



## Uluslararası Turistlerin Van Algısı\*

### International Tourists' Perception of Van

Cihat ŞİT<sup>1</sup>, Faruk ALAEDDİNOĞLU<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi,  
Edebiyat Fakültesi Van, Türkiye

**ORCID:**

C.Ş.: 0000-0002-3564-4215

F.A.: 0000-0002-1682-7438

**Corresponding Author:**

Faruk ALAEDDİNOĞLU

**Email:**

falaeddinoglu@hotmail.com

**Citation:** Şit, C. ve Alaeddinoğlu, F. (2020). Uluslararası turistlerin Van algısı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5): 112-133.

**Submitted:** 17.11.2020

**Accepted:** 20.12.2020

### Özet

Van 1990'lı yıllarda Türkiye'yi ziyaret eden her bin (1000) turistten onyedisinin ziyaret ettiği bir turizm bölgesi iken, bugün bin (1000) turistten sadece 1,3'ünün ziyaret ettiği bir varış noktası haline gelmiştir. Şüphesiz uluslararası turist sayısındaki bu azalışın birçok sebebi vardır. Bunların bir kısmı uluslararası konjonktürle ilgiliyken bir kısmı da ulusal ve yerel ölçekte yaşanan gelişmelerin sonucudur. Ancak her ne şekilde olursa olsun uluslararası turistin Van'a ilişkin algısı mevcut sorunların çözümünde ana değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, Van'ı ziyaret eden 351 yabancı turiste 23 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, Van'ı ziyaret eden turistlerin geldikleri ülke çeşitliliğinin büyük ölçüde değiştiği ve Van'ın tek pazara (İran) muhtaç bir varış yeri haline getirildiği anlaşılmaktadır. Bu durum, tatil anlayışına bağlı olarak işletmeleri hizmet ve ürün kalitesi açısından olumsuz etkilemiştir. Gelen turistlerin büyük ölçüde az harcama yaptıkları ve kaliteyi çokça aramadıkları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla uluslararası turizmde öne çıkması gereken birçok değişken alt sıralarda kendine yer bulmuştur. Bununla birlikte Van'ı ziyaret eden uluslararası turistlerin %67'sinin başka bir yere uğramadan Van'a doğrudan geldiği, %59,3'ünün ilk gelişi olduğu ve %56,7'sinin ise Van'da eğlence altyapısını yetersiz bulduğu anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Turizm, Turizm Algısı, Van, Turizmde Sürdürülebilirlik

### Abstract

While Van was a tourism region visited by 17 of every 1000 tourists visiting Turkey in the 1990s, today it has become a destination only 1.3 percent of a thousand tourists visit. Undoubtedly, there are many reasons behind a decrease in the number of tourists. Some of these are related to the international conjuncture, some are the result of developments on a national and local scale. But, whatever the reason is, international tourists' perceptions of Van is the main variable in solving the current problems. In this context, a survey which consists of 23 questions was applied to 351 international tourists who visited Van. As a result of the research, it is understood that the national diversity of the international visitors of Van has changed greatly, and Van has been become a destination in need of a single market (Iran). This situation has negatively affected the enterprises in terms of service and product quality depending on the sense of vacation. It is understood that international tourists spend substantially less and do not seek the same quality. Therefore, many variables that should stand out in

\*Bu Makale, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Tarafından SYL-2019-8338 no'lu proje kapsamında desteklenmiştir.

*international tourism have found their place in the lower ranks. In addition to this, it is understood that 67% of the international tourists to Van come directly to Van without visiting anywhere else. Also, 59.3% came on their first visit, and 56.7% find the entertainment infrastructure in Van is insufficient.*

**Keywords:** *International Tourism, Tourism Perception, Van, Sustainability in Tourism*

## 1. GİRİŞ

Turizm, ülkelerin ve daha küçük ölçekte kentlerin temel ekonomik gelir kaynağı, işsizlik sorunu ile mücadele ve bir kalkınma aracı olduğu gibi, kültürel etkileşim, sosyalleşme ve destinasyonların kendini ifade etme biçimidir. Dolayısıyla hem turist hem de ev sahibi toplumun belli değişkenler açısından etkilendiği bu olgu dünyanın en önemli sektörlerinden biridir.

2020 yılında tüm Dünya'yı derinden etkileyen ve insanları ev hapsine mahkûm eden Covid-19 pandemisi Türkiye'yi de derinden etkilemiştir. Türkiye turizmi 2019 yılında bir önceki yıla oranla %12 artışla 51,7 milyon toplam ziyaretçi, %17 artışla 34,5 milyar dolar turizm geliri seviyelerine ulaşmasına karşın, 2020'nin ilk sekiz ayında yaklaşık %76,60 düşmüş ve sadece 7.255.107 turist ağırlayabilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020a). 2020 Haziran ayına bakıldığında turizmden önemli miktarlarda gelir elde eden ülkeler 1 ay öncesinde tüm kapılarını kapattığı ülkelerden salgın tehlikesi devam ediyor olmasına rağmen bu defa turist çekebilmek için yoğun çaba harcamışlardır. Salgından öncesine bakıldığında turizme katılanların seyahat motivasyonlarının giderek arttığı ve Türkiye'nin de bu pastadan payını almaya devam ettiği görülür. Fakat Van, tüm bu pozitif havadan 2019'da ne yazık ki faydalanamamış, aksine nerdeyse tek pazarı olan İran dahi alternatif olmaktan çıkmış ve yılı 2018'e göre negatif olarak kapatmıştır.

Seyahat motivasyonu üzerinde en belirleyici faktörlerden birisi hiç şüphe yok ki destinasyona dair algıdır. Van, 2018'de uluslararası turizmde kendi rekorunu kırmıştır. Fakat bunu tek pazara odaklanarak ve pazarlama stratejilerinden yoksun bir şekilde yapmıştır. Turizmde doğru stratejilerle hareket etmek için uluslararası turistlerin mevcut algısını bilmek gerekmektedir. Bu algı kentin turizmiyle ilgili olan bütün çevreleri ilgilendirmektedir. Turizm endüstrisi, üzerindeki olumsuz etkisi belki bir iki yıl daha sürecek olan bu salgınla beraber oluşan ağır tahribatın mücadelesini verirken karar vericiler aynı zamanda gelecek yıllarda turizmin yeniden yapılanması için öncü bazı kararlar almak durumundadırlar. Bu bağlamda bilim insanları (Brouder, 2020; Everingham ve Chassagne, 2020; Romagosa, 2020; Prideaux vd., 2020) turizmcilerin ve karar vericilerin pandemi sonrası için yeniden yapılanma fırsatı elde ettiklerini ifade etmektedirler (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020:242). Nitekim turizm endüstrisindeki bu restorasyon, destinasyonlardaki mevcut eksikliklerin giderilmesi ve kriz sonrasında tüm paydaşların etkin ve verimli bir biçimde hareket etmesiyle, dolayısıyla destinasyonlara dair mevcut algının ölçülmesiyle mümkün olabilecektir. Destinasyonlara yönelik elde edilmiş algı ölçeklerinin incelenmesi, salgından sonra mevcut sorunların çözümünde ana değişkendir. Bu çalışmada da uluslararası turistlerin Van'a ilişkin algısı ölçülmektedir. Van'ın, 1990'lı yıllardan günümüze doğru yabancı ziyaretçi oranının neden düşüşe geçtiği, 2018'de şu ana kadar ki en yüksek yabancı ziyaretçi sayısına ulaşan Van'ın 2019'da neden bu ziyaretçi akışında tekrar gerilediği ancak algı ölçeklerinin doğru okunmasıyla mümkün olabilecektir.

Bu bağlamda hizmetin ulaştırılacağı turist kitlesinin beklentisini ve algısını bilmek yeni fırsatları değerlendirebilmeyi ve tehditleri de bertaraf edebilmeyi sağlar. Turizm de yeni çözümler üretebilen ve sürekli kendisini şartlara göre yenileyebilen bir sistem, sosyal ve teknolojik altyapısını sürekli yenileyen bir organizma gibidir (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020: 236). Uluslararası turizmdeki fırsatlar ve tehditler göz önüne alındığında Van, nüfus artışının üretimle aynı oranda olmadığı özellikle son 20 yılda iç ve dış politik ve militer gelişmelerin yatırımcıların şehirden uzak kalmasına neden olduğu bir destinasyon olarak göze çarpmaktadır (Coşkun, 2017: 415). Oysa bu gelişmeler Van ve yakın çevresinin el değmemiş doğal güzelliklerini ve kültürel yapısını önemli

çekicilik olmaktan ve yatırımcısını bekleyen bir alan olmaktan geri bırakmamaktadır (Surat ve Dinç, 2018: 381). Van'ın uluslararası alanda imajını destekleyen en güçlü yönleri; göz alıcı manzaralara, ilginç coğrafi özelliklere sahip yerlere (%46) ve endemik ornitoloji ve floraya sahip (%26) olmasıdır. İl turizminin en zayıf yönleri ise; yetersiz güvenlik ve kişisel risk algılamasının yüksek olması (%31), bölgenin farkındalığının yeterli olmayışı (%17), uzaklık ve maliyetli yolculuklar (%8) dır. Ayrıca ilin yeterli bir imajının olmaması (%40), yeni bir imaj oluşturulması açısından en büyük fırsat olarak görülürken, komşu ülkelerdeki istikrarsızlıklar (%46) Van turizmi için en büyük tehdit olarak belirlenmiştir (Deniz ve Çelik, 2017: 478). İranlı turistlerin bir haftadan daha fazla tatil yaptıkları Nevruz bayramında en çok Van'ı ziyaret etmeye başladıkları ve İranlı turistlerin, Van'ı mesken tuttıkları bilinmekle beraber kentin hem ekonomik hem de sosyo-kültürel yaşamını da dönüştürmeye başladıkları ortadadır (Duman Z., 2018: 1071). Tüm bunlar salgından önce Van'ın algısını anlamamıza yardımcı olan önemli detaylardır.

## 2. YÖNTEM

Uluslararası turistlerin Van algısı üzerine odaklanan bu araştırmada tarama modeli uygulanmış ve veriler bu kapsamda elde edilmiştir. Van ilinin geçmişteki ve halen var olan turizm potansiyelini yansıtmak, uluslararası turizm pazarındaki yerini sorgulamak ve Van algısını ölçmek amacıyla nicel bir teknik olan (çoktan seçmeli ve 5'li Likert) anket çalışması uluslararası turistlere uygulanmıştır. Veri toplama süreci 2018 yılında Mart, Haziran, Eylül, Aralık aylarını kapsamaktadır. Anketin amacını "Van'ı deneyimleyen ve/veya belli ölçüde tercih eden uluslararası turistlerin Van'a dair algılarının ölçülmesi" şeklinde ifade etmek mümkündür. Çalışmada nicel araştırma yönteminin anket tekniği kullanılmıştır. Turistlerle bire bir gerçekleştirilen anketlerin evreni Van ili ve örneklem ise Van'ı ziyaret eden yabancı turistler şeklindedir. 23 sorudan oluşan anketin, ilk 8 sorusunda *yabancı ziyaretçilerin demografik özelliklerine ilişkin sıklık (frekans) analizleri*, 9-12 arasındaki sorularında *uluslararası turistlerin Van'ı ziyaret etme şekilleri ve nedeni ile ilgili analizler*, 13-17 arasındaki sorularında *yabancı ziyaretçilerin konaklama şekilleri ve kalma süreleri ile ilgili analizler*, 18-20 arası sorularında *turistlerin harcama alışkanlıkları ile ilgili analizler*, 20. sorusundan itibaren *Van'ın turistik yeterliliği, memnuniyet, sadakat ve tekrar ziyaret etme sıklığına yönelik analizler* yer almaktadır.

