



Mega Etkinliklerin Kent Turizmine Etkisi: Expo 2023 Kahramanmaraş Örneği (The Effect of Mega Events on City Tourism: The Case of Expo 2023 Kahramanmaraş)

* Mustafa Ümmet GÜVEN^a , Belma SUNA^b 

^a Gaziantep University, Faculty of Social Sciences, Department of Tourism Management Gaziantep/Turkey

^b Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hotel Management, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Department of Cookery, Gaziantep/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 04.08.2021

Kabul Tarihi: 25.03.2022

Anahtar Kelimeler

Mega etkinlikler

Expo

Botanik expo

Kahramanmaraş

Öz

Mega etkinlikler; ev sahibi ülke ve şehirlerin tarihi ve kültürel değerlerini tanıtmının 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. Çalışma 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 çalışma ile 2023 yılında yapılması planlanan Expo organizasyonunun Kahramanmaraş'a olan etkisinin turizm sektör paydaşlarınınca değerlendirilmesi 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. 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.

Keywords

Mega Events

Expo

Horticultural expo

Kahramanmaraş

Abstract

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. 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 evaluated 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. 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.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: mustafaummetguven@gmail.com (M. U. Güven)

DOI:10.21325/jotags.2022.1011

GİRİŞ

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). Mega etkinlikler, düzenlenen şehirleri küresel anlamda tanınır hale getirmek ve ulusal ve uluslararası alanda cazibe merkezi konumuna ulaştırmak için bir pazarlama aracıdır. Mega etkinliklerde, kazanılan ekonomik kaynaklar ev sahibi şehirlerde kullanıldığı için kentlerin yapısal ve kentsel gelişimini tetiklemektedir (Menoni, 2017).

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). 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 kazanmasından dolayı, özellikle bu organizasyonlardan daha fazla yararlanmak isteyen ülke ve şehirlerin dikkatlerini bu yöne çevirmelerine neden olmuştur (Gül, 2019). Mega organizasyonların ev sahibi şehre çok sayıda fayda sağladığı kuşkusuzdur. Lakin temelde şehirleri bu organizasyonlara ev sahipliği yapmak için gönüllü olmaya iten sebep, elde edilecek gelirler ile ekonomide meydana gelecek büyümedir (Ak, 2015).

Botanik Expo, 1959 yılında Uluslararası Sergiler Bürosu (BIE) öncülüğünde kurulmuştur. Botanik Expolar, diğer expolardan farklı olarak, Uluslararası Çiçek Üreticileri Birliği (AIHP) ile BIE'nin ortak onayları ile düzenlenmektedir. AIPH Konseyinin projeyi onaylamasının ardından, BIE Genel Kurulu'nda ev sahibi ülke ve kente botanik expo düzenleme hakkı verilmektedir (Kantürer, 2016). Dünyada 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. AIPH, başvuru sürelerinin uzunluğu, fuar alanlarının büyüklüğü ve fuar süresine göre AIPH, 4 kategoride bahçecilik sergilerini onaylamaktadır. Bu kategoriler Tablo 1’de belirtilmektedir.

Tablo 1. Botanik Expo Kategorileri

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 m ²	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 m ²	2 yıl önce
A2/B1	Uluslararası Katılımlı Sergiler (uzun süreli)	3-6 ay	25 hektar	3-7 yıl önce

Kaynak: Çelik ve Aslantaş, 2018:1061

Tablo 2’de 2000 yılından bu yana AIHP tarafından onaylanan A1 kategorisindeki sergiler gösterilmektedir (Polat, 2019).

Tablo 2. 2000 Yılı Sonrası A1 Kategorilerinde Gerçekleşen Sergiler

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
2007	Tayland	Chiang Mai	Royal Flora Ratchaphruek
2003	Almanya	Rostock	Yeni Çiçekli Bir Dünya
2002	Hollanda	Haarlemmermeer	Bahçe Bitkilerinin Yaşam Kalitesine Katkısı

Kaynak: <http://aiph.org/?s=a1>

Uzun dönemli bahçecilik expolarının çeşitli amaçları bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilmektedir (Çelik & Aslantaş, 2018);

- Kentlere 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.

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 m2 lik devasa bir iç gölet ve 220.000 m2 den 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 temaların belirlenmesinde, 21. yüzyılın giderek büyüyen şehirleşme ve refah sorunlarına karşı yeryüzündeki hayatın korunmasını ve insanlığın daha yaşanılır, daha mutlu bir geleceğe olan inancını yansıtması hedeflenmiştir.

Çalışmanın kuramsal altyapısını oluşturan büyük ölçekli uluslararası etkinlikler ve kent pazarlama kavramı ve expo dünya fuarı etkinliklerinin kentler ve sektör paydaşları üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışmada, büyük ölçekli etkinlikler, Expo dünya fuarı ve kent pazarlaması gibi anahtar kelimeler ile alan yazın incelemesi yapılmıştır. Araştırma kapsamında çalışmaya 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 ile kente sosyal ve ekonomik katkıları, Expo 2016 Antalya Dünya Fuarı, Botanik Expo (Horticultural Expo), Türkiye’de mega

etkinlikler, Kahramanmaraş Expo 2023 ve konuya ilişkin yurtiçinde ve yurtdışında daha önce yazılmış makaleler, tezler, bildiriler, dergiler, kitaplar, fotoğraflar, gazete arşivleri ve istatistiksel veriler incelenmiştir.

