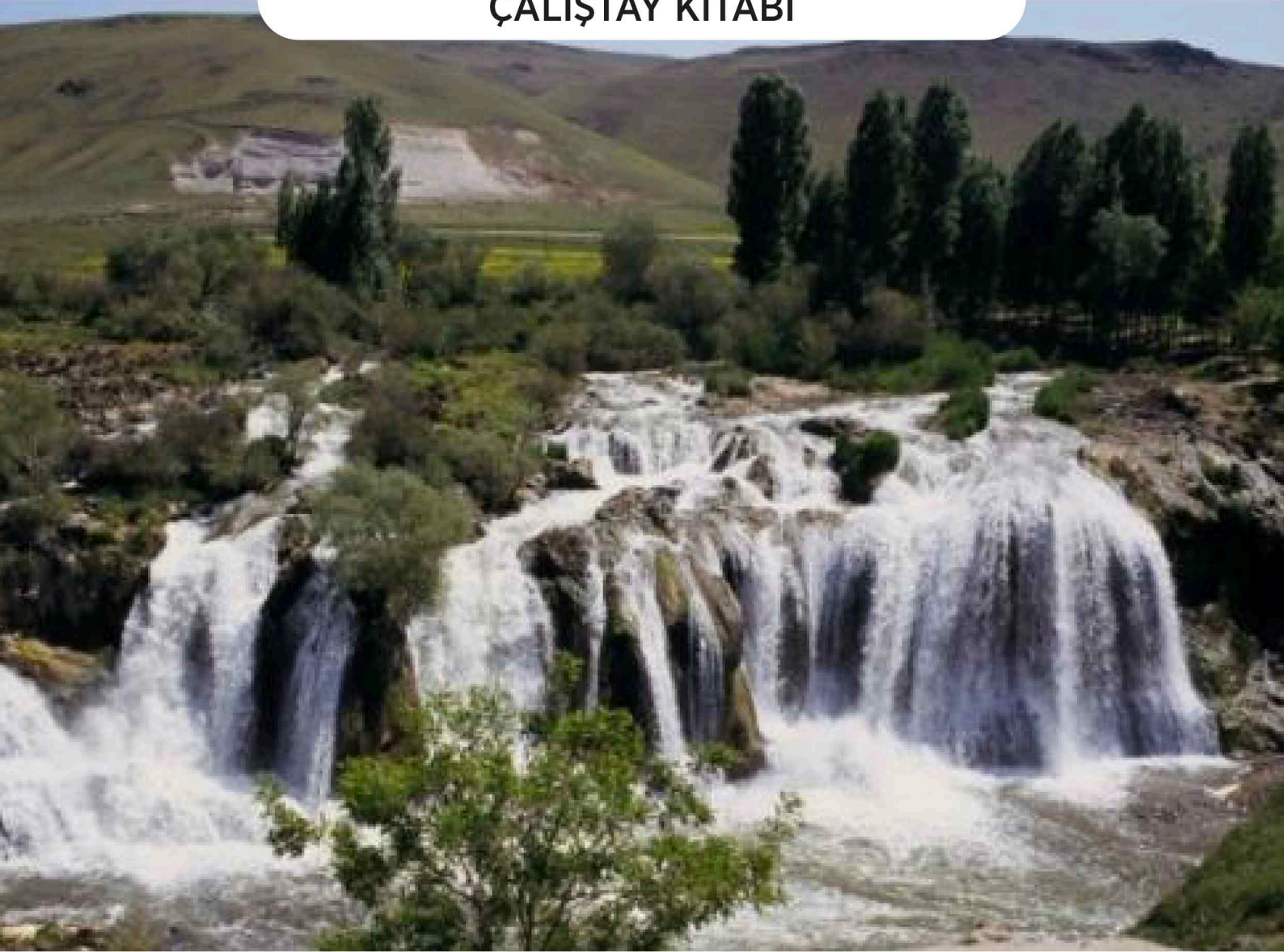


VAN TURİZMİ GELECEĞİNİ ARIYOR ÇALIŞTAY KİTABI





Van Turizmi Geleceğini Arıyor Çalıştay Kitabı'nın editörlüğünü yapan
Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ ve
Yrd. Doç. Dr. Nükhet ELTUT KALENDER'e teşekkürlerimizi sunarız.

2. KURULLAR

DÜZENLEME KURULU

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU (Düzenleme Kurulu Başkanı)

Yrd. Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ

Yrd. Doç. Dr. Nükhet ELTUT KALENDER

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Öğr. Gör. Songül DÜZ

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Nazmi KOZAK (Anadolu Üniversitesi)

Prof. Dr. Ozan BAHAR (Akdeniz Üniversitesi)

Prof. Dr. Yüksel AKKAYA (Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU (Ankara Üniversitesi)

Prof. Dr. Reha SAYDAN (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Doç. Dr. Yusuf UZUN (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Doç. Dr. Eray ÇELİK (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Doç. Dr. Menaf TURAN (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Yrd. Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Yrd. Doç. Dr. Nükhet ELTUT KALENDER (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Yrd. Doç. Dr. Zafer KANBEROĞLU (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Yrd. Doç. Dr. Mim Sertaç TÜMTAŞ (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)

Öğr.Dr. Osman ÇALIŞKAN (Akdeniz Üniversitesi)

Yrd. Doç. Levent KOŞAN (Mersin Üniversitesi)

Harun ÖRNEK (DAKA Uzmanı)

ONUR KURULU

Prof. Dr. Peyami BATTAL (YYÜ Rektörü)

Prof. Dr. Kenan DEMİREL (YYÜ Rektör Yardımcısı)

Prof.Dr. Ramazan ŞEKEROĞLU (YYÜ Rektör Yardımcısı)

Prof.Dr. Ahmet KAZANKAYA (YYÜ Rektör Yardımcısı)

Prof . Dr. Murat DEMİREL (YYÜ Genel Sekreter)

Dr. Emin Yaşar DEMİRCİ (DAKA Genel Sekreteri)

Prof. Dr. Cemil TUNÇ (Fen Fakültesi Dekanı)

Prof. Dr. Gürcan ESKİTAŞÇIOĞLU (Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı)

Prof. Dr. Turgut AYGÜN (Fen Bilimleri Enstitü Müdürü)

Prof. Dr. Zeki TAŞTAN (Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü)

SEKRETERYA

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Hakan Turus

Öğr. Gör. Songül DÜZ

Abdurrahim Gira

Mustafa Torusdağ

Jaehon Joi

İbrahim Polat

Bahtiyar Aydın

Halise Battal,

Eşref Teker,

Elham Arıtürk,

Hülya Onay,

Utku Anadol Koyun,

Hyeok Jeong (Harun Can)'ın

Arş. Gör. Ramazan Okudum,

Arş. Gör. Funda Altan

3. ÇALIŞTAY PROGRAMI



19-20 ARALIK 2013 / VAN

“VAN TURİZMİ GELECEĞİNİ ARIYOR”

I. GÜN

10:00-10:45

Açılış

Sunuş

Türkiye Turizmi Bağlamında Van Turizmine Genel Bir Bakış

Çalıştayın Amacı ve Önemi

Doç.Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yrd. Doç Dr. Meryem SAMIRKAŞ

Protokol Konuşmaları

Prof. Dr. Peyami BATTAL (YYÜ REKTÖRÜ)

Doç. Dr. Ahmet ARI (Kültür ve Turizm Bakanlığı

Araştırma ve Eğitim Genel Müdürü

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU (YYÜ Öğr. Üyesi)

Ferhat ÖZKAN (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşlet. Gnl. Mdr., Şube Mdr.)

Yrd. Doç. Dr. Metin ÇELİK (DAKA Marka Uzmanı)

Bülent SARALOĞLU (TÜRSAB)

Umut AKAY (Rescate Otel Yönetim Kurulu Bşk.)

10:45:11:00

Çay-Kahve Arası

11:00-12:30

Açılış Konferansları

Kültür ve Turizm Bakanlığı temsilci

TURSAB’tan Bir Temsilci

Sektör Temsilcisi

Akademisyen

12:30-14:00

Öğle Yemeği

1. Oturum

Saat: 14:00-15:00

**VAN TURİZMİNİN SEKTÖREL SORUNLARI VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ (135dk)**

“Van Turizminin Sektörel Sorunları ve Çözüm Önerileri” adlı bölümde, üç farklı salonda aşağıda belirtilen alt başlıklar paralelinde tartışılacaktır.

Alt Başlıklar

- Turizm Talebi ve Arzının Belirlenmesi
- Van’da Turizm Sektörünün Rekabet Gücünün Geliştirilmesi
- Turizme İlişkin Alt Yapı ve Hizmetler ile İlgili Sorunlar
 - *Kentsel Alt Yapı*
 - *Turizm Alt Yapısı*

15:00-15:15 Çay-Kahve Arası

2. Oturum

Saat: 15:15-16:15

Alt Başlıklar

- Seyahat ve Otel Endüstrisinin Sorunları
- Kurumsal Alt Yapı
- Finansal Durum
- Rekabet Analizi
- Hedef Kitleler

• *Van İli Turizm Strateji Eylem Planı kapsamında (3ay-6ay-1yıl-5yıl) HEDEF BELİRLEME ÇALIŞMALARI yapılacaktır.*

II. GÜN

1. Oturum

Saat: 10:00 – 11:00

VAN'IN TURİZM DEĞERLERİ VE İMAJ OLUŞTURMA(135 dk)

“Van’ın Turizm Değerleri ve İmaj Oluşturma” adlı bölüm, üç farklı salonda aşağıda belirtilen alt başlıklar paralelinde tartışılacaktır.

Alt Başlıklar

- Turizmin Çeşitlendirilmesi ve Yeni Turizm Arayışları
(Yaz ve Kış Aktiviteleri Oluşturma)
- Güçlü ve Pazarlanabilir Ürün Geliştirme

- Basın – Tanıtım – Reklam – Marka (Tanıtım Çalışmaları İçin Bir Tema Oluşturulması)

Ara: 11:00-11:15 Çay-Kahve Arası

2. Oturum

Saat: 11:15 – 12:15

Alt Başlıklar

- Pazar ve Ürün Geliştirmede Partnerlik ve Tarafların Rolü
- Destinasyon için Pazarlama Stratejisi
 - *Van için Tanıtım Stratejileri*
 - *Van için Marka Değer Çalışmaları*
 - *Van Turizmi için Slogan Oluşturma*
- Turizm Sektöründe Hizmet Veren Bütün Tarafların Eğitimi ve Turizm Bilinci Oluşturulması
 - *Yerel Halka Turizm Bilinci Aşılması*
 - *Turizm Sektör Çalışanlarının Eğitimi*

- **Van İli Turizm Strateji Eylem Planı kapsamında (3ay-6ay-1yıl-5yıl)**

HEDEF BELİRLEME ÇALIŞMALARI yapılacaktır.

12:30-13:30 Öğle Yemeği

ALTERNATİF TURİZM ÇALIŞMARI (120dk)

1. Oturum

Saat:13:30-15:30

Alternatif Turizm Çalışmaları

“Alternatif Turizm Çalışmaları" adlı bölümde, Van ili turizmi ile ilgili bildirilere yer verilecektir.

15:30-16:00 Çay-Kahve Arası

KAPANIŞ

16:00

Sonuç Bildirgesinin Okunması ve Değerlendirmeler

- **VAN İLİ TURİZM GELİŞTİRME KONSEYİ**
oluşturma çalışmaları yapılacaktır.

