Oyunları'nın ev sahibi şehir üzerindeki olumlu ve olumsuz sonuçlarının saptanmasıdır. Çalışma kapsamında İstanbul 2020 adaylığına yönelik eleştirilere ve yerel yönetimlerin Olimpiyat Oyunları'na olan bakış açılarına yer verilmiştir. 2020 Olimpiyat Oyunları için önerilen tesislerin bulunduğu, İstanbul Büyükşehir Belediyesi dâhil olmak üzere toplam 19 belediye ile anket çalışması yapılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre, İstanbul'un Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapmasının, Türkiye için bir gurur kaynağı olacağı, Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği adaylık sürecinde Türkiye, İstanbul için kararlı ve istikrarlı bir tutum izlediği ve şehri bu doğrultuda geliştirmeye çalıştığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Kişioğlu ve Selvi (2013) tarafından yapılan araştırmanın amacı, kent merkezinde düzenlenen yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın destinasyon imajını nasıl etkilediğini belirlemektir. Araştırmanın evrenini Tekirdağ kent merkezinde bulunan ve turizme yön veren ilgili kamu ve özel kurum ve kuruluşlar ile bazı sivil toplum örgütlerinin temsilcileri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak kısa bir anket formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda festival haricinde yapılacak kutlama ve anma törenleri ve Tekirdağ'da bulunan ancak bilinmeyen turistik çekiciliklerin ön plana çıkarılarak destinasyon imajının geliştirilebileceği kanısına varılmıştır.

Adenova (2013) tarafından yapılan araştırmanın amacı, uluslararası turizm fuarlarının Kazakistan turizmine etkilerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaca yönelik olarak öncelikle literatür taraması yapılmış, ilgili kurumların internet siteleri taranmış ve Kazakistan Cumhuriyeti Sanayi ve Yeni Teknoloji Bakanlığı Turizm Endüstrisi Komitesi temsilcileriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda, Kazakistan'da uluslararası turizm fuarlarının geliştirilmesinin, ülke imajı ve ülkenin turizm gelirleri aynı zamanda turist sayısının artmasında önemli katkılar yapacağı ortaya çıkmıştır.

Berberoğlu (2012) tarafından yapılan çalışmanın amacı, uluslararası düzeyde büyük bir spor etkinliği olan 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları sonrası destinasyona bıraktığı olumlu ve olumsuz etkilerin ortaya çıkartılmasıdır. Yapılan anket çalışması, Erzurum il merkezinde ikamet eden 400 kişiye uygulanmıştır. Çalışmada Erzurum halkının Kış Oyunları ile birlikte Erzurum'un imajında, tanıtımında ve tanınırlığındaki gelişmeleri yüksek değerle olumlu algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Şimşek (2012) tarafından yapılan araştırmada, Türk halkının mega organizasyonların etkilerine yönelik görüşlerini ve organizasyonun ev sahibi ülkeye ya da şehre ne gibi olumlu ve olumsuz katkı sağladığını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini 2011 Erzurum 25. Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunlarına katılan yerel seyirciler oluşturmaktadır. Araştırmada, betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Belirlenen evrenin içerisinden seçilen toplam 412 katılımcı üzerinde çalışılmıştır. Araştırmada, şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma, turizm değerlerinin gelişimi, ekonomik yararlar, kültürel değişim, çevresel ve kültürel koruma, diğer maliyetler, sosyal ve çevresel problemler ve kültürel çatışma ve Ekonomik Maliyetler başlıkları incelenmiştir.

Eryılmaz ve Cengiz (2012) tarafından yapılan çalışmada, İstanbul'da düzenlenen Formula 1 etkinliğinin ekonomik sonuçları irdelenmektedir. 2007 yılında düzenlenen Formula 1'e katılan 484 yerli ve yabancı turiste anket çalışması uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre etkinliğin yapıldığı tarih aralığında İstanbul ve çevre şehirlerin etkinlikten ekonomik olarak fayda sağladığı, ileriki senelerde ise İstanbul Park'ın işletmesinin el değiştirmesi ve organizasyona katılımın az olması vb. sebeplerle, bir mega etkinlik yatırımı olan Formula 1 pistinin âtıl durumda kaldığı gözlemlenmiştir.

Sarıçay (2010) tarafından yapılan çalışmada, ciddi bir kaynak ve istatistiki veri sıkıntısı bulunan fuarcılık faaliyetlerinde, KOBİ'lere verilen fuar teşvikleri ile fuarcılığın ülke ekonomisine olan katkısı incelenmiştir. Fuarcılığın Türkiye ekonomisine katkısı ve fuarcılığın gelecekte ülke ekonomisi üzerindeki etkileri istatistiki veri, tablo ve şekillerle ele alınıp değerlendirilmiştir. Türkiye'de ivedilikle fuarcılık konusunda akademik düzeyde eğitim veren bölümlerin açılması gerektiği kanısına varılmıştır. Meslek Yüksek Okullarında Fuarcılık Bölümü veya ekonomi eğitimi veren fakülteler de fuarcılık dersleri verilmesi sektörün sağlıklı büyümesine katkı sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Uygur ve Çelik (2010) tarafından yapılan araştırma, bir destinasyonda etkinliklerin meydana getirdiği etkilerden sosyo-ekonomik etkilerin belirlenmesini amaçlanmaktadır. Araştırmanın evreni İstanbul ilinde faaliyet gösteren A Grubu seyahat acenteleri ve fuar organizatörleri olarak belirlenmiştir. Etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkilerinin belirlenmesine yönelik anket formu 500 adet çoğaltılmış ve 15 Nisan - 5 Haziran 2009 tarihleri arasında İstanbul'da bulunan A Grubu seyahat acenteleri ve fuar organizatörleri çalışanları üzerinde uygulanmıştır.

Çalışma sonucunda yurtiçinde bulunan çeşitli etkinliklere yönelik seyahat ürünleri oluşturulması, acentelerin etkinliklerin düzenlendikleri bölgelere yönelik pazar araştırmaları yapıp turistik ürünün diğer bileşenlerini bir araya getirerek etkinlik temalı paket turlar oluşturabileceği önerilerine ulaşılmıştır.

Şenduran ve Donuk (2009) tarafından yapılan araştırmada, beden eğitimi öğretmenleri ve spor bilimleri alanında görev yapan akademisyenlerin, Olimpiyat Oyunları hakkındaki görüşlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Çalışmada, araştırmacılar tarafından geliştirilen Kişisel Bilgi Formu ve 17 maddelik anket kullanılmıştır Araştırmaya 109 beden eğitimi öğretmeni ve 47 akademisyen katılımcı iştirak etmiştir. Araştırmada Olimpiyat Oyunları'nın Türkiye'de gerçekleşmesinde beden eğitimi ve akademisyenlerin katkıları olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Akyol (2007) tarafından yapılan araştırma, İzmir'de bir Expo düzenlenmesi olasılığı üzerine düşünürken, Expo'lar hakkında kapsamlı bir ön bilgilenme çalışmasının gerekliliği amacıyla hazırlanmıştır. Expo'lar çok uzun ve zahmetli bir hazırlık dönemi gerektirdiklerinden ön çalışmalara erken başlanması, daha önce düzenlenmiş fuarların kapsamlı incelemesiyle çıkarsamalar yapılması, ilgili meslek odaları ve üniversitelerin ilgili bölümlerinden mimar ve plancıların da içinde yer aldığı ekipler oluşturularak stratejik planlar geliştirilmesi kanısına varılmıştır.

Coşkunkurt (2007) tarafından yapılan araştırmada kurumsal etkinlikler ve ticari fuarlar incelenmiştir. Fuarlar ve diğer etkinliklerin kavramsal temelleri ile gelişimlerinden bahsedilmiş, doğru planlanmaları ve uygulanmaları için yapılması gerekenler ele alınmıştır. Araştırmalarda çıkan sonuçlar, önemini artmasına rağmen, fuara katılımların doğru şekilde planlanmadığını ve hala birçok işletme tarafından sadece bulunmak gerektiği için katılım kararının alındığını göstermektedir.

Özkelle (2006) tarafından yapılan araştırmada Dünya Fuarları'nın kentsel tasarım açısından meydana getirdiği yenilikler, Expo fuarı kentsel konum kriterleri ve bu kriterlerin kent yaşamındaki önemi incelenmiştir. Türkiye'nin ve İzmir'in fuar tarihçesi incelenmiş ve Expo adaylık sürecinde Expo için belirlenecek yerin ne gibi özelliklere sahip olması gerektiği ve söz konusu Expo alternatiflerinin yer seçim kriterlerine uygunluğu araştırılmıştır. Sonuç bölümünde yapılan tüm araştırmalar sentezlenmiş ve Expo fuarlarının bir kenti mimari, kentsel tasarım, ekonomik, sanat, eğitim vb. konularda sağladığı değişimle yeni bir kent oluşturmadaki önemi belirtilmiştir.

Kızılırmak (2006) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Türkiye genelinde düzenlenen sosyal ve kültürel kapsamlı yerel etkinliklerin turizm açısından çekim potansiyelini belirlemektir. Araştırma kapsamında 619 etkinlik ele alınmıştır. Araştırmanın ana kütlesini, Türkiye'deki 80 ilin Kültür ve Turizm Müdürlükleri oluşturmaktadır. Geliştirilen anket, 2004 senesinde 80 ilin Kültür ve Turizm Müdürlüklerine posta ile ulaştırılmıştır. Geri dönen anket sayısı 47 olmuştur. Anket sonuçlarına göre, düzenlenen etkinliklerin turizm amaçlı değerlendirilerek, söz konusu etkinliklerin korunarak ve geliştirilerek devam ettirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması, yöresel gelişimde ve turizmin geliştirilmesinde bir itici güç ve öneme sahip olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Altun (2003) tarafından yapılan çalışmada, Expo'ların genel özellikleri ele alınmakla birlikte, temel olarak Expo'lardaki Türk pavyonlarının mimari irdelemesi yapılmıştır. 1851-2000 yılları arasında gerçekleştirilen Expo örneklerinin incelenmesi yoluyla, Expo'ların karakteristik özelliklerini ortaya koyan genel bir değerlendirme yapılmış, buna dayanarak literatürde eksikliği hissedilen "Expo tanımı" yapılmaya çalışılmıştır.

2.4.2. Mega Etkinliklerle İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar

Vij vd. (2019) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Dubai'de yaşayan yerel halk açısından 2020 Expo organizasyonunun, etkinlik öncesi ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini belirlemektir. Araştırma kapsamında 2019 Mayıs ve Haziran ayları içerisinde Dubai'de yaşayan 300 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma verilerinden alınan bilgilere göre katılımcıların 2020 Dubai Expo organizasyonunun sosyo-ekonomik açıdan yararlı olacağını düşünürken, ekonomik ve çevresel sorunların oluşacağı düşüncesinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Tayfun vd. (2018) tarafından yapılan araştırmada, fuar turizminde katılımcıların ilgisi ile Ankara'nın farkındalığını arttırmak, yurtiçi ve yurtdışı olmak üzere turizm sektöründen daha fazla pay almak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 2017 yılında düzenlenen TravelExpo Ankara Fuarı'na katılan 266 ziyaretçiye anket çalışması uygulanmıştır. Verilere göre TravelExpo Ankara Fuarı'nın yeterince bilinmediği ve organizasyon içeriğinin dar kapsamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Önemli ve büyük bir turizm fuarı olan TravelExpo'nun belirli

temalarla Ankara'da geleneksel olarak düzenlenmesi, bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda turizm sektör temsilcileri ve turistlerin ilgi odağı olacağı kanısına varılmıştır.

Moreira (2017) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Expo'ların bugüne kadar nasıl inşa edildiğini anlamak, etkinlik sonrası bir Expo sitesine ve tesislerine dönüşümü, Expo'ların yerel yaşam ve şehir planlamasındaki rolünü incelemektir. Araştırmada vaka çalışması olarak 1992 Seville Fuarı ve 1998 Lizbon Fuarı seçilmiştir. Araştırmada, bir fuara ev sahipliği yapmak için farklı yolların anlaşılmasını ve şehir açısından doğru sonuçlara ulaşmanın yolları aranmıştır. Vaka çalışmalarının karşılıklı analizi yapıldığında Expo sonrası alan içi yeni planlamaların yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Aksi takdirde terkedilmiş, kullanım dışı kalmış, şehirlerin siluetini bozan atıl mekânlar olarak kalacağı kanısına varılmıştır. Ayrıca fuar alanında inşa edilecek yapıların tekrar sökülür şekilde yapılandırılmasının fuar sonrası alanın farklı amaçlarla kullanımı için daha elverişli hale geleceği önerisinde bulunulmuştur.

Menoni (2017) tarafından yapılan araştırmanın amacı, mega olaylar ve kültür arasındaki ilişkiyi bir vaka çalışması olarak Milan Expo 2015 üzerinde incelemektir. Çalışma, Mayıs 2015 ile Nisan 2017 tarih aralığında Milan Expo'da yer alan paydaşlarla açık uçlu sorularla görüşmeler yapılarak gerçekleştirilmiştir. Vaka araştırmasında edinilen bilgilere göre mega etkinliklerin politik olarak iyi yönetilmesi ile sosyal, ekonomik ve kültürel olarak ev sahibi kente ve ülkeye büyük katkılar sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Mega etkinliklerin iyi yönetilmemeleri dâhilinde göç, işsizlik, atıl alanlar, fiziksel ve sosyal değişimlerle karşılaşılacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Aydoğuş vd. (2015) tarafından yapılan araştırmanın amacı, İzmir'in ilk defa Expo gibi bir mega olaya adaylık çerçevesinde ek otel inşaatları ve yabancı ziyaretçilerin gelişi çerçevesinde beklenen harcamaları sayısallaştırmaktır. Hesaplamalar 2012-2015 yılları arası İzmir Kalkınma Ajansı'ndan temin edilen İzmir bölgesel girdi çıktı tablosuna dayanmaktadır. Başvurunun olumsuz sonuçlanmasından kaynaklı üstyapı hazırlıklarında yapılan ek çalışmaların zaman içerisinde durgunluğa sebebiyet vereceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple mega olayın gerektirdiği inşaatların, inşa için gereken hammadde üretiminin yüksek hurda metal bağımlılığından dolayı, önemli geri dönüşüm ithalatı gerektireceği gözlemlenmiştir.

Turaeva (2014) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Türkiye'de uygulanan fuar performans ölçümünün ampirik kanıtlarını ortaya koymaktır. Ayrıca çalışma, araştırılması ve incelenmesi gereken ticari fuar alanını ortaya koyma ve önermede Türk fuar literatürüne katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Veri toplama yöntemi olarak birincil veri toplama kullanılarak 2013 İstanbul'da gerçekleşen 3 farklı uluslararası fuarları ziyaret edilerek katılımcı olan 124 firmaya anket düzenlenmiştir. Araştırmada Türk firmaları için fuara katılma sonuncunda firmaların satış ve bilgi toplama performansları daha öne çıktığı ve bu performanslara fuarın her aşamasından en az bir değişken etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yang vd. (2010) tarafından yapılan araştırmanın amacı, Şanghay şehrinde yaşayan yerel halkın 2010 Expo Şanghay organizasyonu öncesi, fuarın şehre olan olası etkilerini ortaya çıkarmaktır. Araştırma kapsamında 2009 yılında yerel halk ve turizm sektör paydaşları arasından 461 kişiye kolayda örnekleme yöntemiyle anket çalışması uygulanmıştır. Uygulama verilerine göre Şanghay halkının 2010 yılında düzenlenecek fuar öncesi ve sonrası kaygılarının olduğu, organizasyonun iyi yönetilmemesi durumunda kenti olumsuz etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır. İstatistik veriler Şanghay hükümeti ile paylaşılarak kalkınma planlamalarına ışık tutulmuştur.

Jago vd. (2010) tarafından yapılan araştırmanın amacı, mega olayların nadiren gerçekleştirildikleri ev sahibi yerler için potansiyel sorunların nedenleri ve giderilmesinde ele alınması gereken konuları önermek ve incelemektir. Araştırma kapsamında mega etkinliklerle ilgili geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Çalışmaya göre, mega etkinliğe ev sahipliği yapma hakkı kazanan şehirlerin kurumsal olarak daha önce aynı düzeyde etkinlik düzenlenen ülkeler ziyaret edilerek etkinlik öncesi ve sonrası yapılan çalışmaların incelenmesi ile olası sorunların önüne kolaylıkla geçileceği sonucu ortaya çıkmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde Kahramanmaraş'ta bulunan turizm sektör paydaşlarına yönelik çalışmanın problemine açıklık getirilmiştir. Araştırmanın amacı ve önemi ayrıntılı bir şekilde açıklandıktan sonra evren ve örneklemi, veri toplama teknikleri ve analizleri hakkında detaylı bilgi verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Etkinlik, katılımcılar üzerinde bir etkinin oluşturulması için dikkatli bir şekilde tasarlanmış deneyim olarak tanımlanabilmektedir. Tarihi süreçte insanlığın ortak amaçlara ulaşma, toplumsal birleşimi sağlama gibi belirli ihtiyaçlarını gidermede yaygın bir yol olarak kullandığı etkinlikler, zaman içerisinde kurumların, kentlerin ve ülkelerin rekabet amacıyla odaklandığı önemli bir stratejik girişim haline gelmiştir (Yavuz ve Çakıcı, 2014:11). Etkinlikler, turizmin temel özellikleri itibariyle destinasyonlarda çok çeşitli alanlarda çok çeşitli etkilere sahiptir. Özellikle uluslararası büyük etkinlikler, destinasyonlarda ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel, politik alanlarda ve turizm sektörü alanında kısa ve uzun dönemde hem olumlu hem de olumsuz birçok etkiyi de beraberinde getirmektedir (Berberoğlu, 2012:1).

Fuarlar belirli tarih aralıklarında ve genel olarak aynı yerlerde belli bir sektörün paydaşlarını bir araya getiren etkinliklerdir. Üretici ve satıcının asıl amacı ürünlerini satmak ve tanıtmaktır. Mevcut müşterilerini kaybetmeden, potansiyel müşterilere ulaşabilmek, müşterilerinin istek ve şikâyetleri ile ilgilenmek gibi bir diğer önemli amaçları da vardır (Demirkapı, 2017:70). Tarih boyunca, ticaretin var olduğu her yerde fuar ve sergiler de var olmuştur. Önceleri, oldukça basit ve pratik bir şekilde insanların ürettikleri malları, satmak veya takas etmek amacıyla, belirli yerlerde sergilemeleri ile başlayan fuarcılık, gelişen teknoloji ile birlikte tüm dünyayı buluşturan etkinlikler haline gelmiştir (Coşkunkurt, 2007:1).

Fuarlar her geçen gün daha da küçülen ve tam anlamıyla global bir köy haline gelen dünyada en etkili ürün pazarlama ve tanıtım unsuru olarak kabul edilmektedir. Her geçen gün kapsamı artarak düzenlenen fuar organizasyonları her açıdan sektörleri bir araya getirebilmekte ve hem aynı türden ürünleri tanıtmaya hem de farklı türden ürünlerin tanıtımını yapmaktadır (Keleş, 2018:3). Fuarlar destinasyonlara ilgiyi arttırıp ayrıca kültürel etkileşimi sağlamak konusunda da ziyaretçilerine paylaşım ve öğrenme imkânı sunmaktadır. Dünya fuarı olarak bilinen Expo ülkelerin başarılarını sergilemek için tasarlanmış geniş çaplı bir uluslararası sergidir. Bu fuarlar özellikleri ve tipleri bakımından çeşitlilik sergilemekte ve dünyanın farklı yerlerinde yapıldığından büyük bir ziyaretçi kitlesine sahiptirler (Çetin, 2017:2).

