

EXPO VE TÜRKİYE

Dr. Mehmet POLAT

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu,
mehmetpolat@ksu.edu.tr

EXPO VE TÜRKİYE

Öz

EXPO'lar uluslararası düzeyde uzun yıllardır düzenlenmektedir. Ancak Türkiye'de son zamanlarda gündem oluşturmuştur. EXPO'lar bir ülkenin tanıtımı için çok önemli fırsatları barındırmaktadır. Buna ek olarak bu organizasyonlar ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda gelişimine katkıda bulunmaktadır. Teorik olarak ele alınan bu çalışmanın amacı, ilgili literatüre katkı yapmak ve gelecekte yapılacak EXPO etkinlikleri için organizasyon yetkililerine önerilerde bulunmaktır. Literatür incelemesi sonucu EXPO'larla ilgili akademik anlamda çok kısıtlı bilgi olduğu görülmüştür. EXPO'ların ev sahibi ülkelere olan faydaları göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın, literatürdeki bilgilere katkıda bulunması ve başarılı bir organizasyon için ev sahibi ülke yetkililerine farklı bakış açıları sunması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Sonuç olarak, literatürden de elde edilen bilgiler ışığında; EXPO öncesi kentin güçlü ve zayıf yönlerinin (SWOT) analizinin yapılması, kurumlar arası iletişim ağı kurulması, kent halkının destek için bilinçlendirilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması için ilgililere eğitimler verilmesi başarılı bir organizasyon için en önemli etkenler olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: EXPO, Türkiye, Antalya, Hatay, Kahramanmaraş

EXPO AND TURKEY

Abstract

EXPOs has been organized at international level for many years. However, recently it formed the agenda in Turkey. EXPOs are very important opportunities for the promotion of a country. In addition, these organizations contribute to the economic, social and cultural development of countries. The aim of this research, which is considered as theoretically, is to contribute to the related literature and advice to the organization officials for future EXPO activities. As a result of the literature review, it is seen that there is very limited academic knowledge about EXPOs. Considering the benefits of the EXPOs to host countries, this study is considered to be important for contributing to the information in the literature and for presenting different perspectives to host country officials for a successful organization. As a result, according to the information obtained from the literature; Before the EXPO, analyzing the strengths and weaknesses (SWOT) of the city, establishing an inter-institutional communication network, raising the awareness of the people for support and providing training to the related persons to increase the service quality, are considered as the most important factors for a successful organization.

Keywords: EXPO, Turkey, Antalya, Hatay, Kahramanmaraş

1. GİRİŞ

Modern şehirler birçok muhalif gücü bünyesinde barındırır. Büyümenin olduğu yerde tüketim vardır, hızın olduğu yerde yorgunluk vardır, çeşitliliğin olduğu yerde ayrışma vardır, yoğun etkinliklerin olduğu yerlerde bozulma vardır. Bunlar, bugünün kentsel deneyimini şekillendiren ve bu konuda ifade gücü yüksek olan fuarlara ilginin artmasına katkıda bulunan olgulardan bazılarıdır (Monclús, 2016). Dünya çapında önde gelen en büyük etkinliklerin başında Olimpiyatlar, Dünya Kupaları ve Dünya Fuarları (EXPO) gelmektedir. Bu büyük çaptaki etkinliklerin ev sahibi ülkelere pek çok açıdan faydası bulunmaktadır. Daha önce yapılan EXPO'ların ülke veya şehre kazandırdıkları istatistiksel olarak da ortaya konulmaktadır.

Pek çok şehir mega etkinlikleri yerel ekonomik büyümeyi teşvik etmek için bir strateji olarak kullanmaktadır. Bu nedenle mega etkinlik stratejisi, küresel sahnede tanınmak ve rekabet avantajlarını arttırmak için kullanılmaktadır (Sun ve Lin, 2010: 134). Mega etkinlikler, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki profesyonel beyzbol, basketbol ve Amerikan futbol oyunları gibi ulusal spor etkinliklerinin yanı sıra uluslararası konferanslar, olimpiyatlar, dünya kupası ve dünya sergileri gibi küresel etkinlikleri de içermektedir. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerdeki şehirler, bu yüksek profilli etkinlikleri, kalkınma gündemlerinde önemli bir strateji olarak görmekte ve bunun için birbirleri ile rekabet etmektedirler. Bu tür mega etkinlikler genellikle ev sahibi şehirlerin ekonomilerinin ve kentsel gelişiminin hızlandırıcıları olarak kullanılmaktadır (Broudehoux 2007; Essex ve Chalkley 2004a, 2004b). Son dönemde mega etkinliklerin başında EXPO'ların önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Dünya Fuarları veya EXPO'ların çok uzun yıllardan beri var olması ve ev sahibi ülkelere bıraktıkları kalıcı eserler bakımından EXPO'lar dünya çapında bilinirliği ve kabul görme oranı yüksek prestijli etkinlikler arasında yer almaktadır. Yapıldığı ilk yıllarda daha çok teknoloji ve üretim odaklı olmalarına rağmen son yıllarda yapılan etkinliklerin daha yaşanılabilir ve sürdürülebilir şehirler ortaya çıkararak bu bilincin yayılması fikrini benimsediği görülmektedir.

Günümüzde şehirler, kentsel yaşam için kaliteli ortamların tasarlanması, planlanması ve inşa edilmesi için en iyi uygulamaların gerçekleştirilmesinin anahtarını oluşturmaktadır. Bir şehir bir Fuar'a ev sahipliği yapmayı seçtiğinde, bu asla boş yere yapılmamaktadır. Her bir Fuar şehrin stratejik gelişim planına dahil edilmekte ve çoğu zaman bu arzu edilen dönüşümün sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Uluslararası Fuar veya EXPO'lar, başlangıcından beri bir ulusun gücünün ifadesi, aynı zamanda sanayi ve teknolojiye gelişmelerin bir kutlaması olarak da görülmüştür (Monclús, 2016: 2).