İÇİNDEKİLER

2. KURULLAR.....	1
DÜZENLEME KURULU	1
BİLİM KURULU	1
ONUR KURULU	2
SEKRETERYA	2
3. ÇALIŞTAY PROGRAMI	3
4. SUNUŞ.....	10
5. AÇILIŞ KONUŞMALARI	15
6. ÇALIŞTAY OTURUMLARI	23
6.1. VAN TURİZMİNİN SEKTÖREL SORUNLARIVEÇÖZÜM ÖNERİLERİ	23
6.1.1. TURİZM TALEBİNİN VE ARZININ BELİRLENMESİ	24
6.1.2. VAN'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜN GELİŞTİRİLMESİ	25
6.1.3. TURİZME İLİŞKİN ALTYAPI VE HİZMETLER İLE İLGİLİ SORUNLAR....	27
6.1.4. SEYAHAT VE OTEL ENDÜSTRİSİNİN SORUNLARI	29
6.1.5. HEDEF KİTLELER.....	30
6.2.VAN'IN TURİZM DEĞERLERİ VE İMAJ OLUŞTURMA	32
6.2.1. TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ VE YENİ TURİZM ARAYIŞLARI...33	
6.2.2. GÜÇLÜ VE PAZARLANABİLİR ÜRÜN GELİŞTİRME.....	36
6.2.3. BASIN-TANITIM-REKLAM-MARKA	37
6.2.4. PAZAR VE ÜRÜN GELİŞTİRMEDE PARTNERLİK VE TARAFLARIN ROLÜ	39
6.2.5. TURİZM SEKTÖRÜNDE HİZMET VEREN BÜTÜN TARAFLARIN EĞİTİMİ VE TURİZM BİLİNCİ OLUŞTURULMASI	41
7. SONUÇ RAPORU.....	43
8. HEDEF BELİRLEME ÇALIŞMALARI	55
9. GERÇEKLEŞMELER.....	57
10.ALTERNATİF TURİZM ÇALIŞMALARI.....	60
Van İlinde Turizmin Arz Kaynakları; “Çekicilikler”	61
Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU	

Turizm Sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri Ve Önemi: Van İli Bağlamında Bir Değerlendirme	104
Yrd. Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ	
Van Turizminin Rusya Pazarına Açılması	118
Yrd. Doç. Dr. Nükhet ELTUT KALENDER	
Van İlinin Ornito-Turizm (Kuş Tur.) Potansiyeline Sahip Sulak Alanları ..	140
Doç. Dr. Atilla DURMUŞ	
Doç. Dr. Özdemir ADIZEL	
Van’a Gelen İranlı Turistlerin Profilleri Üzerine Soyolojik Bir Araştırma .	151
Yrd. Doç. Dr. M. Zeki DUMAN	
Turizm ve Kültür İlişkisi: Turizmin Antropolojisi.....	173
Yrd. Doç. Dr. Çakır Ceyhan SUVARİ	
Yrd. Doç. Dr. Elif KANCA	
Van Kedisi’nin Van’ın Turizmindeki Yeri	183
Doç. Dr. Abdullah KAYA	
Van İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerinin Ziyaretçilerin Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi	191
Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN	
Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerdeki Nepotizm Algısının Örgüt Bağlılığına Etkisinin İncelenmesi	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Öğr. Gör. Songül ÖZER	
11.ÇALIŞTAYIN HİKÂYESİ.....	209
12.KATILIMCI LİSTESİ	219
13.FOTOĞRAFLAR.....	221

4. SUNUŞ

Sayın Genel Müdürüm, Sayın Rektörüm, kıymetli misafirler, değerli katılımcılar ve saygıdeğer basın mensupları, sizleri Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nin bir mensubu olarak saygıyla selamlıyorum. Van turizmini yeniden yapılandırmayı ve geleceğe hazırlamayı amaçlayan, "Van Turizmi Geleceğini Arıyor" adlı çalıştayda sizlerle beraber olmaktan büyük mutluluk duyduğumu ifade etmek istiyorum.

Değerli katılımcılar, dünya, dün olduğu gibi bugün de ekonomik, sosyal, politik ve daha birçok bileşen açısından sürekli değişiyor. Bu değişimde birçok sektörün etkisi ve katkısı vardır. Ancak en önemli katkıyı sunan sektörlerin başında hiç şüphe yok ki turizm gelmektedir. Turizm dünyayı ekonomik, sosyal ve kültürel dinamikler açısından hızla değiştirdiği gibi yaşanan bütün ekonomik olumsuzluklara ve krizlere rağmen sürekli büyümesini devam ettiren nadir sektörlerden biridir. Zira, Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 1950–2012 yılları arasında uluslararası turist sayısı 25.3 milyondan 1.035 milyona ve uluslararası turizm geliri ise 2.1 milyar ABD Doları'ndan 1.075 milyar Dolar'a yükselmiştir. Dünya turizmi ve beraberinde Türkiye turizmi çarpıcı bir şekilde ivme kazanmıştır. Dünyadaki bu talep artışı sonucunda turizm, gelir arttırıcı, istihdam yaratıcı, döviz girdisi sağlayıcı bir sektör haline gelmiştir. Uluslararası turizm bugün dünya ülkelerinin % 83'nün en önemli 5 gelir getirici sektöründen biri haline gelmiştir.

Değerli katılımcılar, turizm olgusunun ortaya çıkışı ve bu günlere gelişi (19. yüzyılda başlayan) farklı bölgelerin doğal ve tarihsel güzelliklerini görme ve farklı kültürleri yakından tanıma düşüncesinden kaynaklanmıştır. Bu düşünce turizm olgusunun gelişmesinde olduğu gibi, turistlerin gideceği ülkeyi ya da bölgeyi seçmesinde de belirleyici rol oynamıştır. Birçok destinasyonda olduğu gibi, Van'da da doğal ve tarihsel alanlar korunmak suretiyle, turistlerin kullanımına açılmaktadır. Turizm amaçlı kullanılan bu alanlar, turistlere farklı destinasyonların doğal ve tarihi zenginliklerini görme ve farklı kültürleri tanıma zevk ve heyecanını

tattırmaktadır. Van, coğrafi konumu, tarihsel geçmişı ve zengin kültürel birikimiyle turistler için önemli bir destinasyon oluşturabilir. Zira Van'ı bir destinasyon olarak ortaya çıkmasını sağlayan bir çok çekicilik vardır. Ancak bu çekiciliklerin bir kısmının popüler ve değerli olması turistler için diğer çekiciliklerle kıyaslandığında daha anlamlı olmaktadır.

Zira Anadolu'nun şekillenmesinde rol almış önemli medeniyetlerden biri olan Urartu'ların başkenti olan Van (Tuşba) önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Ancak var olan bu tarihi ve kültürel değerler yeterince kullanılamamaktadır. Bu durumun başlıca sebepleri, yerel ve ulusal yöneticilerin şehrsel yaşam döngüsü ile turizme dönük gelişim ve beklentileri koordineli bir şekilde götürememeleri ve turizmin Van için ne anlam ifade ettiğini tam olarak kurgulayamamalarından kaynaklanmaktadır. Tarih ve kültür şehri ağırlıklı bir yapıya sahip olan Van'ın turizmindeki ziyaretçi sayısındaki dalgalanmalar arz ve talep arasındaki dengenin kurulmasında sürekli sorunlar çıkarmış ve ürünlerle ihtiyaçlar örtüşmemiştir. Bu uyumsuzluk kaliteli ürün sunabilme noktasında sıkıntılara neden olmuş ve bu durum kaliteli turistlerin bölgeyi ziyaret etmemesinde etkili olmuştur. Bir diğer sorun, Van'ın özellikle konumu nedeniyle potansiyel turist pazarı olarak görülen ülkeleri doğru tanımlayamaması gösterilebilir. Dahası bölgesinde yeni gelişen turizm pazarları görmezlikten gelinirken, ulaşımın sıkıntılı ve zaman aldığı Avrupa pazarı hedef pazar olarak görülmektedir. Oysa Avrupa pazarından Türkiye'ye kültür turizm amaçlı giren turist sayısı 1,5 milyonu aşamamıştır. Van'ın pazarlamayı düşündüğü turizm çeşidinin kültür ve doğa temelli turizm olduğu düşünüldüğünde yeni pazar arayışlarına ihtiyaç vardır. Zira bir bölgenin turizm kaynakları ne kadar zengin olursa olsun, dışarıya açılmayan ya da bir şekilde deneyimlenemeyen bu kaynakların Van'ın turizmini geliştirmesi beklenemez. Dolayısıyla, ulaşılabilirlik turizmin temel belirleyicilerden biri olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Ayrıca turizm pazarı her neresi olursa olsun etkin ve başarılı bir turizm faaliyeti nitelikli bir altyapı sistemi ve onun desteklediği temiz ve düzenli bir çevrede gerçekleşebilir.

Değerli katılımcılar, dünya ülkelerinin birçoğunda yapılmış olan anketlerde, ortaya çıkan sonuç turizmin yeni gözdelelerinin doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler olduğu yönündedir. Deniz, güneş ve kum üçlüsüne bağlı olarak gelişen ve kitleleri etkileyen turizm olgusu, günümüzdeki turizm eğilimleri doğrultusunda, alternatif arayışlar içine yönelmişlerdir. Bu bağlamda bütün turizm destinasyonları bu yeni pazardan pay alabilmek için doğal, tarihi ve kültürel değerlerini korumak ve geliştirmek suretiyle doğrudan veya dolaylı bir şekilde turizm amacına yönelik kullanma çabası içine girmişlerdir. Bu amaçla, soyut ve somut bütün kültürel çekicilikler, değerlendirilerek turizme kazandırılmıştır. Ancak çekiciliklerin her ne kadar turizm hareketinin ilk belirleyicileri olduğu ve asıl gücü temsil ettikleri kabul edilse de, turizmin harekete geçmesi ve sistemin devamı için turizmin bütün elemanlarının önemli olduğu gerçeği unutulmamalıdır.

Tam da bu noktada Van'ın turistik talebi hangi çekicilikler üzerinden gerçekleştirmesi gerektiği bilgisi çok önemlidir. Çünkü kabaca ikiye ayırabileceğimiz çekiciliklerden ilki; uzun süre kalmayı gerektiren çekicilikler, ikincisi ise; çevre turları şeklindedir. Birinci çekicilikler bir bölgede veya alanda toplu olarak bulunan, uzun süre kalmayı gerektiren, aynı ziyaretçiler tarafından tekrar tekrar kullanılabilen çekicilikler olur iken, ikinci grup çekicilikler ise sadece tur talebi yaratan ancak tekrar tekrar kalmayı gerektirmeyen çekiciliklerdir.

Van ilinde var olan ve ısrarla da devam ettirilen turizm yaklaşımı maalesef kalış yaratacak çekiciliklerden çok, tur yaratan çekicilikler üzerinedir. Bu nedenle ilde ziyaretçilerin kalış süreleri kısa ve öngörülebilir değildir. Dolayısıyla, başta turist sayısı olmak üzere, konaklama süresini arttırmak için, başta yerel yöneticiler ve turizm karar vericileri olmak üzere, yatırımcılar, ilgili kurum ve kuruluşlar kalış yaratacak çekiciliklere benzer atraksiyonlar geliştirmelidir. Van ilinde turizm talebi yaratmak ve ekonomik gelişme sağlamak için hem ürün hem de pazar eğilimli yaklaşımların birleştirilmesi ve ona göre bir strateji belirlenmesi zorunluluğu vardır.

Değerli katılımcılar, küresel konjonktürdeki değişim, Van'ın turizm geleceği için bir fırsattır. Zira yakın geçmişe kadar Türkiye'nin doğusunda yer alan ve dahası gelişmiş (İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya) kent merkezlerine uzak olan Van bugün Türkiye'nin gelişen yenedünya ülkelerine (Çin, Hindistan, Rusya gibi) açılan kapısı konumundadır.