Literatür Bilgisi

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 & Çelik 2010). 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 vadede sürede bir turizm destinasyonu için farkındalık oluşturmak ve kârlılığını artırmak amacıyla geliştirilmiştir (Yalçın, 2014). Mega etkinlikler, genellikle ev sahibi ülke ve şehir üzerinde uzun vadeli olumlu ve olumsuz etki yaratan tek seferlik organizasyonlardır (Yang vd., 2010). Bu etkinlikler, ev sahibi şehirleri tanıtmak için tasarlanmış stratejilerin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Jago vd., 2010).

Fuar, fuarcılık faaliyetinin evrelerini de kapsayan haliyle şu şekilde ifade edilebilir: Fuar; yeniliklerin, ticari hizmet ve ürünlerin, teknolojik gelişmelerin tanıtımı, pazara erişimi ve takibine olanak sağlayan, 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). 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). Fuarlar ürün ve hizmetlere ek olarak şehir markalaşmasında ve ülke tanıtımında da büyük katkısı olan, ticari işletmelerin satış ve cirolarını artıran girişimcilik ruhunu yönlendiren ve ateşleyen en önemli aktivitelerdir (Sarıçay, 2010).

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 düzenledikleri dönemlerde şehirlerin sahip olduğu malları tanıtmak, sergilemek ve satış amacı taşırken dünya geliştikçe birçok değişimle karşılaşmış ve farklı isimler altında anılmıştır (Kantürer, 2016). Dünyada 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).

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 dayanmaktadır (Ateş, 2019). 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).

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). Fuarcılık sektörü, kültürel coğrafya, kentsel çalışmalar, sanat ve mimarlık tarihi gibi çeşitli dallar üzerinde yapılan araştırmalara yön vermiştir (Geppert vd., 2006).

Dünya fuarları; İngiltere'de "fair" terimi 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 s. 33). Dünya fuarları dönemsel özellikleri olduğu gibi yansıtan organizasyonlardır. Expolar ise kentsel dönüşüme ön ayak olan organizasyonlar olup, iletişimi ön planda forumlardır. Aynı zamanda toplumsal bilgilendirmeyi ve doğanın korunmasını hedeflemektedirler (Ökmen vd., 2012). 1851 yılında düzenlenen Londra Uluslararası Sergisi'nden sonra onu örnek alan birçok uluslararası sergi düzenlenmiştir. 1851 Londra Fuarı "Great Exhibition"/"büyük sergi" olarak literatüre geçmiştir. Şair Tennyson'ın bu fuar için "the world's great fair" terimini kullanmasıyla bu düzenlemeler genel itibarıyla "World's Fair"/"Dünya Fuarı" olarak anılmaya başlanmıştır (Altun, 2003).

Mega organizasyonlar ve expo, turizm alanında oldukça önemli bir yere sahip olmalarının yanı sıra ilgili alan yazında araştırmacılar tarafından bu kavramlara yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örnekleme grupları üzerinde değişik içeriklere sahip farklı sonuçlarla karşılaşılan araştırmalar aşağıda yer almaktadır.

Yavuz & Çakıcı (2014) tarafından yapılan araştırmada, Mersin'in XVII. Akdeniz Oyunları'ndan beklentilerini belirlemek amaçlanmıştır. Benzer şekilde Vij vd. (2019) Dubai'de yaşayan yerel halk açısından 2020 Expo organizasyonunun, etkinlik öncesi ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini araştırma konusu olarak belirlemiş, Yang vd. (2010) ise Şanghay şehrinde yaşayan yerel halk üzerinde yaptıkları araştırmada, 2010 Expo Şanghay organizasyonu öncesi, fuarın şehre olan olası etkilerini araştırmışlardır. Araştırma verilerinden alınan bilgilere göre mega organizasyonların sosyo-ekonomik açıdan yararlı olacağı düşünülürken, ekonomik ve çevresel sorunların oluşacağı sonucuna ulaşılmıştır. Yerel halkın düzenlenecek fuarlar öncesi ve sonrası için kaygılarının olduğu, organizasyonun iyi yönetilmemesi durumunda ev sahibi kentleri olumsuz etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Gül (2019) tarafından yapılan araştırmada, Deaflympics Samsun 2017'nin şehir halkının sosyalleşmesi, şehrin altyapısı, ekonomisi, şehrin sosyal ve doğal çevresine olan etkileri hakkında halkın algılarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Berberoğlu (2012) tarafından yapılan çalışma ile uluslararası düzeyde büyük bir spor etkinliği olan 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları sonrası, organizasyonun destinasyona bıraktığı olumlu ve olumsuz etkiler araştırılmıştır. Araştırma sonuçları oyunların şehrin doğal çevresine olan olumsuz etkilerinin olduğu, ev sahibi kentin imajında, tanıtımında ve tanınırlığındaki gelişmelerin olumlu algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Birdir vd. (2018) tarafından yapılan araştırmada, V. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının şehre olan etkisi konu alınırken, Çetin (2017) tarafından yapılan araştırmada, Expo 2016 Antalya'nın kentin destinasyon imajına etkileri araştırılmıştır. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde festival ve fuarların destinasyon imajına olumlu katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Badak (2018) tarafından yapılan çalışma, Türkiye'nin uluslararası fuarcılıkta güçlenmesinin yollarını analiz etmeyi hedeflemiştir. Benzer şekilde Keleş (2018) tarafından yapılan araştırmada, fuarcılığın gelişimi ve sektör