EXPO, "Exposition" kelimesinin kısaltılmasından türetilmiştir. Dünya Fuarı olarak da bilinen ve 19. yüzyılın ortalarından beri düzenlenen bir organizasyondur. Türkçe karşılığı "sergi"dir. EXPO resmi olarak Uluslararası Sergiler Bürosu (Bureau International des Expositions: BIE) tarafından gerçekleştirilir. Etkinlikler genelde 3 ile 6 ay arasında sürmektedir. Son zamanlarda EXPO, Dünya Kupası maçları ve Olimpiyatların arkasından dünyada ekonomik ve kültürel etki oluşturan en büyük organizasyon olarak kabul görmektedir (Soğukkuyu ve Tunç, 2013: 155).

Olimpiyatlar ve Dünya Fuarı gibi mega etkinlikler, ev sahibi şehirler için muhtemelen bir kereye mahsus olmakla birlikte, en azından bundan sonraki öngörülebilir bir gelecekte, altyapı geliştirme ve turizm için bazı geçici faydaları sağlamaktadır. Bununla birlikte, mega etkinliklerde sadece spor alanlarında değil, aynı zamanda ekonomik, altyapı, politik, sosyal ve hatta ekolojik alanlarda da büyük ölçekli yatırım değişikliklerine sebep olmaktadır (Sun ve Lin, 2010: 134). Bu yatırımlar bir şehrin veya bölgenin kalkınması adına önemli fenomenlerdir.

Burada temel amaç, ticari ürünlerin tanıtılmasından çok, dünyanın geleceğine ilişkin fikirlerin, kültürel zenginliklerin ya da projelerin sunumu, bilimsel ve kültürel değerlerin paylaşılması, bu sayede yeni fikirlerin ortaya çıkmasına olanak sağlanması ve evrensel çapta sosyo-kültürel gelişime katkıda bulunulmasıdır. Sergilerin, ev sahibi ülkenin ya da kentin dokusuna uygun olmasına da özen gösterilmektedir.

Başka bir bakış açısına göre dünyanın kültür, tarih ve eğitim faaliyetleri olarak görülen bu sergiler, ulusları bir araya getirerek, daha iyi bir dünya için bilgiyi paylaşmaktadırlar. Sergiler, teknoloji, inovasyon, çevre ile uyum ve benzeri evrensel konulara yoğunlaşmakta, ziyaretçiler için, ülkelerinin

kültürel miraslarına sahip çıkarak modern hayata ilişkin beklentilerini karşılayabilecekleri fırsatları sunmaktadırlar (Ökmen vd., 2012: 4-5).

Tüm EXPO’larda hakim olan bir tema vardır. Sergi binaları mimari yönden nitelikli binalardır. EXPO’lar bir kente yenilik getiren organizasyonlardır ve döneme ait özellikleri birebir yansıtmaktadır. EXPO’lar iletişim sağlayan forumlardır, toplumu bilgi sahibi yapmayı ve doğal çevrenin korunmasını amaçlamaktadırlar (08.04.2019, www.ankaraka.org).

EXPO, buldukları bölgeyi kendi halkına tanıtarak onları bilinçlendirmeyi, değişimi paylaşmayı, gelişimi teşvik etmeyi ve deneyimleri aktarmayı hedefleyen bir platformdur. Uluslararası toplumlara yönelik gelişme ve iş birliği sağlamak amacıyla deneyim ve farklı düşüncelerin paylaşıldığı bir ortamdır. Halk için sergi alanları eğitim ve eğlence mekânlarıdır. Konferans, sempozyum ve gösteri gibi birçok temaya uygun etkinliklerin düzenlenerek insanların bilgilendirilmesi noktasında inovatif ve pozitif bir anlayışın hakim olduğu çekici yerlerdir (08.04.2019, www.expo2021hatay.com). Bu bağlamda değerlendirildiğinde bu tür organizasyonların ülkeler adına çok önemli fırsatları bünyesinde barındırdığı bu nedenle etkinliğe aday olmak isteyen ülkelerin veya kentlerin elde edilecek kazanımları da dikkate alarak hareket etmesi gerektiği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, uluslararası düzeyde uzun yıllardır yapılan ancak Türkiye’de son birkaç yıldır gündemde olan EXPO’larla ilgili literatüre katkı yapmak ve gelecekte yapılacak EXPO etkinlikleri ile ilgili organizasyon yetkililerine önerilerde bulunmaktır.

Literatür incelemesi sonucu EXPO’larla ilgili akademik anlamda çok kısıtlı bilgi olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın, hem literatürdeki eksikliği gidermesi hem de EXPO’ların ev sahibi ülkelere olan katkıları göz önünde bulundurulduğunda başarılı bir organizasyon geçirilmesinde ev sahibi ülke yetkililerine farklı bakış açıları sunması adına önemli olduğu düşünülmektedir.

2. EXPO’NUN TARİHİ

EXPO’lar, bir buçuk asırdır sosyal ve teknolojik gelişmeleri iletirmektedir (11.04.2019, www.bie-paris.org). Bu onu Modern Olimpiyat Oyunları ve Dünya Kupası’ndan daha eski kılmaktadır. İlk EXPO 1851 yılında Londra’da, Hyde Park Kristal Palas’ta “Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations” teması altında düzenlenmiştir (Soğukkuyu ve Tunç, 2013: 155). EXPO’lar o zamanlarda her hangi bir örgüt tarafından düzenlenmemekteydi ancak 1931 yılından bu yana Uluslararası Sergiler Bürosu (Bureau International des Expositions: BIE) kontrolünde düzenlenmektedir.

1851 tarihinde “Tüm Ulusların Endüstri Üretimlerinin Büyük Sergisi” (The Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations) veya genel kabul gören kısa adıyla “Büyük Sergi” (The Great Exhibition), muhteşem sergi sarayının içerisinde bulunan dünyanın dört bir yanından gelen hammadde ve endüstri ürünleriyle bir bakıma Endüstri Devriminin genel olarak bir özeti ortaya çıkarmıştır. Bir çok ülkeden gelen insanların ilk defa tek bir ortamda bulunduğu renkli mekanıyla ziyaretçileri adeta büyülemiştir. Bu ilk uluslararası sergi gerçekleştiği 1 Mayıs-11 Ekim 1851 tarihleri arasında 6 milyondan fazla ziyaretçi çekmiştir. Sergiden elde edilen gelirler bilim ve sanata harcanmak üzere değerlendirilmiştir. Londra’nın South Kensington bölgesinde Victoria ve Albert Müzesi, Bilim Müzesi ve Doğa Bilimleri Müzesi inşa edilmiştir. Büyük Sergi, günümüzde “EXPO” olarak anılan Dünya Fuarı serisinin ilk organizasyonu olmuştur (Berber, 2016: 174).