Bu bağlamda, turizm konusunda çalışmalar yapan akademisyenler olarak, Van'ın ekonomisine ciddi istihdam ve ekonomik girdi sağlayacağını düşündüğümüz turizm sektörünün karşılaştığı sorunları irdelemek ve etkili bir şekilde uygulanabilecek turizm stratejilerine yön vermek amacıyla bütün paydaşların katıldığı **“Van Turizmi Konseyi”**nin oluşturulması gerektiğini düşünmekteyiz. Van turizm sektörünün uzun vadedeki sürdürülebilir gelişim imkânlarını ele almak ve mevcut politika ve stratejiler doğrultusunda sürdürülebilir bir turizm yaklaşımı gerçekleştirmek için bu organizasyon şemasına ihtiyaç vardır. Bu bağlamda Van turizm sektörü için en az 5 yıllık sürdürülebilir bir turizm vizyonunun oluşturulması ve stratejilerin ortaya konulması yanı sıra kamu ve özel sektör arasında bir diyalog süreci başlatılması gerekliliğine inanmaktayız. Çünkü bu süreç özellikle sürdürülebilir turizm bağlamında, hem Van'daki turizm işletmelerinin benzer turizm ürünlerini pazarlayan destinasyonlar içinde rekabet gücünü artıracak, hem de karlılığına ve refah üreten bir niteliğe kavuşmalarına katkı sunacaktır.

Van'ın Türkiye turizmindeki (uluslararası turist) oranı 1990 yılında yaklaşık % 1.7 (90,862) iken, bugün geline nokta bu oran (50,000) maalesef, %1,6 olmuştur. Türkiye'deki turist sayısındaki artışa paralel olarak, Van kısa vadede bu payını %0,6'ya çıkartmayı hedeflemeli ve bu hedefe yönelik somut adımlar atmalıdır. Bu çerçevede “Van”ın marka değerinin doğru konumlandırılması ve belirli değerlerinin rekabet üstünlüğü sağlayacak şekilde öne çıkartılması gerekliliği vardır. Bu kapsamda öncelikli olarak belirlenen turizm türleri desteklenerek gelişmeleri sağlanmalıdır. Yine benzer şekilde, ulusal pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk yirmi (20) il arasında önemli bir varış noktası ve ulusal bir marka haline getirilmesi hedeflenmelidir. Ayrıca oluşturulacak turizm

stratejisinin de sonuç odaklı eylem planlarıyla desteklenerek güncellenmesi sektör için yol gösterici olacaktır.

Sözlerime son verirken Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nin, gerek Van ilinin ve gerekse içinde bulunduğu bölgenin sorunlarına kayıtsız kalamayacağını, bugün ve gelecekte bu sorunlarla mücadelenizde hep yanınızda olacağını vurgulamak isterim. ***Hepinize en derin saygılarımı sunuyorum.***

Düzenleme Kurulu Başkanı
Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

5. AÇILIŞ KONUŞMALARI

Sayın Genel Müdürüm, kıymetli misafirler, değerli katılımcılar, sevgili öğrencilerim ve saygıdeğer basın mensupları, öncelikle hepinize hoş geldiniz demek istiyorum.

Değerli katılımcılar, Van, geçmişte olduğu gibi bugünde doğal ve insani değerleriyle ön plana çıkmış ve kendini gerek bölgesinde gerekse Türkiye ölçeğinde kabul ettirmiş güzel illerimizden birisidir. Bu güzel ve değerli özellikleri bünyesinde barındıran Van, aynı zamanda Urartu medeniyetin kurulmasına tanıklık etmiş, dahası fırsat vermiştir. O yüzdendir ki geçmişte bir medeniyetin kurulmasını destekleyen Van, bugünde her türlü ekonomik sektörün gelişmesine uygun şartları oluşturmaktadır. Ancak bu sektörlerden biri var ki Van için çok değerlidir. Turizm olarak adlandırılan bu sektör, 21. Yüzyılın en hızlı gelişen sektörü durumundadır. Şüphesiz birçok açıdan turizmin gelişmesine uygun olan Van, özellikle doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler noktasında çok zengin bir potansiyele sahiptir.

Biz Van'da yaşayanlar olarak bu zenginliklere tanıklık etmekteyiz. Dahası geçmişte, bu değerlere tanıklık etmek isteyen turistlerin sayıca çok fazla olduğunu biliyoruz. Öyle ki, Van'a geldiğim ilk yıllarda kent caddelerinde geç saatlere kadar turistlerin gezdiğini hatırlarım. Ancak zamanla bu durumun değiştiğine ve giderek turist sayılarının azaldığına ve durumun giderek kötüleştiğine de tanıklık ettik. Şüphesiz bu durumun birçok nedeni vardır. Ancak kanaatimce, Van'da yaşanan küçük çaplı olayların dışarıya farklı yansıtılması ve buna bağlı olarak oluşan olumsuz algı ve imaj sorunu Van'ın turizmine en büyük darbeyi vurmuştur.

Ancak üniversitemiz Van'ın turizm geleceğine ilişkin akademik düzeyde çalışmalarını devam ettirecek ve gerekli risk analizleri ve rekabet edebilirlik düzeylerini belirlemek amacıyla başta turistler olmak üzere halka ve turizm işletmelerine yönelik çalışmalar yapacaktır. Bu çalışmalar turizm

hedeflerimizi koymada bize yardımcı olacaktır. Bu konuda gerekli çalışmaların yapılması doğrultusunda gerekli görüşmeleri ilgili öğretim üyelerimizle yapmış bulunmaktayız. Üniversitemiz ve şahsen kendim Van'ın turizm geleceğine çok güveniyor ve aydınlık yarınların bizi beklediğini düşünüyorum.

Şüphesiz bu yeni süreçte sayın devlet büyüklerimizin Van'ın turizmine katkı sunmak amacıyla tatillerinin bir kaç gününü Van'da geçirmeleri bizleri çok mutlu edecektir. Sayın Cumhurbaşkanımızı, Sayın Başbakanımızı veya Sayın bakanlarımızdan birini Van'da ağırlamak isteriz. Hem Van'ın tarihi, kültürel ve doğal zenginliklerini deneyimlemelerini hem de şifalı Van Gölü sularını kullanmaları Van'ın tanıtımına büyük katkı sunacaktır.

Bu vesileyle konuşmama son verirken çalıştayı düzenleyen öğretim elemanlarıma teşekkür ediyor, çalıştayın sonuçları itibarı ile Van ilimize hayırlı olmasını diliyorum.

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü

Prof. Dr. Peyami BATTAL

Değerli konuklar, Buraya gelmeden önce değerli hocama, konuşmamda özellikle değinmem gereken bir husus olup olmadığını sorduğumda; bana ‘seyahat acentelerinin Van’a olan ilgisi ve Van’dan beklentileri olabilir’ demişti. Aslında Van’dan bir şey beklemiyoruz. Van her şeye hazır, sadece seyahat acentelerinin ilgisinin artması gerekiyor. Türk turizminin emeklediği dönemlerde bile Van, özellikle yabancı turistlerin Türkiye turları içinde olan bir destinasyondur. Ülkemizi birkaç milyon turistin ziyaret ettiği dönemlerde bile ziyaret edilen bir bölgeydi. Elimde o dönemdeki ziyaretlerle ilgili veriler yok, ama o dönemde Ağrı, Süphan, Cilo-Sat Dağları’na gelen turistlerin sayısının bile on binler olduğunu söyleyebilirim.

2012 yılında ise, elimdeki verilere göre, belgeli tesislerde konaklayan yabancı sayısı 5 bin bile değil. Yabancıyı geçelim, geçen yıl seyahat eden 13 milyonerli turistten 71 bin yerli turist Van’ı ziyaret etmiş. Dünyanın, 30 milyon ile en çok turist alan 6. ülkesinde, doğunun gözbebeği bir şehre, sadece 5 bin turist gelmesi, üzerinde kara kara düşünülmesi gereken bir konudur. Maalesef Türkiye turizm politikaları halen deniz, güneş ve kum tatilleri üzerine kurulmaktadır. Her ne kadar son yıllarda diğer turizm çeşitlerine değinilir olsa da, bu, deniz-güneş-kum üçlüsünden, ne imaj olarak kolay kurtulabiliriz, ne de bu imajdan kurtulmak şu anda işimize gelir.

Bu noktada herkesin dikkatini ekoturizm üzerine çekmek istiyorum. Biz, Ege ve Akdeniz’i ayrı Anadolu’yu ayrı pazarlamalıyız. Ege ve Akdeniz’i deniz-güneş-kum olarak, Anadolu’yu ise ekoturizm olarak pazarlamalıyız. Dünyanın birçok ülkesinin kurtuluş olarak gördüğü ekoturizme bizim halen üvey evlat olarak bakmamızı anlamak inanılmaz zor. Hele hele Avrupalı turistin ekoturizm için Kostarika’ya ya da Viyetnam’a gitmek yerine 3-4 saatlik uçuşla ulaşabileceği Anadolu gibi işlenmemiş bir elması işleyemememiz anlaşılır gibi değil.

Bana göre, bir yerin ekoturizm değerine sahip olup olmaması 3 şeye bağlıdır: insan, kültür ve doğa. Dikkat ederseniz doğayı son sırada saydım. Doğamız güzel, ama çok da güzel değil. Dünyada nice güzel yerler var.

Kıyas yapmaya kalktığımızda üzülebiliriz. Ama dünyada başka yerde olmayan ve kıyas yaptığımızda dahi gururlanacağımız 2 şeyimiz daha var: insanımız ve kültürümüz. Dolayısı ile özelinde Van bölgesi, genelinde tüm Anadolu bir ekoturizm cennetidir. Ekoturizm dendiğinde aklınıza dağa çıkmak, doğada yürüyüş yapmak, rafting yapmak gelmesin. Evet, ekoturizm bunları da barındırır ama tam olarak bu değildir.

Ekoturizm, turisti bir köy evinde misafir edebilmektir, bağdan-bahçeden toplanan ürünlerle doyurmaktır, bağ-bahçe işlerine yardım etmesini sağlamaktır, mutfağa girmesini, ineği sağmasını, peynir yapmasını, ekmek pişirmesini, hayvan gütmesini, düğüne katılmasını, hatta cenazeye katılmasını sağlamaktır. Dünyanın başka yerinde olmayan, kendi kültürümüzü, yerinde,doğal ortamında deneyimlemesini sağlamaktır. Evet, deneyim ekoturizmin özüdür. Deneyim peşinde koşan turist ise eko turisttir. Onlar, tatil köylerinden dışarı adım atmayan, bir kaç yüz Euro'luk tatil fırsatını kollayan, tatili birkaç plaj fotoğrafı ya da "şıkıdım" şarkısı ile diskoda eğlenmek dışında algılayan turisttir. Onlar, gideceği ülke hakkında önceden fikir edinen, araştıran, insanla ve kültürle iç içe olmak isteyen, ama iç içe olurken kendi alışkanlıklarını, kültürünü empoze etmeyen, dönünce de gitti yer hakkında etrafına doğru ve özendirici bilgi aktarabilen turisttir. Turistin kıymetlisidir. Ve en önemlisi, eko turist, ortalama kişi başına 3000 USD para harcamaktadır. Yani, 10 kitle turistine bedeldir. Ve unutmayalım ki Avrupalı turistin %40'ieko turizmi seçmektedir. Ve göz önünde bulundurulması gereken bir nokta da dünya turizm pazarı %4 büyürken, ekoturizm %20'nin üzerinde büyümektedir. Bu yüzden, Van bölgesinin öncelikli hedefiekoturizm olmalıdır. Bunu sağlamak için de doğasını korumak, kültürünü bozmadan devam ettirmek ve insanların kırsaldankente göçünü önlemek zorundadır.