yöneticilerinin fuar turizmüne bakış açıları ele alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; yöneticilerin fuarlara bakış açıları, fuarların sağladığı ekonomik ve toplumsal yararlar, fuarlardan memnuniyet, fuarlar hakkında sahip olunan olumlu düşünceler ve fuarların algılanma biçimi konularından etkilendikleri sonucuna ulaşılmış ve orta vadede Türkiye'nin önemli bir fuarlar ülkesi olabileceği kanısına varılmıştır. Kantürer (2016) tarafından yapılan araştırmada, 2016 yılında düzenlenen Expo sürecinde ve fuar sonrasında Antalya Kenti ve Expo 2016 Antalya ilişkisi, büyük ölçekli etkinliklerin kentle ilişkisi incelenirken, Menoni (2017) tarafından yapılan araştırma ile mega olaylar ve kültür arasındaki ilişki Milan Expo 2015 üzerinde incelenmiştir. Araştırmalardan edinilen bilgiler incelenmiş olup, mega etkinliklerin politik olarak iyi yönetilmesi ile sosyal, ekonomik ve kültürel olarak ev sahibi kente ve ülkeye büyük katkılar sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte mega etkinliklerin iyi yönetilmemeleri dâhilinde göç, işsizlik, atıl alanlar, fiziksel ve sosyal değişimlerle karşılaşılacağı şeklinde sonuçlara ulaşılmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bir kent pazarlama stratejisi olarak belirlenen mega etkinliklerden dünya fuarları, tanımlı bir zaman aralığı içerisinde ve uzun vadede ulusal ve küresel çerçevede düzenlenmektedir. Çalışma ile Kahramanmaraş'ta 2023 yılında yapılması planlanan expo etkinliğinin kültürel, çevresel, mekânsal ve sosyo-ekonomik etkileri hakkında ev sahibi turizm sektör paydaşlarının algılarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında toplanan veriler sonucunda etkinlik öncesi olası olumsuzlukların önceden belirlenip, çözüm noktasında ilgili sektör paydaşlarıyla önerilerin paylaşılması da makalenin diğer amaçları arasındadır.

Çalışmada 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 olması ve Kahramanmaraş gibi turizm alanında az gelişmiş bir kentin ülkemizde düzenlenecek 2. en büyük etkinliğe ev sahipliği yapacak olmasıdır. Çalışmanın, bu tür mega etkinliklerin turizm alanında gelişim göstermeye çalışan kentler üzerindeki etkilerini ortaya çıkarma amacının yanı sıra, ülkemizde mega etkinliklerin destinasyona etkisi konusunda yapılan çalışmaların azlığı sebebiyle, benzeri çalışmalara kaynak oluşturması amaçlanmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kahramanmaraş'ta bulunan yerli halk, kamu yöneticileri ve çalışanları, otel müdürleri, sahipleri ve çalışanları, seyahat acentesi müdürleri, sahipleri ve çalışanları, STK üyeleri ve başkanları, restoran müdürleri, sahipleri ve çalışanları, yerel yönetim çalışanları, akademisyenler, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencileri, turistler ve esnaflardan oluşan tüm turizm sektör paydaşları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında sorulara yanıt vermesi beklenen hedef kitle Kahramanmaraş'ta yaşayan halkı kapsadığı için araştırma evreninden 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 ($n=P.Q.Z2\alpha/H2$) faydalanılmıştır. Buna göre örneklem hesaplanması şu şekilde yapılmıştır:

$$n= P.Q.Z2\alpha/H2=0,5 \times 0,5 \times 1,962 / 0,052 = 0,25 \times 3,8416 / 0,0025 = 384.$$

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. Örneklem yöntemi olarak olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinden olan ve yaygın olarak kullanılan kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. 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. Bu aşamada 410 anket uygulanmıştır. Uygulanan anketlerin 18 tanesi eksik doldurulduğundan analiz dışı edilmiştir. Sonuç olarak bu araştırmanın örneklemine Kahramanmaraş'ta yer alan turizm sektör paydaşlarından 392 kişi oluşturmakta ve elde edilen örneklem sayısının evreni temsil gücüne sahip olduğu öne sürülmüştür.

Veri Toplama Araç ve Süreci

Araştırmanın veri toplama sürecinde anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, sosyal bilimler alanında yaygın şekilde kullanılan bir veri toplama yöntemidir. Veri toplama yönteminde kullanılan anket formu, birincil kaynaklardan bilgi toplamak için hazırlanan sistematik bir soru formudur. Anket formunun amacı, araştırma problemini çözecek ve ele alınan hipotezleri test edecek bilgileri hedef kitleden sistematik bir biçimde toplamaktır (İnce, 2017). 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 alan yazın taranmış ve Yang vd. (2010) tarafından Shanghai 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 altyapısının gelişimi, ekonomik yararlar, kültürel değişim, çevresel ve kültürel koruma isimli beş olumlu boyut ve ekonomik maliyetler, sosyal ve çevresel problemler ve kültürel çatışma 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 gerçekleştirilmiştir. Yönetici ve akademisyenlerin görüşleri doğrultusunda ölçek içerisinde yer alan önermeler çalışmaya uygun hale getirilmiştir. Uzman akademisyenlerin görüşü üzerine çeviri nedeniyle 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. Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 istatistik paket programında çözümlenerek verilerin istatistiki analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya Katılan Kişilere İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılan yerel turizm sektör paydaşlarına, demografik özelliklerini saptamak ve Kahramanmaraş ile ilgili rollerini belirlemek amacıyla beş soru yöneltilmiş olup, sorulara alınan yanıtlara ait bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Turizm Sektörü Paydaşlarının Demografik 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
Eğitim Düzeyi	N	%
İlköğretim	25	6,4
Lise	139	35,4
Fakülte/Yüksekokul	208	53,1
Lisansüstü	20	5,1
Toplam	392	100
Kahramanmaraş'taki 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 katılımcıların %25,3'ünün 18-25 yaş aralığındaki bireylerden oluştuğu görülürken %25,5'i 26-35 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların %31,6'sı 36-45 yaş aralığındaki bireyleri temsil ederken