## 3. ARAŞTIRMA BULGULARI

### 3.1. Uluslararası Turistlerin Demografik Özelliklerine İlişkin Sıklık (Frekans) Analizi

Van ilini deneyimleyen uluslararası turistlerin Van algısı üzerine odaklanan bu çalışmaya 351 suje katılmıştır. Katılanların %38,2'si (134) kadınlardan ve %61,8'i (217) ise erkeklerden oluşmaktadır. Medeni durumlarına göre bakıldığında ise sujelerin %29,3'ünün evli, %65,5'inin bekâr, %3,7'sinin boşanmış ve %1,4'ünün ise dul olduğu anlaşılmaktadır. Genç yaştaki turistlerin eğlenceye yönelik ileri yaştaki turistlerin ise dinlenceye yönelik etkinliklere katılımı söz konusudur. Ziyaretçilerin %3,7'sinin 20 yaşından küçük, %45,6'sının 20-34 yaş, %38,5'inin 35-49 yaş, %10,5'inin 50-64 yaş arasında, %1,7'sinin ise 65 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Turistlerin %45'i üniversite mezunu, %6,8'i ise ilköğretim mezunudur. 351 kişiden 81 kişinin (%23,1'in) lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Yabancı Ziyaretçilerin Cinsiyet, Eğitim Düzeyi, Yaş ve Medeni Durum Dağılımı

Cinsiyet	F	%	Eğitim Düzeyi	F	%
Erkek	217	61,8	İlköğretim	24	6,8
Kadın	134	38,2	Ortaöğretim	88	25,1
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100</b>	Üniversite	158	45
			Lisansüstü	81	23,1
Yaş	F	%	Toplam	F	%
20'den Küçük	13	3,7	<b>Medeni Durum</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
20-34	160	45,6	Evli	103	29,3
35-49	135	38,5	Bekar	230	65,5
50-64	37	10,5	Boşanmış	13	3,7
65+	6	1,7	Dul	5	1,4
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100</b>

Kişinin mesleği, hayat kalitesini belirleyen en önemli unsurlardandır. Nitekim parasal getirisi bol olan meslek grubundaki bir kişinin turizme olan talebi, turizm etkinliğindeki geceleme süresi ve harcama miktarı sosyo-ekonomik yetersizliğe sahip bir bireyden farklılık gösterecektir. Araştırma sahasında ankete katılım gösteren yabancı ziyaretçilerin %26,8'i memurlardan oluşmaktadır. %19,7'si ise serbest meslek grubundadır. 4. sırada oransal olarak Van'ı ziyaret eden öğrenciler ise en düşük (%11,7) gelir grubunu oluşturmaktadırlar (Tablo 2).

**Tablo 2.** Deneklerin Mesleklerine Göre Dağılımı

Meslek	F	%	Diğer	F	%
İşçi	22	6,3	Dalgıç	1	,3
Memur	94	26,8	Doktor	1	,3
Emekli	23	6,6	Mühendis	1	,3
Öğrenci	41	11,7	Öğretmen	1	,3
Esnaf	60	17,1	Pilot	1	,3
Ev hanımı	27	7,7	Şirket Sahibi	2	,6
Serbest meslek	69	19,7	Belirtmemiş	8	2,3
Diğer	15	4,3			
<b>Toplam</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>			

Van'a gelen yabancı ziyaretçilerin büyük oranda İran'dan geldiği göz önünde bulundurulduğunda İran'daki ekonomik durumu daha iyi anlamak amacıyla İran'daki asgari ücrete bakmak gerekmektedir (Tablo 3).

**Tablo 3.** İran ve Türkiye Aylık Asgari Gelir Tablosu

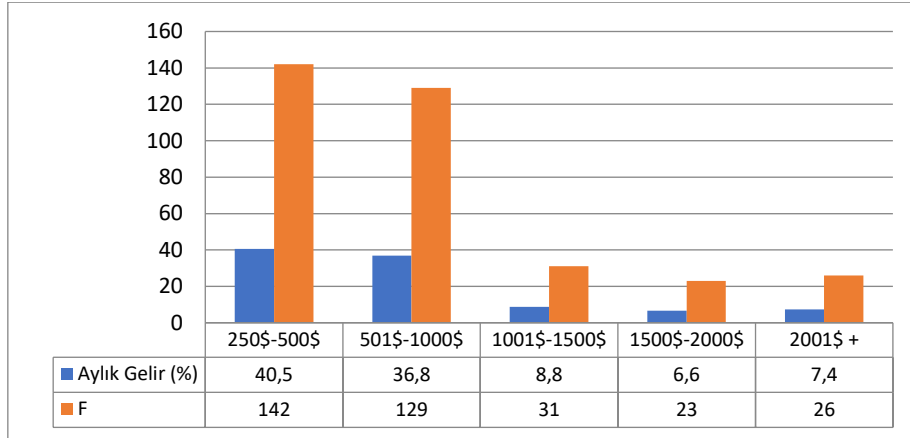
Yıllar	İran Asgari Ücret (Tümen)	Serbest Kurda Dolar Karşılığı*	TL Karşılığı**
2018	1 Milyon 375 Bin	88,4 Dolar	426 TL
2019	1 Milyon 420 Bin	123,6 Dolar	702 TL
2020	1 Milyon 835 Bin	63,2 Dolar	423 TL

**Kaynak:** (URL 1)<sup>1</sup>

Gelir durumuna göre yapılan değerlendirmede katılımcıların %40,5'inin 250\$-500\$ arasında, %36,8'inin ise 501-1000\$ arasında aylık gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır (Şekil 1). Van'a gelen turistlerin ağırlıklı olarak düşük gelir grubunda oldukları söylenebilir. Şüphesiz bunda İranlı turistlerin paralarında yaşanan değer kaybının etkisi büyüktür. Buna rağmen turistlerin kendi ülkelerinde asgari ücretin üstünde bir gelir kaynağına sahip oldukları gözlenmiştir. Van'a gelen yabancı ziyaretçilerin harcama miktarlarının az olduğu ve geceleme sayısının düşük olduğu tespit

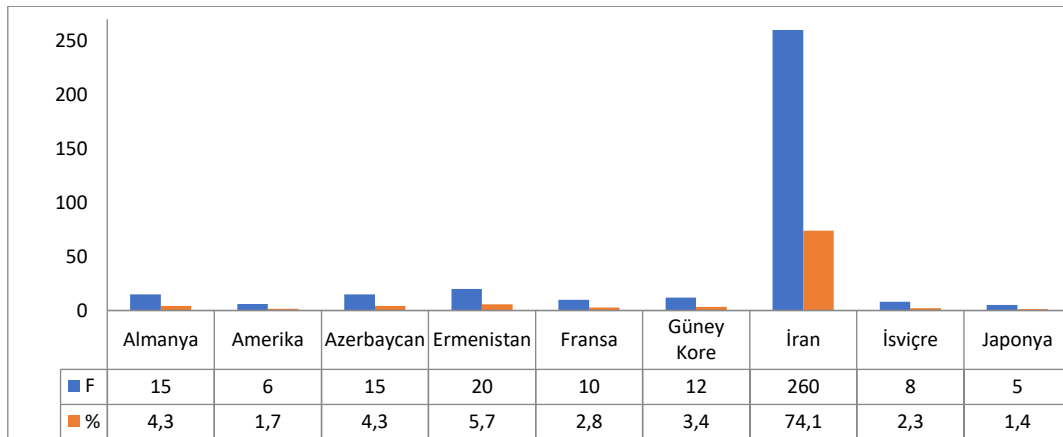
<sup>1</sup>\*01 Ekim tarihindeki serbest kurlar baz alınmıştır. 2018'de 1\$ = 15.550 Tümen, 2019'da 1\$ = 11.480 Tümen, 2020'da 1\$ = 29.000 Tümen olarak belirlenmiştir (URL 1). \*\*TL karşılığı alınırken Dolar - TL kuru üzerinden hesaplama yapılmıştır. Doların yıl ortalaması alınmıştır. 2018'de 1\$ = 4,82 TL, 2019'da 1\$ = 5,68 TL, 2020'de 1\$ = 6,70 TL şeklinde ortalamalar girilmiştir. Bu veriler sürekli değişkenlik göstermektedir. Türkiye'de 2020 Eylül ayı sonlarında dolar endeksinin 7.80 TL'ye dayanmış olduğu da unutulmamalıdır

edilmiştir (Şekil 4 ve 7). Özellikle İranlı turistlerin harcama alışkanlıklarını anlamak adına şehir halkı ve esnafla yapılan görüşmelerde turistlerin büyük oranda fiyat bilgisini yakından takip ettiklerini ve ağırlıklı olarak alışveriş ve yeme içme harcamalarıyla sınırlı kaldıkları anlaşılmaktadır. Alışverişte de orta alt fiyat grubunda olan belli markaları tercih ettikleri yerel esnaflar tarafından ifade edilmektedir. Bu bağlamda turistlerin geldikleri ülkelere göre dağılımı incelendiğinde ziyaretçilerin %74,1'inin İranlı, %5,7'sinin Ermenistan ve %4,3'ünün ise Almanya ve Azerbaycan'dan gelen ziyaretçilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Van'a en az yabancı ziyaretçinin geldiği ülkeler ise Uzak Doğu Asya ülkeleridir. Van'a 5 farklı kıtadan turist geliyor olmasına karşın anket yapılan dönemler içerisinde araştırma sahasında Afrika, Avustralya, Güney Amerika kıtalarından gelen yabancı turistlerle karşılaşmamıştır (Şekil 2).

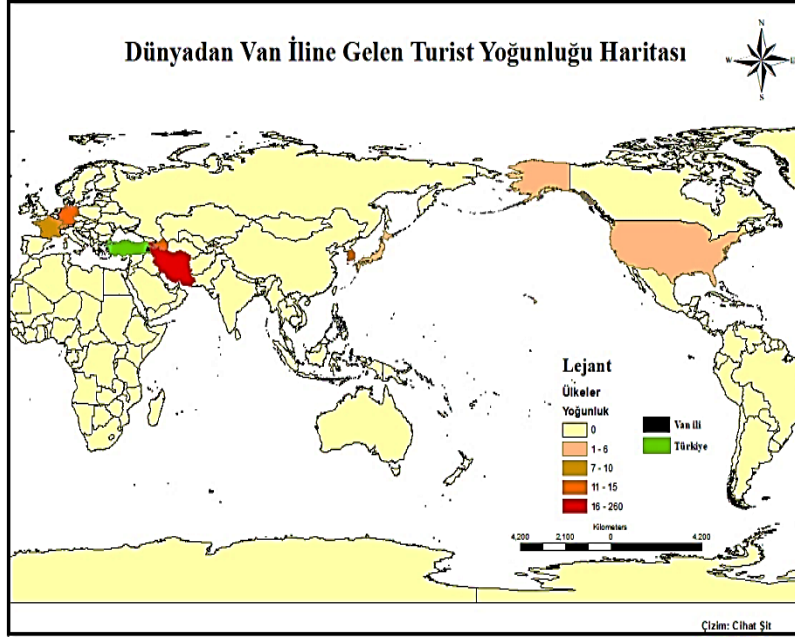


Şekil 1. Ankete Katılım Gösteren Yabancı Ziyaretçilerin Aylık Gelirleri

"2017 yılında Van sınırları içerisinde bulunan gümrük kapılarından Van'ı ziyaret eden yabancıların %99,8'ni İranlılar oluşturmuştur. 2016 yılında Van gümrük kapılarından giriş yapan İranlı sayısı 221.206 kişi iken, 2017 yılında bu sayı %90,5 oranında artarak 421.306'ya ulaşmıştır (DAKA, 2018:1)." 2018 yılında İran'ın sınır geçiş ücretlerinde yaptığı yüksek zam İranlı turist sayısında beklenen artışın önüne geçmiştir. Buna rağmen 2018 yılı Van'ın en fazla İranlı turisti ağırladığı yıl olmuştur. 2019 yılında ise İran'da dolar endeksi düşmesine rağmen 2018 yılından daha az İranlı turist gelmiştir. Almanya'dan gelen yabancı ziyaretçilerin çoğunlukla akraba ziyareti yapmak için Van'ı ziyaret ettikleri anlaşılmaktadır. Ermenistan'dan gelen ziyaretçilerin Akdamar Adasındaki ayın için geldikleri de bilinmektedir.