Fakat tüm bu çalışmaların bölgesel olarak yürütülmesi gerektiğine inanıyorum. İllerin birbirlerinden ayrı, habersiz planlama yapması, beyhude bir çabadır. Tüm bölge illerinin ortak planlama ve tanıtım yapması gerektiğine inanıyorum. Hiçbir turist, hele hele yabancı turist sadece Van için yola koyulmaz. Gelmişken Ağrı'yı, Kars'ı, Erzurum'u, Mardin'i de

görmek ister. Tüm bölgeyi dolaşmak ister. Bu yüzden, özellikle illerin, kalkınma ajansları çevresinde birleşip yöresel çalışma, kalkınma ajanslarının da birleşipbölgesel çalışma yapması gerektiğine inanıyorum. Anadolu'nun, bir bütün olarak pazarlanması gerektiğine inanıyorum. Amma velâkin, bu planlamanın tavandan tabana değil tabandan tavana yapılması gerekmektedir. Planlamaları yaparken lütfen seyahat acentelerini unutmayın. Onların görüşleri, doğru turizm politikalarının belkemiğidir.

Turizm gelecektir. Turizmin, sadece huzur ve barış olan yerlerde yapıldığını unutmayalım. Huzur ve barışın sağlanmasında siyaset kadar turizmin de önemli bir payı vardır. Turizmin de seyahat acenteleri tarafından yapıldığını unutmayalım. İçinde ulaşım, konaklama, rehberlik, yemek hizmetlerinin herhangi birini barındıran hizmetler, kanunen seyahat acenteciliği faaliyetidir. Belediyeler, okullar, dernekler, vakıflar, şirketler, kişiler tur düzenleyemezler. 1618 no'lu yasaya karşı suçtur. Bu yüzden valiliklerin kaçak acentecilik faaliyetlerini denetlemeleri ve seyahat acentelerine sahip çıkmalarını bekliyoruz. Her bir seyahat acentesi, en az Van Kalesi kadar en az AkdamarAdası kadar değerlidir. Hepinizi saygıyla selamlıyorum.

TÜRSAB TEMSİLCİSİ
Bülent SARALOĞLU

Değerli konuklar, Rescate Hotelleri olarak Ankara, İstanbul, Van gibi Türkiye'nin farklı bölgelerinde otel yatırımı olan bir yatırımcı grubuz.

Sizlere Van otelimizin biraz yatırım aşamasını biraz da işletmeci olarak işletmede yaşananları anlatmaya çalışacağım. Aslında biraz da kıyas yapacağım. Akay Grup olarak Van'a otel yatırımına karar vermek çok da kolay olmadı. Çünkü fizibilite çalışmaları yapabilmek için yeterli ve sağlıklı donelere ulaşmak pek mümkün olmadı. Daha inşa aşamasında yaşadığımız kalifiye eleman sorunu, işletme aşamasında yaşanacak kalifiye personel sorunlarının ayak sesleriydi. Nakliye hava şartları zorlukları da sürece eklenince çok daha maliyetli uzun ve yıpratıcı bir inşa süresi yaşadık. Bu konuda basit bir örnek vermek istiyorum, otelimizin havalandırma projesini üzülererek belirtmek isterim ki Van şehrimizde projesini çizecek yetki belgesine sahip mühendis olmadığı için Diyarbakır'dan çizdirmek zorunda kaldık. Bu da hem zaman hem de maddi kayıp yaşamamıza sebep oldu. Buna benzer birçok zorluktan sonra işletmeye açtığımız 5 yıldızlı tesisimizde en başta yaşanan sorun kalifiye eleman sorunuydu, hala da öyle. Farklı illerden ciddi maliyetler üstlenerek transfer ettiğimiz personel maliyeti otelin üzerindeki en büyük yüklerden biridir. Bu konuda Yüzüncü Yıl Üniversitesi'ne ve Turizm Meslek Lisesi'ne fazlası ile görev düşmektedir.

Bölgemizdeki iklim koşulları enerji maliyetlerini oldukça yukarı çekmektedir. Şehrimizin sarf malzemeleri ve yiyecek içecek ürünlerinin üretildiği bölgelere uzak oluşu sebebi ile bizler daha yüksek maliyetlere katlanmak zorunda kalıp bu ürünleri çok daha pahalıya alıyoruz. Her ürünü istenildiği zaman bulunulamadığı için ciddi stok yapmak zorunda kalıyoruz. Çok yüksek seviyede hizmet veriyor olsak bile maalesef bölgemizde bunun karşılığını parasal olarak alamamaktayız. Bu problemlerin esas nedeni ise, bu anlattığım sorunları ortadan kaldıracak müşteri potansiyelini şehrimize yeteri kadar getiremememizdir. Bizlerin manevi duygularla yaptığı bu yatırımların benzerlerini veya daha iyilerini yapmaya bu bahsettiğim sorunlardan dolayı yabancı yatırımcıların yatırım yapmasına engel teşkil etmektedir. Bu sebeplerden ötürü bölgemize verilecek teşviklerin

çeşitlendirilmesi (nakliye gider desteği, enerji gider desteği, kdv destekleri gibi) gerekmektedir. Turizm bir şekilde ihracat ise bizler ihracatçı olarak görülmeliyiz. Biraz önce söylediğim gibi bizler diğer bölgelere göre sarf malzemelerimizi daha yüksek fiyatla alıyoruz ve çok daha yüksek gider kalemleri ile karşı karşıyayız. Üstelik satış fiyatlarımız diğer bölgelerin çok çok altında kalmaktadır

Van'ın turizm potansiyelini arttırmakla ilgili ciddi ve profesyonel çalışmalara ihtiyaç vardır. Var olan potansiyelin doğru yerde doğru şekilde pazarlanması sadece otelcilerin ve seyahat acentelerinin üzerine bırakılmamalıdır, en azından bir döneme kadar.

Van turizmi doğu turlarının bir parçası olmanın ötesine geçmelidir. Van başlı başına bir destinasyon olabilecek potansiyele fazlası ile sahiptir. Bu doğrultuda yapılacak çalışmalar çok daha sağlam ve uzun faydalar sağlayacaktır.

Şehrimizin bir çok turizm değeri restorasyon beklemektedir. Değerlerimize yeteri kadar sahip çıkamadığımız için Ankara kedimize, Diyarbakır da kahvaltımızı sahiplenmiştir maalesef. Yeni yapılacak ve potansiyel oluşturacak birçok proje (stadyum, plaj, Van evleri sokağı, Van Gölü'nün temizlenmesi, İran kapısının rantabl çalışıyor olması gibi), proje olarak beklemektedir. Bir taraftan da şehrimiz terör, uyuşturucu, kaçakçılık gibi konularla çok fazla gündeme geldiğinden dolayı ciddi bir imaj sorunu yaşamaktadır. Bu noktadan hareketle yapılacak çalışmaların ortak katılımlı tek elden yönetimi ile gerçekleştirilecek bir platforma acilen ihtiyaç vardır. Bu platform sayesinde turizm ve tanıtım işlerini üstlenen kurum ve kuruluşlar arasında eş güdümü sağlayarak daha profesyonel ve mali anlamda daha güçlü bir yönetim mümkün olacaktır. Bunları yapmak için, başta Sayın Valimiz olmak üzere, Büyük Şehir Belediye Başkanımız, Milletvekillerimiz, Üniversitemiz ve STK'ların turizmden uzak durmamaları ve hatta faaliyetlerin içinde olmaları gerekmektedir.

Daha önce bahsettiğim üzere, Van'a manevi duygularla yatırım yapan ben ve arkadaşlarım "Van Denizi Turizm Derneği" adında bir dernek kurduk, kuruluş lansmanını da yakın bir zamanda yapacağız.

Bizler Van'ın hakkettiği değerlere ulaşmasını sağlamak için bahsettiğimiz bu sorunları çözmek ve platformun hayata geçmesini ayrıca Van'ı başlı başına bir destinasyon olarak pazarlamayı kendimize görev edindik. En kısa zamanda şehrimizin turizm potansiyelinin yüksek seviyelere ulaşacağına inancımız tamdır.

Bu vesile ile de emeği geçen ve destek verecek herkese çok teşekkür ediyor, saygılar sunuyorum.

Rescate Otelleri Genel Müdürü

Umut AKAY

6. ÇALIŞTAY OTURUMLARI

GÜN / 19 ARALIK 2013

6.1. VAN TURİZMİNİN SEKTÖREL SORUNLARI

VE

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

- TURİZM TALEBİNİN VE ARZININ BELİRLENMESİ
- VAN'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜN GELİŞTİRİLMESİ
- TURİZME İLİŞKİN ALTYAPI VE HİZMETLER İLE İLGİLİ SORUNLAR
- SEYAHAT VE OTEL ENDÜSTRİSİNİN SORUNLARI
- HEDEF KİTLELER

19 Aralık 2013 tarihinde Yüzüncü Yıl Üniversitesi Cengiz Andıç Kültür Merkezi salonunda gerçekleştirilen “Van Turizminin Sektörel Sorunları ve Çözüm Önerileri” başlıklı oturum Yrd. Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ tarafından genel başlıklar hakkında bilgi verilmesinin ardından, katılımcılardan kendileri ve kurumları hakkında bilgi vermeleri istenmiş ve oturum Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU ve Doç. Dr. Menaf TURAN moderatörlüğünde yürütülmüştür.

Van Turizminin Sektörel Sorunları ile ilgili paylaşımlarda bulunmak üzere ilk önce özel sektör temsilcilerine söz hakkı tanınmıştır.

6.1.1. TURİZM TALEBİNİN VE ARZININ BELİRLENMESİ

Turizm arzı ile ifade etmeye çalıştığımız, Van’ın sahip olduğu kültürel ve tarihi değerleri ile mevcut olan turizm işletme tesisleridir. Türkiye’deki mevcut tesis potansiyeline bakıldığında Van ilinde bulunan tesis sayısının, Türkiye ortalamasının çok altında olduğu bilinmektedir. Ancak şu andaki turist sayısı ve geceleme rakamlarına baktığımızda mevcut tesisler Van için yeterli görünmektedir. Bu bağlamda, Van’ın en temel sorunlarından birisi otellerde doluluk oranlarının beklenin altında olmasıdır. Buda turizm talebinin yetersiz olduğunu göstermektedir. Van ilinde turizm sektöründe yılın on iki ayının tamamı kullanılamamaktadır. Ancak, Mart, Nisan, Mayıs, Haziran, Eylül ve Ekim ayları olmak üzere 6 ay turizme hizmet edilebilmektedir. Temmuz ve Ağustos aylarında Ege ve Akdeniz sahilleri tercih edildiğinden doluluk oranı çok düşüktür. Örneğin Van’da 20-30 odası bulunan otellerde bile yeterli sayıda yerli ve yabancı turist gelmediği için odaların birçoğu boş kalmaktadır. Kış sezonunda ise oteller genellikle şirket toplantıları, düğün ve diğer organizasyonlar için tercih edilmektedir.

Vurgulanması gereken diğer bir konu ise, serbest piyasa ekonomisi koşullarında yatırımcılar kar elde edebilecek alanlarda tesis kurarlar, şu anda Antalya’da bile belli bir süre tesis yapılmaması düşünülmektedir. Daha

öncede ifade edildiği gibi, Van'ın şu andaki en büyük problemi tesis sayısından öte turizm talebi ile ilgilidir.

Van'da turizm talebini canlandırmak için turizm çeşitlendirmesine gidilmesi gerekmektedir. Örneğin Van'da çok uzun bir kış dönemi var, bu yüzden kayak turizmine ağırlık kazandırılmalıdır. Yaz sezonu için Van denizi tur organizasyonu yapılabilir. Bu bağlamda, Rescate Otelleri Müdürü ile turizm ile ilgili diğer kuruluş yöneticileri birlikte, Van Denizi Tanıtım Platformu kurmuşlardır ve alt yapı için YYÜ ve DAKA'dan yardım alarak Turizm Bakanlığı'na başvurmayı planlamaktadırlar.