%15,3'ü 46-55 yaş arası bireyleri temsil etmektedir. İlgili tablo incelendiğinde katılımcıların %2,3'ünün ise 56 ve üzeri yaş aralığındaki bireylerden oluştuğu görülmektedir.

Demografik bulguların bir başka bileşeni olan katılımcıların cinsiyet değişkeni incelenmiştir. Araştırmaya katılanların %33,2'sini kadınların oluşturduğu, %66,8'ini ise erkeklerin oluşturduğu görülmektedir.

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

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

Katılımcıların Kahramanmaraş'ı Tanımlamaya Yönelik İfadelerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara, kent imajı, kent değerleri ve marka imajına yönelik ifadeler yöneltmiştir. Tablo 4'te katılımcıların Kahramanmaraş'ı nasıl tanımladıklarına, Tablo 5'te Kahramanmaraş'ın tanıtımında öne çıkan değerlere ve Tablo 6'da Kahramanmaraş'ın marka imajının gelişimine ilişkin çoktan seçmeli bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Kahramanmaraş'ı Tanımlamalarına İlişkin Bulgular

Kahramanmaraş sizin için ne ifade ediyor?	N	%
Dondurma	318	81,1
İstiklal Madalyası	237	60,5
Yöresel mutfak	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

Katılımcılara Kahramanmaraş ilinin kendileri için ne ifade ettiğini belirlemek amacıyla çoktan seçmeli sekiz ifade yöneltmiştir. Tablo 4'e bakıldığında "Kahramanmaraş sizin için ne ifade ediyor?" sorusunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%81,1) "dondurma" ifadesine cevap verdiği görülmektedir. Yöneltilen soruya "şiir" cevabı verenlerin oranı ise en az (%30,6) 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 cevaplarını vermişlerdir. Elde edilen sonuçların ışığında turizm sektörü paydaşlarının Kahramanmaraş ilini tanımlamada, dondurma başta olmak üzere İstiklal Madalyası ve yöresel mutfak ifadelerini en yüksek oranla tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Kentin Tanıtımında Öne Çıkmasını Düşündükleri Değerlere İlişkin Bulgular

Sizce Kahramanmaraş'ın Tanıtımında, Sahip Olduğu Hangi Değerler Kullanılmalıdır?	N	%
Yöresel mutfak	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

Katılımcılara şehrin tanıtımında hangi değerlerin ön plana alınması gerektiği yönünde çoktan seçmeli sekiz ifade yöneltilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde 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 %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 6. Katılımcıların Kentin Marka İmajının Gelişiminde Öne Çıkmasını Düşündükleri Değerlere İlişkin Bulgular

Kahramanmaraş'ın Marka İmajının Gelişimine Yönelik Aşağıdaki Faaliyetlerin Hangilerine Öncelik Verilmelidir?	N	%
Dondurma	280	71,4
Yöresel mutfak	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

Katılımcılara “Kahramanmaraş'ın marka imajının gelişimine yönelik aşağıdaki faaliyetlerin hangilerine öncelik verilmelidir?” sorusu yöneltilmiş ve çoktan seçmeli sekiz ifadeye katılım durumları incelenmiştir. Yanıtlar incelendiğinde en yüksek oranı %71,4 ile “dondurma” ifadesinin aldığı görülmektedir. “Şiir” ifadesine cevap verenlerin oranı ise %18,6 ile en düşük orandır. “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 bu soruya 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 şiiir ise son sırada değerlendirilmiştir.

2023 Expo Organizasyonunun Kahramanmaraş Kentine Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırma Kahramanmaraş ilinde yer alan turizm sektörü paydaşlarından Aralık 2019- Mayıs 2020 tarihleri arasında toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin analizleri gerçekleştirilmeden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine Kolmogorov-Smirnov Testi ve basıklık ile çarpıklık değerlerinden yararlanılarak bakılmıştır. Tablo 7'de görüldüğü gibi 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).

Tablo 7. Normallik Analizi

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

Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğine Yönelik Bulgular

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 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). Faktör analizi ilk olarak 43 önermeye uygulanmıştır. Bu yapının 903 (df) serbestlik derecesinde KMO değerinin ,889 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 ölçekten 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) ölçekten 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 ($p:0.00$) çıkmıştır.

Bununla beraber 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.

Makale için 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 sağlama, 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. Faktör sayısının belirlenmesinin ardından boyutların isimlendirilmesi 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 Sağlama” 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. 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 8’de yer almaktadır.