Pek çok kent mega etkinlikleri yerel bazda ekonomik büyümeyi teşvik etmek için bir strateji olarak kullanmaktadır. Bu sebeple mega etkinlik stratejisi, küresel alanda tanınmak ve rekabet avantajlarını arttırmak için kullanılmaktadır (Polat, 2019:30). Fuarlar destinasyonlara ilgiyi arttırıp ayrıca kültürel etkileşimi sağlamak konusunda da ziyaretçilerine paylaşım ve öğrenme imkânı sunmaktadır. Dünya fuarı olarak bilinen Expo ülkelerin başarılarını sergilemek için tasarlanmış geniş çaplı bir uluslararası sergidir. Bu fuarlar özellikleri ve tipleri bakımından çeşitlilik sergilemekte ve dünyanın farklı yerlerinde yapıldığından büyük bir ziyaretçi kitlesine sahiptirler (Çetin, 2017:2). Expo organizasyonları topluma deneysel bir ortam hazırlayan, küresel bir sorun olan ekolojik krize tüm dünya ülkelerinin katılımıyla evrensel cevapların arandığı ortak platformlardır. Bu çevresel sorunları, tüm boyutları ile görünür kılan ve toplumu bilinçlendirmek üzere hazırlanmış alanlar olarak yorumlanmaktadır (Hür, 2019:2).

Expo fuarları tamamen halkı bilgilendirmeyi hedefleyen organizasyonlardır. Aynı zamanda sanatta, eğitimde, teknolojide ve sosyal yaşamda oluşturduğu yeniliklerle ve kentin tarihi geçmişini, kültürel özelliklerini yansıtmaktadır. Yeni icatlar ve teknolojik gelişmeler Expo fuarları aracılığıyla tüm dünyaya tanıtılmaktadır. Dünya çapında düzenlenen büyük organizasyon olmasının yanı sıra ev sahibi ülke ve kent açısından oldukça büyük önem taşımaktadır (Özkelle, 2006:3). Mega etkinliklerin toplumlar üzerinde ekonomik, sosyal, politik ve teknolojik etkisi bulunmaktadır (Yavuz ve Çakıcı, 2014:12). Expo etkinliğinin olimpiyatlar ve dünya kupasından sonra en büyük organizasyon olduğu düşünüldüğünde Kahramanmaraş'a

gelecek ziyaretçilerin yoğunluğu ile paralel kentin altyapı ve nitelikli iş ortağı eksikliğine dikkat çekilmelidir.

Expo, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkileriyle dünyanın en önemli etkinliklerinden biridir. Son yıllarda bu mega etkinlik ulusal ve uluslararası düzeyde ülke ekonomilerine daha fazla katma değer sağlayan bir nitelik kazanması, özellikle bu organizasyonlardan daha fazla yararlanmak isteyen ülke ve şehirlerin dikkatlerini bu yöne çevirmelerine neden olmuştur (Gül, 2019:31). Mega etkinliklerin organizasyonun düzenlendiği kente çok sayıda fayda getirdiği kuşkusuzdur. Ancak temel olarak kentleri bu oyunlara ev sahipliği yapmak için gönüllü olmaya iten esas neden, elde edilecek gelir ile ekonomide meydana getireceği büyümedir. Ev sahibi ülke ve kentlere sağladığı ekonomik katkıların yanı sıra ülkenin ve kentin prestij ve imajını yenilemesi, büyük oranda medya ilgisini çekmesi ile kente gelen turist sayısını arttırması gibi çeşitli motivasyonlar da bu rekabette etkin bir rol almaktadır (Ak, 2015:2).

Mega etkinliğin gerçekleştirileceği bölgede yaşayan yerel halk etkinliğin önemli paydaşlarından birisi olmak durumundadır. Bu nedenle yerel halkın görüş ve beklentileri oldukça önemlidir. Dolayısıyla bir etkinliğin ev sahipliğinin başarılı geçmesi, bir anlamda dolaylı olarak ilgili destinasyonda turizmin gelişimine başarılı şekilde hizmet edilebilmesi için bölge sakinlerinin bu konudaki düşüncelerinin belirlenmesi gerekmektedir (Yavuz ve Çakıcı, 2014:13). Expo öncesi yerel lider ve kurumları; kamuoyu beklentilerini, sorunları ve toplumun endişelerini anlamak için halkın düşüncelerinin araştırılması gerekmektedir (Kantürer, 2016:108). Birçok etkinlikte olduğu gibi, Expo fuarından da yerel halkın olumlu veya olumsuz beklentileri söz konusudur. Bu beklentilerin etkinlik öncesi belirlenmesi, her şeyden önce etkinlik gerçekleşmeden önce yürütülecek halkla ilişkiler ve destek sağlama çalışmaları için önemli olmaktadır (Yavuz ve Çakıcı, 2014:13).

Sadece Kahramanmaraş, için değil, bölge ve Türkiye için de bir çekim merkezi olarak planlanan fuar alanında; kültür ve kongre merkezi, aqua park, lunapark ve doğa müzeleri başta olmak üzere çok çeşitli spor ve etkinlik üniteleri, 68.700 metrekarelik devasa bir yapay gölet ile 220.000 metrekareden fazla yeşil alan oluşturulması öngörülmektedir. Ana tema olarak; “Doğa Dostu Şehir ve Duyarlılık” başlığının belirlendiği Expo 2023’ün alt temaları olarak, “Çocuklar İçin Doğa Temelli Eğitim”, “Kentsel Dönüşümün Biyofilik Tasarımı”, “Şehir Bahçeciliği ve Yerel Gıda”, “Daha Yeşil, Daha Sağlıklı, Daha Mutlu” ve “Sadeliğin Hikmeti”

başlıkları seçilmiştir. Ana tema ve alt temalar; 21. Yüzyılın giderek büyüyen şehirleşme ve refah sorunlarına karşı yeryüzündeki hayatın korunmasını ve insanlığın daha yaşanılır, daha mutlu bir geleceğe olan inancını yansıtması hedeflenmektedir (http://lokaltur.com/haber/29).

2023 Kahramanmaraş Botanik Expo'su, Kahramanmaraş'ın merkez ilçesi Onikişubat Belediyesi'nin ev sahipliğinde 23 Nisan-31 Ekim 2023 tarih aralığında toplam 531.123 m^2 alan içerisinde yapılması planlanan Türkiye'nin 2. en büyük organizasyonudur. Kahramanmaraş Expo 2023'ün Ana Teması "Doğa Dostu Şehir ve Duyarlılık " olarak belirlenmiştir. 21. yüzyılın temel sorunlarından biri de küresel bazda giderek yaygınlaşan kentleşme olgusudur. Artan nüfusla beraber doğal kaynakların artan tüketimi, doğal alanların imara açılması ve tamamen insan ve üretim odaklı mekân tasarımı dünyanın geleceğini tehdit eden bir unsurdur. Bu açıdan değerlendirildiğinde; "Doğa Dostu Şehir" ifadesi küresel kentleşmenin alması gereken yeni üsluba işaret ederken, "Duyarlılık" ise insanın doğaya, doğal yaşama olan ilgisine dikkat çekme gerekliliğine vurgu yapmaktadır (http://lokaltur.com/haber/29). Bu bağlamda Kahramanmaraş'ın doğa dostu şehir olma yolunda alacağı kararların yeterliliği temel araştırma konusudur.

Düzenlenen mega etkinliklerin başarılı sayılabilmesi, etkinlik süresince kente sağladığı fayda kadar etkinlik sonrasında da etkinlik alanlarının mevcut kent merkezi ile ilişkisini koruyabilmesi ile ilişkilidir. Etkinlik sonrasında Expo alanının büyük bölümünün terkedilmeye bırakıldığı Shanghai 2010 Expo alanı, kentte Expo mirası olarak güvensiz ve işlevsiz mekânlar bırakmıştır. Expo bittikten sonra sürdürülebilirlik, daha iyi kent daha iyi yaşam sloganın aksine, bölgede Expo 2010 öncesi var olan sanayi ve konut alanlarının yıkılmasına neden olmuş, kentsel dönüşüm adı altında pek çok insan evlerini ve iş yerlerini terk etmek durumunda bırakılmıştır (Kantürer, 2016:108). İçinde bulunulan dönemde, Expo'dan geriye kalan pek çok yapı ve metrekarelerce alan yatırımcısını beklemektedir. Bu bağlamda Mega etkinliklerin organizasyon sürecinde ve kısa vadede ev sahibi şehre sosyal ve ekonomik yönden pozitif etkilerinin olduğu; buna karşılık etkinlik sonrası süreç düşünülmeden tasarlandığı durumlarda Expo etkinliğinin ev sahibi kenti tehdit eden negatif etkilerinin gerçekleşeceği düşünülmektedir (Yavuz ve Çakıcı, 2014:13).

Bu araştırmanın problem cümlesi, "Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun şehre yönelik etkileri turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?" şeklinde belirlenmiştir.

Araştırma için problem cümlesi belirlendikten sonra yukarıda ifade edilmiş olan problem cümlesine ait alt problem cümleleri tespit edilmiştir ve aşağıda belirtilmiştir:

- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun sosyal ve çevresel etkileri turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun ekonomik yararları turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun turizm değerlerinin gelişimi turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma durumu turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler durumu turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel değişim etkisi turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun çevresel ve kültürel koruma etkisi turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?
- Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu'nun Diğer Maliyetler etkisi turizm sektör paydaşlarınca nasıl değerlendirilmektedir?

3.1.1. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın hipotezleri şunlardır:

H_1: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajını geliştireceği ve sağlamlaştıracağı konusundaki görüşleri olumludur.

H_{1a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ve sağlamlaşması konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ve sağlamlaşması konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ve sağlamlaşması konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ve sağlamlaşması konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{1e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_2: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu sayesinde şehrin turizm değerlerinin gelişeceği görüşündedir.

H_{2a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{2b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{2c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{2d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{2e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_3: Turizm sektörü paydaşları Kahramanmaraş İli'nin Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlayacağı görüşündedir.

H_{3a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_4: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği görüşündedir.

H_{4a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{4b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{4c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{4d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{4e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri

ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_5: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı görüşündedir.

H_{5a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{5b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{5c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{5d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{5e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_6: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisinin düşük düzeyde olacağı görüşündedir.

H_{6a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu için yapılan diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{6b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu için yapılan diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{6c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu için yapılan diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{6d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu için yapılan diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{6e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu için yapılan diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_7: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı düşüncesindedir.

H_{7a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{7b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{7c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{7d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{7e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_8: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük düzeyde olacağı görüşündedir.

H_{8a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{8b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{8c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{8d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_{8e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H_9: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu hakkındaki genel değerlendirmeleri olumludur.

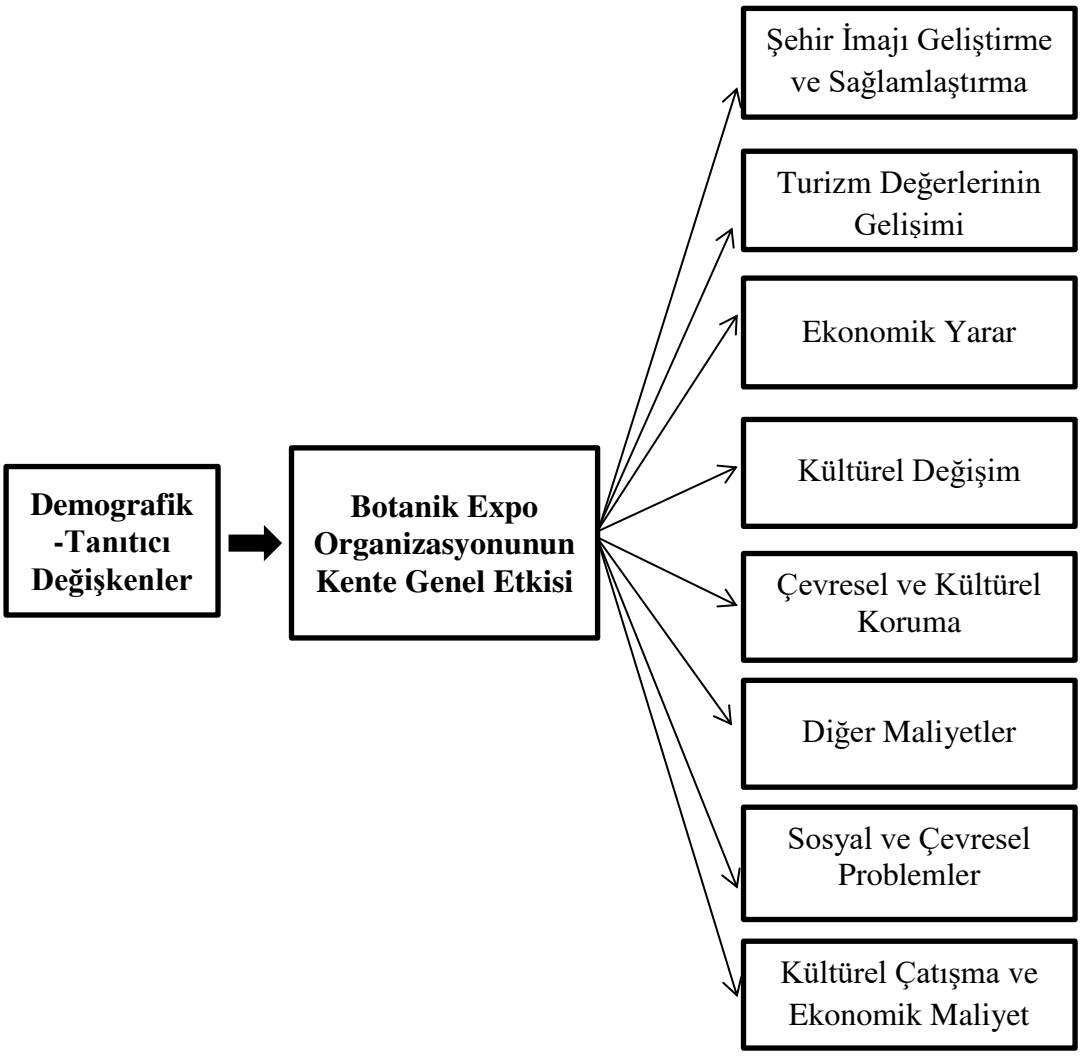
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırma ile 2023 yılında yapılması planlanan Expo etkinliğinin kültürel, çevresel, mekânsal ve sosyo-ekonomik etkileri hakkında ev sahibi turizm sektör paydaşlarının algılarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında toplanan veriler sonucunda etkinlik öncesi olası olumsuzlukların önceden belirlenip, çözüm noktasında ilgili sektör paydaşlarıyla önerilerin paylaşımı da tezin diğer amaçlarından bir tanesidir. Bir kent pazarlama stratejisi olarak belirlenen mega ekinliklerden dünya fuarları, tanımlı bir zaman aralığı içerisinde ve uzun vadede ulusal ve küresel çerçevede düzenlenmektedir.

Bu araştırmanın önemi düzenlenecek mega etkinliğin Kahramanmaraş için önemli oranda kültürel, çevresel, mekânsal, politik ve sosyo-ekonomik etkiler doğurabilecek kadar büyük bir etkinlik olması ve Kahramanmaraş gibi turizm alanında az gelişmiş bir kentin Türkiye'de düzenlenecek 2. en büyük etkinliğe ev sahipliği yapacak olmasıdır. Araştırmanın, bu tür mega etkinliklerin turizm alanında gelişim göstermeye çalışan kentlerin gelişimindeki etkilerini ortaya çıkarma amacının yanı sıra, Türkiye'de mega etkinliklerin destinasyona etkisi konusunda yapılan araştırmaların azlığı sebebiyle, benzeri araştırmalara kaynak olmak amaçlanmıştır.

3.3. ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırmanın amaçları doğrulusunda oluşturulan araştırma modeli Şekil 3.1'de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Araştırma Modeli

3.4. EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın evrenini Kahramanmaraş'ta bulunan yerli halk, kamu yöneticileri, kamu çalışanları, otel müdürleri, otel sahipleri, otel çalışanları, seyahat acentesi müdürleri, seyahat acentesi sahipleri, seyahat acentesi çalışanları, STK üyeleri, STK başkanları, restoran müdürleri, restoran sahipleri, restoran çalışanları, yerel yönetim çalışanları, akademisyenler, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencileri, turistler ve esnaflardan oluşan turizm sektör paydaşları oluşturmaktadır. Araştırma

kapsamında sorulara cevap aranan hedef kitle Kahramanmaraş'ta yaşayan halkı kapsadığı için araştırma evreninde şehri ziyaret eden turistler çıkarılmıştır.

Araştırmada Yavuz (2019)'un Festivallerin, Destinasyon Pazarlamasına Olan Yararları:10.Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali Örneği isimli yüksek lisans tez araştırmasında kullandığı örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için kullanılan sınırsız evren örnekleme formülünden ($n=P.Q.Z^2_\alpha/H^2$) faydalanılmıştır. Buna göre örneklem hesaplanması şu şekilde yapılmıştır:

$n= P.Q.Z^2_\alpha/H^2$=0,5 x 0,5 x 1,962 / 0,052 = 0,25 x 3,8416 / 0,0025 = 384.

n=Örneklem büyüklüğü

P=Evrende bir olayın gözlenme oranı

Q=Evrende bir olayın gözlenmeme oranı (1-P)

Z=Belirli anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer - α:,05 için Z değeri 1,96'dır.

H=Standart hata değeri.

Örneklem büyüklüğü, varyansı maksimum kılan oran (p:,50) dikkate alınarak %95 anlamlılık düzeyinde ve % 5 örneklem hatası ile 384 kişi olarak tespit edilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden olan ve yaygın olarak kullanılan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırma için 500 adet anket formu çoğaltılmış ve anketler Aralık 2019 - Mayıs 2020 tarih aralığında Kahramanmaraş'ta bulunan turizm sektör paydaşları ile yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme, inceleme, belge tarama gibi teknikler yardımcı teknikler olarak kullanılmıştır. Bu aşamada 410 anket uygulanmıştır. Uygulanan anketlerin 18 tanesi eksik doldurulduğundan analiz dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak bu araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş'ta yer alan turizm sektör paydaşlarından 392 kişi oluşturmakta ve elde edilen örneklem sayısının evreni temsil gücüne sahip olduğu görülmektedir.