Birçok turizm çeşitlemesinin yapılabileceği Van'da, biyolojik çeşitliliği olan birçok alan vardır. Bu alanlara koruma statüsü verildikten sonra bu alanların turizme açılması yerli ve yabancı turist açısından yeni bir destinasyon alanı olabilecektir. Ayrıca eski Van evlerinin ve daha önceden var olan bahçe kültürünün ön plana çıkarılabilmesi için projeler yapılabilir. Van'ın önemli turizm değeri başka bir ifade ile turizm arz kaynağı olan Van Gölü yeterince tanıtılamamaktadır. Ayrıca Van Gölü'ne gereken önem verilmemektedir. Örneğin Van'da bir kıyı bozukluğu vardır. Bunun için kıyıların düzenlenmesi gerekmektedir. Van turizmi ile ilgili yapılacak plan ve projelere kıyıların da dâhil edilmesi gerekmektedir.

6.1.2. VAN'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜN GELİŞTİRİLMESİ

Rekabet, ulaşım sektöründe ve iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin hızlanması ile her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Özellikle Van ili açısından bir değerlendirme yapıldığında, bu kadar yüksek bir turizm potansiyeline sahip bu kentin belki kendi bölgesi içinde turizm açısından rekabet avantajına sahip iken diğer bölgeler ile kıyaslandığında en son sıralarda yer almaktadır.

Rekabet kavramı, konuşmalarda, ulaşım sektöründe yaşanan gelişmeler olarak tanımlanmaktadır ancak, Van'ın en büyük problemi

ulaşımdır. Bu sorun hem kenti her alanda, hem de turizmi doğrudan etkilemektedir. Özellikle havaalanından kent merkezine erişebilirlik ile ilgili büyük sıkıntılar yaşanmaktadır. Örneğin havaalanı servis ağı yoktur ayrıca otellerde karşılama hizmeti sunulamamaktadır. Havaalanı ve şehir merkezi arasında genellikle taksi kullanılmakta ve taksi fiyatları da fahiş fiyatlara ulaşmaktadır. Van'a gelen yerli veya yabancı turistler şehir merkezinden tarihi veya kültürel değerleri olan yerleri ziyaret etmek istediklerinde ulaşım ve rehberlik hizmetlerinden yoksun olmaktadır. Örneğin, şehir merkezinden, inanç turizmi açısından çok önemli olan Akdamar Adası'na bile bireysel ya da grup olarak gitmek isteyen turistler araç bulmakta sıkıntı çekmektedirler. Ayrıca, başka bir sorun ise, turistlerin gezdirilmesi ve rehberlik hizmetlerinin kaçak yollardan yapılmasıdır. Turizm rehberlik hizmetlerinin profesyonel, güvenli ve bilinçli bir biçimde tur acentaları tarafından sunulması gerekmektedir. Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü bu konuda turizm acentalarına yardımcı olmalıdır. Onların ihtiyacına destek duyulmaktadır.

Ayrıca, havaalanı haricinde otogar ile de ilgili ciddi problemler vardır. Kent, doğru düzgün bir otogara sahip olmaması nedeniyle, otogara gidildiğinde kişilerde can güvenliği konusunda tedirginlik ve soru işaretleri yaratmaktadır.

Ulaşımın yanı sıra Van'da rekabeti olumsuz etkileyen faktörlerden biri de kentsel yapı hizmetlerinin yetersizliğidir. Örneğin şehir merkezindeki yollar bozuk ve oldukça dardır. Ayrıca otopark ciddi bir sıkıntı oluşturmaktadır. Bu sorunun çözülmesi için öncelikle kentte bu alanda görev yapacak aktörlerin belirlenmesi ve sorumluluk alması gerekmektedir.

Van'ın kendi bölgesinde ve diğer bölgeler ile rekabet edebilmesi için, turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve otelleri ayakta tutmak için belirlenen stratejilere göre hareket edilmesi gerekmektedir. Ancak, bunların sağlanabilmesi için ilde öncelikle huzur ortamının sağlanması

gerekmektedir. Hiçbir ülke yoktur ki, güven ve huzur ortamını sağlamadan rekabet elde edebilsin.

Turizm sektörü için en önemli faktör güvenli ve huzurlu bir ortamın olmasıdır. Şu anda Van'da güvenlikle ilgili ciddi sıkıntılar olmamasına rağmen, yurt içinde ve yurt dışında farklı yansıtılmaktadır. Öncelikle bu algının değiştirilmesi gerekmektedir. Örneğin güvenlik bakımından Van, Türkiye'deki iller arasında sekizinci sıradadır. İnsanların sokakta rahatça yürüyebildiği ve yaklaşık 25.000 üniversite öğrencisinin rahatlıkla hareket edebildiği bir şehirdir. Bu durumun kişilere anlatılması gerekmektedir.

6.1.3. TURİZME İLİŞKİN ALTYAPI VE HİZMETLER İLE İLGİLİ SORUNLAR

Van'da turizm potansiyelinin geliştirilebilmesi için öncelikle kentsel alt yapı sorunlarının çözülmesi gerekmektedir. Kent merkezi, geniş alan kullanımı gerektiren yapılar, kamu kurum ve kuruluş yapıları ile yoğunluğu artırılmış sıkışmış bir alandan oluşmaktadır. Van ilinin planlama çalışmaları 1996 yılında başlamış olup, en güncel plan 2012'ye aittir. Ancak, bu planlamalara rağmen, kentsel alt yapı sorunu halen devam etmektedir.

Kentsel alt yapı problemlerinin çözülmesinde kamuya, özellikle de yerel yönetimlere büyük görevler düşmektedir. Bugün kamusal nitelikteki teknik altyapı hizmetlerinin büyük önem kazandığı herkes tarafından kabul edilmektedir.

Hızlı kentsel büyümeye bağlı olarak ortaya çıkan kaçak, plansız ve kontrolsüz yapılaşmalar Türkiye genelinde olduğu gibi Van özelinde de kendini göstermektedir. Kontrolsüz yapılaşmalar nedeniyle, teknik alt yapı hizmetlerinin etkin, kaliteli, eşit, adil ve sağlıklı bir şekilde hazırlanması ve sunulması güçleşmektedir.

Van'da turizmi etkileyen en önemli alt yapı sorunu ulaşımdır. Yollar dar ve bozuk, özellikle otopark sıkıntısından kaynaklı sorunlar

yaşanmaktadır. Şehir içerisinde yaya yolu ve üst geçitler yetersizdir. Ayrıca bisiklet yolu mevcut değildir. Özellikle yerli ve yabancı turistler için daha fazla yönlendirme tabelasına ihtiyaç duyulmaktadır. Van şehir içi ulaşımın yanı sıra şehirlerarası ulaşım bakımından da pasif durumdadır. Şehirde bulunan otogar hem fiziki yapısı olarak kötü durumdadır, hem de ihtiyaca cevap verebilecek yeterli kapasiteye sahip değildir.

Kentin diğer önemli bir sorunu da şehir planlamasının yeterince uygulanamaması nedeniyle şehirdeki görüntü kirliliğidir. Örneğin, şehir sürekli toz toprak içerisinde, ayrıca yeşil alanlar ve parklar yoktur. Ayrıca, bir milli parkın olmaması da kentte önemli bir eksiklik teşkil etmektedir.

Van'da restore edilmemiş çok sayıda eski binalar bulunmaktadır ve bu binalar turizm ürünü haline getirilmemiş binalardır. Tarihi binaların yalnızca restore edilmesi değil, aynı zamanda uygun şekilde kullanıma açılması gerekmektedir. Koruma kullanım dengesi de dikkate alınmalıdır.

Van Gölü çevresinde sekiz yerleşim alanı mevcuttur. Bu alanların tüm kentsel atıkları göle atılmaktadır ve göl ne yazık ki hızla kirlenmektedir, bu durum ise yaşamı ve turizmi etkileyen bir tehdittir.

Hizmetler açısından bir değerlendirme yapıldığında, elektronik ortamda ihtiyaçlara göre cevap verecek "point of interest"ler (ilgi noktaları, örneğin en yakın benzin istasyonu, restaurant nerededir gibi) belirlenmelidir. Şehirde eğlence ve alışveriş merkezleri bulunmamaktadır, dolayısıyla şehir bu tür ihtiyaçları karşılayacak sektörlerden de yoksundur.

Van'da alt yapı ve hizmetler ile ilgili sorunların giderilmesi için, kentte teknik altyapı sorunlarının saptanması, irdelenmesi ve değerlendirilmesine yönelik analizlerin yapılmasının yanı sıra, altyapı projelerinin hazırlanmasında ortak-eşgüdümsel çalışmalara ihtiyaç vardır. Van için bir turizm master planına ihtiyaç duyulmaktadır. Turizme açılacak alanların çevre düzenlemesinin yapılması, otantik konaklama alanlarının

yapılması, sahil şeridinde cazibe alanlarının oluşturulması, arıtma tesislerini faaliyete geçirerek Van Gölü kirliliğini önleyecek tedbirlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, havaalanı-kent ulaşım bağlantısının hızlı, güvenli ve rahat bir biçimde sağlanmasına yönelik toplu taşıma sistemleri oluşturulması, deniz ulaşımının sağlanabilmesi amacıyla mevcut iskele ve limanların geliştirilmesi gerekmektedir.

6.1.4. SEYAHAT VE OTEL ENDÜSTRİSİNİN SORUNLARI

Van'a gelen ziyaretçi sayılarına bakıldığında yerli ve yabancı turist sayısında ciddi şekilde azalma olduğu görülmektedir. Bölgede zaman zaman tansiyonun yükselmesine sebep olan olayların olması, bu olayların ulusal medyada çoğunlukla abartılarak yansıtılması gelen ziyaretçi sayılarının istenilen düzeyde olmamasına neden olmaktadır. Bu durum, turizm sektöründe yer alan işletmeleri doğrudan etkilemektedir. Van'da konaklama işletmeleri için en temel sorun doluluk oranlarının beklenin çok altında olmasıdır.

Yetişmiş eleman bulmak sektörün diğer önemli sorunlarından birisidir. Van'da turizm eğitimi veren kurumların azlığı ve mevcut kurumlardan mezun olan kişilerin ya Van ili dışına gitmesi ya da farklı iş kollarında çalışması bu sorunu daha da büyütmektedir. Turizm sektöründe, özellikle konaklama işletmelerinde vasıfsız eleman istihdam edilmektedir. Buna ek olarak, ören yerlerinde çalıştırılan kişiler Bakanlık personeli olmasına rağmen yabancı dil bilgisi yoktur. Ayrıca, bilgilendirme bürosu olmaması da gelen kişilerin o yer hakkında ufak bir tabela ile bilgilendirilmesine neden olmaktadır.

Kentteki sektörel sorunlardan bir diğeri ise, yatırım ve teşvikler ile ilgilidir. Turizm yatırımında esas nokta, yatırım projelerini uygulanabilir ve sürdürülebilir kılacak teşviklerin ve yatırımların attirılması olmalıdır. Teşviklerin miktarı, şartları, bölgesel özellikleri ve uygulama dönemleri dikkate alınarak yapılmalıdır. Ayrıca ilde, turizm tesislerinin yenilenmesi

için sektöre yönelik uzun vadeli ve düşük faizli kredi imkânları sağlanmalıdır. Bunlara ek olarak, Van'a yatırımları çekmek için bürokratik engellerin en aza indirgenmesi gerekmektedir. Yatırımlara ilişkin projeler öncelikli olarak DAKA tarafından desteklenmektedir, ancak sektör için bu destekler yetersiz görülmektedir.