Bureau International des Expositions (BIE), ilk EXPO’dan 80 yıl sonra, 1931’de kurulmuş olmasına rağmen, BIE ve EXPO’nun tarihi yakından ilişkilidir. 1867 gibi erken bir tarihte, EXPO’nun komisyon üyeleri uluslararası konferanslar için kurallar koymak üzere bir bildiri hazırlamıştır. O sırada, EXPO, ev sahibi hükümet düzeyinde yardım almamıştı. Her serginin büyüklüğü ve içeriği standartlaştırılmamıştı. Bu nedenle adım atmak için uluslararası bir koordinatöre ihtiyaç vardı. Paris’te 1907’de ve 1908’de farklı endüstrilerden ve kamu temsilcilerinden uzmanların toplandığı iki önemli konferans düzenlendi. EXPO’nun temel ilgi alanları; iş fırsatları, teknolojik ilerleme ve uluslararası halkla ilişkiler olarak tanımlandı. Faydayı görebilen siyasi güçler her etkinliğin daha düzenli ve sürdürülebilir olması için hızlı bir şekilde katılım sağladılar. Bu nedenle BIE’nin kurulması hükümetler tarafından ve özellikle 1912’de Almanya tarafından başlatılarak bu konuda diplomatik bir konferans düzenlendi. 1912 Berlin Konferansında 16 ülkenin EXPO’nun sıklığı, coğrafi rotasyonu ve terminolojik temellerini tanıdığı açıklandı (11.04.2019, www.bie-paris.org).

Birinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi, Uluslararası Ticaret Odası'nın EXPO fikrini yeniden canlandırdığı ve Fransa'nın ilerleyişine devam etme fırsatı yakaladığı olayların ilerlemesini 1927'ye kadar engelledi. Bu yüzden, 1928'de Paris'te 40 ülkenin katılımıyla uluslararası bir konferans düzenlendi ve bugün yapılan organizasyonun yasal aracı olan EXPO düzenlemesinin ilk örneği 1928 kongresinde sağlandı (11.04.2019, www.bie-paris.org). Bu aşamadan sonra yapılan sergiler daha düzenli ve sürdürülebilir bir nitelik kazanmıştır.

BIE, her beş yılda bir, evrensel bir temayla World EXPO, iki Dünya Sergisinin arasındaysa özel bir temayla Uluslararası Özellikli Sergi (International Specialized EXPO) düzenlemektedir. BIE, 1960 yılından bu yana, Uluslararası Bahçe Bitkileri Üreticileri Birliği'nin (International Association of Horticultural Producers-AIPH) bir ülke ve bir şehrin adaylığını kabul etmesinden sonra onayladığı Uluslararası Botanik Sergisi'nin (International Horticultural Exhibition) düzenlenmesini yönetmiştir. Buna ek olarak BIE, üç yılda bir süsleme sanatları ve modern mimari temasıyla düzenlenen Milano Sergisi'ni de (Milan Triennial Exhibition of Decorative Arts and Modern Architecture) yönetmektedir. Türkiye, 5 Ekim 2004 tarihinde BIE'ye üye olmuştur. Türkiye, 1851 yılından beri gerçekleşen 63 Dünya Sergisi'ne, Osmanlı ve Cumhuriyet döneminde toplam 34 kez katılmıştır.

Tablo 1. Türkiye'nin Katılmış Olduğu Dünya Sergileri (12.04.2019, www.mfa.gov.tr)

1851- Londra (İngiltere)	1900- Paris (Fransa)	1958-Brüksel (Belçika)
1862- Londra (İngiltere)	1904- Saint Louis (ABD)	1962-Seattle(ABD)
1867- Paris (Fransa)	1905- Liege (Belçika)	1970-Osaka (Japonya)
1873- Viyana (Avusturya)	1906- Milano (İtalya)	1984-New Orleans (ABD)
1876- Philadelphia (ABD)	1910- Brüksel (Belçika)	1985-Tsukuba (Japonya)
1878- Paris (Fransa)	1915- San Francisco(ABD)	1992-Seville (İspanya)
1880-Melburn(Avustralya)	1935- Brüksel (Belçika)	1993-Taejon (Kore)
1888- Barselona (İspanya)	1939- New York (ABD)	1998-Lizbon (Portekiz)
1889- Paris (Fransa)	1949- Stokholm (İsveç)	2000-Hannover (Alm.)
1893- Chicago (ABD)	1953- Kudüs	2005-Aichi (Japonya)
1897- Brüksel (Belçika)	1953- Roma (İtalya)	2010-Şanghay (ÇHC)
		2015-Milano (İtalya)

3. EXPO SINIFLANDIRMALARI

EXPO'nun uluslararası düzeyde etkinliğinin ve verimliliğinin artmasıyla birlikte ona olan yoğun ilgi sayesinde etkinlik kısa sürede büyüyerek dev organizasyonlara dönüşmüştür. Bu bağlamda büyüyerek çeşitlenen bu mega etkinliğin kategorilere ayrılması ihtiyacı doğmuştur. Bu konudaki düzenlemelerden sorumlu olan ve Bahçecilik sergilerini onaylayan kuruluş Bahçe Bitkileri Üreticileri Birliği (AIPH)'dir.

Dünyanın en iyi bahçecilik sergilerini onaylamaktan sorumlu olan AIHP standartları koruyarak, onaylı sergilerin, süs bitkilerinin hem üreticilere hem de ziyaretçilere fayda sağlamasını amaçlamaktadır. AIHP 1960'dan bu yana, BIE'yle birlikte Uluslararası Bahçe Bitkileri EXPO'sunu onaylamakta ve koordine etmektedir.

AIPH, beş farklı Bahçecilik Sergisi kategorisini tanımaktadır. Başvuru sürecinin uzunluğu, sergi alanlarının büyüklüğü ve sergi süresine göre sergiler 5 farklı kategoride değerlendirilmektedir. Aşağıdaki tablo, sergilerin her biri arasındaki temel farklılıkları özetlemektedir.

Tablo 2. Bahçe Bitkileri EXPO Kategorileri (12.04.2019, www.aihp.org).