Şekil 2. Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Ülkelerine Göre Dağılımı



Şekil 3. Dünya'dan Van İline Gelen Turist Yoğunluğu

Van'ı ziyaret eden yabancı turistlerin ülkelerinde ikamet ettikleri illeri öğrenmek, destinasyona yakınlık durumunun ziyaretler üzerindeki etkisine dair veri sağlamaktadır. İranlı turistlerin Van'a İran'ın hangi bölgesinden veya ilinden geldiğini bilmek diğer ülke ziyaretçilerine nazaran daha önemlidir. Zira Van'ın en büyük turizm pazarının İran olduğu ortadadır. İran'dan Van'a gelişlerde turistlerin sınır kapısında ödedikleri geçiş ücreti Nisan 2018'de iki katına çıkarılmıştır. Bu durum İranlı ziyaretçi sayısını olumsuz etkilemekle beraber Van'ı deneyimlemek isteyen turistlerin beklentilerinde farklılıklar doğurmuştur. Ziyaretçiler Van'a gelmek için ödedikleri fazla ücretin karşılığını iyi bir deneyim yaşamak için gözden çıkarmaktadırlar. Bu beklenti, talep edilen hizmetin kalitesini eskiye oranla daha fazla sorguya açık hale getirmiştir. Yabancı ziyaretçiler, satın aldıkları hizmetten memnun kalmadıkları sürece tekrarlayacak olan deneyimlerinde, beklentilerini karşılayan başka bir destinasyona yöneleceklerdir.

İranlı ziyaretçilerin Van'ı deneyimlemek istemelerinde fiziki ve kültürel yakınlık önemli bir etkidir. Fakat söz konusu yakınlık ziyaret amacıyla tek başına belirleyici bir faktör değildir. Nitekim uygulanan ankette İranlı ziyaretçilerin, Van'a yakın olan illerden gelmedikleri görülmüştür. Anketlerden çıkan sonuçlara bakıldığında ziyaretçilerin %22,2 ile **Tahran** (Başkent) eyaletinden geldikleri belirlenmiştir. Batı Azerbaycan Eyaleti'ndeki **Hoy**, **Mahabad** ve **Urmiye** kentinden gelenlerin toplam oranı %15,9'dur. İran'ın Van'a yakın bir başka eyaleti olan Doğu Azerbaycan Eyaleti'ndeki **Marand**, **Mianeh** ve **Tebriz**'den Van'a gelenlerin toplam oranı ise %11,4'tür. Verilerden anlaşıldığı üzere Tahran eyaletinden gelen ziyaretçiler, Van'a yakın olan Doğu ve Batı Azerbaycan Eyaleti'nden gelen ziyaretçilerden fazladır (Tablo 4).

Tebriz, Urmiye, Hoy gibi Doğu ve Batı Azerbaycan Eyaleti'ndeki şehirlerden karayolu ile Van'a ulaşmak, doğuda bulunan diğer illere göre daha kısa sürmektedir. Urmiye Van arasında günlük tek otobüs hareket etmektedir; İran saatiyle bu hareket 07.30'da başlamaktadır. İran ulusal saati ile Türkiye ulusal saati arasındaki fark 1 saat 20 dakikadır. Urmiye'den Van'a ulaşmak 4 saat, Tebriz'den ise 4 buçuk saat sürmektedir. Yolculuğa kapıda bekleme süresi de eklenince turistlerin destinasyona varışı hayli zahmetli olmaktadır.

Tahran'dan Van'a ulaşmak isteyen İranlı bir ziyaretçinin en kısa zamanda Van'da olması karayoluyla yaklaşık 12 saat sürmektedir. Bu kadar yolu göze alıp destinasyona ulaşan bir ziyaretçinin satın almak istediği hizmetten memnun kalmak istemesi en doğal hakkıdır.

Dolayısıyla neden Van sorusuna verilecek en makul cevap 'rekabet halinde olduğu destinasyonlara göre memnun kalınacak bir hizmeti ucuz şekilde deneyimleme imkânı sunduğu için' denilebilir. Ermenistan, zengin İranlı turistlerin tercih ettiği ülkelerden biridir. Ermenistan'daki para birimiyle Türk para birimi karşılaştırıldığında İranlıların Türkiye'de daha az miktarda masrafları olduğu görülmektedir. İranlı turistlerin seçebilecekleri kendilerine yakın olan başka bir yer ise Dubai'dir. Fakat Dubai, zengin İranlı turistler için bile pahalı bir şehir olarak görülmektedir.

**Tablo 4.** Ankete Katılan İranlı Turistlerin Ülkelerinde İkamet Ettikleri Şehirler

İran		F	%	İran		F	%
Eyalet	Şehir			Eyalet	Şehir		
Alborz	Kerec	3	,9	Kordestan	Saggz	1	,3
Ardabil	Ardabil	7	2,0		Sari	3	,9
East Azerbaijan	Marand	1	,3	Mazandaran	Tonekabon	2	,6
	Mianeş	4	1,1		Noshahr	1	,3
	Tabriz	35	10,0	Qazvin	Qazvin	1	,3
Esfahan	Esfahan	6	1,7	Razavi Khorasan	Mashhad	5	1,4
Fars	Şiraz	9	2,6	Semnan	Şahrud	1	,3
Gilan	Reşt	10	2,8	South Khorasan	Bircend	1	,3
	Bender Enzeli	1	,3	Tehran	Tehran	78	22,2
Hamedan	Hamedan	2	,6		Hoy	5	1,4
Hormozgan	Bandar Abbas	2	,6	West Azerbaijan	Mahabad	1	,3
Kermanshah	Kermanshah	1	,3		Orumiyeh	50	14,2
Khuzestan	Bender Maşehr	2	,6	Zanjan	Zanjan	13	3,7
	Ahvaz	6	1,7	<b>Toplam</b>		<b>251</b>	<b>71,51</b>

**Tablo 5.** Ankete İran Dışından Katılan Turistlerin Ülkelerinde İkamet Ettikleri Şehirler

Ülke	Şehir	F	%	Ülke	Şehir	F	%
Almanya	Bonn	1	,3	Fransa	Bordeaux	1	,3
	Düsseldorf	2	,6		Cherbourg	1	,3
	Essen	1	,3		Marsilya	2	,6
	Frankfurt	2	,6		Paris	5	1,4
	Hamburg	2	,6		Strasbourg	1	,3
	Hannover	1	,3	G. Kore	Busan	2	,6
	Ladenburg	2	,6		Daegu	2	,6
	Nürnberg	1	,3		Incheaon	1	,3
	Oldenburg	2	,6		Seul	4	1,1
Stuttgart	1	,3	Suwon		1	,3	
ABD	California	1	,3	Ulsan	1	,3	
	Las Vegas	1	,3	Yeosu	1	,3	
	Los Angeles	1	,3	İsviçre	Basel	2	,6
	New York	2	,6		Bern	1	,3
Texas	1	,3	Geneva		1	,3	
			Montreaux		1	,3	
Azerbaycan	Bakü	4	1,1	Nidwalden	2	,6	
	Gence	2	,6	Zurich	1	,3	
	Nakhchivan	4	1,1	Japonya	Kobe	1	,3
	Ordubad	2	,6		Kyoto	1	,3
Şeki	3	,9	Osaka		1	,3	
			Saitama		1	,3	
Ermenistan	Ararat	2	,6	Japonya- Tokyo	1	,3	
	Aştarak	1	,3	Belirtmeyenler	9	2,6	
	Ayntap	1	,3	<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>28,49</b>	
	Dilican	1	,3				
	Gümrü	2	,6				
	Sisian	1	,3				
	Yerevan	12	3,4				

### 3.2. Uluslararası Turistlerin Van'ı Ziyaret Etme Şekilleri ve Nedenleri

Turistlerin destinasyona varma şekilleri; seyahat motivasyonları ve harcama oranları üzerinde önemli bir etkidir. Tablo 6'daki frekanslar incelendiğinde yabancı ziyaretçilerin %57,8'nin aileleriyle destinasyona seyahat ettikleri görülmektedir. Ailesiyle tatile çıkanların bireysel şekilde tatile çıkanlardan %38,7 daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Tablo 6).

Turlarla Van'a ulaşan turistler başta dinsel ve kültürel amaçlarla; Akdamar Adasına ve destinasyondaki diğer tarihi yerlere varmayı planlamaktadırlar. İç turizmde Van'a turla varış yapan turist sayısı yüksek iken bu sayı dış turizmde oldukça düşüktür.

**Tablo 6.** Uluslararası Turistin Van'a Geliş Şekli

Geliş Şekli	F	%
Bireysel	67	19,1
Aileyle	203	57,8
Arkadaşlarla	48	13,7
Turla	26	7,4
Diğer	7	2,0
Toplam	351	100,0

"Van'a kaçınıcı gelişiniz?" şeklinde yöneltilen soruya ilk gelişimiz diyen ziyaretçilerin oranı %59,2'dir. Beş defa ve üzeri gelenlerin oranı ise %12'dir (Tablo 7). Beş defa ve üzeri gelenlerin oranındaki fazlalık destinasyonda harcama oranı az olan İran pazarından gelişi ve akraba ziyaretlerini içermektedir. Van'a ilk defa ulaşan yabancı ziyaretçilerin büyük bir kısmı destinasyonda kalış yaratacak etkinlik sayısı az olduğu için ikinci gelişlerinde alternatif varış yerlerine yönelmektedirler.

İranlı ziyaretçilerin seyahat motivasyonları üzerindeki en önemli etkenlerden biri de destinasyonun ucuz olmasıdır. İran çevresindeki diğer ülkelerin pahalı olması nedeniyle ikinci kez yurt dışı deneyimi yaşamak isteyen İranlı turistler Van'ı tercih etmektedirler. Tablo 7 incelendiği zaman Van'a ikinci defa ve üstü gelişlerin toplam oranının %40,8 olduğu görülmektedir.

**Tablo 7.** Yabancı Ziyaretçilerin Van'a Geliş Sayısı

Geliş Sayısı	F	%
İlk	208	59,2
2.	64	18,2
3.	23	6,6
4.	14	4,0
5.+	42	12,0
Toplam	351	100,0

"Doğrudan mı Van'a geldiniz?" şeklinde yöneltilen soruda "Evet" oranı %67'dir (Tablo 8). Avrupa'dan veya Türkiye'nin doğu komşusu olmayan ülkelerden varış sağlayanların büyük çoğunluğu havayolunu tercih ettikleri anlaşılmaktadır. İranlı ziyaretçiler ise karayoluyla Van'a doğrudan ulaşmaktadırlar. Ermenistan veya Azerbaycan üzerinden Van'a ulaşan yabancı ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun Ağrı üzerinden bu seyahati gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ayrıca İranlı ziyaretçilerin bir kısmı, Van'ı Türkiye'nin diğer illerine geçmek için transit bir güzergâh olarak kullanmaktadırlar.

Anket uygulanan Uzak Doğulu ziyaretçiler röportajlar sırasında "gezme için önce İran'a uğradıklarını, sonrasında rotalarına Türkiye'yi eklediklerini" dile getirmişlerdir. Turistler, İran'da uçak bileti kesip de Türkiye'nin batı illerine gitmenin kendilerine yüklü masraf oluşturacağından dolayı İran'dan Van'a ulaşış sonrasında batı illerimize seyahat bileti kestiklerini ifade etmişlerdir.



Bazı Avrupalı turistler ise “rotaları olan İran’a, Van üzerinden geçişi tercih etiklerini” belirtmişlerdir.