6.1.5. HEDEF KİTLELER

Bölge, verimli toprakları, kültürel mirası, turizm potansiyeli, yeraltı ve yerüstü kaynakları, Van Gölü'nün bölgede yer alması ve Ortadoğu pazarına coğrafi yakınlık, sınır ticareti potansiyelinin olması gibi faktörlerden dolayı, bölge ve ülke ekonomisi açısından önemli bir yere sahiptir. Ancak bölge var olan bu potansiyelini yeterince değerlendirememektedir.

Turizm sektöründeki en önemli verilerden biri müşteri segmentinin belirlenebilmesidir. Bu nedenle, ilde mevcut talep eğilimin analiz edilebilmesi için veri toplanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Öncelikle, yabancı turist profilinin belirlenebilmesi için il bazında milliyet, yaş, cinsiyet, eğitim, ziyaret amacı, ziyaret süresi, beklentiler ve görüşler gibi veriler toplanabilmelidir. Söz konusu çalışma, turizm sektör çalışanlarına yardımcı olacaktır. Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nden elde edilen veriler, il bazında yorum yapmaya yetecek kadar sağlıklı olmasa da, Van'ı ziyaret eden yabancılar milliyetlerine göre değerlendirilecek olursa, ilk sırayı İran almak ile birlikte onu Irak, Ermenistan, Almanya, Azerbaycan, ABD, Uzakdoğu lkeleri ve Avrupa'nın diğer ülkeleri takip etmektedir.

İstatistiklerin de gösterdiği gibi, Van'ı en fazla ziyaret eden yabancı turistler İranlılardır. Bu bağlamda İran Van'ın hedef kitlesini oluşturmaktadır. İranlılar neredeyse her hafta sonu Kapıky Sınır Kapısı'ndan Van'a giriş yapmaktadır. Van için İran pazarı birinci sırada yer almaktadır. İranlıların zellikle AVM ve eğlence amaçlı Van'a geldikleri görülmektedir. Ancak kentte ihtiyaı karşılayabilecek yeterli sayıda AVM

ve eğlence merkezi bulunmamaktadır. Ayrıca, İran'dan Van'a giriş yapmak isteyen İranlı turistler gümrük kapılarındaki bürokratik sorunlar nedeniyle uzun zaman bekletilmektedir. Öncelikle gümrük kapılarındaki bürokrasi meselelerinin çözülmesi gerekmektedir.

İran'ı takip eden bir diğer ülke ise Irak'tır, çünkü Kuzey Iraklılar ile dil ve kültür ortaklığı söz konusudur. Ayrıca, Ermeni pazarının da Van'da inanç turizmi bakımından oldukça önemli olduğu bilinmektedir. Ermenistan'ın ekonomik anlamda gelir düzeyi düşük olmasına rağmen, tarihsel bağlarından dolayı Van ekonomisine doğrudan veya dolaylı olarak katkıda bulunabilir. Turizm ile ilgili hedef kitle belirlenirken Irak ve Ermenistan'ın da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bir başka hedef kitle ise, Van'daki kültür ve eko turizm potansiyelinden dolayı Avrupa pazarı olmalıdır. Dış pazar ile birlikte aslında Van'ın önceliği iç pazar da olmalıdır. İç pazarın canlandırılabilmesi için TURSAB, DAKA, Üniversite ve Valilik bir araya gelip Türkiye'nin önde gelen seyahat acentalarını Van'a davet etmelidir ve buna ek olarak sosyal medyada viral reklamlara önem verilmelidir. Alternatif olarak kısa filmlerle Van'ı tanıtıcı reklamlar da yapılabilir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, aslında, Van'da turizm ile ilgili olan kurumlar tarafından turist profili belirlenmemiştir. Öncelikle hedef kitleyi belirleme ve o hedef kitlenin beklentileri konusunda çalışmalar yapılmalıdır. Hedef kitleye ulaşmak için birçok yöntem izlenebilir, ama bunların en önemlisi paket program oluşturmaktır. Başka bir ifade ile, gelen konukların memnuniyeti için havaalanından alınıp uğurlanmasına kadar her şey paket programı içerisine dâhil edilmelidir. Paket programlarının hedef kitleye ulaşması ile ilgili Van ilinde gerçekleşmiş başarılı somut bir örnek bulunmaktadır. Bu başarılı örnek, bölge için önemli bir değer olan Said-i Nursi info turudur. Info turunun ardından, paket programları hazırlanarak bilet satışlarına başlanmıştır. Ayrıca, inanç turizmi ile ilgili Ermeniler dini törenleri düzenlemek amacıyla yılda beş kez Van'a gelmek istemektedirler. Bu anlamda komşu paket turu Van için önemli bir fırsattır.

II. GÜN / 20 ARALIK 2013

6.2. VAN'IN TURİZM DEĞERLERİ VE İMAJ OLUŞTURMA

- TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ VE YENİ TURİZM ARAYIŞLARI
- GÜÇLÜ VE PAZARLANABİLİR ÜRÜN GELİŞTİRME
- BASIN-TANITIM-REKLAM-MARKA
- PAZAR VE ÜRÜN GELİŞTİRMEDE PARTNERLİK VE TARAFLARIN ROLÜ
- TURİZM SEKTÖRÜNDE HİZMET VEREN BÜTÜN TARAFLARIN EĞİTİMİ VE TURİZM BİLİNCİ OLUŞTURULMASI

6.2.1. TURİZMİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ VE YENİ TURİZM ARAYIŞLARI

TRB2 bölgesi içinde yer alan Van ili, içinde bulunduğu, doğal güzellikleri ve coğrafi özellikleriyle beraber endemik flora ve ornitolojisi, bölgede yaşamış olan farklı medeniyetlerin kültürel izlerini taşıyan mirası ve geleneksel yaşam biçimlerine sahip insanların yaşantısıyla dünya genelinde trend haline gelmiş birçok turizm çeşidinin potansiyelini bünyesinde barındıran bir bölge niteliğindedir. Özellikle Van, Urartu Medeniyetinin başkenti olma ve bu medeniyetin onlarca tarihi yapısına ev sahipliği yapma, bir taraftan da Türkiye'nin en büyük gölü olan Van Gölü'nün kıyısında yer alması ve başta su sporları olmak üzere, dört mevsim turizm yapılabilecek özelliğe sahip önemli bir kenttir. Van'da turizm türlerinin geliştirilmesi için buralara gerekli yatırımlar yapıldığı takdirde turizm sektörü, bölge ve Türkiye ekonomisine önemli miktarlarda girdi sağlayacaktır.

İklim ve coğrafi koşulları nedeniyle Van için en uygun turizm çeşitlerinden biri kış turizmidir. Dünyanın birçok kış turizmi bölgesinde yapay karlanmayla sezon uzatılırken Van'da doğal olarak sezon süresinin uzun olması kış turizmi açısından önemli bir fırsattır. Örneğin 2011 yılında, Erzurum'da yapılan, Universiade Kış Oyunları, Türkiye'nin kış turizmi tanıtımı açısından önemli bir adım olmuştur. Benzer organizasyonlar Van için de yapılabilir. Ayrıca, Van önemli bir kayak merkezi olabilir, çünkü Mayıs ayına kadar ilde kayak yapılabilir. Kentin etrafının dağlarla çevrili olması, yükseltinin fazla olması ve kar kalitesinin yüksek olması, Van'ın bir kayak merkezi olması için ideal bir mekân olduğunu göstermektedir. Van'da iki adet kayak merkezi bulunmaktadır. Bunlardan ilki Gürpınar'da bulunan Kurubaş Kayak Merkezi, diğeri ise Gevaş'ta bulunan Abalı Kayak Merkezi'dir. Ancak bu tesisler yeterince bilinmemekle birlikte, belli bir kalite standardında değildir.

Anadolu'nun inanç bakımından önemli merkezlerinden biri de Van'dır. Van'ın içinde bulunduğu TRB2 Bölgesi, asırlarca Hristiyan devletlerinin hâkimiyetinde kaldıktan sonra İslam devletlerinin hâkimiyetine girmiştir. Hristiyan devirde özellikle Ermenilerce kutsal kabul edilen manastır ve kiliseler, inşa edilen ve kalıntıları günümüze kadar gelen merkezlerin yanı sıra İslami devirde bu topraklarda yaşayan önemli din adamlarının da türbeleri yer almaktadır. Örneğin, Bediüzzaman Said Nursi gibi.

Van ilinde bulunan Akdamar Kilisesi, Ortodokslarca oldukça önemli kabul edilmektedir. Akdamar Kilisesi, bölgedeki en önemli Hristiyan inancı mabedi olarak bilinmektedir. Kilisenin bulunduğu Akdamar Adası, coğrafi konumu ve barındırdığı badem ağaçları ve endemik yapısıyla da ayrıca bir marka değeri teşkil etmektedir. 2007 yılında geçirmiş olduğu restorasyon sonucunda Anıt Müze olarak hizmete girmiştir. Kentte bulunan önemli bir diğer marka değeri, Ermenilerin inşa etmiş olduğu Aziz Bartholomeus Manastırı'dır. Ancak manastır askeri bölge içinde kalmasından ötürü yeterince tanıtılamamaktadır ve bir turizm değeri olarak kullanılamamaktadır. Van'da inanç turizmi açısından önemli olan diğer değerler ise Çarpanak Kilisesi ve Erek Dağı'nın eteklerinde kurulmuş olan Yedi Kilisedir. Ne yazık ki, kentin farklı zamanlarına ışık tutan bu yapıların büyük bir kısmı, halkın bilinçsiz davranışları (Yedi Kilise'nin etrafında bulunan evler, bu mekanın tahrip edilmesindeki en önemli faktördür) ve yerel yönetimlerin ihmallerinden dolayı tahrip edilmiş ve yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır.

Urartu Krallığı'nın başkentliğini yapan Van (Tuşba), kültür turizmi açısından da çok önemli bir yere sahiptir. Günümüze Urartu medeniyetinden ulaşmış birçok eser, bölgenin en önemli kültür-tarih turizmi potansiyelini oluşturmaktadır. Kültürel ve arkeolojik değerler açısından zengin olan bu bölgede, kökleri antik çağlara kadar uzanan el sanatları, gastronomi, evlenme adetleri, inanışlar vb. bulunmaktadır. Örneğin, Urartu Yolu olarak

kurulacak bir konsept kapsamında bir yandan gizemli efsanelerin izi sürülürken diğer yandan doğa turizminin önemli bir kolu olan trekking aktiviteleri yapılabilir.

Kent, kültür turizmi ile ilgili önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen, güvenlik ile ilgili olumsuz algıdan dolayı kültürel değerlerini pazarlama şansı bulamamaktadır. Ayrıca ilde kültür turizmine yönelik envanter çalışmaları en son 2006 yılında yapılmıştır, bu bakımdan kültür ve tarihi dokunun envanter güncellenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Son olarak, bölgede kültürel miras varlıkları ölçek ve çeşit açısından oldukça fazladır, ancak bunlardan yerel halkın ve turistlerin ortak yararına sürdürülebilir bir şekilde faydalanmak adına çok az şey yapılmıştır.

Bahsedilen turizm çeşitlerinin yanı sıra Van, sahip olduğu doğal güzellikleriyle birlikte, botanikten kuş gözlemciliğine ve trekkingden birçok doğa turizmi çeşidi açısından Türkiye ve dünya ölçeğinde önemli bir yere sahiptir. Bölge, kuş gözlemciliği yapılabilecek en önemli merkezlerden biridir. Farklı martı türleriyle birlikte sadece adaya özgü martı türlerinin de bulunduğu Çarpanak Adası, Van Gölü'ndeki adalar ve sazlıklarda bulunan yaz ördeği, ak kanatlı sumru, flamingo ve Van Gölü Martısı, bölgenin diğer önemli kuş gözlemciliği değerlerini oluşturmaktadır.