3.5. VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ

Bu araştırmada veri toplama sürecinde anket yöntemi kullanılmıştır. İki bölümden oluşan anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular sorulmuşken, ikinci bölümde katılımcıların 2023 yılında yapılması planlanan Kahramanmaraş Expo 2023 öncesi etkinlik hakkındaki görüşlerini ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde araştırma sorularına ve araştırma amacına uygun ölçek için Expo

ile ilgili literatür taranmış ve Yang vd. (2010) tarafından Shangai Expo 2010 için yapılan araştırmada kullanılan Mega organizasyon Etkisi (Mega Event Impact Scale) adlı ölçekten yararlanılmıştır. Mega Organizasyon Etkisi ölçeği, şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma, turizm değerlerinin gelişimi, ekonomik yararlar, kültürel değişim, çevresel ve kültürel koruma isimli beş olumlu boyut ve Diğer Maliyetler, sosyal ve çevresel problemler ve kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler isimli olumsuz üç boyutla birlikte toplam 42 sorudan oluşan sekiz boyutlu bir ölçektir. Anket formunun ikinci bölümünde yer alan önermeler, alanında uzman kişiler tarafından İngilizce'den Türkçe'ye ve Türkçe'den İngilizce'ye şeklinde tercüme edilmiştir. Ayrıca fuar ve dev organizasyonlar alanında çalışan iki akademisyen tarafından tercümesi yapılan önermelerin doğru ifadeler içerip içermediğinin kontrolü yapılmıştır. Önermeler üzerinde yapılan son kontroller turizm alanında çalışan yönetici ve akademisyenler tarafından yapılmıştır. Yönetici ve akademisyenlerin görüşleri doğrultusunda ölçek içerisinde yer alan önermeler çalışmaya uygun hale getirilmiştir. Uzman akademisyenlerin görüşü üzerine çeviri esnasında sorulardan bir tanesinin tek soru olarak ifade edilmesinin anlaşılmasında güçlük yaşanacağı, bu sebeple sorunun uygun ifadelerle iki soruya dönüştürülmesine karar verilmiştir. Nihai olarak çeviri sonucu araştırmada kullanılan ölçeğin ikinci kısmında toplam 43 soru elde edilmiştir. Anket formunda yer alan ifadelere yönelik katılımcıların tutumlarının ölçümünde tutum ölçekleri arasında yaygın bir kullanıma sahip olan 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Araştırmada katılımcıların ölçekte verilen ifadelerle ilgili tutumları ölçülürken 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum biçiminde bir sıralama yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 for Windows istatistik paket programında çözümlenerek verilerin istatistiki analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.6. ÖLÇÜMÜN GÜVENİRLİLİĞİ

Araştırmada kullanılacak verilerin toplanması için hazırlanan anket sorularının uygulanabilir ve anlaşılır olup olmadığı belirlemek amacıyla evreni temsil eden 100 katılımcı üzerinde Aralık 2019'da bir pilot uygulama yapılmıştır. Bu anket verileri SPSS programı kullanılıp taranarak güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiştir. Pilot uygulama sonucu anket formunda yer alan her soru ve önermenin rahatlıkla

anlaşılabilir olduğu görülmüş ve her bir anketin 7-10 dakika içerisinde doldurulduğu gözlemlenmiştir.

Güvenirlik, bir ölçme aracında yer alan tüm önermelerin aynı amaca hizmet edip etmediğini belirlemek, önermelerin bir bütün oluşturup oluşturmadığını ortaya koymak için ölçülmektedir. Ölçüm güvenirliğinin belirlenmesi için farklı güvenirlik yöntemleri bulunmaktadır. Bu araştırmada, en sık kullanılan yöntem olan Cronbach's Alpha yöntemi kullanılmıştır. Cronbach Alpha katsayı aralığı ve güvenirlik düzeyleri aşağıdaki gibidir (Berberoğlu, 2012:92);

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Bu araştırma için gerçekleştirilen pilot uygulama sonuçlarına göre, ölçümün Cronbach Alpha değerinin ,936 olduğu tespit edilmiştir. Pilot uygulama ile elde edilen bulguların yüksek bir güvenilirlik düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Pilot uygulamanın ardından Ocak 2020 sonrası anketin esas uygulamasına geçilmiş ve anketin ikinci bölümde yer alan 43 ifadenin Cronbac'h Alpha katsayısı, 935 olarak hesaplanmıştır. Buna göre ölçümün oldukça güvenilir ($0,80 \leq \alpha < 1,00$) olduğu tespit edilmiştir.

3.7. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE VARSAYIMLAR

Araştırmanın çalışma alanını Kahramanmaraş'taki turizm sektör paydaşları oluşturmaktadır. Bu sebeple tez, Kahramanmaraş ili turizm sektör paydaşlarının görüşlerini yansıtan bulgulara sahiptir. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı, araştırmanın uygulama kısmında yapılan anketlerin Kasım (2019) ile Mayıs (2020) ayları arası Kahramanmaraş'ta bulunan sektör paydaşlarından oluşması, Mayıs ayı ve sonrası yapılan anketlerin araştırma dışında tutulması oluşturmaktadır. Araştırma, değişkenleri ölçmek için geliştirilecek anket soruları ve elde edilen bilgilerle sınırlandırılacaktır.

Yapılan araştırmada turizm sektör paydaşlarının araştırma sırasında uygulanacak olan ölçme araçlarına samimi ve doğru cevaplar verecekleri varsayılmıştır. Sektör paydaşlarına uygulanacak anketler ile Expo 2023 sırasında yaşanacak olası sorunlar ve çözüm yollarının tespit edileceği varsayılmıştır.

3.8. KEŞFEDİCİ FAKTÖR ANALİZİ

Faktör analizi, aralarında bir ilişkinin olduğu varsayılan çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak amacıyla daha az sayıdaki temel boyut altında değişkenleri ele almak ve yorumlamak için uygulanan bir çeşit çok değişkenli analiz tekniğidir (Cihan, 2019:95). Keşfedici faktör analizi, genellikle ölçek geliştirme çalışmalarının ilk aşamalarında gözlenen değişkenlerin hangi faktörlerden meydana geldiğini test etmek amacıyla kullanılmaktadır. (Çakır, 2019:110). Araştırmada kullanılan ölçeklerin keşfedici faktör analizi için uygun olup olmadığı analiz edilmiş ve elde edilen verilerin uygunluğu tespit edilmiştir. Sonrasında soruların faktör yükleri kontrol edilerek doğru ölçek altında toplanıp toplanmadığı incelenmiştir.

Keşfedici faktör analizine ölçeğin Türkçe'ye çevrilmiş formundaki 43 madde ile başlanmıştır. Veri setinin keşfedici faktör analizi için uygunluğu bazı ölçütlere göre belirlenmektedir. Bu ölçütler; örneklem büyüklüğü, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, Bartlett Küresellik Testi ve Anti-image korelasyon matrisidir. Genel olarak örneklem sayısı değişken sayısının 5 katı büyüklüğünde olması gerekmektedir (Cihan, 2019:95). KMO, bulunan değerin 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0.50'nin altında ise kabul edilemeyeceğini göstermektedir (Şimşek, 2012:20). KMO değerinin yorumlanmasında kullanılan aralık değerlerinin denk geldiği seçenekler Tablo 3.1'de gösterilmiştir (Cihan, 2019:95).

Tablo 3.1. KMO Değer Aralıklarının Denk Geldiği Sonuçlar (Cihan, 2019:96).

Değerler	**Sonuçlar**
0,50'den Küçük Olması	Kabul edilemez
0,50-0,60 Arası Olması	Kötü
0,60-0,70 Arası Olması	Zayıf
0,70-0,80 Arası Olması	Orta
0,80-0,90 Olması	İyi
0,90'dan Büyük Olması	Çok İyi

Faktör analizine uygunluk için dikkat edilmesi gereken Barlett Küresellik Test (Barlett's Test of Sphericity) ölçüt sonuçlarının her bir değişken için anlamlı olması ($p<0,05$), korelasyon matrisindeki ilişkilerin faktör analizi için yeterli olacağı

anlamı taşımaktadır (Yıldırım, 2019:87). Bu araştırmanın KMO sonuçlarının iyi (,881) düzeyde bir değere sahip olduğu görülmüştür.

3.8.1. Verilerin Keşfedici Faktör Analizine Uygunluğunun Ölçümü

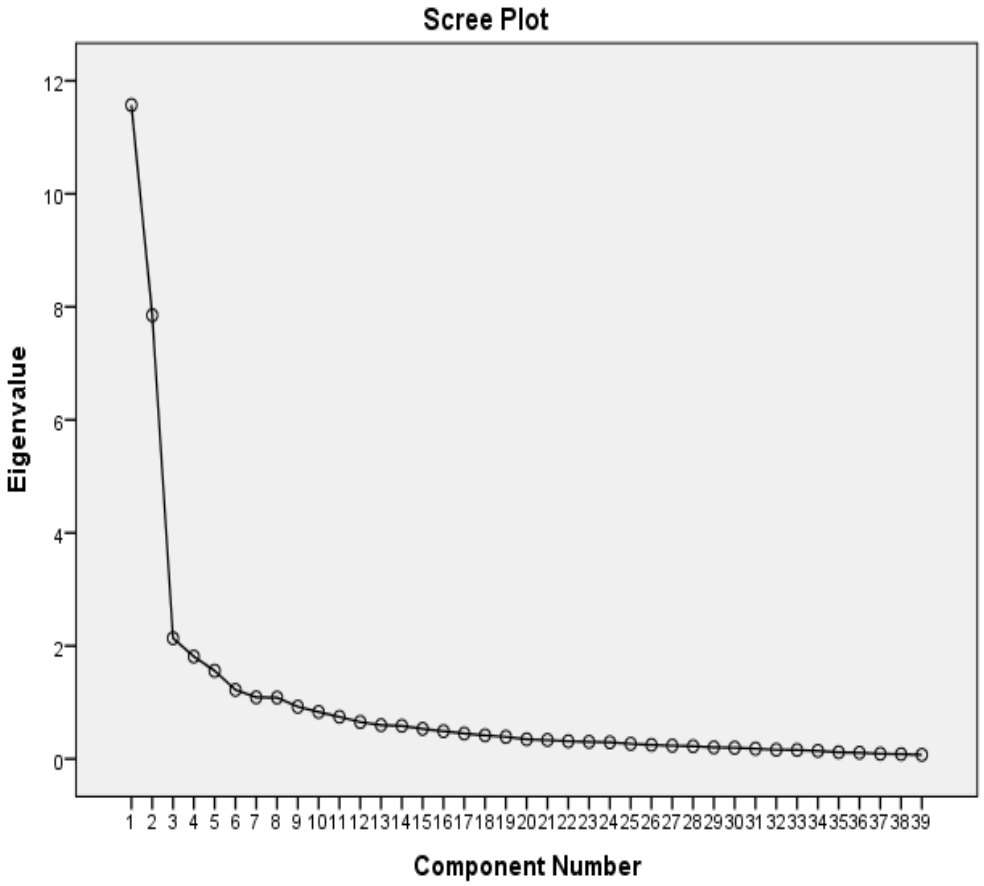
Bu bölümde ölçeğin keşfedici faktör analizi uygunluk durumuna sahip olup olmadığı incelemiştir. Buna göre araştırmada kullanılan ölçekte 43 önerme yer almaktadır ve elde edilen örneklem sayısı 392 olduğundan örneklem yeterliliği şartı sağlanmıştır. Anketin 2. bölümünde yer alan değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygunluğunu test etmek için KMO testi uygulanmış ve 0,50'nin üstü olması halinde uygunluğu kabul edilen KMO değeri ,889 olarak hesaplanmış ve bu sonuç KMO değerinin iyi bir değere sahip olduğunu göstermektedir. Bununla beraber, faktör analizi uygunluğunu gösteren bir diğer test olan Bartlett Küresellik Testi uygulanmış ve p değeri ,000 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu değerin anlamlı olduğu görülmüştür. Faktör analizi için uygunluk ölçütleri olan örneklem sayısı, KMO değeri ve Bartlett küresellik testi sonuçları incelenerek faktör analizi yapılabilirliği tespit edilmiştir. Daha sonra veri setine faktör analizi uygulama aşamasına geçilmiştir.

3.8.2. Keşfedici Faktör Analizi Uygulaması

Kahramanmaraş'ta bulunan turizm sektör paydaşları gözünden 2023 Botanik Expo organizasyonunun kente olan yararlarını oluşturan boyutların ortaya konulması için keşfedici faktör analizi yapılmıştır. 2023 Botanik Expo organizasyonunun kente olan yararlarını oluşturan boyutların belirlenmesinde alan yazında sıkça kullanılan temel bileşenler yöntemi kullanılmıştır. Faktör yük değeri, 50 olarak belirlenmiştir.
Faktör analizi ilk olarak 43 önermeye uygulanmıştır. Bu yapının 903 (df) serbestlik derecesinde KMO değerinin ,881 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca toplam varyansı açıklama oranının %71,441 olduğu ve faktör yük değerlerinin, 577 ve 862 arasında olduğu belirlenmiştir. Analiz sonucunda faktör yük değerleri arasında farkın 0,1'den düşük olduğu görülen 2 önerme (7. ve 11. önerme) binişik madde olduğundan dolayı çıkarılmıştır. Daha sonra faktör analizi 41 önerme üzerinde tekrarlanmış ve 820 serbestlik derecesinde KMO değerinin ,887 olduğu tespit edilmiştir. Toplam varyansı açıklama oranının ise %71,864 olduğu ve faktör yük değerlerinin ,540 ve ,873 arasında olduğu tespit edilmiştir. Faktör yük değerleri arasındaki farkın 0,1'den düşük olduğu görülen 2 önerme (19. ve 20. önerme) çıkarılmıştır. Daha sonra analiz 39 önerme üzerinden devam ettirilmiş ve 8 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Bu

yapının 741 serbestlik derecesinde KMO değerinin ,881 olduğu tespit edilmiştir. Toplam varyansı açıklama oranının %72,622 ve faktör yük değerlerinin ise ,552 ile ,789 arasında olduğu tespit edilmiştir. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği'nin verilerine yapılan Bartlett testi anlamlı çıkmıştır (p:0.00).

Binişik önermeler analizden çıkarıldıktan sonra döndürme yöntemine geçilmiştir. Faktör döndürme işleminde iki yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan ilki dikey döndürme olarak adlandırılan eksenlerin konumlarını değiştirmeden 90 derecelik bir açı ile döndürme yöntemidir. İkincisi ise, eğik döndürme olarak adlandırılan her faktörün birbirinden bağımsız bir şekilde döndürüldüğü yöntemdir. İki yöntem arasındaki en önemli istatistiksel farklılık dikey döndürmede faktörlerin ilişkisiz (dik bağımsız) olduğu varsayılmaktadır. Eğik döndürmede ise böyle bir durum söz konusu olmamaktadır. Dikey döndürme yöntemlerinden en sık kullanılanlar; Quartimax, Varimax, Qrthomax, Biguartimax ve Equamax iken eğik döndürme yöntemleri arasında en sık kullanılanları; Oblimax, Quartimin, Covarimin, Biguartimin, Oblimin ve Binoramin'dir (Cihan, 2019:98). Araştırma kapsamında sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan dikey döndürme yöntemlerinden Equamax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Equamax döndürme yöntemi ile 39 önerme döndürme işlemine tabi tutulmuş ve 8 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Bu yapının 741 serbestlik derecesinde KMO değerinin ,881 olduğu görülmüştür. Bununla beraber toplam varyansı açıklama oranının %72,622 ve faktör yük değerlerinin ise ,552 ile ,789 arasında olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi işlemleri sonucunda ölçek kapsamında tutulan 39 maddelik ölçeğin öz değerlerini gösteren çizgi grafiği Şekil 3.2'de verilmiştir.



Şekil 3.2. Özdeğer Çizgi Grafiği (Scree Plot)

Şekil 3.2'de öz değerlere göre çizilen çizgi grafiği incelendiğinde, faktör sayısının 8 ile 9 arasında bir değer aldığı görülmektedir. Bu nedenle faktör sayısının 8 olarak alınmasının uygun bir sayı olduğuna karar verilmiştir.

Faktör sayısının belirlenmesinin ardından boyutların isimlendirme işlemine geçilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan KFA sonucunda, birinci faktör "Sosyal ve Çevresel Problemler" boyutuyla, ikinci faktör "Ekonomik Yararlar" boyutuyla, üçüncü faktör "Turizm değerlerinin gelişimi" boyutuyla, dördüncü faktör "Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma" boyutuyla, beşinci faktör "Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler" boyutuyla, altıncı faktör "Kültürel Değişim" boyutuyla, yedinci faktör "Çevresel ve Kültürel Koruma" boyutuyla, sekizinci faktör "Diğer Maliyetler" boyutuyla isimlendirilmiştir. Analiz sonucu elde edilen boyutlarla orijinal ölçekte yer alan boyutların benzerlik gösterdiği saptanmıştır.

Boyutlara ait isimlendirme işlemi sonrası elde edilen verilerin güvenirlilik derecelerinin analizi için Cronbach's Alpha değerleri incelenmiştir.

Tablo 3.2. Faktör Analizi Cronbach's Alpha Değeri

Boyutlar	**Önerme Sayısı**	**Cronbach's Alpha Değeri**	**Güvenirlik Düzeyi**
Sosyal ve Çevresel Problemler	7	,925	Çok İyi Güvenirlik Düzeyi
Ekonomik Yararlar	5	,901	Çok İyi Güvenirlik Düzeyi
Turizm Değerlerinin Gelişimi	6	,885	İyi Güvenirlik Düzeyi
Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma	4	,853	İyi Güvenirlik Düzeyi
Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler	5	,853	İyi Güvenirlik Düzeyi
Kültürel Değişim	5	,860	İyi Güvenirlik Düzeyi
Çevresel ve Kültürel Koruma	4	,830	İyi Güvenirlik Düzeyi
Diğer Maliyetler	3	,795	Orta Güvenirlik Düzeyi
Mega Etkinlik Ölçeği Genel	39	,926	Çok İyi Güvenirlik Düzeyi

Tablo 3.2.'de görüldüğü üzere "Sosyal ve Çevresel Problemler" (,925) ve "Ekonomik Yararlar" (,901) boyutlarının Çok İyi Güvenirlik Düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Öte yandan "Turizm değerlerinin gelişimi" (,885), "Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma" (,853), "Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler" (,853), "Kültürel Değişim" (,860) ve "Çevresel ve Kültürel Koruma" (,830) boyutlarının iyi güvenirlik düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan analiz sonucu "Diğer Maliyetler" (,795) boyutunun güvenilirlik düzeyinin orta düzeyde olduğu gözlemlenmektedir. Ölçekte yer alan toplam 39 önermenin Cronbach's Alpha değerinin ise (,926) Çok İyi Güvenirlik Düzeyine sahip olduğu hesaplanmıştır.

Belirtilen 39 maddenin hangi faktör çatısı altında yer aldığı, faktör yükleri, boyutlara ait öz değer, varyans açıklama oranı, Cronbach's Alpha Katsayısı, ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 3.3'te yer almaktadır.