Kategori	Resmi İsim	Süre	Minimum Sergi Alanı	Başvuru
A1	Büyük Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri	3-6 ay	50 Ha	2-6 yıl önce (Uluslararası Sergiler Bürosu-BIE onayı gerekli)
A2	Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri Kısa Süreli	8-20 gün	15,000 m2	En az 4 yıl öncesinde
B1	Uluslararası Katılımlı Sergiler Uzun Süreli	3-6 ay	25 Ha	3-7 yıl öncesinde
B2	Uluslararası Katılımlı Sergiler Kısa Süreli	8-20 gün	6,000 m2	2 yıl öncesinde
A2/B1	Uluslararası Katılımlı Sergiler Uzun Süreli	3-6 ay	25 Ha	3-7 yıl öncesinde

A1 bu kategorideki en seçkin sergidir. Büyük Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri 3-6 ay arasında değişiklik gösterir. Minimum sergi alanının 50 hektar olması gereklidir. Bu kategoriye yapılacak başvurular 2-6 yıl öncesinden yapılır. AIHP sadece bu kategoride Uluslararası Sergiler Bürosu-BIE onayına ihtiyaç duyar.

A2 Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergileri 8-20 gün arasında değişiklik gösterir. İhtiyaç duyulan asgari sergi alanının 15,000 m2 olması gereklidir. Bu kategoriye yapılacak başvurular en az 4 yıl öncesinden yapılmalıdır.

B1 kategorisinde yer alan Uluslararası Katılımlı Bahçe Bitkileri Sergileri ise 3-6 ay arasında gerçekleştirilmektedir. İhtiyaç duyulan sergi alanının en az 25 hektar olması aranmaktadır. Bu kategoriye yapılacak başvurular 3 ile 7 yıl öncesinden yapılmaktadır.

B2 Uluslararası Katılımlı Sergiler diğer kategorilere göre hem sürenin kısa olması hem de ihtiyaç duyulan sergi alanının küçük olması dolayısı ile daha küçük boyutlu sergiler olarak değerlendirilebilir. Bu kategoriye yapılacak başvuruların 2 yıl öncesinden yapılması yeterlidir.

A2/B1 kategorisinde yer alan sergiler ise karma sergiler olarak değerlendirilebilir. Bu kategoride yer alan Uluslararası Katılımlı Bahçe Bitkileri Sergileri ise 3 ile 6 ay arasında sürmektedir. İhtiyaç duyulan sergi alanının en az 25 hektar olması gerekir. Bu kategoriye yapılacak başvuruların ise 3 ile 7 yıl öncesinden yapılması gereklidir. Aşağıdaki tabloda AIHP tarafından onaylanan A1 kategorisindeki sergiler gösterilmektedir.

Tablo 3. A1 Kategorilerinde Gerçekleşen Sergiler (12.04.2019, www.aihp.org).

Yıl	Ülke	Şehir	İsim
2012	Hollanda	Venlo	Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergisi Venlo Floriade Bölgesi 2012
2006/07	Tayland	Chiang Mai	Royal Flora Ratchaphruek
2003	Almanya	Rostock	IGA
2002	Hollanda	Haarlemmermeer-	Amsterdam Floriade
1999	Çin	Kunming	Uluslararası Bahçe Festivali
1993	Almanya	Stuttgart	IGA
1992	Hollanda	Zoetermeer	Floriade
1990	Japonya	Osaka	Uluslararası Bahçeler ve Yeşillik Fuarı
1984	İngiltere	Liverpool	Uluslararası Bahçe Festivali
1983	Almanya	Münih	IGA
1982	Hollanda	Amsterdam	Floriade
1980	Kanada	Montreal	-
1974	Avusturya	Viyana	-
1973	Almanya	Hamburg	IGA

1972	Hollanda	Amsterdam	Floriade
1969	Fransa	Paris	–
1964	Avusturya	Viyana	–
1963	Almanya	Hamburg	IGA
1960	Hollanda	Rotterdam	Floriade

Yukarıdaki tabloda yer alan uluslararası bahçecilik sergileri A1 kategorisinde gerçekleşmiş olan ve nitekim daha eskiye dayanan büyük ölçekteki sergilerdir. Aşağıdaki tabloda ise A2, B1 ve B2 kategorisinde daha önce gerçekleştirilmiş sergiler sunulmuştur.

Tablo 4. A2, B1 ve B2 Kategorilerinde Gerçekleşen Sergiler (12.04.2019, www.aihp.org).

Yıl	Ülke	Şehir	İsim	Kategori
2014	Çin	Qingdao	Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergisi 2014	A2/B1
2013	Kore	Suncheon	Suncheon Bay Garden EXPO	A2/B1
2011/12	Tayland	Chiang Mai	Royal Flora Ratchaphruek	A2/B1
2011	Çin	Xi'an	Uluslararası Bahçe Bitkileri Sergisi	A2/B1
2011	Almanya	Koblenz	Buga	B1
2011	İtalya	Genova	Euroflora	A2
2010/2011	Çin	Taipei	Uluslararası Bahçe ve Bahçe Bitkileri Sergisi	A2/B1
2009	Almanya	Schwerin	Buga	B1
2009	Japonya	Shizuoka	Hamanako Çiçek ve Bahçe Fuarı	B2
2009	Kore	Kkotji	Korea Floritopia	A2
2008	Kanada	Quebec	Les Jardins des Floralties int.	B1
2008	Kanada	Quebec	Quebec en Fleurs int.	B2
2007	Almanya	Gera (G)	Buga	B1
2006	Çin	Shenyang	Shenyang	A2/B1
2006	İtalya	Genova	Euroflora	A2
2005	Fransa	Dijon	Florissimo	B2
2005	Almanya	Munich	Buga	B1
2004	Japonya	Hamamatsu	Pacific Flora	A2/B1
2004	Fransa	Nantes	Floralties Nantes 2004	A2

4. EXPO'LARIN EV SAHİBİ ÜLKELERE OLAN FAYDALARI

Kuşkusuz ki uluslararası organizasyonlar ev sahibi ülkeler açısından ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda oldukça önemli katkıları olan etkinliklerin başında gelir. Bu etkinlikler sayesinde kendini uluslararası arenada tanıtma fırsatı yakalayan ev sahibi ülkeler ve bunu en etkin şekilde kullanmak ister. Bu organizasyonların en önemlilerinden bir tanesi ise EXPO'lardır.