Tablo 8. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin 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							
Sosyal ve Çevresel Problemler	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							

Tablo 8. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları (devamı)

	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						
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 Sağlama	Kahramanmaraş'ın Uluslararası Tanınırlığı Artar				,877				
	Kahramanmaraş'ın Uluslararası İmajı Gelişir				,839				
	Diğer Şehirler ve Ülkeler Kahramanmaraş İle Tanışır				,806				
	Kahramanmaraş Halkı 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 8. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları (devamı)

	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 Hakkında Dedikodular Artar								,863
	Yaşam Maliyetleri Artar								,776
	Gayrimenkul Fiyatları Artar								,736
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		

Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğini Oluşturan Boyutlara Yönelik Bulgular

Tablo 9’da yer alan değerlendirmelere göre Mega Organizasyon Etkisi ölçeği ortalamasının genel olarak “iyi düzeyde” (\bar{x} :3,53; ss: ,565) olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber Mega Organizasyon Etkisi ölçeği boyutlara göre incelendiğinde “ekonomik yararlar” boyutu (\bar{x} : 3,69), turizm alt yapısının gelişimi boyutu (\bar{x} : 3,61), “kültürel değişim” boyutu (\bar{x} : 3,73), “çevresel ve kültürel koruma” boyutu (\bar{x} : 3,62), “diğer maliyetler” boyutu (\bar{x} : 3,78) ve “şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma” boyutu (x : 3,90) değerlendirme ortalamaları “yüksek düzeyde”, “sosyal ve çevresel problemler” boyutu (\bar{x} : 2,93) ve “kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler” boyutu (\bar{x} : 2,97) değerlendirme ortalamalarının ise “orta düzeyde” olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Mega Organizasyon Etkisi ölçeğini oluşturan boyutları oluşturan önermelere bakıldığında ekonomik yararlar boyutunda yer alan “şehre yatırım artar” (\bar{x} :3,73), “Kahramanmaraş’ın büyümesi hızlanır” (\bar{x} :3,79), “şehir içi ulaşım ağı gelişir” (\bar{x} :3,65), “iş imkânları artar” (\bar{x} :3,66) ve “ekonomik koşullar iyileşir” (\bar{x} :3,60) önermelerinin yüksek düzeyde ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır. Aynı şekilde turizm alt yapısının gelişimi boyutunda yer alan “yerel kültür korunur” (\bar{x} :3,52), “tarihi mekanlar daha iyi korunur” (\bar{x} :3,73), “doğal kaynaklar korunur” (\bar{x} :3,55), “tarihi mekanlar kimliğine uygun restore edilir” (\bar{x} :3,73), “şehir altyapısının gelişimi hızlanır” (\bar{x} :3,67) ve “toplum bilinci güçlenir” (\bar{x} :3,46) önermeleri de yüksek düzeyde ortalamaya sahiptir. Şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma boyutunda yer alan “Kahramanmaraş’ın uluslararası tanınırlığı artar” (\bar{x} :4,01), “Kahramanmaraş’ın uluslararası imajı gelişir” (\bar{x} :3,91), “diğer şehirler ve ülkeler Kahramanmaraş ile tanışır” (\bar{x} :4,05) ve “Kahramanmaraş halkı bu etkinlikle gurur duyar” (\bar{x} :3,67) önermelerinin yanı sıra kültürel değişim boyutunda yer alan “yabancı kültürler öğrenilmiş olur” (\bar{x} :3,70), “daha fazla kültürel paylaşım sağlar” (\bar{x} :3,74), “yerel kültür faaliyetleri gelişir” (\bar{x} :3,67), “farklı kültürler ve toplumlar daha iyi anlaşılır” (\bar{x} :3,77) ve “alışveriş imkânları artar” (\bar{x} :3,77) önermeleri, çevresel ve kültürel koruma boyutunda yer alan “daha sağlıklı ve hijyenik hizmetler sunulur” (\bar{x} :3,72), “boş zaman aktiviteleri artar” (\bar{x} :3,79) ve “devletin vergi gelirleri artar” (\bar{x} :3,67) önermeleri ile diğer maliyetler boyutunda yer alan “gayrimenkul fiyatlarının artıp azalacağı konusunda dedikodular artar” (\bar{x} :3,68), “yaşam maliyetleri artar” (\bar{x} :3,81) ve “gayrimenkul fiyatları artar” (\bar{x} :3,84) önermelerinin de yüksek düzeyde ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır.

Mega Organizasyon Etkisi ölçeğinin boyutları altında yer alan yüksek düzeyde ortalamaya sahip önermelerin incelenmesinin ardından ölçekte yer alan düşük önermeler incelenmiştir. Bu kapsamda Mega Organizasyon Etkisi ölçeğinin boyutları altında yer alan en düşük ortalamaya sahip önermelerin sosyal ve çevresel problemler boyutunda yer alan “expo nedeniyle çevresel kirlilik (çöp, gürültü, hava, su vb.) artar” (\bar{x} :3,09), “expo nedeniyle doğal çevre ve manzaralar zarar görür” (\bar{x} :2,92), “expo nedeniyle yöre halkının geleneksel yaşam tarzı bozulur” (\bar{x} :2,92), “expo nedeniyle alkol ve uyuşturucu kullanımı artar” (\bar{x} :2,92) ve “expo, yerel kültürün gelişmesine olumsuz etki eder” (\bar{x} :2,81) önermeleri olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte kültürel çatışma ve ekonomik maliyetler boyutunda yer alan “expo tesislerinin inşası için gereğinden fazla harcama yapılır” (\bar{x} :3,02), “expo için gelen ziyaretçiler nedeniyle şehirde kargaşa olur” (\bar{x} :2,94), “expo nedeniyle suç oranı artar” (\bar{x} :2,79) ve “expo nedeniyle trafik problemi artar” (\bar{x} :3,20) önermeleri ve çevresel ve kültürel koruma boyutunda yer alan “Kahramanmaraş halkı birbirlerine kenetlenir” (\bar{x} :3,30) önermesi ölçekte yer alan düşük önermeler olarak saptanmıştır.