Tablo 3.3. Faktör Analizi Sonuçları

Boyut	Madde	Faktör Yükleri							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Sosyal ve Çevresel Problemler	Expo Nedeniyle Kültürel Çatışmalar Ortaya Çıkar	,790							
	Expo Nedeniyle Yerel Ekosistem Zarar Görür	,757							
	Expo Nedeniyle Çevresel Kirlilik (Çöp, Gürültü, Hava, Su Vb.)Artar	,751							
	Expo Nedeniyle Doğal Çevre ve Manzaralar Zarar Görür	,726							
	Expo Nedeniyle Yöre Halkının Geleneksel Yaşam Tarzı Bozulur	,659							
	Expo Nedeniyle Alkol ve Uyuşturucu Kullanımı Artar	,596							
	Expo, Yerel Kültürün Gelişmesine Olumsuz Yönde Etki Eder	,564							
Ekonomik Yararlar	Şehre Yatırım Artar		,746						
	Kahramanmaraş ’ın Büyümesi Hızlanır		,742						
	Ekonomik Koşullar İyileşir		,654						
	İş İmkânları Artar		,644						
	Şehir İçi Ulaşım Ağı Gelişir		,575						

Tablo 3.3. devam

Turizm Değerlerinin Gelişimi	Yerel Kültür Korunur			,732					
	Tarihi Mekânlar Daha İyi Korunur			,684					
	Doğal Kaynaklar Korunur			,670					
	Tarihi Mekânlar Kimliğine Uygun Restore Edilir			,618					
	Şehir Altyapısının Gelişimi Hızlanır			,583					
	Toplum Bilinci Güçlenir			,547					
Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma	Kahramanmaraş ’ın Uluslararası Tanınırlığı Artar				,877				
	Kahramanmaraş ’ın Uluslararası İmajı Gelişir				,839				
	Diğer Şehirler ve Ülkeler Kahramanmaraş İle Tanışır				,806				
	Kahramanmaraş Halkı Bu Etkinlikle Gurur Duyar				,518				
Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maiyetler	Expo Tesislerinin İnşası İçin Devletin İmkânları Boşa Gider					,795			
	Expo Tesislerinin İnşası İçin Gereğinden Fazla Harcama Yapılır					,738			

Tablo 3.3. devam

	Expo İçin Gelen Ziyaretçiler Nedeniyle Şehirde Kargaşa Olur					,669			
	Expo Nedeniyle Suç Oranı Artar					,566			
	Expo Nedeniyle Trafik Problemi Artar					,524			
Kültürel Değişim	Yabancı Kültürler Öğrenilmiş Olur						,739		
	Daha Fazla Kültürel Paylaşım Sağlar						,717		
	Yerel Kültür Faaliyetleri Gelişir						,696		
	Farklı Kültürler ve Toplumlar Daha İyi Anlaşılır						,521		
	Alışveriş İmkânları Artar						,508		
Çevresel ve Kültürel Koruma	Daha Sağlıklı ve Hijyenik Hizmetler Sunulur							,737	
	Boş Zaman Aktiviteleri Artar							,664	
	Devletin Vergi Gelirleri Artar							,558	
	Kahramanmaraş Halkı Birbirlerine Kenetlenir							,546	
Diğer Maliyetler	Gayrimenkul Fiyatlarının Artıp Azalacağı Konusunda Dedikodular Artar								,863
	Yaşam Maliyetleri Artar								,776
	Gayrimenkul Fiyatları Artar								,736

Tablo 3.3. devam

Öz Değer	11,57	7,85	2,13	1,81	1,55	1,22	1,08	1,08
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı (%)	11,22	20,81	30,24	39,33	48,37	57,07	65,29	72,62
Boyutlara Göre Cronbach's Alpha Katsayıları	,925	,901	,885	,853	,853	,860	,830	,795
Faktörlerin Ortalama Değerleri	20,48	18,13	21,67	15,63	14,82	18,65	14,48	11,34
Faktörlerin Standart Sapma Değerleri	7,308	4,470	5,022	3,465	4,859	3,812	3,494	2,817
Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)					72,62			
KMO Değeri (Serbestlik Derecesi:741)					,881			
Ölçeğin Cronbach's Alpha Katsayısı (n=39)					,926			
Ölçeğin Tamamının Cronbach's Alpha Katsayısı (n=43)					,935			

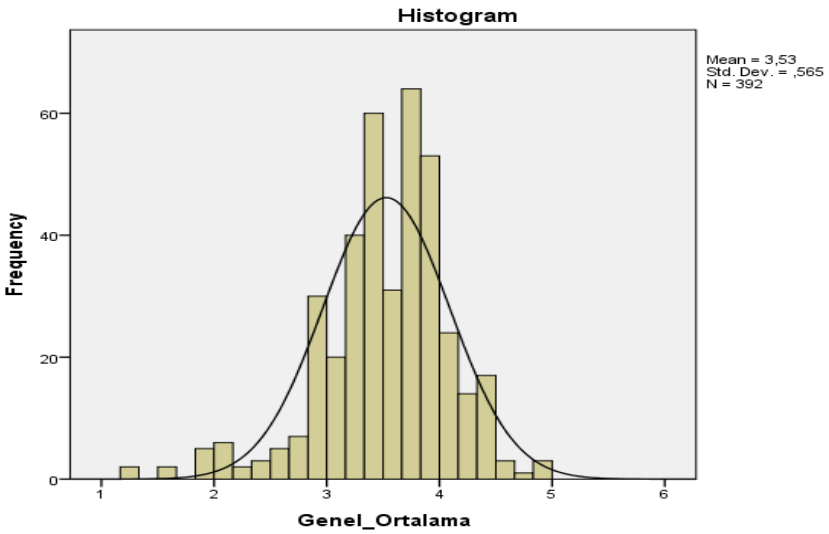
3.9. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada elde edilen verilerin analizleri gerçekleştirilmeden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine Kolmogorov-Smirnov Testi ve basıklık ile çarpıklık değerlerinden yararlanılarak bakılmıştır. Verilere uygulanan Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi anlamlılık değeri 0,000'dır. Elde edilen değere göre veriler normal dağılım göstermemektedir. Bununla beraber verilerin basıklık ve çarpıklık katsayıları hesaplanmış, verilerin basıklık değerinin -,795 ve çarpıklık değerinin 1,678 olduğu tespit edilmiştir. George ve Mallery (2010)'e göre ±2 aralığında dağılım gösteren verilerin normal dağılım gösterdiği varsayılır (İnce, 2017:114).

Bu bağlamda istatistiksel olarak daha güçlü sonuçlar vereceği göz önüne alınarak verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiş ve parametrik analiz yapılmasına karar verilmiştir. İlgili değerler Tablo 3.4'te belirtilmiştir.

Tablo 3.4. Normallik Analizi

Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği	**Kolmogorov-Smirnov**	**Skewness Çarpıklık**	**Kurtosis Basıklık**
	0,000	-0,795	1,678



Şekil 3.3. Normal Dağılım Histogram Grafiği

Yapılan analizler sonucunda veri setinin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmış ve araştırmanın örneklemi, basıklık ile çarpıklık değerleri ve parametrik testlerin istatistiksel sonuçları daha güçlü verilerin elde edilmesi göz önüne alınarak veri analizinde parametrik testlerden bağımsız örneklem T-test ve tek yönlü varyans (ANOVA) analizlerinin yapılmasına karar verilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan yerel turizm sektör paydaşlarından ölçekler aracılığıyla elde edilen verilerin analizi sonucunda oluşan istatistiksel bulgular yer almaktadır. Elde edilen istatistiksel bulgulara yönelik açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

4.1. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK VE TANITICI ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik ve tanıtıcı özelliklerine yönelik bulgulardan oluşan bu bölümde yerel turizm sektör paydaşlarının demografik özelliklerinin saptanmasına yönelik yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve Kahramanmaraş ile ilgili rollerinden oluşan beş soru yöneltilmiş olup, sorulara yönelik verilen cevaplara ait bulgular tablo 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4.1. Turizm Sektörü Paydaşlarının Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

Yaş	**N**	**%**
18-25	99	25,3
26-35	100	25,5
36-45	124	31,6
46-55	60	15,3
56-+	9	2,3
Toplam	**392**	**100**
Cinsiyet	**N**	**%**
Kadın	130	33,2
Erkek	262	66,8
Toplam	**392**	**100**
Medeni Durum	**N**	**%**
Evli	237	60,5
Bekar	140	35,7
Diğer	15	3,8
Toplam	**392**	**100**

Tablo 4.1. devam

Eğitim Düzeyi	**N**	**%**
İlköğretim	25	6,4
Lise	139	35,4
Fakülte/Yüksekokul	208	53,1
Lisansüstü	20	5,1
Toplam	**392**	**100**
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**N**	**%**
Yerli Halk	100	25,5
Kamuda Yönetici	8	2,0
Kamu Çalışanı	12	3,1
Otel Müdürü/Sahibi	7	1,8
Otel Çalışanı	25	6,4
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	2,0
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	2,6
STK Üyesi/Başkanı	8	2,0
Restoran Müdürü/Sahibi	9	2,3
Restoran Çalışanı	41	10,5
Yerel Yönetim Çalışanı	19	4,8
Akademisyen	8	2,0
Turizm Otelcilik MYO Öğrencisi	68	17,3
Esnaf	69	17,7
Toplam	**392**	**100**

İlgili tabloya göre araştırmaya katılan katılımcıların %25,3'ü 18-25 yaş aralığındaki katılımcılardan oluştuğu görülürken %25,5'i 26-35 yaş aralığındaki katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %31,6'sı 36-45 yaş aralığındaki katılımcıları temsil ederken %15,3'ü 46-55 yaş arası katılımcıları temsil etmektedir. İlgili tablo incelendiğinde katılımcıların %2,3'ü ise 56 ve üzeri yaş aralığındaki katılımcılardan oluştuğu görülmüştür.

Demografik bulguların bir başka bileşeni olan katılımcıların cinsiyet değişkeni incelenmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların %33,2'sini kadın katılımcıların oluşturduğu, %66,8'ini ise erkek katılımcıların oluşturduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan turizm sektörü paydaşlarının eğitim durumlarına göre dağılımları incelendiğinde katılımcıların %6,4'ünün ilköğretim mezunu katılımcılardan oluştuğu, %35,5'inin lise mezunu katılımcılardan oluştuğu, %53,1'inin Fakülte/Yüksekokul mezunu katılımcılardan oluştuğu, %5,1'inin ise lisansüstü eğitim mezunu katılımcılardan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öte yandan araştırmaya katılan katılımcıların %25,5'inin yerel halktan, %2,0'ının kamu yöneticilerinden, %1,8'inin otel müdürü veya sahiplerinden, %6,4'ünün otel çalışanlarından, %2,0'ının seyahat acentesi müdürü veya sahiplerinden, %2,6'sının seyahat acentesi çalışanlarından, %2,0'ının STK üyesi veya başkanlarından, %2,3'ünün restoran müdürü veya sahiplerinden, %10,5'inin restoran çalışanlarından, %4,8'inin yerel yönetim çalışanlarından, %2,0'ının akademisyenlerden, %17,3'ünün Turizm MYO öğrencilerinden, %17,6'sının esnaflardan, %3,1'inin kamu çalışanlarından oluştuğu tespit edilmiştir.

4.2. KATILIMCILARIN KAHRAMANMARAŞ'I TANIMLAMAYA YÖNELİK İFADELERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmaya katılan katılımcılara, kent imajı, kent değerleri ve marka imajına yönelik değişkenler yöneltilmiştir. Tablo 4.2'de katılımcıların Kahramanmaraş'ı nasıl tanımladıklarına ilişkin çoktan seçmeli bulgular, Tablo 4.3'te Kahramanmaraş'ın tanıtımında öne çıkan değerlere ilişkin çoktan seçmeli bulgular ve Tablo 4.4'te Kahramanmaraş'ın marka imajının gelişimine ilişkin çoktan seçmeli bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Kahramanmaraş'ı Tanımlamalarına İlişkin Bulgular

Kahramanmaraş sizin için ne ifade ediyor?	**N**	**%**
Dondurma	318	81,1
İstiklal Madalyası	237	60,5
Yöresel Mutfağı	219	55,9
Doğal Güzellikler	181	46,2
Tarihi yapıları	180	45,9
El sanatları	154	39,3
Germanicia Antik Kenti	132	33,7
Şiir	120	30,6
Diğer	10	2,6

Araştırmaya katılan katılımcılara Kahramanmaraş ilinin kendileri için ne ifade ettiğini belirlemek amacıyla çoktan seçmeli sekiz ifade yöneltilmiştir. İlgili tabloya bakıldığında "Kahramanmaraş sizin için ne ifade ediyor?" sorusunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%81,1) "dondurma" ifadesine cevap verdiği görülmektedir. Yöneltilen soruya "Şiir" cevap verenlerin oranı ise en az (%30,6) ve "diğer" (%2,6) paya sahiptir. "El sanatları" ifadesine cevap verenlerin oranı %39,3, "İstiklal Madalyası" ifadesine cevap verenlerin oranı %60,5, "Doğal güzellikler"

ifadesine cevap verenlerin oranı %46,2, Tarihi yapılar ifadesine cevap verenlerin oranı %45,9, "Germanicia Antik Kenti" ifadesine cevap verenlerin oranı %33,7 ve "Yöresel mutfak" ifadesine cevap verenlerin oranı %55,9'dur. Katılımcıların %2,6'sı ise "Kahramanmaraş sizin için ne ifade ediyor?" sorusuna Expo 2023, sakin şehir, şairler şehri, köy yaşamı, eğitim, turizm ve spor cevabı vermiştir.

İlgili tablo incelendiğinde turizm sektörü paydaşlarının Kahramanmaraş ilini tanımlamada dondurma başta olmak üzere İstiklal Madalyası ve yöresel mutfağın en yüksek orana sahip ifadeler olduğu görülmektedir.

Tablo 4.3. Katılımcıların Kentin Tanıtımında Öne Çıkan Değerlerine İlişkin Bulgular

Sizce Kahramanmaraş'ın Tanıtımında, Sahip Olduğu Hangi Değerler Kullanılmalıdır?	**N**	**%**
Yöresel Mutfağı	283	72,2
Dondurma	282	71,9
Tarihi yapıları	257	65,6
El sanatları	238	60,7
İstiklal Madalyası	223	56,9
Germanicia Antik Kenti	203	51,8
Doğal Güzellikler	192	49,0
Şiir	159	40,6
Diğer	7	1,8

Araştırmaya katılan katılımcılara şehrin tanıtımında hangi değerlerin ön plana alınması gerektiği yönünde çoktan seçmeli sekiz ifade yöneltilmiştir. İlgili tablo incelendiğinde "Sizce Kahramanmaraş'ın Tanıtımında, Sahip Olduğu Hangi Değerler Kullanılmalıdır?" sorusunda katılımcıların %72,2'si "Yöresel mutfak" ifadesine en yüksek oranda cevap verirken, katılımcıların %71,9'u "dondurma" ifadesine cevap vermiştir. "Şiir" ifadesine cevap veren katılımcıların oranı ise %40,6 ile en düşük orandadır. "El sanatları" ifadesine cevap verenlerin oranı %60,7, "İstiklal Madalyası" ifadesine cevap verenlerin oranı %56,9, "Doğal güzellikler" ifadesine cevap verenlerin oranı %49,0, "Tarihi yapılar" ifadesine cevap verenlerin oranı %65,6 ve "Germanicia Antik Kenti" ifadesine cevap verenlerin oranı ise %51,8'dir. Katılımcıların % 1,8'i ise "Sizce Kahramanmaraş'ın Tanıtımında, Sahip Olduğu Hangi Değerler Kullanılmalıdır?" sorusuna Expo 2023, Eshab-ı Kehf, folklör, tarhana, Maraş biberi, stadyum ve edeler cevabını vermiştir.

Başka bir ifade ile katılımcılara yöneltilen kentin tanıtımında sahip olduğu hangi değerlere önem verilmesine dair ifadelere "yöresel mutfak" ve "dondurma"

cevapları ile en yüksek katılım sağlanırken "doğal güzellikler" ve "şiir" ifadelerine verilen cevaplar ise en düşük orandadır.

Tablo 4.4. Katılımcıların Kentin Marka İmajının Gelişiminde Öne Çıkan Değerlerine İlişkin Bulgular

Kahramanmaraş'ın Marka İmajının Gelişimine Yönelik Aşağıdaki Faaliyetlerin Hangilerine Öncelik Verilmelidir?	**N**	**%**
Dondurma	280	71,4
Yöresel Mutfağı	240	61,2
Tarihi yapıları	211	53,8
Germanicia Antik Kenti	183	46,7
İstiklal Madalyası	173	41,1
Doğal Güzellikler	173	41,1
El sanatları	161	41,1
Şiir	73	18,6
Diğer	11	2,8

Araştırmaya katılan katılımcılara kentin marka imajının gelişiminde sahip olduğu hangi değerlerin ön plana çıkarılması gerektiği konusunda çoktan seçmeli sekiz ifade yöneltilmiştir. İlgili tabloya göre "Kahramanmaraş'ın marka imajının gelişimine yönelik aşağıdaki faaliyetlerin hangilerine öncelik verilmelidir?" sorusuna verilen cevapların en yüksek oranı %71,4 ile "dondurma" ifadesine verilmiştir. "Şiir" ifadesine cevap verenlerin oranı ise %18,6 ile en düşük orana sahiptir. "El sanatları" ifadesine cevap verenlerin oranı %41,1, "İstiklal Madalyası" ifadesine cevap verenlerin oranı %41,1, "Doğal güzellikler" ifadesine cevap verenlerin oranı %41,1, "Tarihi yapılar" ifadesine cevap verenlerin oranı %53,8, "Germanicia Antik Kenti" ifadesine cevap verenlerin oranı %46,7 ve "Yöresel mutfak" ifadesine cevap verenlerin oranı %61,2'dir. Katılımcıların % 2,8'i ise "Kahramanmaraş'ın marka imajının gelişimine yönelik aşağıdaki faaliyetlerin hangilerine öncelik verilmelidir?" sorusuna Expo 2023, futbol, Maraş biberi, Maraş tarhanası, meyan şerbeti, Maraş otu, sosyal aktiviteler, reklam ve şehir yenilenmesi cevaplarını vermiştir.

Araştırmaya göre katılımcılar, Kahramanmaraş'ın kent imajı gelişim sürecinde kentin coğrafi işaretli ürünü olan Kahramanmaraş dondurmasının ilk sırada değerlendirilmesi düşüncesindedirler. Kent imajının gelişimi konusunda şiir ise son sırada değerlendirilmiştir.

4.3. 2023 EXPO ORGANİZASYONUNUN KAHRAMANMARAŞ KENTİNE YÖNELİK ETKİLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Mega Organizasyon Etkisi ölçeğine ait aritmetik standart sapma ve ortalama değerleri hesaplanmıştır. Buna göre elde edilen bulgular Tablo 4.5'te gösterilmiştir.

Tablo 4.5. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

BOYUTLAR	**Aritmetik Ortalama* x̄**	**Standart Sapma (s.s)**
Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma	3,91	,866
Turizm Değerlerinin Gelişimi	3,61	,837
Ekonomik Yararlar	3,69	,894
Kültürel Değişim	3,73	,762
Çevresel ve Kültürel Koruma	3,62	,873
Diğer Maliyetler	3,78	,949
Sosyal ve Çevresel Problemler	2,93	1,044
Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler	2,96	,972
Tüm Boyutların Genel Etkisi	**3,53**	**,565**

***1,00-1,79:oldukça düşük düzey; 1,80-2,59:düşük düzey; 2,60-3,39:orta düzeyde; 3,40-4,19:yüksek düzeyde; 4,20-5,00:çok yüksek düzeyde

Kahramanmaraş ilindeki turizm sektör paydaşlarının değerlendirmeleri incelendiğinde 2023 Expo Organizasyonunun İle olan etkisinin genel olarak "iyi düzeyde" (x̄ :3,53; ss: ,565) olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber Mega Organizasyon boyutlara göre incelendiğinde "Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma" boyutu (x̄:3,91), "Ekonomik Yararlar" boyutu (x̄:3,69), Turizm değerlerinin gelişimi boyutu (x̄:3,61) değerlendirme ortalamalarının "yüksek düzeyde" olduğu görülmektedir. Benzer şekilde "Kültürel Değişim" boyutu (x̄:3,73), "Çevresel ve Kültürel Koruma" boyutu (x̄:3,62), "Diğer Maliyetler" boyutu (x̄:3,78) ve "Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma" boyutu (x:3,90) değerlendirme ortalamalarının da "yüksek düzeyde" olduğu anlaşılmıştır. Öte yandan "Sosyal ve Çevresel Problemler" boyutu (x̄:2,93) ve "Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler" boyutu (x̄:2,97) değerlendirme ortalamalarının ise "orta düzeyde" olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

2023 Expo Mega Organizasyonunun Kahramanmaraş iline olan etkisine yönelik bulgular iki açıdan değerlendirilmiştir. Olumlu açıları açıklayan H_1, H_2, H_3, H_4 ve H_5 hipotezleri değerlendirildiğinde "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik

Expo Organizasyonu'nun şehir imajını geliştireceği ve sağlamlaştıracağı konusundaki görüşleri olumludur" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,91, s.s.:,866) olduğundan H_1 hipotezi kabul edilmiştir. "Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu sayesinde şehrin turizm değerlerinin gelişeceği görüşündedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,61, s.s.:,837) olduğundan H_2 hipotezi kabul edilmiştir. "Turizm sektörü paydaşları Kahramanmaraş İli'nin Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlayacağı görüşündedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,69, s.s.:,894) olduğundan H_3 hipotezi kabul edilmiştir. "Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği görüşündedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,69, s.s.:,894) olduğundan H_4 hipotezi kabul edilmiştir. "Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı görüşündedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,62, s.s.:,873) olduğundan H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

2023 Expo Mega Organizasyonunun Kahramanmaraş iline olan etkisine yönelik bulguların olumsuz açılarını açıklayan H_6, H_7 ve H_8 hipotezleri değerlendirildiğinde ise "Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisinin düşük düzeyde olacağı görüşündedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,78, s.s.:,949) olduğundan H_6 hipotezi reddedilmiştir. "Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı düşüncesindedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:2,93, s.s.:1,044) olduğundan H_7 hipotezi reddedilmiştir. "Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük düzeyde olacağı görüşündedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:2,96, ss.:,972) olduğundan H_8 hipotezi reddedilmiştir.