**Tablo 8.** Yabancı Ziyaretçilerin Van’a Doğrudan Gelme Durumları

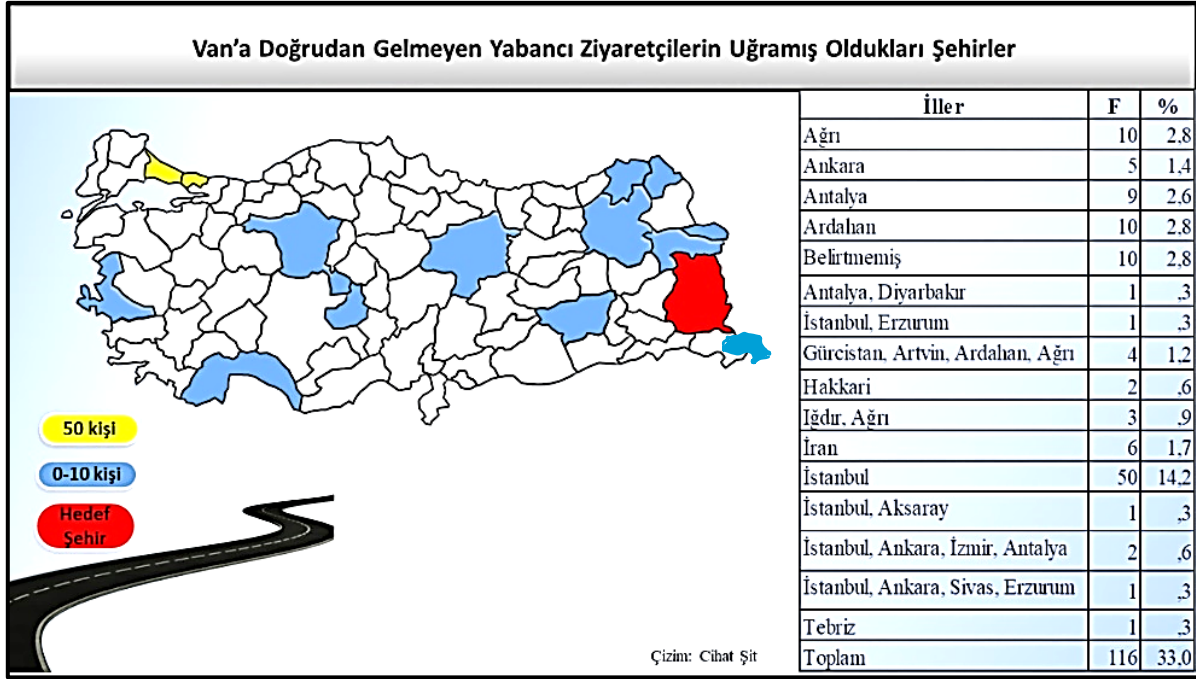
Van'a Doğrudan Mı Geldiniz ?	F	%
Evet	235	67,0
Hayır	116	33,0
Toplam	351	100,0

Avrupalı turistlerin Van destinasyonuna doğrudan ulaşmaları mümkün olmadığından varışlarından önce uğramış oldukları şehirler vardır; bunların başında İstanbul yer alır (Tablo 9). Ermenistan’dan ziyaret gerçekleştirecek olanların da Van’a doğrudan ulaşmadıkları aynı zamanda ziyaretlerini büyük oranda turlarla sağladıkları bilinmektedir. Ermeni turistlerin Van’a ulaşımı Kars iline bağlı tur şirketleri tarafından düzenlenmekte olup güzergâh Gürcistan üzerinden ülkemize girme şeklinde belirlenmektedir.

İranlı ziyaretçiler Türkiye’nin diğer illerine seyahat edeceklerse bunu büyük ölçüde Van veya Ağrı üzerinden gerçekleştirmektedirler. Böylece seyahatleri daha düşük ücretle gerçekleşmektedir. İran’da şehirlerarası tur için kullanılan otobüsler lüks sınıf ulaşım araçlarıdır. Türkiye’nin mevcut tur şirketlerinde yolcu kapasitelerinin çok olması bu ölçüdeki bir lüksün önüne geçmektedir. İranlı ziyaretçiler SCANIA marka otobüslerle geniş koltuklarda ve nitelikli bir hizmetle seyahatlerini gerçekleştirmektedirler. İran’da karayolu ulaşımının Türkiye’de hiç olamayacağı kadar ucuz olması İran içinde ve Van’a gelişte karayolu seyahatini güçlendirmiştir. Hava yolu ulaşımı ise oldukça pahalı olduğundan iki ülke arasında pek tercih edilmemektedir. Van-İran arasındaki tren seferleri ise 18 Haziran 2018’de yeniden başlatılmıştır. Ancak Seferlerin haftada bir kez yapılıyor olması ve ulaşım süresinin uzun olması nedeniyle trenle seyahat çok az tercih edilmektedir.

İran’dan seyahat eden turistler Doğubayazıt’tan (Gürbulak Sınır Kapısı), Saray’dan (Kapıköy Sınır Kapısı) ve Hakkâri’den (Esendere Sınır Kapısı) ülkemize ulaşabilmektedirler. Van’a ulaşımın diğer kapılara göre daha kısa sürdüğü Kapıköy, ziyaretçiler tarafından en çok tercih edilendir. Buna rağmen Kapıköy Sınır Kapısında bekleyen gününbirlik ticaretle uğraşanlar ve Van tur minibüsçülerinin yolcu kavgaları Van’ı deneyimlemek için sınır kapısında bulunan yabancı ziyaretçileri büyük oranda olumsuz etkilemektedir.

Tablo 9. Doğrudan Van'a Gelmeyen Yabancı Ziyaretçilerin Uğramış Oldukları Şehirler



Uluslararası turistlere Van'ı ziyaret sebeplerinin sorulduğu soruda ziyaretçilere 11 seçenek sunulmuştur ve birden fazla şıkki işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Her bir maddenin oranı kendi içerisinde hesaplanmıştır; maddelerdeki oranlar birbirinden bağımsızdır. Ziyaretçiler en çok (%53,3) "Tarihi ve Kültürel Alanları Ziyaret" amacıyla geldiklerini belirtmişlerdir (Tablo 10). Ziyaret sebeplerinden ikinci en fazla oranı ise %46,6 ile "Alışveriş" oluşturmaktadır. Turistlerin Van'a geliş amaçları içerisinde alışveriş önemli bir noktada yer almaktadır. Fakat yapılan ankette turistlerin en fazla ziyaret amaçları "Tarihi ve Kültürel Alanları Ziyaret" olarak ortaya çıkmıştır. "Alışveriş" ise ikinci sırada yer almıştır. Avrupalı turistlerin Van'a geliş amaçlarında alışveriş bulunmamaktadır. Ermenistan veya Uzak Doğu Asya ülkelerinden gelen turistlerin de böyle bir amacı yoktur. İran'dan Van'a gelen yabancı ziyaretçilerden 160'ı (%61,53) alışveriş için geldiğini ifade etmiştir (Şekil 12).

İranlı turistler için alışverişin, Avrupa ve diğer ülkelerin turistleri için ise tarihi ve kültürel güzellikleri görmek önemli olduğuna göre bu deneyimlemeye yönelik hizmetlerin sunulması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Van'da bu anlamda son zamanlarda çalışmaların hızlandığı söylenebilir. Fakat mevcut noktaların modernize edilmesi gerekmektedir. Turistin tarihi ve kültürel alanda dolaşırken kendisine tabelalarla veya simülasyonla rehberlik edilmesi şarttır. Tanıtıcı bir odanın içerisinde Van Kalesi, Akdamar Adası veya herhangi bir turistik kaynak teknolojik yöntemlerle tanıtılmalıdır. Turist, bir yere tur olmadan da bireysel olarak gidip gezebilmelidir. En başta yapılması gerekenlerden biri de Kale'nin akşam ışıklandırılmasına kavuşturulması ve akşam ziyaretine kapalı olsa dahi kentin iskele sahilinde bulunanlar için göz kamaştırıcı bir görüntünün sunulmasıdır. Tablo 10 incelendiğinde doğal güzelliklerin ziyarette önemli bir yere (%43,6) sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla maceraperest ve doğaseverlere yönelik yeni yaklaşımlara ihtiyaç vardır.

Yabancı turistlerin ziyaret sebepleri arasında en az oranla (%1,1) spor ve sağlık gelmektedir. Oysa Van'da kış turizmi, rafting, yamaç paraşütü gibi diğer birçok doğa sporuna yönelik imkanlar mevcuttur. Turistlerin, Van Gölü üzerinde çeşitli spor aktivitelerine yönlendirilebilmesi mümkündür. Önceki yıllarda televizyonlarda canlı olarak yayınlanan Van Gölü Su Sporları festivalinin her yıl yapılma durumu yeniden ele alınmalıdır.

Turistlerin Van'a geliş sebepleri arasında merak edilen bir diğer husus da yakınlığın ne kadar etkili olduğudur. Yakın olduğu için Van'ı tercih ettim diyenlerin oranı %21,92'dur (Tablo 10). Mesafe destinasyona varışı etkileyen önemli bir faktördür. Fakat anketlerin sonuçlarında Van'a yakın bir şehir olan Tebriz'den gelenlerin oranı %10 iken daha uzakta bulunan Tahran'dan gelenlerin oranı ise %22,2'dir (Tablo 4). Bu oransal fark iki kattan fazladır. Tahran'ın metropol olmasından dolayı bu oransal fark, normal olarak kabul edilebilir. Urmiye'den gelenlerle (%14,2) Tebriz'den gelenlerin (%10) toplamı %24,2'dir. İki kentten Van'a gelen ziyaretçi sayısı ancak Tahran'dan gelen ziyaretçiler kadardır.

Van'a doğrudan ziyaret amaçlı gelen turistlerin yanı sıra transit geçiş için kullanan (%12,3) turistlerin sayısını da irdelemek gerekmektedir (Tablo 10). Bunlar harcamalarını Van'da değil de başka illerde yapma amacı güden kişilerdir. Van'dan İran'a geçiş kendilerine cazip geldiği için bu yolu tercih etmektedirler. Van'a gelen ve Türkiye'nin diğer illerine transit geçmek isteyen turistler uçak biletlerini alırken biletleri bir sonraki güne sarkmaktadır. Çünkü Van'dan günün her saati ve istenildiği gibi uçak seyahati yapmak mümkün olamamaktadır. Turistler ertesi günü beklerken Van'da bir gece de olsa konaklamaktadırlar. İran'a dönüşlerde de aynı durum söz konusudur.

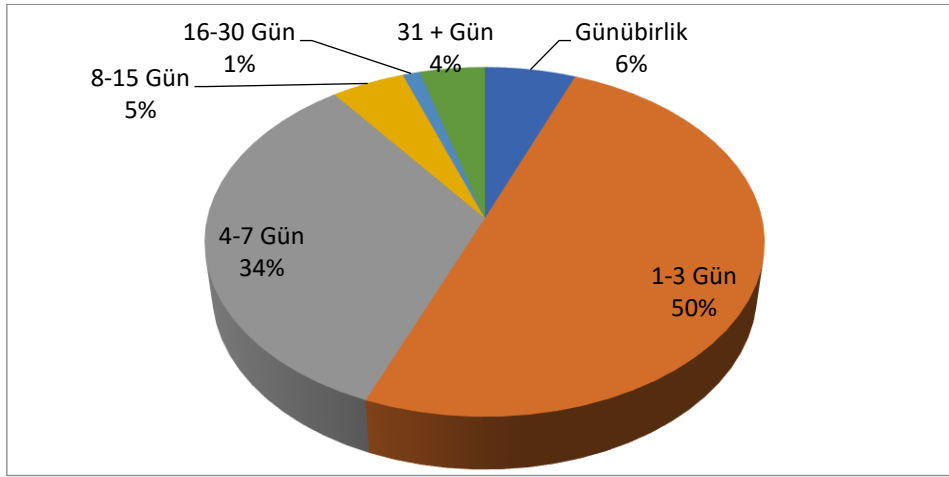
Ticari amaçla Van'ı ziyaret ettiğini ifade eden 33 kişi her ne kadar ticaret amacıyla geldiklerini ifade etseler de asıl amaçlarının Van'ı deneyimlemek olduğunu ve ülkelerine giderken de ticari ürünler götürdükleri söylemek mümkündür.

**Tablo 10.** Uluslararası Turistlerin Van'ı Ziyaret Sebepleri

Ziyaret Sebebi	F	%
Tarihi ve Kültürel Alanları Ziyaret	187	53,3
Akraba - Arkadaş Ziyareti	35	10
Doğal Güzellikleri Görmek İçin	153	43,6
İnanç Turizmi	42	12
Spor ve Sağlık Amaçlı	4	1,1
Alışveriş	163	46,4
Eğitim - Kongre veya Toplantı	13	3,7
Ticaret	33	9,4
Kendine Kültürel Olarak Yakın Hissediyorum	44	12,5
Mesafe Olarak Yakın Olduğu İçin	77	21,9
Van'ı Transit Geçiş İçin Kullanıyorum	43	12,3

Turistlerin destinasyonda kalış süreleri harcama oranlarını belirlemektedir. Van'da uzun kalış yaratacak etkinlikler ve uzun kalış yapacak olan turist profili tüm dönemlerde istenilen bir durumdur. Araştırma sahasında gününbirlik kalan ziyaretçi sayısı sadece %6'dır. Turistlerin en çok 1-3 gün arası (%50), ikinci sırada ise 4-7 (%34) gün kalış yaptıkları tespit edilmiştir (Şekil 4). Kalış sürelerinin artırılması 8-15 gün (%5) özellikle destinasyona sadakati olumlu yönde etkileyeceği ve uzun vadede katkı sunacağı anlaşılmaktadır.