Tablo 9. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Boyut	Önerme No	Madde	Aritmetik Ortalama \bar{x}	Standart Sapma (s.s)	Genel Ort.
Sosyal ve Çevresel Problemler	41	Expo Nedeniyle Kültürel Çatışmalar Ortaya Çıkar	3,01	1,301	2,93
	39	Expo Nedeniyle Yerel Ekosistem Zarar Görür	2,81	1,190	
	40	Expo Nedeniyle Çevresel Kirlilik (Çöp, Gürültü, Hava, Su Vb.) Artar	3,09	1,328	
	38	Expo Nedeniyle Doğal Çevre ve Manzaralar Zarar Görür	2,92	1,173	
	42	Expo Nedeniyle Yöre Halkının Geleneksel Yaşam Tarzı Bozular	2,92	1,267	
	37	Expo Nedeniyle Alkol ve Uyuşturucu Kullanımı Artar	2,92	1,285	
	43	Expo, Yerel Kültürün Gelişmesine Olumsuz Etki Eder	2,81	1,246	
Ekonomik Yararlar	17	Şehre Yatırım Artar	3,73	1,005	3,69
	16	Kahramanmaraş'ın Büyümesi Hızlanır	3,79	1,019	
	15	Ekonomik Koşullar İyileşir	3,60	1,140	
	14	İş İmkanları Artar	3,66	1,095	
	13	Şehir İçi Ulaşım Ağı Gelişir	3,65	1,018	
Turizm Değerlerinin Gelişimi	27	Yerel Kültür Korunur	3,52	1,131	3,61
	26	Tarihi Mekânlar Daha İyi Korunur	3,73	,989	
	28	Doğal Kaynaklar Korunur	3,55	1,047	
	25	Tarihi Mekanlar Kimliğine Uygun Restore Edilir	3,73	,989	
	12	Şehir Altyapısının Gelişimi Hızlanır	3,67	1,035	
	6	Toplum Bilinci Güçlenir	3,46	1,091	
Şehir İmajını Geliştirme ve Sağlama	3	Kahramanmaraş'ın Uluslararası Tanınırlığı Artar	4,01	,958	3,90
	2	Kahramanmaraş'ın Uluslararası İmajı Gelişir	3,91	,971	
	1	Diğer Şehirler ve Ülkeler Kahramanmaraş İle Tanışır	4,05	1,00	

Tablo 9. Mega Organizasyon Etkisi Ölçeğinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri (devamı)

	5	Kahramanmaraş Halkı Bu Etkinlikle Gurur Duyar	3,67	1,211	
Kültürel Çatışma ve Ekonomik Maliyetler	32	Expo Tesislerinin İnşası İçin Devletin İmkânları Boşa Gider	2,87	1,251	2,97
	33	Expo Tesislerinin İnşası İçin Gereğinden Fazla Harcama Yapılır	3,02	1,216	
	34	Expo İçin Gelen Ziyaretçiler Nedeniyle Şehirde Kargaşa Olur	2,94	1,282	
	36	Expo Nedeniyle Suç Oranı Artar	2,79	1,158	
	35	Expo Nedeniyle Trafik Problemi Artar	3,20	1,212	
Kültürel Değişim	22	Yabancı Kültürler Öğrenilmiş Olur	3,70	1,020	3,73
	21	Daha Fazla Kültürel Paylaşım Sağlar	3,74	,905	
	23	Yerel Kültür Faaliyetleri Gelişir	3,67	,969	
	24	Farklı Kültürler ve Toplumlar Daha İyi Anlaşılır	3,77	,872	
	8	Alışveriş İmkânları Artar	3,77	,990	
Çevresel ve Kültürel Koruma	10	Daha Sağlıklı ve Hijyenik Hizmetler Sunulur	3,72	1,037	3,62
	9	Boş Zaman Aktiviteleri Artar	3,79	1,092	
	18	Devletin Vergi Gelirleri Artar	3,67	1,020	
	4	Kahramanmaraş Halkı Birbirlerine Kenetlenir	3,30	1,135	
Diğer Maliyetler	30	Gayrimenkul Fiyatlarının Artıp Azalacağı Konusunda Dedikodular Artar	3,68	1,213	3,78
	31	Yaşam Maliyetleri Artar	3,81	1,041	
	29	Gayrimenkul Fiyatları Artar	3,84	1,121	

*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

Sonuç ve Öneriler

Kahramanmaraş Expo 2023'ün Ana Teması “Doğa Dostu Şehir ve Duyarlılık” olarak belirlenmiştir. 21. yüzyılın temel sorunlarından biri küresel çapta giderek yayılan kentleşme olgusudur. Artan nüfusla birlikte doğal kaynakların artan tüketimi, doğal alanların imara açılması ve tamamen insan ve üretim odaklı mekân tasarımı dünyanın geleceğini tehdit etmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde; “Doğa Dostu Şehir” ifadesi küresel kentleşmenin alması gereken yeni üsluba işaret ederken, “Duyarlılık” insanın doğaya, doğal yaşama olan ilgi ve dikkatinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda 2023 yılında yapılması planlanan Expo organizasyonunun kültürel, çevresel, mekânsal ve sosyo-ekonomik alanda olumlu ve olumsuz etkileri incelenmiştir. Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlar dikkate alınarak 2023 Kahramanmaraş Botanik Expo organizasyonunun kente olan etkisinin olumlu yönde artırılabilmesi için aşağıdaki öneriler sunulabilir.