Genel değerlendirme amacıyla kurulan "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nu genel değerlendirmeleri olumlu yöndedir" hipotezine ait aritmetik ortalama ($\bar{x}$:3,530 s.s.:,565) olduğundan H_9 hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; H_1, H_2, H_3, H_4 H_5, ve H_9 ana hipotezleri kabul edilirken H_6, H_7 ve H_8 ana hipotezleri reddedilmiştir.

4.4. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN ŞEHİR İMAJI İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde şehir imajının durumuna yönelik hipotezlerin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu hipotezlerinin analiz

edilmesi amacıyla bağımsız örneklem T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.4.1. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.6. Katılımcıların Yaşları ile Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,80	,895	1,286	,275
26-35	100	4,00	,779		
36-45	124	3,96	,877		
46-55	60	3,90	,941		
56 ve Üzeri	9	3,50	,696		

Tablo 4.6'da görüldüğü üzere yaş ile şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{1a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ve sağlamlaşması konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Bir başka ifadeyle katılımcıların yaşları ne olursa olsun, Expo organizasyonunun şehir imajına etkisine yönelik fikirleri benzer düzeydedir.

4.4.2. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.7. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	3,91	262	3,90	,057	,811	,916

Tablo 4.7'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile şehir imajının gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{1b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifadeyle kadın ve erkek katılımcıların 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun şehir imajının gelişimine yönelik düşünceleri yakın düzeydedir.

4.4.3. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.8. Katılımcıların Medeni Durumları ile Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	3,98	,053	2,429	,089
Bekar	140	3,80	,079		
Diğer	15	3,70	,188		

Tablo 4.8'de görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile şehir imajının gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{1c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo

Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların medeni durumları arasındaki farklılık gözetilmeksizin, Expo organizasyonunun şehir imajına etkisine yönelik düşünceleri benzer düzeydedir.

4.4.4. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.9. Katılımcıların Eğitim Düzeyi ile Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,79	1,057	1,242	,294
Lise	139	3,91	,837		
Fakülte/Y.Okul	208	3,89	,839		
Lisansüstü	20	4,25	1,061		

Tablo 4.9'da görüldüğü üzere Katılımcıların eğitim durumları ile şehir imajının gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{1d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifadeyle katılımcıların eğitim durumları ne olursa olsun, Expo organizasyonunun şehir imajına etkisine yönelik fikirleri benzer düzeydedir.

4.4.5. 2023 Expo Organizasyonunun Şehir İmajının Gelişimi İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.10. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri ile Şehir İmajının Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlamlaştırma					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,84	,881	1,577	,089
Kamuda Yönetici	8	4,06	,637		
Otel Müdürü/Sahibi	7	4,46	,443		
Otel Çalışanı	25	3,96	,880		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	4,16	,731		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	4,43	,541		
STK Üyesi/Başkanı	8	4,23	,761		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	4,11	,945		
Restoran Çalışanı	41	4,02	,293		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	3,86	1,311		
Akademisyen	8	4,34	1,026		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,74	,928		
Esnaf	69	3,75	,926		
Kamu Çalışanı	12	4,27	,559		

Tablo 4.10'da görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş ile ilgili rolleri ile şehir imajının gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{1e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların kentteki rolleri ne olursa olsun, Expo organizasyonunun şehir imajına etkisine yönelik fikirleri benzer düzeydedir.

4.5. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN TURİZM DEĞERLERİNİN GELİŞİMİ İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde turizm değerlerinin gelişim düzeyi hipotezlerinin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Turizm değerlerinin gelişim düzeyine ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.5.1. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun turizm değerlerinin gelişimi ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.11. Katılımcıların Yaşları ile Turizm Değerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Turizm Değerlerinin Gelişimi					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,80*	,772	3,111	**,015**
26-35	100	3,55*	836		
36-45	124	3,61*	,882		
46-55	60	3,52*	,827		
56 ve Üzeri	9	2,94	,479		

Tablo 4.11'de görüldüğü üzere yaş ile turizm değerlerinin gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{2a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi yaş aralığında bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi

yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda, 18-25 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,80), 26-35 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,55), 36-45 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,61) ve 46-55 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,52) lehine olmak üzere 56 ve Üzeri yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:2,94) arasında "turizm değerlerinin gelişimi" düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bir başka ifade ile 18-25 yaş aralığındaki katılımcılar 36-45 yaş aralığındaki katılımcılar ve 46-55 yaş aralığındaki katılımcılar, 56 ve Üzeri yaş aralığındaki katılımcılara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun turizm değerlerinin gelişimine katkıda bulunacağı fikrine sahiptir.

4.5.2. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun turizm değerlerinin gelişimi ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.12. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Turizm Değerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Turizm Değerlerinin Gelişimi						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	3,69*	262	3,57	13,091	,000	,152

Tablo 4.12'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile turizm değerlerinin gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{2b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcılar ister kadın olsun ister erkek olsun, Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişiminin ivme kazanacağı konusundaki görüşleri benzer düzeydedir.

4.5.3. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun turizm değerlerinin gelişimi ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 8. Katılımcıların Medeni Durumları ile Turizm Değerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Turizm Değerlerinin Gelişimi					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	3,56	,054	1,638	,196
Bekar	140	3,68	,073		
Diğer	15	3,86	,166		

Tablo 4.13'te görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile turizm değerlerinin gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{2c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişiminin ivme kazanacağı konusundaki görüşleri benzer düzeydedir.

4.5.4. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun turizm değerlerinin gelişimi ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.14. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri ile Turizm Değerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Turizm Değerlerinin Gelişimi					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,27	,952	1,545	,202
Lise	139	3,64	,831		
Fakülte/Y.Okul	208	3,62	,797		
Lisansüstü	20	3,72	1,083		

Tablo 4.14'te görüldüğü üzere Katılımcıların eğitim durumları ile turizm değerlerinin gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{2d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların eğitim düzeyleri ne olursa olsun, Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişiminin ivme kazanacağı konusundaki görüşleri benzer düzeydedir.

4.5.5. 2023 Expo Organizasyonunun Turizm Değerlerinin Gelişimi İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun turizm değerlerinin gelişimi ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 9. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri ile Turizm Değerlerinin Gelişimi Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Turizm Değerlerinin Gelişimi					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,67	,841	1,931	**,026**
Kamuda Yönetici	8	3,38	,942		
Otel Müdürü/Sahibi	7	4,00*	,167		
Otel Çalışanı	25	3,59	1,094		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,52*	,704		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	3,87	,702		
STK Üyesi/Başkanı	8	4,02*	,794		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	3,44	1,152		
Restoran Çalışanı	41	3,15	,342		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	3,46	1,074		
Akademisyen	8	3,52	,763		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,84*	,778		
Esnaf	69	3,58	,839		
Kamu Çalışanı	12	3,58	,996		

Tablo 4.15'te görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş ile ilgili rolleri ile turizm değerlerinin gelişimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{2e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi

yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda otel müdürü/sahibi (x̄:4,00), seyahat acentesi çalışanı (x̄:3,87), stk üyesi/başkanı (x̄:4,02) ve turizm ve otelcilik myo öğrencisi (x̄:3,84) katılımcılar lehine olmak üzere kamu çalışanı (x̄:3,58), restoran müdürü/sahibi (x̄:3,44), akademisyen (x̄:3,52), seyahat acentesi müdürü/sahibi (x̄:3,52), yerli halk (x̄:3,67), kamuda yönetici (x̄:3,38), otel çalışanı (x̄:3,59), yerel yönetim çalışanı (x̄:3,46) ve esnaf (x̄:3,58) rolündeki katılımcılar arasında "turizm değerlerinin gelişimi" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile otel müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı ve turizm ve otelcilik myo öğrencisi katılımcıları, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, seyahat acentesi müdürü/sahibi, yerli halk, kamuda yönetici, otel çalışanı, yerel yönetim çalışanı ve esnaf rolündeki katılımcılara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kentin turizm değerlerinin gelişimine katkıda bulunacağı fikrindedir.

4.6. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN EKONOMİK YARARLARINA YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde ekonomik yararlarına yönelik hipotezlerin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Ekonomik yarar düzeyine ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.6.1. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sağlayacağı ekonomik yarar ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.16. Katılımcıların Yaşları ile Ekonomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Ekonomik Yarar					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,74	,891	,224	,913
26-35	100	3,71	,803		
36-45	124	3,63	,961		
46-55	60	3,67	,888		
56 ve Üzeri	9	3,69	1,114		

Tablo 4.16'da görüldüğü üzere yaş ile ekonomik yarar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (p ≥0.05). Buna göre H_{3a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların yaşları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.6.2. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sağlayacağı ekonomik yarar ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.17. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Turizm Ekonomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Ekonomik Yarar						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	3,68	262	3,69	6,595	,011	,992

Tablo 4.17'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile ekonomik yarar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (p≥0.05). Buna göre H_{3b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcılar ister kadın olsun ister erkek olsun, Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.6.3. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sağlayacağı ekonomik yarar ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.18. Katılımcıların Medeni Durumları İle Ekonomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Ekonomik Yarar					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	3,69	,850	,178	,837
Bekar	140	3,67	,979		
Diğer	15	3,81	,787		

Tablo 4.18'de görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile ekonomik yarar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{3c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.6.4. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sağlayacağı ekonomik yarar ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.19. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Ekonomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Ekonomik Yarar					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,62	,956	,334	,800
Lise	139	3,65	,910		
Fakülte/Y.Okul	208	3,70	,845		
Lisansüstü	20	3,83	1,207		

Tablo 4.19'da görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile ekonomik yarar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{3d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir değişle katılımcıların eğitim düzeyleri ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.6.5. 2023 Expo Organizasyonunun Sağlayacağı Ekonomik Yarar İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sağlayacağı ekonomik yarar ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.20. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri İle Ekonomik Yarar Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Ekonomik Yarar					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,57	,962	1,441	,138
Kamuda Yönetici	8	3,38	,817		
Otel Müdürü/Sahibi	7	3,51	,302		
Otel Çalışanı	25	3,79	,795		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,58	,865		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	4,02	,466		
STK Üyesi/Başkanı	8	3,68	1,176		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	3,64	,720		
Restoran Çalışanı	41	4,12	,293		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	3,43	1,249		
Akademisyen	8	4,00	,875		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,69	,901		
Esnaf	69	3,66	,919		
Kamu Çalışanı	12	3,38	1,207		

Tablo 4.20'de görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolleri ile ekonomik yarar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{3e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların kentteki rolleri ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.7. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN KÜLTÜREL DEĞİŞİM İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde kültürel değişimin hipotezlerinin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Kültürel değişimin düzeyine ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.7.1. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel değişim etkisi ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.21. Katılımcıların Yaşları ile Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Değişim					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,88*	,736	2,606	**,036**
26-35	100	3,73	,728		
36-45	124	3,68	,800		
46-55	60	3,66	,785		
56 ve Üzeri	99	3,88*	,736		

Tablo 4.21'de görüldüğü üzere yaş ile kültürel değişim etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{4a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi yaş aralığında bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda, 18-25 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,88) ve 56 ve üzeri yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,88) lehine olmak üzere 26-35 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,73), 36-45 yaş

aralığındaki katılımcılar (x̄:3,68) ve 46-55 yaş aralığındaki katılımcılar (x̄:3,66) arasında "kültürel değişim" düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır. Bir başka ifade ile 18-25 yaş aralığındaki katılımcılar ve 56 ve Üzeri yaş aralığındaki katılımcılar, 26-55 yaş aralığındaki katılımcılara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel değişime katkıda bulunacağı fikrine sahiptir.

4.7.2. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel değişim etkisi ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.22. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Kültürel Değişim						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
30	3,77	262	3,71	5,770	,017	,715

Tablo 4.22'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile kültürel değişim etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{4b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcılar ister kadın olsun ister erkek olsun, Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.7.3. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel değişim etkisi ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.23. Katılımcıların Medeni Durumları İle Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Değişim					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	3,70	,048	,640	,528
Bekâr	140	3,79	,069		
Diğer	15	3,75	,159		

Tablo 4.23'te görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile kültürel değişim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{4c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.7.4. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel değişim etkisi ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.24. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Kültürel Değişim Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Değişim					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,43	,999	1,972	,118
Lise	139	3,70	,752		
Fakülte/Y.Okul	208	3,77	,711		
Lisansüstü	20	3,93	,948		

Tablo 4.24'te görüldüğü üzere Katılımcıların eğitim durumları ile kültürel değişim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{4d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların eğitim durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.7.5. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Değişim İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel değişim etkisi ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.25. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri İle Kültürel Değişim Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Değişim					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,79	,736	4,063	**,000**
Kamuda Yönetici	8	3,98*	,671		
Otel Müdürü/Sahibi	7	4,03*	,138		
Otel Çalışanı	25	4,02*	,745		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,68	,770		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	4,06*	,389		
STK Üyesi/Başkanı	8	4,13*	,501		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	3,98*	,689		
Restoran Çalışanı	41	3,08	,300		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	3,48	1,104		
Akademisyen	8	3,72	,632		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,90	,738		
Esnaf	69	3,63	,821		
Kamu Çalışanı	12	3,83	,826		

Tablo 4.25'te görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolleri ile kültürel değişim arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{4e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda kamuda yönetici (x̄:3,98), otel

müdürü/sahibi (x̄:4,03), otel çalışanı (x̄:4,02), seyahat acentesi çalışanı (x̄:4,06), stk üyesi/başkanı (x̄:4,13) ve restoran müdürü/sahibi (x̄: 3,98) katılımcılar lehine olmak üzere, kamu çalışanı (x̄:3,83), akademisyen (x̄:3,72), seyahat acentesi müdürü/sahibi (x̄:3,68) yerli halk (x̄:3,79), yerel yönetim çalışanı (x̄:3,48), turizm ve otelcilik myo öğrencisi (x̄:3,90) ve esnaf (x̄:3,63) rolündeki katılımcılar arasında "kültürel değişim" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile kamuda yönetici, otel müdürü/sahibi, otel çalışanı ve restoran müdürü/sahibi katılımcılar, kamu çalışanı, akademisyen, seyahat acentesi müdürü/sahibi, yerli halk, yerel yönetim çalışanı, turizm ve otelcilik myo öğrencisi ve esnaflara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel değişime katkıda bulunacağı fikrindedir.

4.8. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN ÇEVRESEL VE KÜLTÜREL KORUMA İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde çevresel ve kültürel koruma hipotezlerinin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Çevresel ve kültürel koruma düzeyine ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.8.1. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun çevresel ve kültürel koruma düzeyi ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.26. Katılımcıların Yaşları İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Çevresel ve Kültürel Koruma					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,69	,836	,366	,833
26-35	100	3,63	,830		
36-45	124	3,57	,936		
46-55	60	3,60	,863		
56 ve Üzeri	9	3,44	1,021		

Tablo 4.26'da görüldüğü üzere yaş ile çevresel ve kültürel koruma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{5a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.8.2. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Etkisi İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun çevresel ve kültürel koruma düzeyi ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.27. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Çevresel ve Kültürel Koruma						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	3,59	262	3,64*	4,634	,032	,587

Tablo 4.27'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile çevresel ve kültürel koruma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{5b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir değişle katılımcılar ister kadın olsun ister erkek

olsun, Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.8.3. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Düzeyi İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun çevresel ve kültürel koruma düzeyi ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.28. Katılımcıların Medeni Durumları İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Çevresel ve Kültürel Koruma					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	3,65	,055	,382	,683
Bekar	140	3,58	,078		
Diğer	15	3,53	,222		

Tablo 4.28'de görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile çevresel ve kültürel koruma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{5c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.8.4. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Düzeyi İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun çevresel ve kültürel koruma düzeyi ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.29. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Çevresel ve Kültürel Koruma					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,51	1,019	,709	,547
Lise	139	3,55	,837		
Fakülte/Y.Okul	208	3,67	,852		
Lisansüstü	20	3,68	1,127		

Tablo 4.29'da görüldüğü üzere Katılımcıların eğitim durumları ile çevresel ve kültürel koruma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{5d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların eğitim durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.8.5. 2023 Expo Organizasyonunun Çevresel ve Kültürel Koruma Düzeyi İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo çevresel ve kültürel koruma düzeyi ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.30. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri İle Çevresel ve Kültürel Koruma Değerlendirilmesi Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Çevresel ve Kültürel Koruma					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,50	,889	2,635	**,002**
Kamuda Yönetici	8	3,53	,958		
Otel Müdürü/Sahibi	7	3,93*	,313		
Otel Çalışanı	25	3,75	,966		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,44	1,178		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	3,85	,580		
STK Üyesi/Başkanı	8	3,72	1,198		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	3,53	,888		
Restoran Çalışanı	41	4,17*	,298		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	2,95	1,243		
Akademisyen	8	3,66	,876		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,61	,852		
Esnaf	69	3,59	,812		
Kamu Çalışanı	12	3,58	,749		

Tablo 4.30'da görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolleri ile çevresel ve kültürel koruma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{5e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit

etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda otel müdürü/sahibi (x̄:3,93) ve restoran çalışanı (x̄:4,17) katılımcılar lehine olmak üzere, seyahat acentesi çalışanı (x̄:3,85), stk üyesi/başkanı (x̄:3,72), kamu çalışanı (x̄:3,58), restoran müdürü/sahibi (x̄: 3,53), akademisyen (x̄:3,66), seyahat acentesi müdürü/sahibi (x̄:3,44) yerli halk (x̄:3,50), kamuda yönetici (x̄:3,53), otel çalışanı (x̄:3,75), yerel yönetim çalışanı (x̄:2,95), turizm ve otelcilik myo öğrencisi (x̄:3,61) ve esnaf (x̄:3,59) rolündeki katılımcılar arasında "kültürel koruma" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile otel müdürü/sahibi ve restoran çalışanı katılımcılar, seyahat acentesi çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, seyahat acentesi müdürü/sahibi, yerli halk, kamuda yönetici, otel çalışanı, yerel yönetim çalışanı, turizm ve otelcilik myo öğrencisi ve esnaflara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun çevresel ve kültürel koruma konusunda katkıda bulunacağı fikrindedir.

4.9. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN DİĞER MALİYETLER İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde diğer maliyetler hipotezlerinin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Diğer maliyetlere ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.9.1. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun diğer maliyetlere olan etkisi ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.31. Katılımcıların Yaşları İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Diğer Maliyetler					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,84	,876	,479	,751
26-35	100	3,71	,994		
36-45	124	3,75	1,041		
46-55	60	3,82	,738		
56 ve Üzeri	9	4,07	1,234		

Tablo 4.31'de görüldüğü üzere yaş ile diğer maliyetlere olan etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (p ≥0.05). Buna göre H_{6a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşları ne olursa olsun, Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisine yönelik görüşleri yakın düzeydedir.

4.9.2. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun diğer maliyetlere olan etkisi ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.32. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Diğer Maliyetler						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	3,76	262	3,79*	1,728	,189	,770

Tablo 4.32'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile diğer maliyetlere olan etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (p≥0.05). Buna göre H_{6b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisinin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcılar ister kadın olsun ister

erkek olsun, Expo Organizasyonu sebebiyle ortaya çıkacak diğer maliyetlere olan etkisine yönelik görüşleri yakın düzeydedir.