EXPO'ların ev sahibi ülkelere olan katkısını şu şekilde özetlenebilir; EXPO'nun düzenlendiği kent bir turizm merkezine dönüşmektedir. Ülkelerin uluslararası boyutta çok ciddi tanıtımı yapılmış olmaktadır. Hem potansiyel yatırımcılar hem de turistlerin ülkeyi veya kenti ziyareti gelecek dönemde ülke ekonomisine katkı sağlar. Uzun vadeli ve düşük faizli kredilerle inşa edilen sergi alanları etkinlik bittikten sonra da değerlendirilmektedir. Fuar pavyonları hastaneye, fuar alanları ise teknoparka dönüştürülerek uzun yıllar boyunca kullanılabilir. Bunun yanı sıra sergi için inşa edilen estetik yapılar şehre yıllar boyunca düzenli turist gelmesini sağlayarak şehri cazibe merkezleri haline getirmektedir. EXPO için yollar, parklar, yeşil alanlar yeniden modern ve estetik bir anlayışla dizayn edilir. Şehre özgü güzellikler, faytonlar, tramvaylar yeniden canlandırılır. Eski binalar restore edildiği için özgün yapılar korunarak eğlence ve dinlenme alanları oluşturulabilmektedir. EXPO hazırlıkları kapsamında yapılan yatırımlar kenti güzelleştirmekte, şehre ekonomik olarak canlılık getirmekte, işsizliğin azalmasını ve huzurun artmasını sağlamaktadır (08.04.2019, www.ankaraka.org).

Kente en fazla fayda turizm açısından olmaktadır. Şehir büyük bir turizm gelirine sahip olurken aynı zamanda dünya çapında kendini tanıtmaya fırsatı da yakalamış olur. Ekonomik anlamda en büyük katkı, kentin, bölgenin ve ülkenin kaynaklarının benimsenen tema etrafında toplanmasıdır. Bu sayede şehrin ve bölgenin o temayla öne çıkmasına, hem sanayi hem de kültürel anlamda bir merkez olarak tanınmasına katkıda bulunmaktadır. EXPO dolayısıyla ülke, diğer ülkelerden çok sayıda ziyaretçi çekmektedir. Doğal, kültürel ve sosyal değerlerinin uluslararası alanda ciddi bir tanıtımı yapılmaktadır. Ev sahibi ülkenin insanları, diğer ülkelerin kültürlerini tanıyarak yeni bilgiler edinmekte ve vizyonlarını genişletebilmektedirler.

Her EXPO'nun kendine has teması ve sloganı bulunmaktadır. Sergi alanları da belirlenen bu temaya göre şekillenmektedir.

1958'de Belçika'nın Brüksel kentinde "Barış İçin Demokratik Talep", temasıyla 6 ay süren EXPO, 50 dönüm arazi üzerine kurulmuş ve etkinliğe 51 milyon insan ziyaret etmiştir. Dünyanın en özgün mimari eserlerinden "Atomium" burada inşa edilmiştir. 1962 yılında Amerika Birleşik Devletleri, Seattle, Washington'da "Bilim" temasıyla 6 ay boyunca devam eden EXPO yirmi dörtten fazla ülkenin katılımıyla dokuz buçuk milyon ziyaretçiyi ağırlamıştır. Seattle Uzay İğnesi ve ALWEG Treni fuarın öne çıkan eserleri olmuştur. O zamanki yapıların büyük bir bölümü halen kullanılmaktadır. Örneğin Washington Pavyonu, Pasifik Bilim Merkezi haline getirilmiştir. New York, ABD'de "Karşılıklı Anlayışla Gelen Barış" temalı sergi 1964 ve 1965 yılında 6 ay açık tutulmuştur. 24 ülkenin katılımı ile 51,5 milyon ziyaretçi etkinliğe katılmıştır. 1967 Kanada'nın Montreal, Quebec kentinde "Kanada'nın Konfederasyon Oluşununun 100. Yılı" temalı sergiye 50 milyon ziyaretçi gelmiş ve EXPO pasaportları ilk kez kullanılmaya başlanmıştır. 1968 yılında ABD, San Antonio, Texas'ta "Amerika Uygarlıklarının Buluşması" temasıyla Halen yayın vericisi olarak kullanılan 622 foot (yaklaşık 190 m) yüksekliğinde bir kule inşa edilmiş ve bu kule EXPO'nun sembolü olmuştur (Tunç, 2013: 18-19).

1985 yılında Japonya, Tsukuba'da "Konut ve Çevresi, Evdeki İnsan İçin Bilim ve Teknoloji" temalı sergi 1000 dönüm üzerine kurulmuş ve 46 ülkenin katılımıyla 6 ay açık kalmıştır. 1986 Vancouver, Kanada, "Devinen Dünya" temasıyla Vancouver kentinin kuruluşunun 100. yılı kutlamalarının da yapıldığı EXPO, 54 ülkenin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. 1992 Sevilla, İspanya, "Keşif Çağı" ve Cenova, İtalya, "Gemiler ve Deniz" temalarıyla eş zamanlı düzenlenen bu uluslararası EXPO'ya 108 ülke katılmış ve fuar 6 ay sürmüştür. Sergide aynı zamanda Kristof Kolomb'un Amerika Yolculuğu'nun 500. yılı da kutlanmıştır. 1998 yılında Portekiz'in Lizbon şehrinde, "Geleceğe Miras Okyanuslar" teması adı altında Vasco de Gama'nın Hindistan deniz yolunu keşfişinin 500. yılı kutlamalarının yapıldığı EXPO, 600 dönüm üzerinde yapılmış ve 4,5 ay sürmüştür. Sergiye 115 ülkeden katılım olmuştur. 2000 yılında Almanya'nın Hannover kentinde, "İnsan, Doğa, Teknoloji" teması kapsamındaki sergi, 1600 dönüm üzerine inşa edilerek 5 ay süresince 187 ülkeden gelen ziyaretçileri ağırlamıştır. 2006 Chiang Mai, Tayland'da gerçekleşen 'Uluslararası Bahçecilik ve Sergi Fuarı'na 32 ülke katılım sağlamış ve sergi 3 ay devam etmiştir. "İnsanlık İçin Sevgi" temasının işlendiği EXPO, 80 hektarlık geniş ve güzel bir alan üzerine kurulmuştur. 2.200 tropik bitki türü ve 2.500.000 çiçek ziyaretçilerin seyrine sunulmuştur (08.04.2019, www.ankaraka.org).