Günümüzde, birçok acente diğer eko turizm veya kültür turizmi paketlerinin içerisine trekking ürününü de yerleştirmektedir. Van'da Artos Dağı'nda, Bitlis'te Süphan ve Nemrut Dağları'nda, Muş'ta Andok ve Kurtik ve çevresindeki dağlarda aktif olarak tırmanışlar gerçekleştirilmektedir. Bunun dışında, dağcılık ve trekking turizmi açısından bölgede değerlendirilebilecek diğer dağlar, Erek, Pirraşit, Aladağlar, Alacabük, Başet Dağı, Çomaklıbaba Dağı ve Keçikıran Dağları'dır. Van'da trekking önemli bir doğa turizm çeşitlerinden biri olmasına rağmen, sürekli tekrarlandığı gibi güvenlik problemi maalesef yine karşımıza çıkmaktadır.

Avrupalıların daha çok ilgilendiği turizm çeşitlerinden biri eko turizmdir ve tarih ve doğa turizmi ile iç içedir. Kırsal kesimde turizme kazandırılacak köylerde ev pansiyonculuğu geliştirilebilir. Konaklamanın köyde olması çarpan etkisi ile yöresel aktivitelerin talebini arttırabilir. Bu durum yerel kalkınmaya önemli ölçüde katkı sağlayacağı gibi, bölgede yoksulluğu azaltıcı etki de yaratabilir. Bundan dolayı eko turizm köylerde geliştirilmelidir. Örneğin Gevaş'ta ev pansiyonculuğu mikro krediler ile desteklenmelidir.

Türkiye'nin en büyük gölü olan Van Gölü'nün bu bölgede olması su sporları açısından önemli bir avantajdır. Ancak, gölün özellikle ulaşım ve turistik amaçlı kullanılabilmesi için kıyıdaki yerleşim birimlerinin tamamında iskelelerin yapılması ve var olan iskelelerin bakım ve onarımlarının tamamlanması gerekmektedir.

Bunlara ek olarak, ulaşım imkânlarının yanı sıra kullanılmayan bir diğer değer de gölün kıyılarıdır. Yaklaşık 430 km olan kıyının iyi bir kısmı elverişli olmasına rağmen kullanım için düzenlenmemiştir. Gölün yerleşim birimlerine yakın çevrelerindeki kıyıları, bu yerleşim birimlerinin atıklarıyla kirletilmektedir. Bunun yanı sıra, özellikle Van'da göl kıyısındaki birçok sanayi işletmesi, bu kıyıların ve göl suyunun kirletilmesine sebep olmakta ve bu kıyıların turizme kazandırılmasına engel teşkil etmektedirler.

Bölge için Van Gölü'nün diğer bir önemli katkısı ise, sağlık turizmi açısından kendini göstermektedir. Van Gölü suyunun cilt hastalıklarına iyi geldiği bilinmektedir. Paket programlar yapılarak göl suyu sağlık turizminde kullanılabilir. Ayrıca göl UNESCO tabiat varlıkları korumasına dâhil edilebilir.

6.2.2. GÜÇLÜ VE PAZARLANABİLİR ÜRÜN GELİŞTİRME

Van, pazar payını ve turizm gelirlerini arttırmak diğer bölgeler ile rekabet edebilmek istiyorsa güçlü ve pazarlanabilir bir ürün geliştirmelidir. Bu ürünün en önemli özelliği, Van'a gelen turistlerin kalış süresini arttırması

ve turizm talebinin 12 aya yayılmasını sağlaması olmalıdır. Van'ın daha önce bahsedilen turizm çeşitlerinin yanı sıra “gastronomi turizmi” özellikle de Van kahvaltısı kente rekabet avantajı sağlayacak önemli bir değerdir. Van yöresinin mutfağı oldukça zengindir. Van'ın yerel lezzetler sunan mutfağının en önemli kısmını kahvaltı salonları oluşturmaktadır. Batıda da ün salmış olan Van kahvaltısı, kentin önemli gastronomik marka değerlerinden biridir. Şehrin çeşitli yerlerinde bulunan kahvaltı salonlarında otlu peynir, murtuğa, gül reçeli, bal, kavut, cacık, tereyağı, lavaş ekmek gibi özgün ve doğal ürünler sunulmaktadır. Bölgenin diğer önemli marka değeri, bölgeye özgü otlarla yapılan otlu peynirdir. Kentin topraklarına özgü otların tanıtılması açısından da otlu peynirin bir marka değeri olarak benimsenmesi oldukça önemlidir. Bölgenin diğer zenginlikleriyle birlikte sunulacak yemek kültürü, bir pazarlama sürecinde önemli avantajlar sağlayacaktır.

Van'da aynı anda birçok ürünü pazarlama çalışıldığında etkin sonuçlar elde edilemiyor, bundan dolayı güçlü ve pazarlanabilir bir ürün seçilmesi daha akılcı görülmektedir. Bu ürün de şu anda "gastronomi turizmi " olarak ön plana çıkmaktadır. Bunun için de yapılması gereken öncelikli iş Van kahvaltısı için kalite belgesi alınmasıdır. Van gastronomi alanında ön plana çıktığı için bu alanda paket programlar hazırlanabilir. Van'ın kahvaltıdan sonra en önemli marka değerleri Van Kedisi ve Van'a özgü bir balık türü olan İnci Kefali'dir. Bu değerlere de sahip çıkılarak korunması gerekmektedir.

6.2.3. BASIN-TANITIM-REKLAM-MARKA

Şu ana kadar yapılan tartışmalar, Van'ın yüksek bir turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen bunu değerlendirmedeği üzerine odaklanmıştır. Bunun en temel nedenleri ise tanıtım ve reklam eksikliğidir. Buna paralel olarak basın yoluyla halkta yaratılmış olan olumsuz algıdır. Yerel ve ulusal medyada Van sürekli olumsuz olaylarla gündeme taşınmaktadır. Örneğin, Van ile ilgili on haber yapılıyor ve bunlardan sadece biri olumsuz ise, medyada sürekli olumsuz habere yer verilerek

insanlarda kötü bir algı oluşmasına sebep olmaktadır. Ayrıca televizyon kanallarında birçok kişi tarafından takip edilen dizilerde Van sürekli kaçakçılığın yapıldığı ya da çatışmaların yaşandığı bir şehir gibi gösterilmektedir. Buna ek olarak, 2011 depreminden sonra sigorta şirketleri tarafından çekilen reklam filmlerinde Van ile ilgili olayı sürekli canlı tutacak görseller yayınlanmaktadır. Bütün bu faktörler Van'ın imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Ne kadar yüksek turizm potansiyeline sahip de olsanız insanlar kendilerini güvende hissetmedikleri yerlere gitmezler. Van'a gelen turist sayısını arttırabilmek için öncelikle olumsuz olan bu imajın yıkılması gerekmektedir.

Olumsuz imajın olumluya çevrilebilmesi için yapılması gerekenler şu şekilde sırlanabilir: Van'ın tanıtımını yapabilmek için kısa, orta ve uzun vadeli planların yapılmalıdır ve bu planlar doğrultusunda hareket edilmelidir. Tanıtıma yerel yönetimler, Ticaret Odası, Üniversite ve DAKA gibi kurumlar destek verse de tanıtımın profesyonel bir kurum tarafından yapılması gerekmektedir. Örneğin Piar şirketleri ile bu konuda çalışmak fayda sağlayabilir. Son zamanlarda ABİGEM tarafından Van'ın tanıtımı ile ilgili reklam çalışması yürütülmektedir. Ayrıca Van'ın tanıtımı ile ilgili filmler yapılabilir. Bu film projeleri kısmen DAKA tarafından desteklenebilir. Örneğin, Van Gölü Canavarı ile ilgili yapılmamış bir çizgi film kaçırılmış önemli bir fırsattır.

Van'ın tanıtımında en etkili olabilecek faktörlerden biri seyahat acentalarıdır. Bu nedenle, öncelikle Türkiye daha sonra dünyanın önde gelen seyahat acentaları Van'a davet edilip info turlar düzenlenebilir. Bu info turların yanı sıra TURSAB ve Türk Hava Yolları destekli turlar düzenlenebilir. İfo turlar sayesinde kişiler Van'ı deneyimleme fırsatı bulmuş olacaklardır. Ayrıca Van'ı deneyimlemek üzere gelen yerli ve yabancı turistler için havaalanlarında tanıtım materyallerini sergileyecek alanlar oluşturulmalıdır. Bunlara ek olarak, Van'da tanıtım günlerinin yapılması gerekmektedir. Mardin ve Urfa tanıtım günleri buna iyi birer

örnektir. Ayrıca Van'da tarihi ve kültürel tüm eserleri kapsayan üç boyutlu minyatürler yapılmalıdır.

Dile getirilen tanıtım sıkıntı ve önerilerine ek olarak, basın mensupları turizm çalıştaylarına davet edilmeli ve Van ile ilgili bilgi verilmelidir. Ayrıca, negatif medya haberlerine karşı hızlı hareket edecek bir platform da oluşturulmalıdır.

Diğer önemli bir tartışma konusu ise, Van'ın bir Marka kenti olup olamayacağı konusudur. Markalaşma, bir bölgenin rekabetçiliğini doğrudan ilgilendiren bir süreçtir. Zira markalaşma, ürünlerin pazarlanabilirliğini artırmakta, kaliteyi desteklemekte, tüketicilerin daha kaliteli bir tüketim sürecine erişmesini sağlamaktadır. Aslında marka değeri taşıyan birçok ürüne sahip olan Van, şu anda bir marka kenti değildir. Bunun için her şeyden önce Van'daki kurumların bir araya gelerek bu işi sahiplenmesi gerekmektedir. Ayrıca Van'da turizm ile ilgili markalaşmayı sağlayacak stratejik kurumlara ihtiyaç vardır. Bu kurumlar Van'ın marka değeri olabilecek kahvaltı, kedi gibi değerleri tescil ettirmelidir.

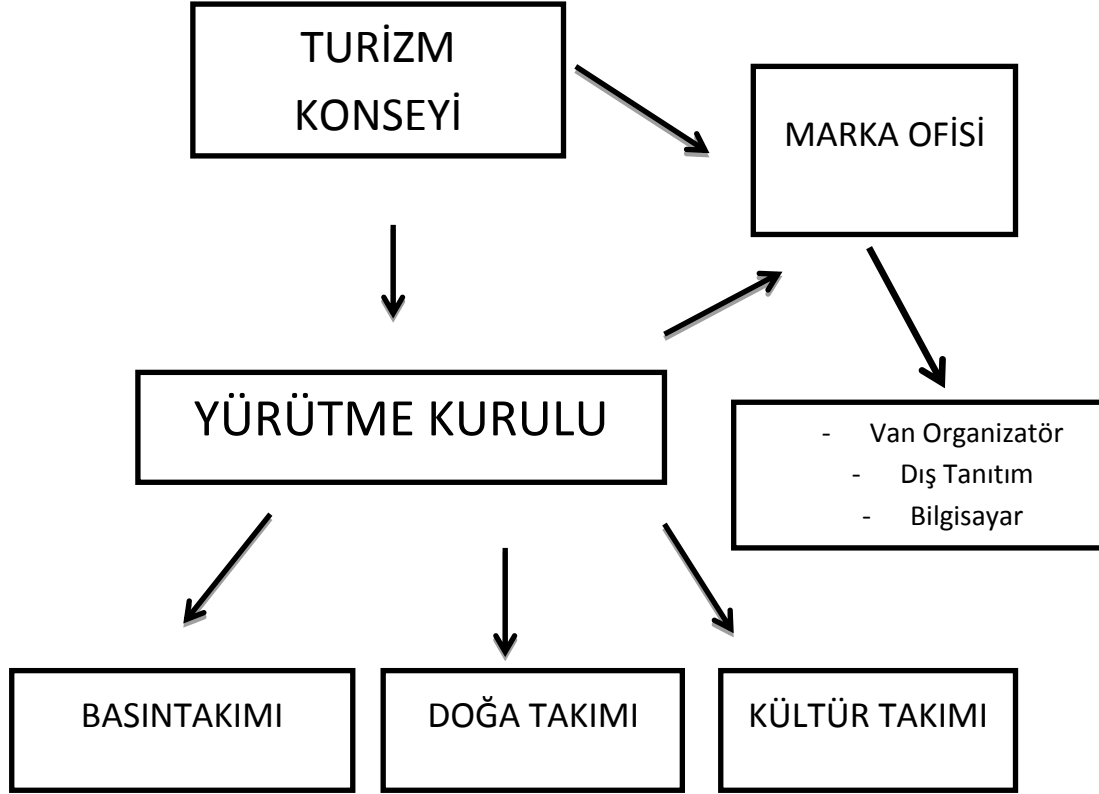
Son olarak, Van'ın tanıtımı için etkin bir slogana ihtiyaç duyulmaktadır. Mevcut olan "Van Güzel" sloganına alternatif slogan üretilmesi gerekmektedir. Bunun yerel ve ulusal bazda ödüllü yarışmalar düzenlenebilir.