4.9.3. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun diğer maliyetlere olan etkisi ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.33. Katılımcıların Medeni Durumları İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Diğer Maliyetler					
Medeni Durum	**n**	**$\bar{x}$**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	3,79	,063	,079	,924
Bekar	140	3,77	,078		
Diğer	15	3,69	,240		

Tablo 4.33'te görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile diğer maliyetlere olan etkisine yönelik düşünceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{6c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisine yönelik görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sebebiyle ortaya çıkacak diğer maliyetlere yönelik görüşleri yakın düzeydedir.

4.9.4. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetleri İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisi ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.34. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Diğer Maliyetler					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,83	1,046	,792	,499
Lise	139	3,69	1,014		
Fakülte/Y.Okul	208	3,84	,882		
Lisansüstü	20	3,67	1,043		

Tablo 4.34'te görüldüğü üzere katılımcıların eğitim durumları ile diğer maliyetlere olan etkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{6d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisine yönelik görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların eğitim düzeyleri ne olursa olsun, Expo Organizasyonu sebebiyle ortaya çıkabilecek diğer maliyetlere yönelik görüşleri yakın düzeydedir.

4.9.5. 2023 Expo Organizasyonunun Diğer Maliyetler İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun sebep olabileceği diğer maliyetler ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.35. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri İle Diğer Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Diğer Maliyetler					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,76	,864	3,325	**,000**
Kamuda Yönetici	8	3,92*	,831		
Otel Müdürü/Sahibi	7	3,52	,424		
Otel Çalışanı	25	3,95*	,936		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,75	1,179		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	3,43	1,066		
STK Üyesi/Başkanı	8	3,71	1,046		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	3,26	1,176		
Restoran Çalışanı	41	4,41*	,446		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	2,91	1,673		
Akademisyen	8	3,83	,617		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,75	,863		
Esnaf	69	3,75	,962		
Kamu Çalışanı	12	3,89	,478		

Tablo 4.35'te görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolleri ile diğer maliyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu

tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{6e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sebebiyle ortaya çıkabilecek diğer maliyetlere olan etkisine yönelik görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda restoran çalışanı ($\bar{x}$:4,41), kamuda yönetici ($\bar{x}$:3,92) ve otel çalışanı ($\bar{x}$:3,95) katılımcılar lehine olmak üzere, otel müdürü/sahibi ($\bar{x}$:3,52), seyahat acentesi çalışanı ($\bar{x}$:3,43), stk üyesi/başkanı ($\bar{x}$:3,71), kamu çalışanı ($\bar{x}$:3,89), restoran müdürü/sahibi ($\bar{x}$: 3,26), akademisyen ($\bar{x}$:3,83), seyahat acentesi müdürü/sahibi ($\bar{x}$:3,75), yerli halk ($\bar{x}$:3,76), yerel yönetim çalışanı ($\bar{x}$:2,91), turizm ve otelcilik myo öğrencisi ($\bar{x}$:3,75) ve esnaf ($\bar{x}$:3,75) rolündeki katılımcılar arasında "Diğer Maliyetler" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile; restoran çalışanı, kamuda yönetici ve otel çalışanı katılımcılar, otel müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı, stk üyesi/başkanı, kamu çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, seyahat acentesi müdürü/sahibi, yerli halk, yerel yönetim çalışanı, turizm ve otelcilik myo öğrencisi ve esnaflara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisinin fazla olacağı fikrindedir.

4.10. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN SOSYAL VE ÇEVRESEL PROBLEMLER İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde sosyal ve çevresel problemler hipotezlerinin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Sosyal ve çevresel problemlere ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.10.1. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sosyal ve çevresel problemleri hakkındaki görüşleri ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.36. Katılımcıların Yaşları İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Sosyal ve Çevresel Problemler					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	2,94	,099	2,223	,066
26-35	100	2,83	1,060		
36-45	124	2,97	1,049		
46-55	60	2,84	1,086		
56 ve Üzeri	9	3,86	,814		

Tablo 4.36'da görüldüğü üzere yaş ile sosyal ve çevresel problemler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{7a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.10.2. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sosyal ve çevresel problemleri hakkındaki görüşleri ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.37. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Sosyal ve Çevresel Problemler						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	2,85	262	2,96*	9,601	,002	,287

Tablo 4.37'de görüldüğü üzere Katılımcıların cinsiyeti ile sosyal ve çevresel problemler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{7b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcılar ister kadın olsun ister erkek olsun, Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.10.3. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sosyal ve çevresel problemleri hakkındaki görüşleri ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.38. Katılımcıların Medeni Durumları İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Sosyal ve Çevresel Problemler					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	2,93	1,097	,277	,758
Bekar	140	2,90	,970		
Diğer	15	3,10	,868		

Tablo 4.38'de görüldüğü üzere Katılımcıların medeni durumları ile sosyal ve çevresel problemler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{7c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.10.4. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sosyal ve çevresel problemleri hakkındaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.39. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Sosyal ve Çevresel Problemler					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,11	,949	4,618	**,003**
Lise	139	2,96	1,079		
Fakülte/Y.Okul	208	2,96	,991		
Lisansüstü	20	2,11*	1,172		

Tablo 4.39'da görüldüğü üzere Katılımcıların eğitim durumları ile sosyal ve çevresel problemler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{7d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda lisansüstü (x̄:2,11) eğitim düzeyine sahip katılımcılar lehine, ilköğretim (x̄:3,11), lise (x̄:2,96) ve fakülte/yüksekokul (x̄:2,96) eğitim düzeyine sahip katılımcılar arasında "sosyal ve çevresel problemler" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılar ilköğretim, lise ve fakülte/yüksekokul eğitim düzeyine sahip katılımcılara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun sosyal ve çevresel problemler doğuracağı fikrindedir.

4.10.5. 2023 Expo Organizasyonunun Sosyal ve Çevresel Problemleri İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun sosyal ve çevresel problemleri hakkındaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri

arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.40. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri İle Sosyal ve Çevresel Problemler Hakkındaki Görüşleri Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Sosyal ve Çevresel Problemler					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	2,99*	,867	9,400	**,000**
Kamuda Yönetici	8	2,55	1,480		
Otel Müdürü/Sahibi	7	2,12	,344		
Otel Çalışanı	25	2,50	1,103		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,04*	1,432		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	3,01*	,821		
STK Üyesi/Başkanı	8	1,77	1,257		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	1,81	,836		
Restoran Çalışanı	41	4,01*	,300		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	1,93	1,174		
Akademisyen	8	2,39	,944		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,05*	,893		
Esnaf	69	2,99*	,981		
Kamu Çalışanı	12	2,64	1,044		

Tablo 4.40'ta görüldüğü üzere Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rolleri ile sosyal ve çevresel problemler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{7e} "Turizm sektörü

paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda seyahat acentesi müdürü/sahibi ($\bar{x}$:4,16), seyahat acentesi çalışanı ($\bar{x}$:3,01), restoran çalışanı ($\bar{x}$:4,01), turizm ve otelcilik myo öğrencisi ($\bar{x}$:3,05), yerli halk ($\bar{x}$:2,99) ve esnaf ($\bar{x}$:2,99) katılımcılar lehine olmak üzere, otel müdürü/sahibi ($\bar{x}$:2,12) stk üyesi/başkanı ($\bar{x}$:1,77), kamu çalışanı ($\bar{x}$:2,64), restoran müdürü/sahibi ($\bar{x}$: 1,81), akademisyen ($\bar{x}$:2,39), kamuda yönetici ($\bar{x}$:2,55), otel çalışanı ($\bar{x}$:2,50) ve yerel yönetim çalışanı ($\bar{x}$:1,93) rolündeki katılımcılar arasında "sosyal ve çevresel problemler" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile seyahat acentesi müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı, restoran çalışanı, turizm ve otelcilik myo öğrencisi, yerli halk, esnaf katılımcılar, otel müdürü/sahibi, stk üyesi/başkanı, kamu çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, kamuda yönetici, otel çalışanı ve yerel yönetim çalışanlarına nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun sosyal ve çevresel problemler doğuracağı fikrindedir.

4.11. 2023 KAHRAMANMARAŞ EXPO ORGANİZASYONUNUN KÜLTÜREL ÇATIŞMA VE EKONOMİK MALİYETLER İLE OLAN ETKİSİNE YÖNELİK BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler hipotezlerinin analiz edilmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler durumuna ait hipotezlerinin analiz edilmesi amacıyla (bağımsız örneklem) T Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizleri yapılmıştır.

4.11.1. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetlere etkisi hakkındaki görüşleri ile yaşları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.41. Katılımcıların Yaşları İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler					
Yaş	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
18-25	99	3,05	,952	,707	,587
26-35	100	2,86	1,019		
36-45	124	3,01	,957		
46-55	60	2,88	,983		
56 ve Üzeri	9	3,07	,812		

Tablo 4.41'de görüldüğü üzere yaş ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p \geq 0.05$). Buna göre H_{8a} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri birbirine yakın düzeydedir.

4.11.2. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler durumu hakkındaki görüşleri ile cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem T Testi yapılmıştır.

Tablo 4.42. Katılımcıların Cinsiyetleri İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler						
Kadın		**Erkek**		**Levene Testi**		**t-test**
N	**X̄**	**N**	**X̄**	**F**	**P**	**P**
130	2,95	262	2,97	3,547	,060	,818

Tablo 4.42'de görüldüğü üzere katılımcıların cinsiyeti ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (p≥0.05). Buna göre H_{8b} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetlerin artmasına yönelik görüşlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiş, kadın katılımcılar (x̄:2,95) ve erkek katılımcılar (x̄:2,97) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle kadın ve erkek katılımcıların 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetlere yönelik düşünceleri yakın düzeydedir.

4.11.3. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Medeni Durumlarına Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve Ekonomik Maliyetler durumu hakkındaki görüşleri ile medeni durumları arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.43. Katılımcıların Medeni Durumları İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler					
Medeni Durum	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Evli	237	2,95	,064	,110	,896
Bekâr	140	2,99	,080		
Diğer	15	2,99	,267		

Tablo 4.43'te görüldüğü üzere katılımcıların medeni durumları ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (p≥0.05). Buna göre H_{8c} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir

farklılık vardır" hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların medeni durumları ne olursa olsun, Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri yakın düzeydedir.

4.11.4. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler durumu hakkındaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.44. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler					
Eğitim Düzeyi	**n**	**x̄**	**s.s.**	**F**	**P**
İlköğretim	25	3,02	,794	4,453	,004
Lise	139	2,97	,991		
Fakülte/Y.Okul	208	3,03	,945		
Lisansüstü	20	2,21*	1,069		

Tablo 56'da görüldüğü üzere Katılımcıların eğitim durumları ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{8d} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda lisansüstü (x̄:2,21) eğitim düzeyine sahip katılımcılar lehine, ilköğretim (x̄:3,02), lise (x̄:2,97) ve fakülte/yüksekokul (x̄:3,03) eğitim düzeyine sahip katılımcılar arasında "Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılar ilköğretim, lise ve fakülte/yüksekokul eğitim düzeyine sahip katılımcılara nazaran 2023

Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük düzeyde olacağı fikrindedir.

4.11.5. 2023 Expo Organizasyonunun Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Durumu İle Katılımcıların Kahramanmaraş İle İlgili Rollerine Yönelik Bulgular

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler durumu hakkındaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasındaki ilişkiyi test edebilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Tablo 4.45. Katılımcıların Kahramanmaraş'taki Rolleri İle Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler Arasındaki Farklılığa Yönelik Tek Yönlü Varyans Testi Sonuçları

Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler					
Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz	**n**	**x̄**	**s.s**	**F**	**P**
Yerli Halk	100	3,03*	,901	4,648	**,000**
Kamuda Yönetici	8	2,45	1,405		
Otel Müdürü/Sahibi	7	2,20	,945		
Otel Çalışanı	25	2,77	1,032		
Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi	8	3,03*	1,071		
Seyahat Acentesi Çalışanı	10	2,86	,687		
STK Üyesi/Başkanı	8	1,62	1,066		
Restoran Müdürü/Sahibi	9	2,31	1,261		
Restoran Çalışanı	41	3,48*	,303		
Yerel Yönetim Çalışanı	19	2,32	1,096		
Akademisyen	8	2,38	,680		
Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi	68	3,14*	,955		
Esnaf	69	3,10*	,925		
Kamu Çalışanı	12	2,92	1,063		

Tablo 4.45'te görüldüğü üzere katılımcıların Kahramanmaraş ile ilgili rolleri ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p \leq 0.05$). Buna göre H_{8e} "Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılığın hangi rol durumunda bulunan katılımcılardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Uygulanan Tukey testi sonucunda yerli halk ($\bar{x}$:3,03), seyahat acentesi müdürü/sahibi ($\bar{x}$:3,03), restoran çalışanı ($\bar{x}$: 3,48), turizm ve otelcilik myo öğrencisi ($\bar{x}$:3,14) ve esnaf ($\bar{x}$:3,10) katılımcılar lehine olmak üzere, otel müdürü/sahibi ($\bar{x}$:2,20), seyahat acentesi çalışanı ($\bar{x}$:2,86), stk üyesi/başkanı ($\bar{x}$:1,62), kamu çalışanı ($\bar{x}$:2,92), restoran müdürü/sahibi ($\bar{x}$: 2,31), akademisyen ($\bar{x}$:2,38), kamuda yönetici ($\bar{x}$:2,45), otel çalışanı ($\bar{x}$:2,77) ve yerel yönetim çalışanı ($\bar{x}$:2,32) rolündeki katılımcılar arasında "Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler" düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile yerli halk, seyahat acentesi müdürü/sahibi, restoran çalışanı, turizm ve otelcilik myo öğrencisi ve esnaf katılımcılar, otel müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı, stk üyesi/başkanı, kamu çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, kamuda yönetici, otel çalışanı ve yerel yönetim çalışanlarına nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetleri artıracağı fikrindedir.

Tablo 4.46. Araştırmaya Dair Hipotezlerin Sonuç Tablosu

HİPOTEZLER	**KABUL**	**RED**
H_1: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajını geliştireceği ve sağlamlaştıracağı konusundaki görüşleri olumludur.	✔	
H_{1a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{1b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔

Tablo 4.46. devam

H_{1c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{1d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{1e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun şehir imajının gelişimi konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_2: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu sayesinde şehrin turizm değerlerinin gelişeceği görüşündedir.	✔	
H_{2a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{2b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{2c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{2d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{2e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_3: Turizm sektörü paydaşları Kahramanmaraş İli'nin Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlayacağı görüşündedir.	✔	
H_{3a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{3b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{3c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{3d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{3e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde ekonomik yarar sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_4: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği görüşündedir.	✔	

Tablo 4.46. devam

H_{4a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{4b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{4c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{4d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{4e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişimin olumlu yönde değişim göstereceği konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{5}: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı görüşündedir.	✔	
H_{5a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{5b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{5c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{5d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{5e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{6}: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisinin düşük düzeyde olacağı görüşündedir.		✔
H_{6a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisini konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔

Tablo 4.46. devam

H_{6b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisini konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{6c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisini konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{6d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisini konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{6e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisini konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{7}: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı düşüncesindedir.		✔
H_{7a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{7b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{7c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{7d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemleri konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{7e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemler konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{8}: Turizm sektörü paydaşları Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük düzeyde olacağı görüşündedir.		✔
H_{8a}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{8b}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{8c}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.		✔
H_{8d}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	
H_{8e}: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu'nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	✔	

Tablo 4.46. devam

H_9: Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu hakkındaki genel değerlendirmeleri olumludur.	✔	

Tablo 4.46'da görüldüğü üzere araştırma kapsamında geliştirilen 9 ana hipotez ve 40 alt hipotezden, bulgular sonucunda 6 ana hipotez ile 10 alt hipotez kabul edilmiş ve 3 ana hipotez ve 30 alt hipotez reddedilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmadan elde edilen bulgular şunlardır:

Araştırma kapsamında turizm sektörü paydaşlarının kenti tanımlamaya ilişkin detaylı bilgi sorularına verdikleri cevaplar incelenmiştir. Sorulara dair elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük bir kısmı Kahramanmaraş'ı tanımlayan unsurun kentin coğrafi işaretli ürünü olan "Kahramanmaraş Dondurması" olduğu düşüncesindedirler. Sıralamaya bakıldığında diğer yüksek orana sahip olan unsurun "İstiklal Madalyası" olduğunu ifade etmişlerdir. Kenti tanımlayan düşük orana sahip unsurların ise "şiir" ve "Germanicia Antik kenti" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde katılımcıların Kahramanmaraş denildiğinde akıllarına ilk olarak "Kahramanmaraş dondurması" geldiği görülmektedir. Bu doğrultuda Kahramanmaraş dondurmasının kentle özdeşleşen bir değer olduğu söylenebilir.

Yapılan araştırmada turizm sektörü paydaşlarının kentin tanıtımında öne çıkarılması gereken değerlere ilişkin sorulara verdikleri cevaplar incelenmiştir. Kentin tanıtımında öne çıkarılması gereken değerler incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun "kentin yöresel mutfağının" ve "dondurmasının" tanıtımda ön planda olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan katılımcıların yarısına yakını ise, "şiirin" ve "doğal güzelliklerinin" ön plana çıkarılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Sonuç olarak, katılımcıların çoğunluğu kentin tanıtımında "yöresel mutfağın" ve "dondurmanın" öne çıkarılması gerektiği düşüncesindedir.

Kahramanmaraş turizm sektörü paydaşlarının kentin marka imajı gelişiminde öne çıkarılması gereken değerlere ilişkin sorulara verdikleri cevaplar incelenmiştir. Kentin marka imajı gelişiminde değerlendirilmesi gereken öğeler incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu "dondurmanın" değerlendirilmesi gerektiğini düşünürken, bir kısmı da "yöresel mutfağın" kentin marka imajı gelişiminde değerlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Bunun yanı sıra katılımcılar "şiirin" kent imajı gelişiminde en son sırada değerlendirilecek unsur olduğu görüşündedirler.

Araştırmada kullanılan mega etkinlik ölçeğinin 39 önerme ve 8 boyuttan oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırma kapsamında ortaya çıkarılan boyutlar, Expo organizasyonunun ortaya çıkarabileceği tüm etkiler açısından incelenmiştir. Buna göre Expo organizasyonun şehre olumlu etkiler yapabileceği gibi olumsuz etkiler ortaya çıkarabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Expo organizasyonun olumlu etkilerini ele alan boyutlar; "şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma", "turizm değerlerinin gelişimi", "ekonomik yararlar", "kültürel değişim", "çevresel ve kültürel koruma" boyutlarıdır. Olumsuz etkilerini ele alan boyutlar ise "sosyal ve çevresel problemler", "kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler" ve "diğer maliyetler", isimli boyutlardır. Boyutlara yönelik elde edilen bu sonuç Yang vd. (2010) ve Berberoğlu (2012) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Her iki araştırmada da böyle bir organizasyonun etkileri 8 boyut altında açıklanmaya çalışılmıştır.

Yapılan araştırmada mega etkinlik ölçeği boyutları içerisinde özdeğeri en yüksek düzeyde açıklanan boyutun "sosyal ve çevresel problemler" boyutunda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, Şimşek (2012)'in ve Berberoğlu (2012)'nun yapmış olduğu araştırma sonuçlarının aksi yönünde gerçekleşmiştir.

Yapılan araştırmada mega etkinlik ölçeği boyutları içerisinde özdeğeri en düşük düzeyde açıklanan boyutun "diğer maliyetler" boyutunda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Şimşek (2012)'in elde etmiş olduğu araştırma sonuçları ile bu araştırma sonuçlarıyla farklılık göstermektedir. Şimşek, araştırmasını mega etkinlik ile aynı zamanında gerçekleştirmiştir. Bu durum, araştırma sonuçlarının farklı yönde olmasına etki etmiş olabileceği düşünülmektedir.

Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun şehir imajını geliştireceği ve sağlamlaştıracağına yönelik düşünceleri değerlendirildiğinde, katılımcıların görüşlerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişioğlu ve Selvi (2013) ve Adenova (2013) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların Botanik Expo organizasyonun şehir imajının gelişmesi ve sağlamlaşmasına yönelik düşünceleri ve demografik değişkenler arasındaki durum değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların Botanik Expo organizasyonun şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırması ile yaşları, cinsiyetleri, medeni durumları, eğitim durumları ve Kahramanmaraş ilindeki rolleri değişkenleri arasında bir farklılık tespit edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo organizasyonu sayesinde şehrin turizm değerlerinin gelişeceği yönündeki görüşlerinin olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların Botanik Expo organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile yaşları arasında bir farklılık tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; 18-25, 26-35, 36-45, 46-55 yaş aralığındaki katılımcılar, 56 ve üzeri yaş aralığındaki katılımcılara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun turizm değerlerinin gelişimine daha fazla katkıda bulunacağı fikrine sahiptir. Bununla birlikte Katılımcıların Botanik Expo organizasyonu ile şehrin turizm değerlerinin gelişeceği konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ilindeki rolleri arasında bir farklılık tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; otel müdürü/sahibi, seyahat acentası çalışanı ve Turizm ve Otelcilik MYO öğrencileri olan katılımcılar restoran müdürü/sahibi, akademisyen, seyahat acentası müdürü/sahibi, yerli halk, kamuda yönetici, otel çalışanı, yerel yönetim çalışanı ve esnaflara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun turizm değerlerinin gelişimine daha fazla katkıda bulunacağı fikrine sahiptir. Öte yandan katılımcıların Botanik Expo organizasyonun turizm değerlerinin gelişeceği yönündeki görüşleri ile cinsiyetleri, medeni durumları ve eğitim durumları değişkenleri arasında bir farklılık tespit edilmemiştir.

Araştırma kapsamında turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun ekonomik yarar sağlayacağına yönelik düşünceleri değerlendirildiğinde, katılımcıların görüşlerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların Botanik Expo organizasyonun ekonomik yarar sağlayacağına yönelik düşünceleri ve demografik değişkenler arasındaki durum değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların Botanik Expo organizasyonun ekonomik yarar sağlayacağına yönelik görüşleri ile yaşları, cinsiyetleri, medeni durumları, eğitim durumları ve Kahramanmaraş ilindeki rolleri değişkenleri arasında bir farklılık tespit edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel değişime yönelik düşünceleri değerlendirildiğinde, katılımcıların Botanik Expo Organizasyonunun kültürel değişime olumlu yönde etki edeceği görüşünde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Kızılırmak (2006) tarafından yapılan araştırmada elde edilen sonuçlarla benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların Botanik Expo organizasyonun kültürel değişime yönelik düşünceleri ve demografik değişkenler arasındaki durum değerlendirilmiştir. Elde edilen

sonuçlara göre; katılımcıların Botanik Expo organizasyonun kültürel değişime yönelik düşünceleri ile yaşları arasında bir farklılık tespit edilmiştir. 18-25 yaş ve 56 ve üzeri yaş aralığındaki katılımcılar, 26-35 ve 36-45 yaş aralığındaki katılımcılara nazaran Botanik Expo Organizasyonunun kültürel değişime daha fazla olumlu katkı sağlayacağı görüşüne sahiptir. Bununla birlikte, katılımcıların Botanik Expo organizasyonun kültürel değişime yönelik düşünceleri ile Kahramanmaraş'taki rolleri arasında bir farklılık tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; kamuda yönetici, otel müdürü/sahibi, otel çalışanı ve restoran müdürü/sahibi katılımcılar, kamu çalışanı, akademisyen, seyahat acentası müdürü/sahibi, yerel halk, yerel yönetim çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencileri ve esnaflara nazaran Botanik Expo Organizasyonunun kültürel değişime daha fazla katkı sağlayacağı görüşüne sahiptir. Elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların Botanik Expo organizasyonun kültürel değişime olumlu katkı sağlayacağına yönelik görüşleri ile cinsiyetleri, medeni durumları ve eğitim durumları değişkenleri arasında bir farklılık tespit edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma dâhilinde turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri değerlendirildiğinde, katılımcıların Botanik Expo Organizasyonunun çevresel ve kültürel koruma sağlanacağı yöndeki görüşlerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Boğan ve Sarıışık (2016) araştırmalarında turizmin çevresel etkisine yönelik tutumları ile ilgili elde ettiği sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu sayesinde çevresel ve kültürel korumanın sağlanacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Otel müdürü/sahibi ve restoran çalışanı katılımcılar, seyahat acentesi çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, seyahat acentesi müdürü/sahibi, yerli halk, kamuda yönetici, otel çalışanı, yerel yönetim çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencisi ve esnaflara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun çevresel ve kültürel koruma konusunda daha fazla katkıda bulunacağı fikrinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte; katılımcıların Botanik Expo organizasyonun çevresel ve kültürel koruma sağlanacağına yönelik görüşleri ile yaşları, cinsiyetleri, medeni durumları ve eğitim durumları değişkenleri arasında bir farklılık tespit edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisi konusundaki görüşleri değerlendirildiğinde,

katılımcıların Botanik Expo Organizasyonunun diğer maliyetlere etkisinin yüksek olacağı düşüncesinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında Botanik Expo organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisi ile Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Restoran çalışanı, kamu yöneticisi ve otel çalışanı katılımcılar, otel müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı, STK üyesi/başkanı, kamu çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, seyahat acentesi müdürü/sahibi, yerli halk, yerel yönetim çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencisi ve esnaflara nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun diğer maliyetlere olan etkisinin yüksek düzeyde olacağı fikrinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri değerlendirildiğinde, katılımcıların Botanik Expo Organizasyonunun sosyal ve çevresel problemlerin orta düzeyde olacağını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç Vij vd. (2019)'nın araştırma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Araştırmada elde edilen başka bir sonuç ise turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile eğitim düzeyleri değişkeni arasında bir farklılığın olduğu yönündedir. Lisans Üstü eğitim düzeyine sahip katılımcılar, ilköğretim, lise ve fakülte/yüksekokul eğitim düzeyine sahip katılımcılara nazaran 2030 Kahramanmaraş Botanik Expo organizasyonunun sosyal ve çevresel problemler doğmasına sebep olacağı görüşündedirler. Bununla birlikte, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile sosyal ve çevresel problemlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ile Kahramanmaraş'la ilgili rolleri arasında bir farklılığın olduğu yönündedir. Seyahat acentesi müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı, restoran çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencisi, yerli halk, esnaf katılımcılar, otel müdürü veya sahibi, STK üyesi/başkanı, kamu çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, kamuda yönetici, otel çalışanı ve yerel yönetim çalışanlarına nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun sosyal ve çevresel problemler doğuracağı fikrindedir.

Araştırmada, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük olacağı konusundaki görüşleri değerlendirildiğinde, katılımcıların Botanik Expo Organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının orta seviyede olacağını düşündükleri sonucuna

ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç, Yang vd. (2010) tarafından yapılan araştırma sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak bu sonuç, Vij vd. (2019)'nin yaptığı çalışma sonuçları ile aksi yönde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetlerin düşük düzeyde olacağı konusundaki görüşleri ve eğitim düzeyleri arasında bir farklılık olduğu sonucu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre lisans üstü eğitim düzeyine sahip katılımcılar, ilköğretim, lise ve fakülte/yüksekokul eğitim düzeyine sahip katılımcılara nazaran Botanik Expo Organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının düşük düzeyde olacağı görüşündedirler. Ayrıca turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu ile kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler konusundaki görüşleri ve Kahramanmaraş ile ilgili rolleri arasında bir farklılık gözlemlenmiştir. Yerli halk, seyahat acentesi müdürü/sahibi, restoran çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencisi ve esnaf katılımcılar, otel müdürü/sahibi, seyahat acentesi çalışanı, STK üyesi /başkanı, kamu çalışanı, restoran müdürü/sahibi, akademisyen, kamuda yönetici, otel çalışanı ve yerel yönetim çalışanlarına nazaran 2023 Kahramanmaraş Expo organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyetlerin düşük düzeyde olacağı fikrine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuçların ortaya çıkmasında etkili olan unsurun ise kent içinde farklı rollere sahip katılımcıların 2023 Botanik Expo Organizasyonun kente olan etkisini farklı düşüncelerde yorumladıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında, turizm sektör paydaşlarının 2023 yılında, Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Botanik Expo Organizasyonu hakkındaki genel değerlendirmeleri incelendiğinde, katılımcıların Botanik Expo Organizasyonu hakkındaki genel değerlendirmelerinin olumlu görüşe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen araştırma sonuçları değerlendirildiğinde katılımcıların her ne kadar Expo organizasyonunun olumsuz etkileri olabileceği görüşünde olsalar da yine de sağlayacağı ekonomik yararlar da olduğunu düşündüklerinden sosyo-kültürel problemler oluşturabileceği, diğer maliyetleri artırabileceği gibi olumsuz etkilerini görmezden gelebilecekleri görüşündelerdir. Ortaya çıkarılan bu sonuç Boğan ve Sarıışık (2016) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile aynı yöndedir.

Araştırma sonuçları dikkate alınarak, şehirdeki yerel yönetimlere, turizm sektörü paydaşlarına ve araştırmacılar olmak üzere öneriler sunulmuştur.

Yerel Yönetime Öneriler;

- Araştırma kapsamında turizm sektörü paydaşlarının büyük bir kısmı Kahramanmaraş'ı tanımlayan ve Kahramanmaraş denince akla ilk gelen unsurun Kahramanmaraş Dondurması ve yöresel mutfağı olduğu düşüncesindedirler. Bu sonuçtan hareketle, şehre yönelik bir zenginlik unsuru olan istiklal madalyası, Germanicia Antik kenti ve şiiri gibi değerlerinin gerek şehir içinde gerekse yurt içinde daha çok tanıtılmasına yönelik tanıtıcı faaliyetler ve organizasyonlar yapılabilir.
- Yapılan araştırmada turizm sektörü paydaşlarının büyük çoğunluğunun tanıtımda ve marka imajı gelişiminde "kentin yöresel mutfağının" ve "dondurmasının" ön planda olması gerektiğini düşündükleri tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle, yerel yöneticiler ve destinasyon yöneticileri tarafından Kahramanmaraş ili için yöresel mutfağı ve dondurmayı da kapsayan yeni bir logo ve marka çalışması yapılabilir.
- Araştırma kapsamında turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun ekonomik yarar sağlayacağına yönelik görüşlerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda turizm sektörü paydaşlarının elde edeceği ekonomik yararı maksimum düzeye getirebilmek için 2023 yılında gerçekleştirilecek bu organizasyonun yurt içi ve yurt dışından daha fazla katılım olması için Botanik Expo 2023 etkinliğinin tanıtımına yönelik çalışmaların artırılması sağlanabilir. Bu durum girişimci ve yatırımcıların da ilgisini çekebilir ve sonuç olarak şehre yapılacak yatırımların miktarı ve değeri aratabilir.
- Araştırmada kamuda yönetici, otel müdürü/sahibi, otel çalışanı ve restoran müdürü/sahibi katılımcılar, kamu çalışanı, akademisyen, seyahat acentası müdürü/sahibi, yerel halk, yerel yönetim çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencileri ve esnaflara nazaran Botanik Expo Organizasyonunun kültürel değişime daha fazla katkı sağlayacağı görüşüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketler turizm sektörü paydaşlarından olan öğrenci ve yöre esnafına etkinliğin kapsamı ve önemi hakkında bilgilendirici çalışmalar

yapılabilir. Bu durum esnafın, Expo organizasyonu için şehre gelecek turist sayesinde daha fazla ekonomik yarar sağlamasına sebep olacaktır.

- Araştırmada, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun sosyal ve çevresel problemlerin orta düzeyde olacağını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Botanik Expo organizasyonunun sosyal ve çevresel problemlerin azaltılması için farkındalık oluşturabilecek afişler ve uyarı tabelaları asılabilir. Bu durum hem yöre halkının hem de gelecek turistlerin daha bilinçli davranmasına sebep olacaktır.

- Araştırmada, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonunun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışının orta seviyede olacağını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Expo 2023 nedeniyle ortaya çıkabilecek kültürel çatışma ve ekonomik maliyetlerin daha az olmasını sağlamak amacıyla, yerel yöneticiler etkinlik süresince doğrudan Expo 2023 alanına giden alternatif bir yol planlayarak şehirde yaşanabilecek kargaşa önlenebilir. Bununla birlikte özellikle şehir dışından veya yurt dışından gelecek turistler için Expo organizasyonunun bulunduğu alanı işaret eden trafik yönlendirme tabelaları sayesinde yerel halk ve fuar katılımcıları arasında oluşabilecek kültürel çatışmaların da önüne geçebilir.

- Elde edilen araştırma sonuçlarına göre turizm sektörü paydaşları Expo organizasyonunun hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceği görüşündedirler. Bu nedenle paydaşların olumlu etkilerinden maksimum seviyede faydalanmaları, olumsuz etkilerinden de minimum seviyede etkilenmeleri için gereken tüm önlemler alınmalıdır.

Turizm Sektör Paydaşlarına Öneriler;

- Şehrin tanıtımı ve ekonomik yararlar için bir fırsat niteliği taşıyan bu organizasyon hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaları için araştırma yapabilirler. Bu durum paydaşlarının Expo organizasyonundan maksimum fayda sağlamalarına sebep olabilir.

- Expo Organizasyonu oldukça büyük ölçekli bir organizasyon olup, şehrin tüm paydaşları tarafından sahip çıkılması gereken bir etkinliktir. Bu nedenle zamanı geldiğinde yerel yönetimlere katkı sağlamak için herkes

iş birliği halinde olmalıdır. Bu durum faydaları maksimize, zararları minimize edebilir.

- Expo organizasyonu için şehre gelen turistler yöre halkı ve esnafların misafirperverliği ile karşılanırsa, ziyaretçiler organizasyon sonrası da geziye gelebilirler. Bu durum Kahramanmaraş İli'nin turizm gelirlerinin artmasına neden olabilir.

Araştırmacılara Öneriler;

- Bu araştırma Kahramanmaraş şehrinin mega etkinliklere bakış açısını konu alan öncül bir araştırma olmakla birlikte, bu alandaki araştırmacılara ilgili alanın daha fazla geliştirilebilmesi amacıyla çeşitli araştırma konuları önerilebilir. Öncelikle, bu araştırma kapsamında Kahramanmaraş'ta düzenlenecek olan Expo Organizasyonu kullanılan Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği Türkiye'nin diğer şehirlerinde yapılacak mega etkinliklere ışık tutmak amacıyla kullanılabilir.
- Aynı zamanda Kahramanmaraş'ın mega etkinliklere bakış açısının sadece Expo için değil, tüm mega etkinlikler için de incelenmesi mümkündür.
- Bununla birlikte bu araştırma mega etkinliğin şehre olan etkisini etkinlikten önce ölçmeye çalışmıştır. Botanik Expo Organizasyonu sırasında ve sonrasında benzer araştırmalar yapılabilir ve sonuçları bu araştırma ile kıyaslanabilir.

KAYNAKLAR

Adenova, A. (2013). *Uluslararası Turizm Fuarlarının Kazakistan Turizmine Etkileri.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ak, D. (2015). Olimpiyat Oyunlarının Ev Sahibi Kente Etkileri Açısından Değerlendirilmesi. Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies, *2*(1):1-19.

Akyol, D. A. (2007). Dönüştürücü Bir Güç Olarak Expolar: İzmir'in Expo 2015 Adaylığı Yolunda Dünya Fuarlarına Bir Bakış. Ege Mimarlık Dergisi, *2*(61):6-13.

Altun, T. D. A. (2003). *Dünya Fuarlarının/Expoların Mimari Değerlendirmesi: Türk Pavyonları*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Atay, L. ve Altınışık, Ö. (2017). Etkinliklerin Destinasyon Markalaşmasına Etkisi: Çanakkale Savaşlarının 100.Yılı Anma Etkinlikleri Örneği. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, *18*(40):110-128.

Ateş, Ç. (2019). *Uluslararası Ticaret Fuarları Ve Uluslararası Ticaret Fuarlarının Etkinliğinin Arttırılması Üzerine Bir Saha Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Aydoğuş, O., Değer, Ç., Çalışkan, E. T., Günal, G. G. (2015). Regional Input-Output Analysis of A Mega-Event: Possible Impact of EXPO on Izmir Economy. Anadolu University Journal of Social Sciences, *15*(2):75-83.

Badak, S. (2018). *Türkiye'de Milli Fuarcılığın Durum Tespiti ve Gelişimine Yönelik Bir Model Önerisi*. Doktora Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.

Baycar, K. (2010). 2010 Yılı Avrupa Kültür Başkenti İstanbul Üzerine Yazılanlar, Yapılanlar. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, *8*(16):725-740.

Berberoğlu, T. (2012). *Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Unıversıade Kış Oyunları.* Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Birdir, S. S., Toksöz, D., Birdir, K. (2018). Katılımcıların Karnavalın Geliştirilmesine Yönelik Önerileri: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *22*(2):443-458.

Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *12*(2):325-342.

Cançat, A. (2016). 2010 Avrupa Kültür Başkenti İstanbul Kültür Ve Sanat Projelerinin Kurumsal Disiplinleri; İstanbul Kültür Sanat Vakfı, Kültür A.Ş. Örneği. Art - Sanat Dergisi, (6):229-241.

Cihan, Y. (2019). *Festivallerin, Destinasyon Pazarlamasına Olan Yararları: 10. Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali Örneği.* Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Coşkunkurt, E. Y. (2007). *Fuar Organizasyon ve Yönetimindeki İletişim Stratejileri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çakır, A. A. (2019). *Öncülleri Ve Sonuçları Bağlamında Akademisyenlerde İş Yeri Mutluluğu: Bir Model Denemesi.* Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.

Çalış, H. (2014). Kahramanmaraş'ta Geleneksel El Sanatları, Doğan O. (Ed.). *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş Ansiklopedisi*, Kahramanmaraş Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları. 1. baskı, Kahramanmaraş, ss.299-325.

Çelik, F. ve Aslantaş, F. (2018). Gelecek Nesiller İçin Yeşil Bir Dünya: Expo 2016 Antalya. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, *11*(56):1057-1070.

Çetin, A. (2017). *Fuar Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algıları: Expo 2016 Antalya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Demirkapı, K. (2017). *Bir Pazarlama Aracı Olarak Uluslararası Turizm Fuarları: Konaklama İşletmeleri İçin Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (2019). *EXPO Fuarları Bilgi Notu*, Kahramanmaraş.

Doğan, O. (2014). Maraş'ın İstiklal Mücadelesi. *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş Ansiklopedisi*, Kahramanmaraş Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları. 1. baskı, Kahramanmaraş, ss.65-79.

Dündar, Ş. G. (2007). Yüzyılların Savaşında Son Dönem: "Expo" ve İzmir. Ege Mimarlık Dergisi, *2*(61):14-17.

Egercioğlu, Y. ve Ercoşkun, Ö. (2015). İzmir'de Sürdürülebilir Kentsel Planlama İçin Expo Alanının Sunduğu Riskler ve Fırsatlar. Planlama Dergisi, *15*(1):8-20.

Ersoy, P., Gülmüş, B., Tek, Ö. B. (2012). Event Logistics For Expo 2020 İzmir. 10th International Logistics and Supply Chain Congress, Kemerburgaz University, İstanbul.