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 mutfak 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 çeşitli 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 artabilir.

- Araştırmada kamuda yönetici, otel müdürü, sahibi ve çalışanı, restoran müdürü ve sahibi katılımcıların, kamu çalışanı, akademisyen, seyahat acentası müdürü ve sahibi, yerel halk, yerel yönetim çalışanı, Turizm ve Otelcilik MYO öğrencileri ve esnaf katılımcılara nazaran Botanik Expo Organizasyonunun kültürel değişime daha fazla katkı sağlayacağı görüşüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle 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 elde etmesine olanak sağlayacaktır.

- Araştırmada, turizm sektörü paydaşlarının Botanik Expo Organizasyonu’ndan kaynaklı sosyal ve çevresel problemlerin orta düzeyde olacağını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Botanik Expo organizasyonunun sebep olabileceği 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 katkı sağlayacaktır.

- Araştırmada, katılımcıların Botanik Expo Organizasyonu’nun kültürel çatışma ve ekonomik maliyet artışına etkisinin 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 kargaşayı önleyebilirler. 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 organizasyonun 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 paydaşların Expo organizasyonundan maksimum fayda sağlamalarını mümkün kılabilir.
- 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 esnafın misafirperverliği ile karşılanırsa, ziyaretçiler organizasyon sonrasında da turistik amaçlı kenti ziyaret edebilirler. Bu durum Kahramanmaraş İli'nin turizm gelirlerinin artmasına katkı sağlayacaktır.

Araştırmacılara Öneriler;

- Bu araştırma Kahramanmaraş şehri turizm paydaşlarının 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 için 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.
- 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.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- 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.
- Altun, T. D. A. (2003). *Dünya Fuarlarının/expoların mimari değerlendirilmesi: Türk pavyonları*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- 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.

- 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.
- Berberoğlu, T. (2012). *Etkinliklerin Destinasyona Etkileri: 2011 Erzurum Üniversiade Kış Oyunları*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Coşkunkurt, E.Y. (2007). *Fuar Organizasyon ve Yönetimindeki İletişim Stratejileri*. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, F, & Aslantaş F. (2018). Gelecek Nesiller için yeşil bir dünya: Expo 2016 Antalya. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56),1057-70.
- Expo. (2019). EXPO Nedir? EXPO 2021 Hatay. 05 Aralık 2019 tarihinde <http://expo2021hatay.com/expo-nedir/> adresinden erişilmiştir.
- Geppert, A.C.T., Jean C., & Tammy L. (2006). *International Exhibitions, Expositions Universelles and World’s Fairs, 1851-2005: A Bibliography*. Freie Universität, Berlin.
- Gül, S. (2019). Uluslararası spor organizasyonlarının kültürel, sosyo-ekonomik ve mekânsal etkileri: Deaflympics Samsun 2017. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 41,29-51.
- İnce, E. (2017). *Girişimciliğin İlk Aşamasında Finansman Temin Yolları ve Finansman Temininde Karşılaşılan Sorunlar: Gaziantep İlinde Bir Uygulama*. (Doktora Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Jago, L., Larry D., Geoffrey L., Daneel L., & Shaun V. (2010). Optimising the potential of mega-events: An overview. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(3),220-37.
- 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.
- 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.
- Ökmen, M., Can E., & Çağatay U. (2012). *Expo 2020 Organizasyonu ve İzmir’in Marka Kent Olabilme Potansiyeli*. ss. 413-21 içinde *World Economic Development Paradigm: Market And Beyond*. C. 1, editör Ş. Hacıyev. Bakü: Bakü İktisat Üniversitesi.
- 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.
- Turaeva, V. (2014). *Effects Of Pre-Show, At-Show, And Post-Show Firm Activities On Trade Show Performance Measurement*. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uygur, S. M. & Çelik A. (2010). Etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkilerini belirlemeye yönelik istanbul destinasyonunda bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*,11(1),35-50.
- 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, Xuehui Z. & Yingkang G. (2010). Local residents' perceptions of the impact of 2010 EXPO. *Journal of Convention & Event Tourism*,11,161-75.

The Effect Of Mega Events on City Tourism: Expo 2023 Kahramanmaraş

Mustafa Ümmet GÜVEN

Gaziantep University, Faculty of Social Sciences, Gaziantep/Turkey

Belma SUNA

Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hotel Management, Gaziantep/Turkey

Extensive Summary

Mega events do not only introduce the host country and city's historical and cultural values but they also are big organisations which bring the participants and potential customers together. Expos, which especially has a remarkable effect on the development and introduction of the host city, are the biggest events after the Olympics and the World Cup. Kahramanmaraş, the host city of a gardening Expo, aims to support innovations in agriculture and gardening, increase the life quality and help solve the problems in these fields. The underlying reason for choosing Expo as the study area is the fact that Botanic Expo 2023 is a big event which could give rise to important cultural, environmental, political and socio-economical results for Kahramanmaraş.

This study aims to reveal the potential effects of Botanic Expo 2023 on Kahramanmaraş in terms of tourism sector partners. The study makes an effort to show the perceptions of the partners in tourism sector about the effects of Botanic Expo 2023. This study also aims to become a reference guide to the future studies in the similar areas.