#### Uluslararası Turistlerin Van Algısı



**Şekil 4.** Ankete Katılım Gösteren Yabancı Ziyaretçilerin Van’da Kaldıkları Süre

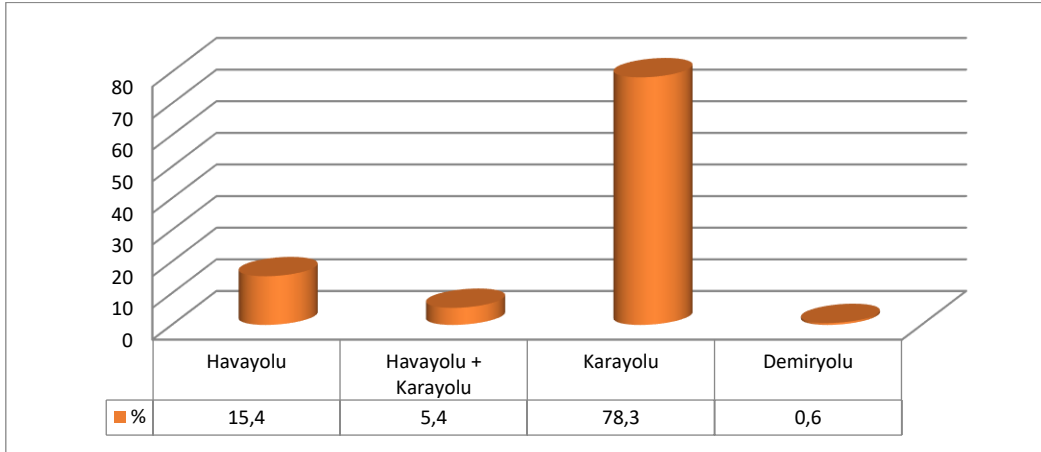
Van’ı deneyimleyen turistlerin konaklama tercihleri irdelendiğinde ağırlıklı olarak otelleri kullandıkları anlaşılmaktadır. Oteller hem daha konforlu hem de daha güvenilir konaklama hizmeti sundukları için en çok tercih edilen yerler olmuşlardır. %84’lük bir oranla tercih edilen otelleri, apart evler (%5,4) izlemiştir (Tablo 11). Apart evlerin daha çok haftalık kalış yapan aileler tarafından tercih edildiği gözlemlenmiştir. Yapılan görüşmelerde 4 kişilik bir turist ailenin apart evde kalıp kendi yemeğini veya kendi kalış şartlarını tamamen kendisine göre ayarlama imkânı sağlayabildiği öğrenilmiştir. Destinasyonda, tur şirketleri, tur acenteleri veya şahıslarca apart ev hizmeti sunulmaktadır. Apart evler her ne kadar güvenlik problemi taşıyor olsalar da turistlerin tercih sebepleri içerisinde var olabilmektedirler. Şüphesiz bu durumda tecrübesiz turistlerin para avcılarının tuzağına düşmeleri kaçınılmaz olabilmektedir. Araştırma kapsamında Van Kültür Turizm İl Müdürlüğü’nden izin alınarak bir gün boyunca turizm information ofisinde turistlerin şikayetleri ve talepleri dinlenilmiştir. Araştırma sahasında, apart evlerde kalan kimi ziyaretçilerin dolandırıldıklarına dair şikayetlere tanıklık edilmiştir. Örneğin haftalık olarak 1500 TL’ye evini kiralayan bir mülk sahibinin, turistler ayrılmak üzereyken anlaşmadan cayıp iki kat miktar talep ettiği aynı zamanda ziyaretçiler üzerinde baskı kurmaya çalıştığı gelen şikâyetlerden biri olmuştur.

**Tablo 11.** Uluslararası Turistlerin Van’da Nerede Konakladıklarını Gösteren Veriler

Nerede Konaklıyorsunuz?	F	%
Otel	295	84
Apart Ev	19	5,4
Şahsi veya Kiralık Ev	13	3,7
Akraba Arkadaş Yanında	18	5,1
Diğer	6	1,8
Toplam	351	100

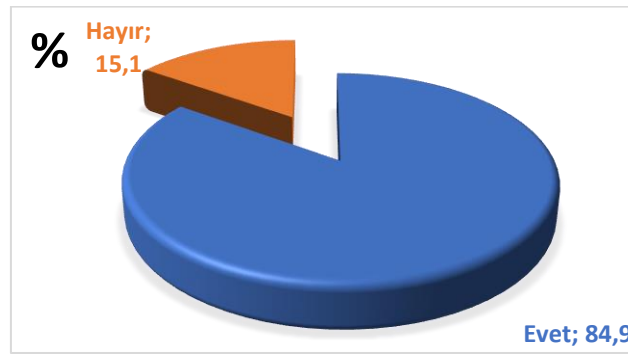
Uluslararası ziyaretçilerin Van iline ulaşım tercihlerine bakıldığında en çok karayoluyla (%78,3) geldikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bunu %15,7 ile havayolu takip etmiştir (Şekil 5). Avrupalı turistlerin daha çok havayolunu, İranlı turistlerin ise karayolunu tercih ettikleri tespit edilmiştir. Avrupalı veya Uzak Doğulu turistlerin İstanbul, Antalya veya Ankara illerinden sonra araştırma sahasına ulaştıkları anlaşılmaktadır. Van, turistik bölgelere (büyük illere) havayolu ile ulaşımının olmasıyla büyük bir avantaja sahipken uluslararası uçuşlara sahip bir havaalanının olmaması dezavantajını da barındırmaktadır. Komşu illerle sıkı bir karayolu ulaşım yoğunluğuna sahip olan araştırma sahası, Türkiye’nin her bölgesine direkt seferler gerçekleştirebilmektedir. Fakat bu potansiyelin konfordan yoksun olması ilin turizmi için bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Van,

Türkiye demiryollarının İran'a açılan kapısıdır. Fakat gözlemler ve elde edilen veriler bu ulaşım sistemi içerisindeki turist sayısının çok az olduğu sonucunu vermiştir.



Şekil 5. Yabancı Ziyaretçilerin Van'a Gelmek İçin Tercih Ettikleri Ulaşım Sistemi

“Van'a zorunda olduğunuz için mi geldiniz?” sorusuna ziyaretçilerin dörtte üçünden daha fazlası (%84,9) 'Hayır' cevabını vermiştir. Turistler, büyük bir oranla destinasyona istekli olarak geldiklerini ifade etmekle beraber ziyaretinde mecburiyet durumu olanların oranı %15,1'dir (Şekil 6).



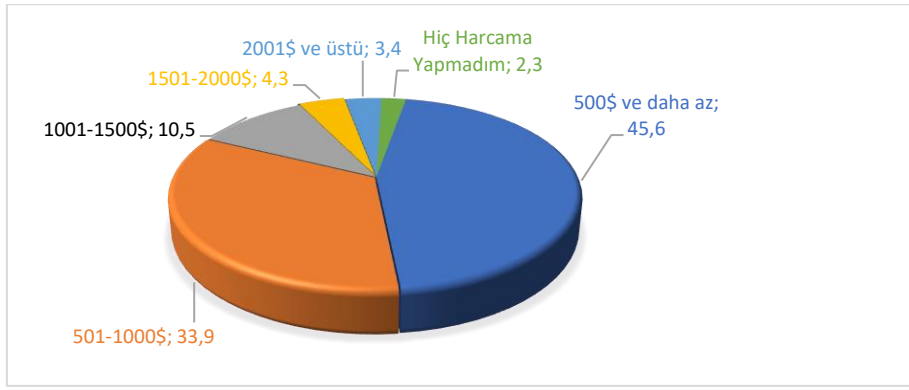
Şekil 6. Yabancı Ziyaretçilerin Van'ı Tercih Etmelerindeki Mecburiyet Durumları

### 3.3. Turistlerin Harcama Alışkanlıkları ile İlgili Analizler

Van'ın uzun yıllar var olan turist profili orta ve orta alt gruplardan oluşmaktaydı. Ancak son yıllarda bu durum büyük ölçüde değişmiş görünmektedir. Özellikle Avrupa pazarının büyük ölçüde ortadan kalkması bu durumun başlıca nedenidir. Zira anket sonuçlarına göre Van'ı ziyaret eden turistlerin hem harcama alışkanlıklarının değiştiğini hem de harcama miktarının düştüğünü göstermektedir.

Turistlerin %45,6'sının 500\$ ve altında, %3,4'ünün ise 2001\$ ve üstünde harcama yaptıkları görülmüştür. Ortaya çıkan sonuçlarda ziyaretçilerin neredeyse 4/5'inin (%79,5) 1000\$ ve altında harcamaya sahip oldukları tespit edilmiştir. Araştırmada ilin turizmden sağladığı döviz girdisinin çok kısıtlı olduğu sonucuna varılmıştır. İlde hiç harcama yapmadım diyen ziyaretçilerin oranı %2,3'tür. Şüphesiz bu kişilerin ev hanımı oldukları ve harcamaların eşleri tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır.

### Uluslararası Turistlerin Van Algısı



**Şekil 7.** Van’da Kalış Süresi Boyunca Uluslararası Turistlerin Harcama Miktarları

Turistlerin ziyaret boyunca en çok harcama yaptıkları kalemler ildeki turizm sağlayıcılarının algıyı doğru yönetmesi için önemlidir. Destinasyonlardaki yatırımlar ve sermayenin hangi sektörlerde değerlendirileceği arz ve talebe uygun belirlenmektedir. Araştırma alanında anketin uygulandığı süljeler en çok harcamayı (%41) alışverişe yaptıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 12). Bunu ikinci sırada (%23,6) konaklama, üçüncü sırada (%20,2) yeme-içme izlemiştir. 351 ziyaretçiden 3’ü (%0,9) bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Verilerde ilk üç harcama alanındaki (alışveriş, konaklama, yeme-içme) oranın toplamı %84,8’tür. Bu üç kalem dışındaki harcamalar oldukça azdır. Özellikle İranlı turistlerin Van’dan ayrılırken çok sayıda kıyafetle ayrıldıkları görülmektedir. Diğer ülkelerden gelenlerin böyle girişimlerinin olmadığı; alışverişe pek de harcama yapmadıkları gözlemlenmiştir.

“İranlı turistlerden elde edilen toplam turizm geliri 2018 yılında 231.942.605 TL olarak tahmin edilmektedir. Kişisel harcamalar (Yeme-içme, konaklama, sağlık vb.) 70.989.733 TL’dir. Diğer mal ve hizmetler (giyecek ve ayakkabı, hediyelik eşya vb.) ise 146.151.029 TL olarak gerçekleşmiştir. Turizm gelirleri içerisindeki en büyük pay %55,1 ile “giyecek ve ayakkabı” harcama grubuna aittir. 2018’de ziyaretçilerin kişi başına ortalama harcaması 1.247 TL olmuştur (DAKA, 2018:25).”

**Tablo 12.** Yabancı Ziyaretçilerin Van’daki Harcama Oranları

Harcama Yapılan Unsur	F	%
Konaklama	83	23,6
Ulaşım	29	8,3
Şehir İçi Ulaşım	15	4,3
Yeme - İçme	71	20,2
Alışveriş	144	41,0
Diğer	6	1,7
Cevaplamayanlar	3	,9
Toplam	351	100,0

### 3.4. Van’ın Turistik Yeterliliği, Memnuniyet, Sadakat ve Tekrar Ziyaret Etme Sıklığına Yönelik Analizler

“Van’ı bir geçiş güzergahı olarak mı kullanıyorsunuz” sorusuna ziyaretçilerin yarısından fazlası (%53) “Hayır” cevabını vermişlerdir (Şekil 8). Bu soru araştırma anketine bir güvenlik maddesi mahiyetinde yerleştirilmiştir. Önceki sorulardan olan “Van’ı transit geçiş için mi kullanıyorsunuz?” sorusunu (Tablo 10) test etmek amaçlı konulmuştur. Anketin bir başka bağımsız sorusunda ise (Siz bu şehre mecburen mi geldiniz?) turistlerin Van’ı sadece bir geçiş noktası olarak görüp görmediklerini ölçmek hedeflenmiştir. Soruya %84,9 hayır, %15,1 ise evet yanıtını vermiştir (Şekil 6).