2008 İspanya'nın Zaragoza kentinde "Su ve Sürdürülebilir Kalkınma" temasıyla gerçekleşen fuara 105 ülke katılmıştır. 15 Haziran-15 Eylül 2008 tarihleri arasında gerçekleşen etkinlikler 6 milyon ziyaretçiyi ağırlamıştır. 2010 yılında Çin'in Şanghay kentinde "Daha iyi şehir, daha iyi yaşam" teması işlenmiştir. 190 ülkeden 56 uluslararası örgütün katılımıyla ilk kez gelişmekte olan bir ülkede düzenlenen dünya fuarının 159 yıllık geçmişinde daha önce ulaşamadığı bir ziyaretçi kitlesine ulaşılarak 73 milyon ziyaretçi rekoru kırılmıştır. Bu insanların yaklaşık 3 milyonu turist olmuştur. Şangay şehri ve dolaylarındaki turizm hareketi 12 milyar dolar, ziyaretçilerin toplam harcamaları ise 6,3 milyar dolar olarak kayıtlara geçmiştir. 4,5 milyar dolar bütçesi olan EXPO, 560 hektarlık çok büyük bir alanda konumlandırılmıştır. Mayıs ayında başlayan ve 6 ay açık kalan serginin Şanghay kentine ve bölgesine alt yapı ve inşa edilen diğer tesisler bakımından Çin Hükümeti'ne maliyetinin yaklaşık 45 milyar dolar olduğu düşünülmektedir. Çatalhöyük bölgesinden ilham alınarak oluşturulan Türkiye pavyonunu ise 7 milyondan fazla insan ziyaret etmiştir (05.04.2019, www.mfa.gov.tr).

Şu anda, Dünya Fuarları sadece iş değişimleri, teknolojik, kültürel ve ulusal etkileşim için değil, aynı zamanda dünyayı anlamak ve sergilemek için bir aşamadır. Dünya Fuarı, sosyal medeniyetin, bilgeliğin ve geleceğin vizyonlarının temelini oluşturur (Yangluxi, 2018: 177).

Fuarların düzenlendiği şehre, bölgeye ve ülkeye olumlu anlamda etkileri bulunmaktadır. Düzenlendikleri şehirleri bir markaya dönüştürmektedir ve yapıldıkları şehirlere anıtsal yapılar kazandırmaktadır. Paris'teki Dünyaca ünlü Eyfel Kulesi, Lizbon'daki Vasco de Gama Köprüsü, Brüksel'deki Atomium bu yapılara verilecek en güzel örneklerdir. Sergiler, etkinlikler sona erdikten sonra da gerçekleştirildiği şehir için ayrı bir değer ve anlam taşımaktadır. Sevilla'daki fuar alanı, teknoloji üreten şirketlerin bulunduğu bir teknopark haline getirilmiş ve hem şehrin hem de ülkenin ekonomisine değer katmaktadır (17.04.2019, www.mfa.gov.tr).

Öncelikli olarak ulusal kimlik, endüstriyel kalkınma ve tüketicileri ayırt etme anlamında bir araç olarak kullanılan EXPO'lar günümüzde uluslararası diyalog, halk diplomasisi ve uluslararası işbirliği için ender bir ortam sunar. EXPO'ların eşsiz olmasının üç esas sebebi bulunmaktadır:

- ✚ Evrensel boyuttaki kapsamları
- ✚ Uluslararası boyuttaki kapsamları
- ✚ Kalıcı kültürel miras

İnovasyon ve işbirliğine kuvvetli bir şekilde odaklanmasından ötürü EXPO'lar modern ekonominin ilke ve ürünler geliştirilmesinde öne çıkan ortamlar olmuştur (08.04.2019, www.web.archive.org).

Şehir turizminin elemanlarından fuar ve ticari sergiler, günümüzde şehirlerin ekonomik ve turistik anlamda ilerleyişini destekleyici bir rol oynamaktadır (Koçak ve Tandoğan, 2008). Ev sahibi ülke kültürüyle ilk defa tanışma fırsatı bulan ziyaretçiler kentin turistik yerlerini keşfederek bu alanda bulunan işletmelere de ekonomik anlamda fayda sağlamaktadırlar.

5. TÜRKİYEDE YAPILAN VE YAPILMASI PLANLANAN EXPO ETKİNLİKLERİ

EXPO, Türkiye'de bu zamana kadar sadece bir kez 2016 yılında Antalya'da yapılmıştır. Ancak 2015 yılında düzenlenen Dünya Fuarı için İzmir, "Daha İyi Bir Dünya İçin Yeni Yollar, Herkes İçin Sağlık" teması altında adaylık başvurusu gerçekleştirmiştir. Adaylık başvurusu 3 Mayıs 2006 tarihinde Uluslararası Sergiler Bürosu'na (BIE) yapılmıştır. Bu aşamada İzmir'in, İtalya'nın Milano gibi güçlü bir kentle rekabet etmesi gerekmiştir. EXPO 2015 seçimleri, 31 Mart 2008 tarihinde Paris'te Uluslararası Sergiler Bürosunun (BIE) 143. Genel Kurul Toplantısı sırasında gerçekleştirilmiştir. 151 üye ülke delegesinin oy kullandığı ve İzmir'in 65 oy aldığı seçimleri, 86 oy alan Milano kazanmıştır.

2016 yılında düzenlenen "Çiçek ve Çocuk" temalı Botanik EXPO organizasyonuna ev sahipliği yapan Antalya şehri, 2008 yılında başvuru çalışmalarına başlamış ve 2009 yılında Uluslararası Bahçecilik Üreticileri Birliği'nin Eylül 2009'da İspanya'daki genel kurulunda EXPO 2016'nın Antalya'da düzenlenmesi kararı verilmiştir (18.04.2019, www.ankaraka.org).

EXPO 2016 Antalya Aksu Belediyesi sınırları içinde 112 hektarlık alanda 23 Nisan - 30 Ekim 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Etkinlik alanı organizasyon sonrasında da ziyaret edilebilmektedir. Gerçekleştirilen altyapı, ulaşım ve konaklama yatırımları ile alan EXPO sonrasında da cazibesini korumaya devam etmektedir. EXPO alanında EXPO Tepesi, EXPO Ormanı, EXPO Kulesi ve EXPO Göleti yer almaktadır. Bunların yanı sıra etkinlik alanında restoran, alışveriş merkezi, tarım müzesi ve kongre merkezi ve bir amfi tiyatro da bulunmaktadır (08.04.2019, www.web.archive.org).