People in tourism sector in Kahramanmaraş are the population and sample of the study. Survey method has been used during the data collection process. In the first part of the survey, there are questions about the demographic features of the participants and in the second part, there are questions which aim to determine the opinions of the participants about Expo. Literature have been reviewed in order to decide the most suitable scale for the survey and Mega Event Impact Scale, which was used for the Expo 2010 Shanghai by Yang et al (2010), has been preferred. Number of participants is 392 and exploratory factor analysis has been implemented for all datum. Finally an eight dimension structure has been obtained.

As a result of the KFA conducted within the scope of the research, the first factor is the "Social and Environmental Problems" dimension, the second factor is the "Economic Benefits" dimension, the third factor is the "Development of Tourism Values" dimension, the fourth factor is the "Development and Consolidation of the City Image", the fifth factor is "Cultural Conflict and Economic Costs dimension, the sixth factor with the "Cultural Change" dimension, the seventh factor with the "Environmental and Cultural Protection" dimension, and the eighth factor with the "Other Costs" dimension.

Independent sample t-test and one-way analysis of variance were carried out in order to reveal whether there is a difference between the effect of the mega event on Kahramanmaraş and the demographic characteristics of the participants after the applied factor analysis. As a result of the findings obtained, it was determined that the tourism sector stakeholders evaluated the effect of the Botanic Expo Organization on the city positively and these values differ according to demographic and introductory variables. When the results of the research are evaluated, although the participants think that the Expo organization may have negative effects, they still think that it has economic benefits. It has been revealed that the participants can ignore the negative effects such as socio-cultural problems that

may be created and the cost of living that may increase, and it has been concluded that the 2023 Botanic Expo Organization is an opportunity for Kahramanmaraş, which aims to be a world city.

According to the research findings, some suggestions were provided to local governors of the city, to stakeholders in tourism, and finally researchers.

Suggestions to Local Governors;

- Within the scope of the research, most of the stakeholders in tourism think that Kahramanmaras Ice Cream and its local cuisine are first things comes to mind when Kahramanmaras is mentioned, hence defines Kahramanmaras city. Based on these, promotional activities and organizations could be carried out more in order to advertise other attractive features of the city such as the Medal of Independence, ancient city of Germanicia and its poetry.
- One of the findings of the study is that majority of stakeholders in tourism think "cuisine" and "ice cream" should be at the forefront of the brand development and advertisement of the city. From this point forth, a new logo and brand development that includes the cuisine and ice cream can be planned by local governors and destination managers of Kahramanmaras.
- In the study, it has been concluded that the opinions of the stakeholders of tourism on potential economic benefits of Botanical Expo Organization are positive. In this context, efforts can be made to increase the promotion of the Botanical Expo event that will be held in 2023, in order to maximize the economic benefit to be obtained by the stakeholders of the tourism sector by reaching a greater participation both domestically and internationally. This can also attract entrepreneurs and investors, resulting in an increase in the amount and quality of potential investments to the city in near future.
- It is also found that local governors, hotel owners/managers, hotel workers, restaurant owners/managers expect greater cultural contribution from Botanic Expo compared to academicians, travel agency owners/managers, locals, local government employees, and students of Tourism and Hotel Management Vocational School. Based on these outcomes, knowledge of students, as future stakeholders of tourism sector, and local trades-people about the scope and importance of organization can be improved further. As a result, local trades-people can benefit more effectively from potential tourism opportunities that stem from the Expo organization.
- In the study, It was also determined that possible social and environmental problems arising from Botanical Expo Organization would be at a moderate level according to tourism stakeholders. Posters and warning signs can be provided in order to improve awareness against environmental and social problems arising from Botanical Expo organization. This would encourage both local people and future tourists to behave consciously.
- Moreover, tourism sector stakeholders expect moderate increases in economic cost growth and cultural conflict. In order to overcome and lessen the potential cultural conflicts and growths in economic costs, local governors can prevent mayhem in the city by creating an alternative route directly to the Expo 2023 area during the event period. In addition, especially for tourists coming from outside the city or abroad, traffic direction signs pointing to the area where the Expo organization is located can also prevent conflicts that may occur between local people and fair participants.

- Based on the results of the study, tourism sector stakeholders expect both positive and negative outcomes of Expo organization. For this reason, all necessary measures should be taken to ensure that stakeholders benefit from their positive outcomes at the maximum and are affected by their negative outcomes at a minimum.

Suggestions to Tourism Sector Stakeholders;

- A detailed investigation of the organization that brings along potential economic and brand-development opportunities for the city can be carried out. This would potentially help to maximize the benefits of Expo organization.
- Expo Organization is a very large-scale organization that should be embraced by all stakeholders of the city. So, each component of the city should be available to coordinate with local government if necessary. This could maximize benefits and minimize harms.
- If the tourists participating to the Expo organization are welcomed with the hospitality of the local people and trades-people, they can also visit the city after the event as well. In the end, revenues of Kahramanmaras City obtained from tourism would be increased.

Suggestions for Researchers;

- Although this research is a preliminary study on the perspective of the city of Kahramanmaras on mega-events, various research topics can be suggested to researchers in this field to advance the field. First of all, the Mega Organization Impact Scale used in the Expo Organization to be held in Kahramanmaras within the scope of this research can be used to shed light on the mega events to be held in other cities of Turkey.
- Simultaneously, it is possible to not only examine Kahramanmaras' perspective on Expo but also on other mega events.

This study tried to measure the impact of the mega event on the city before the event. Similar studies can be conducted during and after the Botanical Expo Organization and results can be compared with this study.