**Şekil 8.** Yabancı Ziyaretçilerin Van'ı, Türkiye'nin Diğer Bölgelerine (İllerine) Transit Geçiş Güzergâhı Olarak Kullanma Durumları

Turistlerin kente dair gözlemleri turizm altyapısının iyileştirilmesi için önemlidir. Araştırma sahasında “Yetersiz bulduğunuz altyapı unsurları nelerdir?” diye yöneltilen soruda katılımcılara birden çok seçenek işaretleyebilecekleri söylenmiştir (Şekil 9). Katılımcıların yarısından fazlası (%56,7) eğlence mekânlarının yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Şehir halkıyla yapılan görüşmelerde halkın bir kısmının da bu altyapı yetersizliğinden şikayetçi oldukları görülmüştür. Öte yandan ilin huzuru ve toplumun ahlaki yapısının bozulacağı endişesiyle halkın büyük bir kısmı eğlence altyapısına sıcak bakmadıklarını ifade etmişlerdir. Turistlerin Van'da aradıkları eğlence mekânı çeşitliliğine ulaşamamalarında şehir halkının kısmen değişime kapalı düşüncelerinin var olması etkilidir. Turistlerin Van'da serbestçe eğlenebildikleri dönemler genellikle yılbaşı akşamlarında gerçekleşebilmektedir. İlin bu altyapı eksikliği İranlı turistlerin Ermenistan'a yönelmesine neden olmaktadır.

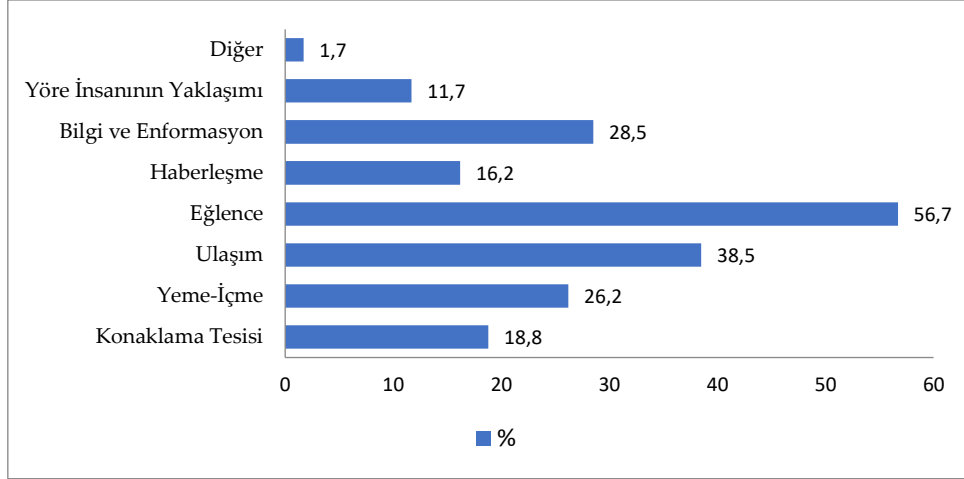
Araştırma sahasında eksik görülen ikinci en önemli altyapı unsuru ise ulaşım olmuştur (%38,5). Şüphesiz bu oranın yüksek olmasında Türkiye'nin birçok kentine havayoluyla ulaşımın mümkün olmaması, var olan uçuşların sefer sayısının yetersiz olması ve Van havaalanının uluslararası uçuşlara kapalı olması gösterilebilir. Bunun yanı sıra önemli turizm merkezlerine günün her saati karayolu ulaşım araçlarının olmaması da bir diğer önemli eksikliklerdir.

Van'ın ulusal ve uluslararası ulaşım ile ilgili dezavantajları veya sorunlarının yanı sıra Van'ın kendi ilçeleriyle de sorunlu bir ulaşım sistemi mevcuttur. Kentin en kalabalık nüfusa sahip olan Erciş ilçesiyle kış aylarında 17.00'den sonra yaz aylarında ise 19.00'dan sonra hiçbir şekilde toplu ulaşım aracıyla erişim sağlanamamaktadır. Yetersizliğin olduğu diğer ilçelere Çaldıran ve Muradiye eklenebilir. İlçelerde bulunan çekiciliklere ulaşım problemi nedeniyle katılım az olmaktadır. Örneğin Muradiye Şelalesi'ne gidecek olan bir turist hedef destinasyona erişemediği tespit edilmiştir. Çaldıran Kayak Merkezi'ne gitmek isteyen turistler, saatleri ve kalkış zamanları belli olmayan eski araçlarla ulaşım katılmak zorundadırlar. Üstelik turistlerin hedef merkeze gitmeleri için 3 km yol yürümek zorunda olmaları da onları olumsuz etkileyen bir diğer husustur. Kent içinde veya kent merkezinin dışında yer alan tüm çekiciliklere ulaşım oldukça güç sağlanmaktadır. Turistlerin, harcama yapacakları çekiciliklere ulaşmaları ancak kaldıkları otellerin veya tur şirketlerinin yardımlarıyla gerçekleşebilmektedir.

Bilgi ve enformasyon noktasında %28,5'i eksiklik olduğu turistler tarafından dile getirmişlerdir (Şekil 9). Ziyaretçiler, kent merkezinde ücretsiz wi-fi alanları kurulmasının ilk etapta internette araştırma yapmalarında, çevrimiçi haritaları kullanabilmelerinde kolaylık sağlayacağını ifade etmişlerdir. Akdamar Adası'ndaki işletmelerin veya ilçe belediyelerinin ücretsiz wi-fi alanı kurması, ziyaretçilerin destinasyon alanlarında daha çok zaman geçireceğini göstermiştir. Dil konusunda problem yaşayan turistler, çevrimdışı uygulamalardan veri

sağlayamadıkları süre boyunca seyahatlerinde sözlük uygulamalarını kullanabilmek amacıyla wi-fi alanlarının kendilerine yarar sağlayacağını ifade etmişlerdir.

Anket uygulanan yabancı ziyaretçilerin %26,2'si yeme içme mekânlarının eksikliğini dile getirmişlerdir (Şekil 9). Yemek alışkanlıklarında kültürel farklılıkların olması burger tarzı mekânlara rağbeti arttırmaktadır. Çeşitli merkezlerde yapılan incelemelerde yabancı ziyaretçilerin çoğunlukla burger tarzı menülerden yemek yedikleri tespit edilmiştir. Turistlerin kenti bu noktada yetersiz görmelerinde; Ramazan ayında yapılan anketlerinde etkisi olmuştur. Ziyaretçilerin bazıları kentte vejeteryenlere yönelik bir eksikliğin olduğunu yazmışlardır.



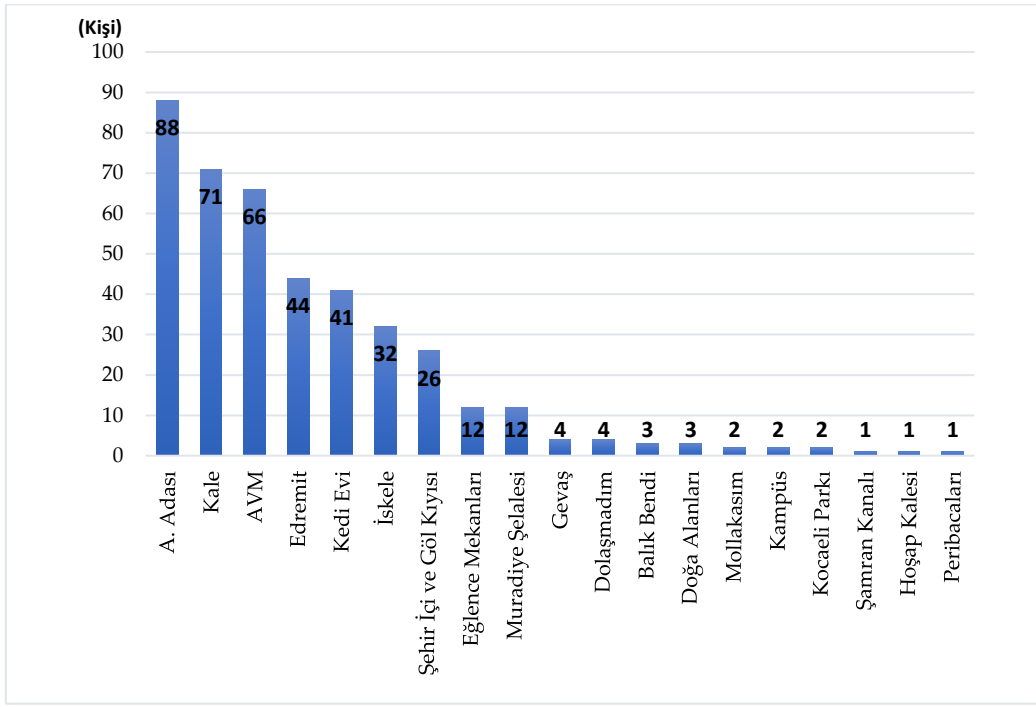
Şekil 9. Yabancı Ziyaretçilerin Van'da Yetersiz Buldukları Altyapı Unsurları

“Gezdiğiniz başlıca mekanlar nerelerdir?” şeklindeki boşluklu soruda ziyaretçilerin istedikleri kadar yer yazabilecekleri belirtilmişse de çoğunlukla beşten fazla yere gitmedikleri tespit edilmiştir. Turistler en çok Akdamar Adasına (88) ve Van Kalesi'ne (71) gittiklerini söylemişlerdir. Üçüncü en çok ziyaret edilen yerin ise AVM (66) olduğu ortaya çıkmıştır. Uluslararası turistlerin Van'ı ziyaret sebepleri içerisinde önceki verilerde ifade edildiği üzere %53 ile en çok “tarihi ve kültürel alanları ziyaret” yer almıştır. Anketlerde en çok ziyaret edilen yerlerin arasında Akdamar Adası'nın gelmesi, elbette tarihi ve kültürü için ziyaret edilmesi bu bilginin tutarlılığını kanıtlamaktadır.

Kent merkezinden uzakta bulunan doğa alanlarına rağbetin az olduğu, ziyaretçilerin bu alanlara ulaşabilmelerinin çok zor olduğu belirlenmiştir. Kente ulaşan turistlerin, seyahat rotası çıkarmadıkları bu anlamda yönlendirme çabalarının yetersiz olduğu ve şehrin kapsamlı bir mobil uygulamaya ihtiyacı olduğu görülmüştür.

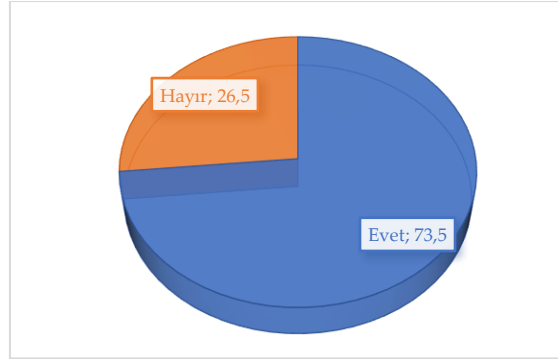
Kentin ziyaret yoğunluğuna sahip olan alanlarında destinasyonla ilgili dikkat çekici bilgilere yer verilmesi ve bunların görsellerle desteklenmesi yerinde olacaktır. Turistler, kentten uzak alanlara ulaşabilmek için otellerin kendilerine yeteri kadar rehberlik edemediğini, otobüs güzergâhlarında noktasal duraklar ve ekspres seferlerin olmadığını dile getirmişlerdir. Şüphesiz Mollakasım'a şehir halkı bile gitmekte zorlanırken yabancı ziyaretçilerin ulaşım ve erişimi çok meşakkatli olabilmektedir. Oysa ki Mollakasım çevresinde işletme artışına gidilmesi ve çekim gücü oluşturulması ziyaretçilerin kalış süreleri üzerinde olumlu bir etki yaratabilir.