Eryılmaz, S. S. ve Cengiz, H. (2012). Mega Etkinliklerin Kent Mekânına Ekonomik Yansımaları, Formula 1 Örneği. Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezlerinden Üretilmiş Yayınlar, (4):77-96.

Esentaş, M., Güzel, P., Özbey, S., Çelik, E. (2018). Mega Spor Organizasyonları Sporcularının Gözüyle Olimpik Hareket ve Olimpizm Algıları. Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, *3*(4):32-47.Geppert, A. C. T., Coffey, J., Lau, T. (2006). *International Exhibitions, Expositions Universelles and World's Fairs, 1851-2005: A Bibliography*. Freie Universität, Berlin.

Expo Yönetimi, Onikişubat Expo Alanı, (12.10.2019, 15.30)

Gökhan, İ. (2014). Kahramanmaraş Tarihi, Doğan O. (Ed.). *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş Ansiklopedisi*, Kahramanmaraş Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları. 1. baskı, Kahramanmaraş, ss.17-21.

Göral, K. (2015). Passing Success Percentages and Ball Possession Rates of Successful Teams in 2014 FIFA World Cup. International Journal of Science Culture and Sport, *3*(1):86-95.

Görkemli, H. N., Matir, L., Çelik, C., Seki, Ö. (2014). Kent İmajı Açısından Olimpiyatlar; Selçuk Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, *2*(3):178-196.

Gubic, I. (2010). The Impact Of Expo 2010 On Urban Development Of Shanghai. 2. Simpozijum Studenata Doktorskıh Studija Iz Oblastı Gradevinarstva, Arhitekture İ Zastite Zivotne Sredine, New York: PhIDAC.

Gül, M. (2016). *Kahramanmaraş İlinde Yaşayan Yerel Halkın Kırsal Turizme Bakışının Değerlendirilmesi: Ekinözü İçmeleri ve Ilıca Kaplıcaları Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Gül, S. (2019). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Kültürel, Sosyo-Ekonomik ve Mekânsal Etkileri: Deaflympics Samsun 2017. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, *41*:29-51.

Güler, N. (2019). *Yenilikçi İnsan Kaynakları Uygulamalarının Z Kuşağının Mutluluğuna ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Bankacılık Sektöründe Karma Yöntem Araştırması* Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gürbüz, M., Sandal, E. K., Karabulut, M. (2004). Kahramanmaraş'ın Kuruluşu, Gelişimi ve Mekânsal Analizi. Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, C.1, ss. 276-285, Denizli.

Gürbüz, M., Yıldırım, U., Belli, A. (2014). Büyükşehir Belediye Kanunu'nun Kahramanmaraş İli Ölçeğinde Analizi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, *1*(5):102-135.Jago, L., Dwyer, L., Lipman, G., Lill, D. van, Vorster, S. (2010). Optimising The Potential Of Mega-Events: An Overview. International Journal of Event and Festival Management, *1*(3):220-237.

Kaçar, E. (2013). *Fuar İşletmeciliğinin Turizm Üzerine Etkileri ve Bir Model Önerisi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kalaycı, Ş. (2019). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 9. Baskı, Dinamik Akademi Yayınları, Ankara.

Kamiloğlu, F. (2010). *Kentsel Markalaşma Sürecinde Reklamın Rolü: 2010 İstanbul Kültür Başkenti Projesinin Değerlendirilmesi.* Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kantürer, E. (2016). *Büyük Ölçekli Uluslararası Etkinliklerin Kentlerin Pazarlanması Bağlamında Değerlendirilmesi: Antalya 2016 Botanik Expo Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Kara, E. (2019). *Türkiye'de Fuarcılık Sektörü ve Fuar Şirketlerinde Kurumsallaşma: Bir Firma Araştırması.* Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Karakullukcu, B. (2016). *Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkentliği'nin Ulusal Basındaki Yansımalarının Şehir Pazarlaması Ekseninde Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Katipoğlu, S. (2009). Avrupa Kültür Başkentleri, Kütüphaneleri ve İstanbul 2010. Bilgi Dünyası Dergisi, *10*(2):303-308.

Keleş, H. (2018). *Fuar Turizmi Ve Gelişimi: Manavgat Destinasyonundaki Turizm Sektörü Temsilcilerinin Bakış Açısına Yönelik Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Kızılcık, O. (2016). *Turizme Hizmet Sunan Pastane İşletmelerinde Çalışan Geleneksel Maraş Dondurması Üretim Personelinin Hijyen ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi ve Uygulama Düzeyi Üzerine Bir Araştırma*.

Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. Sosyal Bilimler Dergisi, (15):181-196.

Kişioğlu, E., Selvi, M. S. (2013). Yerel Etkinliklerin Tekirdağ'ın Destinasyon İmajına Etkisi: Yerel Paydaşlar Açısından Bir Değerlendirme. International Anatolia Academic Onlibe Journal, *1*(1):68-102.

Koç, K. (2009). Tarih Boyunca Maraş Şehri'nin Gelişmesini Etkileyen Faktörler. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (21):311-326.

Kompil, E. İ., Kompil, M. (2012). EXPO'92 Organizasyonunun Sevilla Kentine Kazandırdıkları. Oda Dergisi, (4):33-38.

Köktürk, M. S., Çobanoğlu, E. (Ed.). (2019). *Pazarlama Düşüncesiyle Sürdürülebilir Fuarcılık ve İstihdam*. 1. Baskı, Sokak Yayın Grubu, İstanbul.

Li, L. (2018). Urban Planning and Mega-Event Projects: Lessons from Expo 2010, Shanghai. An Overview of Urban and Regional Planning, 122-139.

Menoni, S. (2017). *Mega-event (Milan EXPO) Case Study Manual.* European Disasters in Urban centres: a Culture Expert Network (3C – Cities, Cultures, Catastrophes,Wageningen University, Wageningen

Moreira, M. Q. R. F. (2017). *International Exhibıtions And Urbanism Production: Comparative Study Of Lisbon And Seville*. Unpublished Master Thesis. Tecnico Lisboa University, Lisboa.

Ökmen, M., Ergüder, C., Uluç, Ç. (2012). Expo 2020 Organizasyonu ve İzmir'in Marka Kent Olabilme Potansiyeli, Ş. Hacıyev (Ed.). *World Economic Development Paradigm: Market And Beyond.*, C. 1, ss. 413-421, Bakü

Özkelle, D. (2006). *Expoların Gelişim Süreci ve Kentle Etkileşimleri; İzmir Expo 2015 Örneğinde Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Paça, R. (2015). *Kahramanmaraş ve Civarında Giyilen Geleneksel Kadın Tören Giysilerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Pehlivan, A. Ç. (1996). *Fuarcılık, Türkiye ve Avrupa Fuarcılığına Karşılaştırmlı Bir Bakış*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Penpecioğlu, M. (2012). *The Polıtıcal Constructıon Of Urban Development Projects: The Case Of Izmir*. Unpublished Doctoral Thesis, The Graduate School Of Socıal Scıences Of Mıddle East Technıcal Unıversıty, Ankara.

Polat, M. (2019). Expo ve Türkiye. Uluslararası İşletme,Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi, *3*(1):28-39.

Sarıçay, Ş. (2010). *Küçük ve Orta Boy İşletmelere (Kobi) Yönelik Fuar Teşvikleri ve Fuarların Türkiye Ekonomisine Katkısı*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Senem, T. (2011). *Kentler Arası Rekabet, Kentsel Pazarlama Ve Markalaşmanın Planlama Açısından Değerlendirilmesi İzmir Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Serçek, G. Ö. ve Serçek, S. (2018. FIFA Dünya Kupasının Ekonomiye ve Turizme Etkileri. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, *8*(2):68-79.

Serçek, S. (2015). *Sürdürülebilir Turizm Kalkınması Kapsamında Marka Kentler ve Diyarbakır'ın Marka İmajı*. Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.

Şahin, Y. (2010). Olimpiyat Kentinden Olimpiyat Devletine. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, *12*(18):73-80.Şenduran, F. ve Donuk, B. (2009). Beden Eğitimi Öğretmenleri ve Akademisyenlerin Olimpiyat Oyunları Hakkındaki Görüşleri. Spor Bilimleri Dergisi, *20*(2):40-50

Şengel, Ü., Zengin, B., Şengel, T., Işkin, M. (2018). Kongre ve Fuar Organizasyonlarının Turizm Sektörüne Etkileri: EMİTT Örneği. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, *7*(1):4-20.

Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (23):79-89.

Şimşek, K. Y. (2012). Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması (2011 Erzurum 25. Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları). Pamukkale Spor Bilimleri Dergisi, *3*(2):14-37.

Tatlıhalat, E. ve Demirpolat, H. (2019). Dünyada ve Türkiye'de Expo İle Fuar Uyğulamaları Congresium Örneği. Z. Gölen & Z. Göre (Ed.). *Dünyada ve Türkiye'de Expo İle Fuar Uyğulamaları Congresium Örneği,* Assos Yayınevi, Elazığ. C.1, ss. 39-51.

Tayfun, A., Aysen, E., Dülger, A. S., Özyurt, B., Bozkurt, İ., Bulut, Y. (2018). Travelexpo Turizm Fuarı Ziyaretçilerinin Fuara İlişkin Geri Bildirimlerine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, *6*(3):472-485.

Toramanlı, A. (2014). *Spor Turizminde Olimpiyat Oyunları ve Spor Turizminin Gelişimine Katkıları*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Tuerxun, Y. (2017). *Uluslararası Fuarların Dış Ticaretteki Önemi-Çin ve Türkiye'de Düzenlenen Fuarlara Katılımın Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.

Turaeva, V. (2014). *Effects Of Pre-Show, At-Show, And Post-Show Fırm Actıvıtıes On Trade Show Performance Measurement*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi 2018 Faaliyet Raporu. 2018.

Uygur, S. M., Çelik, A. (2010). Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, *11*(1):35-50.

Uysal, Ü. E. (2014). Büyük Etkinlikler: Kente Ve Kent Mekânına Etkileri. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, (51):163-179.

Vij, M., Upadhya, A., Vij, A., Kumar, M. (2019). Exploring Residents' Perceptions of Mega Event-Dubai Expo 2020: A Pre-Event Perspective. Journal Of Sustainability, *11*(5):1322.

Yalçın, A. F. (2014). *Ev Sahibi Kentler İle Olimpiyat Oyunları'nın Etkileşimi ve Adaylık Sürecindeki İstanbul Değerlendirmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yang, J., Zeng, X., Gu, Y. (2010). Local Residents' Perceptions of the Impact of 2010 EXPO. Journal of Convention & Event Tourism, (*11)*:161-175.

Yavuz, G., Çakıcı, C. (2014). Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, *2*(1):11-26.

Yıldırım, E. (2019). *Marka Hikâyesinin Anlatıya Dâhil Olma Üzerindeki Etkileri ve Sonuçları: İş Bankası 89. Yıl Reklam Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yıldız, E. (2018). *Kahramanmaraş Konaklarından Örnekler*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Yılmazoğlu, H. İ. (2014). Kahramanmaraş'ın Mutfak ve Beslenme Kültürü. *Akdeniz'in Altın Kenti Kahramanmaraş Ansiklopedisi*, Kahramanmaraş Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları. 1. baskı, Kahramanmaraş, ss.268-299.

Zeğerek, P. (2016). *Yeşil Alanların Kent Turizmine Katkısının Antalya Örneğinde İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.

İnternet Kaynakları

https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.php(11.12.2019)

http://expo2021hatay.com/expo-nedir(05.12.2019)

https://festivall.com.tr/festival/4886/(13.08.2020)

http://afsin.gov.tr/kultur-ve-turizm (12.08.2020)

https://gaziantep.bel.tr/tr/haberler/2024-dunya-bahcecilik-exposuna-ilk-adim (12.08.2020)

https://antalya.ktb.gov.tr/TR-66213/genel-bilgiler.html(11.12.2019)

https://expo.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=17(11.12.2019)

https://kahramanmaras.bel.tr/kahramanmaras/sehir-tanitimi(31.05.2020)

http://www.mfa.gov.tr/dunya-sergileri-_expo_.tr.mfa(05.12.2019)

https://sozluk.gov.tr/(02.12.2019)

https://www.onikisubat.bel.tr/ProjeDetay.aspx?param=202 (10.03.2020)

EKLER

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

İlginize sunulan bu anket soru formunda size yöneltilen ifadelere vereceğiniz cevaplar vasıtasıyla, ***2023 Yılında Yapılması Planlanan Expo Etkinliğinin Kahramanmaraş'a olan Etkisinin Paydaşlar açısından değerlendirilmesi*** *amaçlanmıştır.* Soruların doğru ya da yanlış cevapları yoktur. Cevaplarınızı istediğiniz şekilde vermekten çekinmeyin. Kimliğinizi ortaya çıkarabilecek herhangi bir soru veya iletişim bilgileriniz sorulmayacaktır. Cevaplarınız sadece istatistiksel amaçla kullanılacaktır. İlginiz için şimdiden teşekkür ederiz. Araştırma hakkında herhangi bir sorunuz olursa istediğiniz zaman bizimle iletişime geçebilirsiniz.

Mustafa Ümmet GÜVEN
Gaziantep Üniversitesi
Turizm ve Otelcilik MYO
E-mail:mustafaummetguven@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Belma SUNA
Gaziantep Üniversitesi
Turizm ve Otelcilik MYO
E-mail:suna@gantep.edu.tr

I. BÖLÜM

1. **Yaşınız:** 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-45 ( ) 46-55 ( ) 56 Ve Üzeri ( )
2. **Cinsiyetiniz:** Kadın ( ) Erkek ( )
3. **Medeni Durumunuz:** Evli ( ) Bekar ( ) Diğer ( )
4. **Eğitim Düzeyiniz:** İlköğretim ( ) Lise ( ) Fakülte/Yüksekokul ( ) Lisans Üstü ( )
5. **Kahramanmaraş İle İlgili Rolünüz Nedir?**
   Yerli Halk ( ) Kamuda Yönetici ( ) Kamu Çalışanı ( ) Otel Müdürü/Sahibi ( ) Otel Çalışanı ( ) Seyahat Acentesi Müdürü/Sahibi ( ) Seyahat Acentesi Çalışanı ( ) STK Üyesi/Başkanı ( ) Restoran Müdürü/Sahibi ( ) Restoran Çalışanı ( ) Yerel Yönetim Çalışanı ( ) Akademisyen ( ) Turizm ve Otelcilik MYO Öğrencisi ( ) Turist ( ) Esnaf ( )
6. **Kahramanmaraş sizin için ne ifade ediyor?** (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz).
   Dondurma ( ) Şiir ( ) El sanatları ( )
   İstiklal Madalyası ( ) Doğal Güzellikler ( ) Tarihi yapıları ( )
   Germanicia Antik Kenti ( ) Yöresel Mutfağı ( ) Diğer (Lütfen Belirtiniz)
7. **Sizce Kahramanmaraş'ın Tanıtımında, Sahip Olduğu Hangi Değerler Kullanılmalıdır?** (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz).
   Dondurma ( ) Şiir ( ) El sanatları ( )
   İstiklal Madalyası ( ) Doğal Güzellikler ( ) Tarihi yapıları ( )
   Germanicia Antik Kenti ( ) Yöresel Mutfağı ( ) Diğer (Lütfen Belirtiniz)
8. **Kahramanmaraş'ın marka imajının gelişimine yönelik aşağıdaki faaliyetlerin hangilerine öncelik verilmelidir?** (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz).
   Dondurma ( ) Şiir ( ) El sanatları ( )
   İstiklal Madalyası ( ) Doğal Güzellikler ( ) Tarihi yapıları ( )
   Germanicia Antik Kenti ( ) Yöresel Mutfağı ( ) Diğer (Lütfen Belirtiniz)

II. BÖLÜM

Expo Etkinliği Sayesinde;	**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
1. Diğer şehirler ve ülkeler Kahramanmaraş ile tanışır	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
2. Kahramanmaraş'ın uluslararası imajı gelişir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
3. Kahramanmaraş'ın uluslararası tanınırlığı artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
4. Kahramanmaraş halkı birbirlerine kenetlenir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
5. Kahramanmaraş halkı bu etkinlikle gurur duyar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
6. Toplum bilinci güçlenir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
7. Şehrin güzellikleri artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
8. Alışveriş imkânları artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
9. Boş zaman aktiviteleri artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
10. Daha sağlıklı ve hijyenik hizmetler sunulur	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
11. Turistlere sunulan hizmetler artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
12. Şehir altyapısının gelişimi hızlanır	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
13. Şehir içi ulaşım ağı gelişir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
14. İş imkânları artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
15. Ekonomik koşullar iyileşir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
16. Kahramanmaraş'ın büyümesi hızlanır	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
17. Şehre yatırım artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
18. Devletin vergi gelirleri artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
19. Yöre halkının yaşama koşulları iyileşir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
20. Bu etkinlikle ilişkili diğer endüstriler (İnşaat, Tarım, Sağlık vb.) de kazanç sağlar.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Expo Etkinliği Sayesinde;	**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**

21. Daha fazla kültürel paylaşım sağlar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
22. Yabancı kültürler öğrenilmiş olur.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
23. Yerel kültür faaliyetleri gelişir.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
24. Farklı kültürler ve toplumlar daha iyi anlaşılır.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
25. Tarihi Mekânlar kimliğine uygun restore edilir	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
26. Tarihi Mekânlar daha iyi korunur	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
27. Yerel kültür korunur	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
28. Doğal kaynaklar korunur	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
29. Gayrimenkul fiyatları artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
30. Gayrimenkul fiyatlarının artıp azalacağı konusunda dedikodular artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
31. Yaşam maliyetleri artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
32. Expo tesislerinin inşası için devletin imkanları boşa gider	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
33. Expo tesislerinin inşası için gereğinden fazla harcama yapılır	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
34. Expo için gelen ziyaretçiler nedeniyle şehirde kargaşa olur	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
35. Expo nedeniyle trafik problemi artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
36. Expo nedeniyle suç oranı artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
37. Expo nedeniyle alkol ve uyuşturucu kullanımı artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
38. Expo nedeniyle doğal çevre ve manzaralar zarar görür	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
39. Expo nedeniyle yerel ekosistem zarar görür	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
40. Expo nedeniyle çevresel kirlilik (Çöp, Gürültü, Hava, Su vb.) artar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
41. Expo nedeniyle kültürel çatışmalar ortaya çıkar	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
42. Expo nedeniyle yöre halkının geleneksel yaşam tarzı bozulur	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
43. Expo, yerel kültürün gelişmesine olumsuz yönde etki eder	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

ÖZ GEÇMİŞ

Mustafa Ümmet GÜVEN 1983 yılında Afşin/Kahramanmaraş'ta doğdu. Mustafa Hoca Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi Ekonomi Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünden 2011 yılında mezun oldu. Mustafa Ümmet Güven'in 8. Uluslararası Meslek Yüksek Okulları Sempozyumu (UMYOS 2019)'nda "Kahramanmaraş İlinde Yaşayan Yerel Halkın Kentlilik Bilinci ve Kentsel Aidiyet Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma" adlı bildirisi bulunmaktadır. Mustafa Ümmet GÜVEN iyi düzeyde Rusça ve orta düzeyde İngilizce bilmektedir.

VITAE

Mustafa Ümmet GÜVEN was born in Afşin/Kahramanmaraş in 1983. Mustafa graduated from Hoca Ahmet Yesevi International Turkish-Kazakh University Faculty of Economics, Tourism Management and Hotel Management in 2011. Mustafa Ümmet Güven has a paper titled "Urbanization of Local People Living in Kahramanmaraş Province Awareness and Determination of Urban Belonging Levels A Research" at the 8th International Vocational Schools Symposium (UMYOS 2019). Mustafa Ümmet GÜVEN is fluent in Russian and intermediate English.