2016 EXPO ile Türkiye'ye yaklaşık 5 milyon ziyaretçi gelmiş; ülke turizmi ve ticareti açısından önemli ölçüde katkı sağlanmıştır. Aynı zamanda EXPO'dan sonra fuar alanının açık kalması ile sürekli turist girişi sağlanarak ülke ekonomisine katkı sağlanmaya devam edilmektedir. Ayrıca EXPO 2016 Antalya'nın önemli yatırımlar kazandırması ile Türkiye'de birçok kent gelecekteki EXPO'lar için girişimlerde bulunmaktadır (Çelik ve Aslantaş, 2018: 1068).

2021 yılı için Botanik EXPO'ya aday olan Hatay, Antalya'dan sonra Türkiye'de EXPO organize eden ikinci kent olacaktır (Çelik ve Aslantaş, 2018: 1068). Hatay'ın ardından ise Kahramanmaraş EXPO'ya adaylık sürecini başarılı bir biçimde tamamlayarak 2023 yılında etkinliğe ev sahipliği yapmaya hak kazanmıştır. Bu şehirlerin etkinliklere ev sahipliği yapmaya hak kazanmaları hem kentleri

hem de ülke adına çok olumlu gelişmelerdir. Bu organizasyonların başarılı bir şekilde tamamlanması ülke tanıtımı adına olumlu katkılar sunacaktır.

6. SONUÇ

Uluslararası organizasyonlar, bir kentin ve kültürünün tanıtımı, sosyo kültürel anlamda gelişme ve ekonomiye döviz girdisi sağlaması açısından çok önemli etkinliklerdir. Bu sayede ev sahibi ülkeler normal koşullar altında elde edemeyeceği fırsatlar yakalamaktadırlar. Böyle zamanlarda, etkinlik sayesinde çok büyük turizm hareketleri ve buna bağlı olarak ülkeye döviz girmekte ve ekonomi canlanmaktadır. EXPO, bu mega etkinliklerin en önemlileri arasında gösterilmektedir.

EXPO'ların temel amaçları arasında farklı kültürlerin buluşması, yeni fikirlerin paylaşımı, uluslararası işbirlikleri için uygun ortam oluşturulması ve ulusal kültürün tanıtılması olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda ev sahibi ülke de kendi kültürüne uygun olarak bir tema belirleyerek bu sloganını tüm dünyaya ilan etmektedir. Sergi alanları da bu tema çerçevesinde şekillenmektedir. İlan edilen temanın etkinliğin başarısı üzerinde önemli bir etkisi vardır. Tema genellikle kenti, ülkeyi ve dünyayı daha yaşanabilir ve sürdürülebilir kılma adına pozitif duyguları barındırmaktadır.

Bu mega etkinlikler ev sahibi ülkelere oldukça maliyetli olduklarından henüz aday olmaya karar vermeden önce çok detaylı bir araştırma yapılmalıdır. Öncelikle ev sahipliği yapacak kentin güçlü ve zayıf yönleri detaylı bir şekilde incelenmelidir. Yapılacak etkinliğin tipine göre katılımcı sayısı değişmekle birlikte şehre büyük miktarda ziyaretçi girişi yaşanacağından özellikle ulaşım alt yapısı ve konaklama kapasitelerinin uygunluğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bunun yanı sıra sağlık hizmetleri dikkat edilmesi gereken bir başka önemli konudur.

Bu tür uluslararası organizasyonların başarıya ulaşması için ev sahibi ülkenin hükümet kurumlarının tek başına çabası yeterli olmayabilir. Bunların yanı sıra kentin tüm kurumlarının hatta özel sektör teşebbüslerinin işbirliği içinde olması ve güçlü bir iletişim ağının kurulması gerekmektedir.

Tüm bunlara ek olarak ve en önemlisi kent halkının desteğidir. Çünkü şehre gelecek olan ziyaretçiler ilk andan itibaren insanlarla iletişim kurmaya başlamaktadır. Otobüste, restoranda, markette ve sokakta şehir halkıyla etkileşim mutlaka gerçekleşmektedir. İşte tam da bu noktada ziyaretçilerle samimi ve güler yüzlü bir iletişim gerçekleşmelidir. Bu konuda şehir halkının bilinçlendirilmesi adına çalışmalar yapılması organizasyonun başarısı üzerinde olumlu etki yaratacaktır. Özellikle hedef kitle ile iletişime geçmesi muhtemel gruplara (Otel çalışanları, otobüs şoförleri, bazı esnaf grupları vs.) yabancılarla iletişim eğitimleri verilebilir. Türk milleti olarak ne kadar misafirperver bir millet olsak da bazı kültürel farklılıklardan dolayı bize göre normal olan bir davranış onlara göre normal olmayabilir hatta onların kültürüne göre ayıp sayılabilir. Bu gibi negatif davranışların önüne geçilmesi ancak eğitim yoluyla sağlanabilir.

EXPO etkinlikleri ev sahibi kente çok büyük turizm hareketi getirmektedir. Bu durumda kent kendi potansiyelini etkin bir şekilde kullanmalıdır. Çünkü bu durum aynı zamanda bölgenin turizm potansiyelinin ön plana çıkarılmasına ve bölgesel turizmin gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Bir bölgede turizmin gelişmesi bir takım etkenlere bağlıdır. Bunlar, doğal ve kültürel yapı, konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmeleri ile ulaşım alt yapısı ve benzeri unsurlardır. Bölgedeki yerel yönetimlerin ve kent halkının turizme ve turistlere bakış açısı da bunlara örnek olarak verilebilir (Kılıç ve Pelit, 2004:113; Seddighi ve Theocharous, 2002:477; Ünlüönen ve Tayfun, 2003:134).

Turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin yanı sıra devamlılık da önem arz etmektedir. Devamlılık sağlanması büyük oranda ziyaretçilerin memnun edilmesine bağlıdır. Yapılan birçok çalışmada (Lee ve Heo, 2009; Tsaur ve Lin, 2004:471-481; Brady ve Cronin 2001) hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Turistlerin tatmin edilmesi turizm pazarlamasında çok önemlidir. Ziyaretçilerin tatmin düzeyi, mal ve hizmetlerin tüketimi ve turizm merkezinin tekrar tercih edilmesinde etkin bir rol oynamaktadır (Yoon ve Uysal, 2005: 45-46).

Gelen ziyaretçi kitlesinin pozitif anlamda etkilenmesi uluslararası alanda hem şehir imajının hem de bilinirliğinin artmasını sağlayacaktır. Bu sayede şehre tekrar gelecek olan turist sayısında artış gözlemlenebilir.

Mükemmel bir organizasyon deneyimi yaşayan ziyaretçi, organizasyon sonunda organizasyonla hiç ilgisi olmayan bir yerde negatif bir durumla karşılaştığında yaşamış olduğu tüm pozitif duyguları unuttur ve şehri negatif duygularla terk eder ve o yeri hep olumsuz duygularla hatırlar. Bu hizmet sektörünün özelliklerinden bir tanesidir. Bu durumda kişinin aklında bu yer iyi bir destinasyon değildir ve çevresindeki insanlara yaşadığı negatif deneyimi aktararak şehrin kötü bir imaja sahip olmasına neden olur. Bu bağlamda organizasyonun başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için konunun bütünsel olarak ele alınması yararlı olabilir. Tüm paydaşların ortak bir vizyon çerçevesinde birleşerek hareket etmesi bu tür uluslararası etkinliklerin başarı şansını artırabilir.

Türkiye için EXPO etkinlikleri ülke imajının yükselmesi adına en iyi fırsatlardan biridir. Etkinliklerin hem sosyal hem de ekonomik anlamda ülkeye olacak katkıları çok fazladır. Bu bağlamda düzenlenmesi planlanan EXPO'larda bahsi geçen önerilerin dikkate alınmasının organizasyonun başarı şansını artıracığı değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

- Berber, A., (2016). İşletmecilik Tarihi Bağlamında İlk Dünya Fuarı (Londra, 1851), İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi 45(Özel Sayı), 174-181.
- Brady, M. K. ve Cronin, J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Broudehoux, A. M. (2007). Spectacular Beijing: The Conspicuous Construction of an Olympic Metropolis, *Journal of Urban Affairs*, 29(4), 383-399.
- Çelik, F. ve Aslantaş, F., (2018). Gelecek Nesiller İçin Yeşil Bir Dünya: EXPO 2016 Antalya, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 1056-1070.
- Essex, S. and Brian C., (2004a). Mega-Sporting Events in Urban and Regional Policy: A History of the Winter Olympics, *Planning Perspectives*, 19, 201-232.
- Essex, S. and Brian C., (2004b). Gaining World City Status through Staging the Olympic Games, *Geodate*, 17(4), 7-11.
- Hepkorucu, A. ve Doğan, Ö., (2019). "Turizm Gelirleri İçin Mevsimsel Birim Kök Yapısının İncelenmesi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62), 1343-1351.
- Kılıç, B. ve Pelit, E. (2004). Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 113-124.
- Koçak, N. ve Tandoğan, G. K., (2008). "Kent Turizmi Kapsamında Fuar ve Sergilerin İzmir Turizmine Olası Etkileri: EXPO Örneği", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(2).
- Lee, S. ve Heo, C.Y. (2009). Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction Among US Publicly Traded Hotels and Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (4), 635-637.
- Monclus, J., (2016). *International Exhibitions and Urbanism: The Zaragoza EXPO 2008 Project*, Roudledge, Newyork, USA, 203s.
- Ökmen, M., Can, E. ve Çağatay, U., (2012). "EXPO 2020 Organizasyonu ve İzmir'in Marka Kent Olabilme Potansiyeli", *Efss'12-Eurasian Forum On Social Sciences*, "World Economic Development Paradigm: Market and Beyond" October 18-21, 2012 Baku/ Azerbaijan.
- Seddigh, H.R. ve Theocharous, A.L. (2002). A Model of Tourism Destination Choice: A Theoretical and Empirical Analysis, *Tourism Management*, 23(5), 475-487.

- Soğukkuyu, B. ve Tunç, A. Z., (2013). Kültürüne ve Toplumsal Yapıya Bağlı Olarak Kentte Tipografinin Kullanımı (İzmir ve Milano Örnekleri), Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi, 12, 153-172.
- Sun, J. ve Lin, Y., (2010). Mega-events, Local Economies, and Global Status: What Happened before the 2008 Olympics in Beijing and the 2010 World EXPO in Shanghai, in, Journal of Current Chinese Affairs, 39(2), 133-165.
- Tsaur, S.H. ve Lin, Y.C. (2004). Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behavior, Tourism Management, 25(4), 471-481.
- Tunç, H., (2013). Modern İzmir Diasporası ve EXPO, Aktüel Panaroma Dergisi, Mart 2013, Sayı:1.
- Ünlüöner, K. ve Tayfun A., (2003). Turistlerin Yerli Halkın Tüketim Davranışlarına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 133-150.
- Yangluxu Li, (2018). “Research Of The Ecological Environment In Shanghai World EXPO Park”, Journal of Environmental Engineering and Landscape Management, 26(3), 177-189.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An Examination of The Effects of Motivation and satisfaction on Destination Loyalty: a Structural Model, Tourism Management, 26(1), 45-56.

İnternet Kaynakları

- <http://aiph.org/events/exhibitions/#tab-1435055370188-6-1>, (Erişim Tarihi: 12.04.2019)
- <http://EXPO2021hatay.com/EXPO-nedir/>, (Erişim Tarihi: 08.04.2019).
- <http://web.archive.org/web/20150510110135/http://www.EXPO2016antalya.org.tr/tr/sayfalar/33/EXP>
O-nun-kazandirdiklari, (Erişim Tarihi: 08.04.2019).
- <http://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/EXPO-ve-ankara.pdf>, (Erişim Tarihi: 08.04.2019).
- http://www.mfa.gov.tr/dunya-sergileri-_EXPO_.tr.mfa, (Erişim Tarihi: 11.04.2019).
- https://www.bie-paris.org/site/media/k2/attachments/article_06._worldfinance-nov-dec-2012.pdf,
(Erişim Tarihi: 11.04.2019).