Şekil 10. Uluslararası Turistlerin Van’da Gezdikleri Başlıca Yerler

“Van’a tekrar gelmeyi istiyor musunuz?” şeklinde yöneltilen soruda sùjelerin  $\frac{3}{4}$ ’üne yakını (%73,5) “Evet” cevabını vermiştir (Şekil 11). Ziyaretçilerin ifade ettikleri yetersizliklere rağmen kente tekrar gelmeyi düşünmeleri olumlu bir geri dönüş olsa da, İranlı turistlerin çok da alternatifi olmadığı gerçeği yadsınamaz. Almanyalı turistlerin kentteki akrabalarını tekrar ziyaret etme isteği de bu “Evet” oranı üzerinde etkili olmuştur.



Şekil 11. Yabancı Ziyaretçilerin “Van’ı Tekrar Ziyaret Etmek İster Misiniz?” Sorusuna Verdikleri Yanıtların Oranı

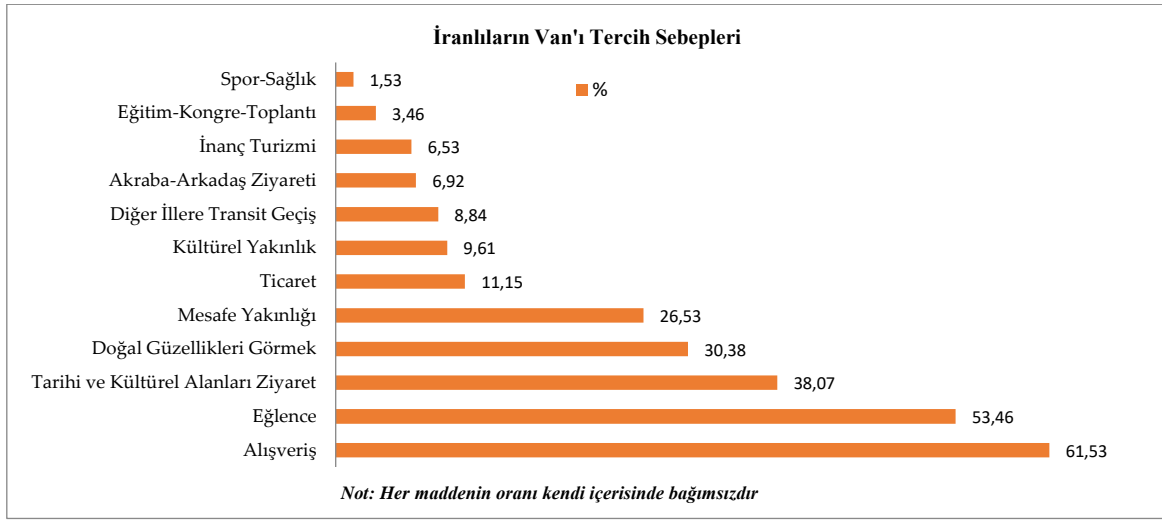
Ziyaretçilere “Van’a geliş sebebiniz nedir?” sorusu sorulmuş ve birden çok şık işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Çıkan sonuçlar şöyledir; “Tarihi ve kültürel alanları ziyaret” 187 kişi (%53,27), “Alışveriş” 163 kişi (%46,43), “Doğal güzellikleri görmek” 153 kişi (%43,58), “Mesafe olarak yakınlık” 77 kişi (%21,93), “Kültürel yakınlık” 44 kişi (%12,53), “Diğer illere transit geçiş” 43 kişi (%12,25), “İnanç turizmi” 42 kişi (%12), “Akraba-arkadaş ziyareti” 35 kişi (%9,97), “Ticaret” 33 kişi (%9,4), “Eğitim-kongre-toplantı” 13 kişi (3,7), “Spor-sağlık” 4 kişi (%1,13) tarafından işaretlenmiştir. En az işaretlenen ise “Spor ve sağlık amaçlı” seçeneği olmuştur (Tablo 13).

**Tablo 13.** Katılımcının Geldiği Ülke ile Van'ı Ziyaret Sebebinin Analizi

Katılımcının Ülkesi		Tarihi ve Kültürel Alanları Ziyaret	Akraba - Arkadaş Ziyareti	Doğal Güzellikleri Görmek İçin	İnanç Turizmi	Spor ve Sağlık Amaçlı	Alışveriş	Eğitim Kongre veya Toplantı	Ticaret	Kendime Kültürel Olarak Yakın Hissediyorum	Mesafe Olarak Yakın Olduğu İçin	Van'ı Transit Geçiş İçin Kullanıyorum	Van'ı Ziyaret Eden Toplam Kişi
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Almanya	N	15	8	12	3	0	0	0	4	5	0	3	15
	%	100	53,3	80	20	0	0	0	26	33,33	0	20	
Amerika	N	6	2	3	0	0	3	0	0	1	0	4	6
	%	100	33,33	50	0	0	50	0	0	16,66	0	66,66	
Azerbaycan	N	15	4	11	0	0	0	0	0	4	8	0	15
	%	100	26,66	73,33	0	0	0	0	0	26,66	53,33	0	
Ermenistan	N	20	0	16	16	0	0	0	0	6	0	0	20
	%	100	0	80	80	0	0	0	0	30	0	0	
Fransa	N	9	1	9	0	0	0	0	0	0	0	3	10
	%	90	10	90	0	0	0	0	0	0	0	30	
Güney Kore	N	12	2	12	0	0	0	4	0	3	0	4	12
	%	100	16,66	100	0	0	0	33,33	0	25	0	33,33	
İran	N	99	18	79	17	4	160	9	29	25	69	23	260
	%	38,07	6,92	30,38	6,53	1,53	61,53	3,46	11,15	9,61	26,53	8,84	
İsviçre	N	7	0	6	6	0	0	0	0	0	0	2	8
	%	88	0	75	75	0	0	0	0	0	0	25	
Japonya	N	4	0	5	0	0	0	0	0	0	0	4	5
	%	80	0	100	0	0	0	0	0	0	0	80	
<b>Toplam</b>	N	<b>187</b>	<b>35</b>	<b>153</b>	<b>42</b>	<b>4</b>	<b>163</b>	<b>13</b>	<b>33</b>	<b>44</b>	<b>77</b>	<b>43</b>	<b>351</b>
	%	53,27	9,97	43,58	12	1,13	46,43	3,7	9,4	12,53	21,93	12,25	

Ziyaretçilerin geldikleri ülkelere göre geliş amaçlarının belirlenmesine yönelik incelemelerde şu bulgulara ulaşılmıştır; Avrupa ülkelerinden, Azerbaycan'dan ve Ermenistan'dan kente gelen ziyaretçiler en fazla "Tarihi ve doğal güzellikleri görmek" için geldiklerini ifade etmişlerdir. Aynı zamanda Ermenistan'dan gelenlerin büyük çoğunluğu inanç turizmi için geldiklerini de belirtmişlerdir. Japonya'dan gelen ziyaretçilerin %100'ü de doğal güzellikleri görmek için geldiklerini işaretlemişlerdir (Tablo 13). Van'ı transit geçiş olarak kullanıyorum seçeneğini işaretleyenlerde Asya ülkelerinden Avrupa ülkelerine gitmek isteyenler veya tam tersi bir seyahat güzergâhını kullananlardır.

Van'ın en büyük turizm pazarı olan İran'dan gelen ziyaretçilerin %61,53'ü (160'ı) alışveriş için, %53,46'lık bir kısmı ise eğlence için Van'a geldiklerini ifade etmişlerdir. İran dışında sadece Amerika'dan gelen turistlerin alışveriş seçeneğini işaretledikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum elbette şöyle bir müdahaleyle düzeltilmelidir. Amerikalı turistlerin anket sırasında alışveriş ile meşgul olmaları ve sorulan soruya da o an ki durumdan etkilenip alışveriş için Van'a geldik şeklinde işaretleme yapmış olmaları olasıdır. Amerikalı bir turist Van'a alışveriş için gelmeyeceği güçlü bir ihtimaldir. Alışveriş için geldiğini ifade eden İranlı turistler ülkeler arasında oran olarak %98,16 çıkmıştır. Azerbaycan ve İranlıların aynı zamanda mesafe olarak yakın olduğu için ve kültürel olarak Van'ı kendilerine yakın hissettikleri için gelmeyi tercih ettik seçeneğini de işaretledikleri ortaya çıkmıştır. İran'ın kendi içerisinde oranları Şekil 12'de incelenebilir (Bu oranların her biri kendi içerisinde bağımsızdır).



**Şekil 12.** İranlıların Van'ı Tercih Etmelerindeki Nedenler

Ziyaretçilere likert tipi ölçekle yöneltilen sorularda çoğunlukla “katılıyorum” yönünde cevaplar alınmıştır (Tablo 14). “Van gelişmiş bir kenttir” maddesine turistlerin %4.6’sı tamamen katılıyorum, %8.3’ü hiç katılmıyorum; “Van’da aradığım hizmeti bulabiliyorum” maddesine %6.3 tamamen katılıyorum, %7.7 hiç katılmıyorum; “Van’da aradığım ürünü bulabiliyorum” maddesine %10.5 tamamen katılıyorum, %5.7 hiç katılmıyorum; “Van halkı ve esnafı ile iletişim kurabiliyorum” maddesine %20.5 tamamen katılıyorum, %15.1 hiç katılmıyorum; “Van güvenli bir şehirdir” maddesine %23.9 tamamen katılıyorum %4.6 hiç katılmıyorum yanıtı verilmiştir (Tablo 14).

“Van pahalı bir şehirdir” şeklinde yöneltilen soruya ziyaretçilerden %12,3 tamamen katılıyorum, %11,1 hiç katılmıyorum; “Van temiz bir şehirdir” şeklinde sunulan ve memnuniyetlik derecesini ölçen başka bir ifadeye %16 tamamen katılıyorum, %7,1 hiç katılmıyorum cevabı alınmıştır. Turistlerin yarısından fazlası (%52,8) şehrin temiz olduğunu dile getirmişlerdir. “Van’da turizm aktiviteleri yeterlidir” maddesinde %10,3 tamamen katılıyorum yanıtı verilirken %11,1 hiç katılmıyorum denilmiştir. Van halkı misafirperverdir maddesinde %30,2 tamamen katılıyorum cevabı verilmiştir. “Van’da alışveriş merkezleri ihtiyaçlarımızı karşılıyor” maddesine %12,8 tamamen katılıyorum, %6,6 hiç katılmıyorum demiştir. Van şehir içi trafiği rahattır” maddesini %21,4 tamamen katılıyorum, %10 hiç katılmıyorum şeklinde yanıtlamıştır (Tablo 14). En çok turist gönderen İran’a yapılan seyahatte Tebriz, Urmiye, Tahran ve İsfahan’da yoğun bir trafik ve keşmekeşin söz konusu olduğu görülmüştür. Özellikle Tahran’da İstanbul trafiği türünden bir yoğunluk mevcut olduğu gözlemlenmiştir. Bu durumda İranlı turistlerin Van trafiğini yoğun görmemeleri gayet normal değerlendirilmektedir.

Van’da turistlerin en çok yakındıkları konuların başında eğlence mekânlarının yetersizliği gelmektedir. “Eğlence imkânları yeterlidir” maddesine verilen cevapta tamamen katılıyorum diyenlerin oranı %4,3, hiç katılmıyorum diyenlerin oranı %20,5 olmuştur. Buradan hareketle Van’ı ziyaret eden yabancı turistlerin 4/5’inin eğlence imkânlarını yetersiz gördüğü anlaşılmaktadır. Nitekim İran’da eğlenceye yönelik kısıtlı imkanların mevcut olması Van’ı başlı başına bir alternatif haline getirmektedir (Tablo 14).

“Van’da yiyecek içecek mekânları yeterlidir” maddesinde %19,7 tamamen katılıyorum, %8 hiç katılmıyorum; “Van’da kendimi rahat hissediyorum” maddesinde %20,8 tamamen katılıyorum %3,4 hiç katılmıyorum; “Genel olarak seyahatimden memnunum” maddesinde %28,2 tamamen katılıyorum %4,8 hiç katılmıyorum; “Van’ı arkadaşlarıma tavsiye ederim” maddesinde %31,9 tamamen katılıyorum %5,4 hiç katılmıyorum oranlarına ulaşılmıştır (Tablo 14).

**Tablo 14.** Yabancı Ziyaretçilerin Van'a Dair Memnuniyet, Sadakat, Tekrar Ziyaret Etme Sıklığı Analizi

1= Hiç katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Emin değilim, 4= Katılıyorum, 5= Tamamen Katılıyorum					
SORULAR	1	2	3	4	5
1. Van gelişmiş bir kenttir.	8.3	29.6	<b>33.9</b>	23.6	4.6
2. Van'da aradığım hizmeti bulabiliyorum.	7.7	17.7	31.1	<b>37.3</b>	6.3
3. Van'da aradığım ürünü bulabiliyorum.	5.7	12.8	27.9	<b>43.0</b>	10.5
4. Van halkı ve esnafı ile iletişim kurabiliyorum.	15.1	17.7	18.8	<b>27.9</b>	20.5
5. Van güvenli bir şehirdir.	4.6	9.1	23.9	<b>38.5</b>	23.9
6. Van pahalı bir şehirdir.	11.1	21.4	<b>34.2</b>	21.1	12.3
7. Van temiz bir şehirdir (cadde, sokak, kaldırım)	7.1	14.2	25.9	<b>36.8</b>	16.0
8. Van'da turizm aktiviteleri yeterlidir.	11.1	21.4	<b>29.1</b>	28.2	10.3
9. Van halkı misafirperverdir.	5.1	4.8	21.7	<b>38.2</b>	30.2
10. Van'daki alışveriş merkezleri ihtiyaçlarımızı	6.6	15.1	23.4	<b>42.2</b>	12.8
11. Van şehir içi trafiği rahattır.	10.0	12.5	23.1	<b>33.0</b>	21.4
12. Van'da eğlence imkânları yeterlidir.	20.5	<b>31.3</b>	26.5	17.4	4.3
13. Van'ın yiyecek içecek mekânları yeterlidir.	8.0	14.8	21.1	<b>36.5</b>	19.7
14. Van'da kendimi rahat hissediyorum.	3.4	6.8	22.5	<b>46.4</b>	20.8
15. Genel olarak seyahatimden memnunum.	4.8	9.1	17.9	<b>39.9</b>	28.2
16. Van'ı arkadaşlarıma tavsiye ederim.	5.4	9.7	17.9	<b>35.0</b>	31.9

Van'ın uluslararası turizmüne yönelik algının ölçüldüğü bu çalışmada kentin uluslararası alanda pazarının dar olmasının yanısıra kent yatırımcısının özensiz olduğu ve turist memnuniyetinin yüzeysel olarak sağlandığı anlaşılmaktadır. Kentin ister merkeziyle ilgili olsun isterse de çevresiyle olan bağlantılarında olsun aksaklıkların giderilmediği ve alternatifi olduğunda turistlerin farklılık arayışına girecekleri görülmektedir. Nitekim 2018'de Van'ı ziyaret eden uluslararası turistlerin sayısı 438.221 iken bu sayının 2019 yılında artması beklenirken tam tersi bir durumla düşüş yaşandı ve bu sayı 328.326 olarak gerçekleşti (Tablo 15). Bu durum kesinlikle korona virüsünden dolayı yaşanmamıştır. Van'a en çok turist gönderen ülke olan İran, en çok turisti Eylül - Ekim aylarında göndermektedir. Bu durum gözönüne alındığında İran'daki ilk koronavirüs vakasının ne zaman ortaya çıktığı sorusu akıllara gelmektedir. Çin'de bilindiği gibi ilk vaka 23 Aralık 2019 tarihinde ortaya çıktı. İran'da ise ilk koronavirüs vakası 19 Şubat 2020'de Kum kentinde tespit edilmiştir. Dolayısıyla 2019 yılı içerisinde Van'a gerçekleşen yabancı ziyaretçi sayısındaki düşüşün en önemli etkeni kentin kendisiyle ve ilgili sorunlardan kaynaklanmaktadır.

**Tablo 15.** Yıllara Göre Van'a Gelen Yabancı Turist Sayısı (2016-2020)

Yıllar	Van'a Gelen Yabancı Turist Sayısı
2016	221.691
2017	421.977
2018	438.221
2019	328.326
2020 ( Ocak - Ağustos)	18.308

Kaynak: (URL 2)

2017 yılına göre 2018'de ülkemize İran'dan gelen toplam ziyaretçi sayısında -500.204 azalma yaşandı. Bu azalmanın sebebi İran'ın, sınır kapısındaki geçiş ücretine %100 zam yapmasıyla beraber gerçekleşti. 2018 yılında ülkemize İran'dan gelen ziyaretçi sayısı 2.001.477 iken bu sayı

2019'da azalmamış aksine 2.102.890 (+101,413) olarak gerçekleşmiştir. Bu bağlamda Van'ın en büyük turizm pazarı olan İran'da, ekonomik sıkıntıların ve sınır geçiş ücretlerinin yaratmış olduğu negatiflik yurtdışına ziyaret gerçekleştirmek isteyenleri olumsuz etkilemişse de 2019 yılında gelen ziyaretçi sayısında tekrar artış yaşanmıştır. Dolayısıyla ülkemize gelen İran'lı ziyaretçi sayısı 2018 yılına göre 2019'da tekrar artmıştır fakat Van'a gelen ziyaretçi sayısında büyük bir düşüş (-109 bin 895) yaşanmıştır.

**Tablo 16.** Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen ve İran'dan Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı( 2017- 2020)

Yıllar	Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçiler	İran'dan Gelenler	Van'a Gelen Toplam Yabancı Ziyaretçi Sayısı
2017	32.410.034	2.501.948	421.977
2018	39.488.401	2.001.744	438.221
2019	45.058.286	2.102.890	328.326
2020 (Ocak - Ağustos)	7.255.107	258.965	18.308

Kaynak: (URL 2)

“2020 yılının kendisiyle beraber getirmiş olduğu sektöre dair enkaz görüntüsü ortadan kalktıktan sonra Van yeni bir vizyonla mı yoluna devam edecek?” sorusunun cevabı “Hayır”dır. Mevcut çalışmaların karar vericilere bir veri sağladığı muhakkaktır. Ancak Van'ın uluslararası turizmdeki gerilemesinin önüne geçilebilmesi için bütün paydaşların baştada sektör temsilcileri olmak üzere, turizm karar vericilerin, yerel halkın, yerel yöneticilerin ve akademisyenlerin sorunu çok boyutlu ele almaları ve çözüm önerileri getirmeleri gerekmektedir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Van 2018 yılında uluslararası ziyaretçi sayısında kendi rekorunu kırmış fakat 2019 yılında elindeki tek büyük pazar olan İran'ı da il turizminde değerlendirememiştir. Van'ın tek bir pazara odaklanması onun bu ziyaretçi sayısındaki düşüşe engel olamadığını göstermektedir. Kentin uluslararası turizminin gelişebilmesi için gerekli yayınlar ve araştırmalar yapılmasına rağmen ne DAKA'nın verileri ve çıkarımları ne de akademisyenlerin eksikliklerin giderilmesine yönelik tavsiyeleri dikkate alınmamıştır. Nitekim ülkenin turizminden yeterince payını alan ve kitle turizmini yoğun olarak ağırlayan diğer bölgeler 2019 yılı içerisinde gelişmelerini sürdürürken Van coğrafi bütünlüğü içerisinde çok sayıda çeşitliliğe ve çekiciliğe sahip olmasına rağmen ilgi odağı olmaktan çıkmıştır. 1990'lı yıllarda Türkiye'yi ziyaret eden her bin (1000) turistten 17'sinin ziyaret ettiği bir turizm bölgesi olan Van, bugün bin (1000) turistten sadece 1,3'ünün ziyaret ettiği bir varış noktası haline gelmiştir. Bu orandaki düşüşün durdurulmasına yönelik girişimlerinde 2019 yılında ne yazık ki sonuçsuz kaldığı anlaşılmıştır.

Geçmişte Dünya'nın birçok noktasından gelen turistleri ağırlayan Van, günümüzde %99,6'lık bir oranla İran'dan ziyaretçi çekmektedir (DAKA, 2018:1). Bu gerçek ortadayken Türkiye'ye gelen İranlı ziyaretçi sayısının artıyor olmasına rağmen Van bu paydan nasiplenememektedir. Bu araştırma 2018 yılında, Van'a yabancı ziyaretçi akışının en çok gerçekleştiği çok önemli bir zamanda gerçekleştirilmiş ve yabancı ziyaretçilerin Van'a dair algılarını ölçmeye çalışmıştır. Mevcut çalışma salt akademik bir yayın olarak dizayn edilmemiş aynı zamanda paydaşlara önemli veriler sağlayarak “İl turizmi için doğal, sosyal, ekonomik kendine has bütün bileşenlerin nasıl verimli hale getirilebileceği” sorusuna da yanıt aramaya çalışmıştır.

Kentin oturmayan bir turizm bilincine sahip olması tarihi ve kültürel dokuya zarar vermeye devam edilmesi üstelik bu konudaki zafiyetin sürmesi, karar vericilerin yapılan

çalışmaları destekleyip çalışmaların içeriklerinin incelenmesine yönelik tutum zayıflıkları bu negatif aksiyonun kalıcılığını arttırmaktadır. Oysa daha önceki çalışmalarda apartman dairesinden bozma yerlere otel adı verildiği, kentin bir alışveriş mekânından ibaret olmadığı, şehrin sokaklarındaki ışık huzmeleri ile en fazla bir yıl sonuç alınabileceği dile getirilmiş; bunlara ek olarak çekiciliklerin olduğu yerlerde tesisleşme azlığının mevcut olduğu, konaklama tesislerinin sadece para kazanma mekanları olarak algılanmasının yanlış olduğu vb. bir çok husustan bahsedilmiş ve sonuç olarak 2019'da kent turizmindeki gerileme bir sürpriz olarak değerlendirilmemiştir.

Pandemiden sonraki süreçte Van'ın turizmindeki en dikkat çekici zayıflıklardan biri olan konaklama süresinin azlığı, gelen turistlerin Van'ı salt bir güzergâh olarak kullandıkları gibi detayların atlanmaması dolayısıyla bunun önüne geçebilmek için kalıcılığı arttırmaya yönelik yatırımların yapılması ve gerekli verilerin bir kaynak olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak tek bir pazara mahkûm edilen Van'ın bir an önce farklı pazarlara yönelmesi ve kendini yeniden tanımlaması gerekmektedir. Tanımlamayı başta turistik ürün yaratarak yapması ve turizm altyapısı konusunda da önemli kararlar alması gerekmektedir.

### KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı*, 233-258.
- Coşkun, N. (2017). "Van'ın Tarihsel Zenginliğinin Turizme Kazandırılması". F. Alaeddinoğlu, E. Cihangir, M. Şeremet (Dü) içinde 1. *Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, Van, 415-420.
- DAKA. (2018). *İranlı Ziyaretçilerin Van Ekonomisine Katkısı ve Beklentileri Araştırması Raporu*. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı İran Masası Yayını.
- Deniz, S. S., & Çelik, H. (2017). "Van Turizminin A'wot Analizi". F. Alaeddinoğlu, E. Cihangir, M. Şeremet (Dü) içinde 1. *Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, Van, 478-485.
- Duman, Z. (2018). "İranlı Turistlerin Van'ı Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma". F. Alaeddinoğlu, E. Cihangir, M. Şeremet (Dü) içinde 2. *Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, Van, 1071-1081.
- Surat, H., & Dinç, C. (2018). "Akdamar Adasının (Van) Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi". F. Alaeddinoğlu, E. Cihangir, M. Şeremet (Dü) içinde 2. *Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, Van, 381-390.

### İnternet Kaynakçası:

- URL 1: Live exchange rates in Iran's free market (2020, Eylül 25). <https://bonbast.com/historical>
- URL 2: Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri (2020, Eylül 9). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>