6.2.4. PAZAR VE ÜRÜN GELİŞTİRMEDE PARTNERLİK VE TARAFLARIN ROLÜ

Van'ın turizm ürünlerini pazarlayabilmesi ve turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi için bu konu ile ilgili olan bütün paydaşların belirlenerek sorumluluk almaları gerekmektedir. Turizme ilişkin sorunların çözümü noktasında, bütün paydaşların yeni bir yapılanma çerçevesinde bir araya gelmeleri ve birlikte hareket etmeleri zorunluluğu doğmaktadır. Bundan sonra Van'da turizmle ilgili bütün plan, yatırım, eğitim, organizasyon, geliştirilecek turizm çeşitleri, koordinasyon vb. konularda

turizmi şekillendirmek için “Van Turizm Yönetim Sistemi”nin(TYS) kurulmasına ihtiyaç vardır. Bu yönetim sisteminin olabildiğince geniş bir temsil kabiliyetinin olması gerekmektedir. **TYS şeması şu şekilde olabilir:**

TURİZM YÖNETİM SİSTEMİ



Turizm Yönetim Sistemini oluşturan kurum ve kuruluşlar başta sektör temsilcileri olmak üzere yerel yönetimler ile birlikte üniversite, DAKA, VANTSO, VATBO gibi sivil toplum kuruluşlarından oluşmalıdır.

Bir bölge geliştiği zaman buna paralel olarak içerisinde yer alan illerde gelişecektir. Van’ın turizm gelirlerini arttırma çabası diğer illerle desteklenmedikçe tek başına yeterli olmayacaktır. Bundan dolayı çevre iller rakip değil, partner olarak kabul edilip birlikte bölgenin turizm pastasından aldığı pay arttırılmalıdır.

6.2.5. TURİZM SEKTÖRÜNDE HİZMET VEREN BÜTÜN TARAFLARIN EĞİTİMİ VE TURİZM BİLİNCİ OLUŞTURULMASI

Van'da turizm sektörünün en önemli eksikliklerinden birisi de müşteri ilişkilerinde yetersiz ve davranış yönünden bilinçlendirilmemiş çalışanların varlığıdır. Van'da turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin en büyük sıkıntısı nitelikli eleman çalıştırmaktır. Turizmin de içinde yer aldığı hizmet sektöründe, müşteriye sunulan hizmetin telafisinin olmayışı, bu konunun hizmet üreten işletmeler için ne derece hassas olduğunu ortaya koymaktadır. Kaliteli hizmetin ve müşteri memnuniyetinin yolu eğitimden geçmektedir. Turizm işletmelerinde hizmet kalitesinin geliştirilebilmesi büyük ölçüde işi bilen alanında tecrübeli ve işi bilen çalışanlar ile gerçekleştirilebilir. Nitelikli elemanların sektörde çalışması, hem hizmet kalitesini hem de turist memnuniyetini artıracaktır. Bunun için çalışanların işin gerektirdiği bilgi ve becerilerinin gelişiminde sürekli eğitime ihtiyaç duyulmaktadır.

Van'da turizm eğitimi ile ilgili en büyük sorun, turizm eğitimi veren kurumların azlığıdır. Ayrıca var olan kurumlardan mezun olan öğrenciler ya Van'da çalışmayı tercih etmemektedirler ya da farklı sektörlerde çalışmayı tercih etmektedirler. Bu sorunu aşabilmenin yolu ise öncelikle turizm sektöründe çalışma koşullarını cazip hale getirmektir. Aslında, Van'ın tanıtımında satış ve pazarlama sorunu da eğitim eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Sektörde nitelikli eleman artışı birçok sorunun çözümünde de yardımcı olacaktır. Örneğin Van'ın tanıtımında turizm rehberlerine büyük görevler düşmektedir, bu nedenle turizm rehberlerine yönelik hizmet içi eğitim merkezi oluşturulmalıdır. Buna ek olarak, sektörde çalışanların eğitiminde üniversite ve STK'lara önemli görevler düşmektedir ve bu kurum ve kuruluşlar işbirliği içerisinde çalışmalıdır.

Turizm sektöründe çalışanların eğitimi kadar önemli olan diğer bir konu ise yerel halkın turizm faaliyetine ve turiste bakış açısıdır. Yerel halkın desteği almadan bir bölgede turizmin gelişmesi çok zordur. Kesinlikle yerel

halk turizmin sağlayacağı yararlar konusunda bilinçlendirilmelidir. Aslında turizmin o il için önemli bir gelir kaynağı olduğu ve elde edilecek gelirden aslında herkesin faydalanacağı yerel halka anlatılmalıdır. Van özelinde bir değerlendirme yapıldığında öncelikle esnafın bu konuda eğitilmesi gerekmektedir. Turistlere fahiş fiyatlarla mal ve hizmetler satılmaktadır. Bu tür davranışlar turistler üzerinde olumsuz etki yaratarak tekrar buraya gelmesini engellemektedir. Ayrıca yerel halk turizm değerlerimizin ne kadar önemli olduğu konusunda da bilinçlendirilmelidir. Van'da bilgi ve eğitim konusunda hızlı bir dönüşüme ihtiyaç vardır. Halkta koruma kullanma bilincinin oluşturulması gerekmektedir. Örneğin ilde bulunan Yedi Kiliseler inanç turizmi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu bölge koruma altında olmasına rağmen bilinçsiz davranışlar ve yerel yönetimlerin ihmallerinden dolayı yıkılma hatta yok olma tehdidi ile karşı karşıyadır. Yedi Kilise'nin etrafında bulunan evler bu mekânın tahrip edilmesindeki en önemli etkidir. Yerel halk tarihi ve kültürel değerler konusunda bilinçli değildir.

7. SONUÇ RAPORU

Van, turizme konu olan değerlerini geçmişte pazarlama şansını bulmuş ve 1990 yılında Türkiye'yi ziyaret eden her bin turistten 17'sinin ziyaret ettiği bir turizm bölgesi olmuştur. Oysa bugün gelinen nokta itibarı ile her bin turistten sadece 1,5'inin ziyaret ettiği bir il haline gelmiştir. Şüphesiz bu durum bir takım sorunların var olduğunu göstermektedir. Bu sorunların bir kısmı yerel dinamikler, Van'ın genel imajı ve Van'a ilişkin oluşan olumsuz algı ile ilgili olurken, bir kısmı da ulusal ve uluslararası konjonktür ile ilgilidir. Dolayısıyla bu sorunları bir kurumun, ya da turizm sektöründe hizmet veren kuruluşların çözmesi mümkün değildir. Ayrıca, turizmin birçok değişkeni olduğu ve bu değişkenlerin bilgisine ulaşmadan gerçekleştirilecek bütün turizm çalışmalarının başarılı olma şanslarının düşük olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Buradan hareketle 19-20 Aralık 2013 tarihinde **“Van Turizmi Geleceğini Arıyor”** isimli çalıştay gerçekleştirilmiş ve bu çalıştayda genel başlıkları ile “Van Turizminin Sektörel Sorunları” ve “Van'ın Turizm Değerleri ve İmaj Oluşturma” konuları tartışılmıştır. Akademisyenleri, turizm sektörü temsilcilerini ve farklı sivil toplum örgüt temsilcilerini bir araya getiren çalıştay amacına ulaşmış ve Van ilimizin turizmine ilişkin çok değerli sonuçların ortaya çıkmasına vesile olmuştur. İki gün süren çalıştayda Van turizminin içinde bulunduğu durum her yönüyle irdelenmiş ve geleceğine ilişkin birçok görüş ve öneri çok boyutlu bir şekilde tartışılmıştır. Tartışmalar gerek Van ve gerekse Türkiye'de oldukça yeni sayılan bir takım sonuçların ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Tartışılan konu başlıkları ve alınan kararlar aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır:

Türkiye turizminde yeni olduğu düşünülen bir yapılanmanın Van'da hayata geçirilmesi kararı en önemli kararlardan biri olmuştur. Alınan karar gereğince, Van ilinde bundan sonra turizmle ilgili bütün plan, yatırım, eğitim, organizasyon, geliştirilecek turizm çeşitleri, koordinasyon ve daha birçok konuda turizmi şekillendirmek için **“Van Turizm Konseyi”**nin kurulmasına ve oluşturulacak konseyin olabildiğince geniş bir temsil

kabiliyetine sahip olması benimsenmiştir. Bilindiği üzere, turizm olgusu bölgesel, ulusal ve uluslararası mekânda gerçekleşen bir faaliyettir. Dolayısıyla Van ilimizin hem Türkiye turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi, hem de turizme ilişkin sorunların çözümü noktasında, bütün paydaşların yeni bir yapılanma çerçevesinde bir araya gelmeleri ve bu yeni oluşum içinde stratejik bir eylem planı çerçevesinde birlikte hareket etmeleri Van'ın turizm geleceği açısından anlamlıdır. Bu nedenledir ki bu konseyin bir an önce oluşturulması, görev, yetki, çalışma esasları ve usullerinin belirlenmesi çalışmalarının yapılması konusunda görüş birliği sağlanmıştır.

Van'ın turizme konu olan değerleri noktasında oldukça geniş ve renkli bir turizm çeşitliliğine sahip olmasına karşın, **pazarlama** konusunda maalesef sorunları bulunmaktadır. Dolayısıyla çoğu zaman benzer ürünleri pazarlayan iller veya turizm bölgeleriyle birlikte hareket etme gereği ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle çalıştay katılımcıları Van'ın turizmde **partnerleri** olması gerektiği ve benzer ürünleri o partnerlerle birlikte yapılması gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Buradan hareketle konuşmacılar, Van'ın turizm partnerlerini kim ya da kimler olduğu bilgisini tartışmışlardır. Bu konuda da ortaya çıkan sonuç, Van'ın turizm değerlerini tek başına pazarlamasının zor olduğu, bu yüzden de özellikle aynı havzada yer alan Bitlis'le ekoturizm ve Urartu Medeniyeti'ni, Ağrı ile tarih-kültür turizmi ve ekoturizm, Erzurum'la kış turizmi, Hakkâri ile ekoturizm ve tarih-kültür turizmi, Mardin, Diyarbakır, Batman, Urfa ve Trabzon'la tarih-kültür ve inanç turizmini birlikte pazarlayabiliriz görüşü benimsenmiştir. Dolayısıyla söz konusu iller Van'ın turizmde rakipleri değil, aksine partnerleri olarak görülmeli ve bu doğrultuda hareket edilmelidir.

Değişen ve dönüşen dünya ve bununla doğru orantılı turizm pazarları kavramı Van'ın da bir şekilde yeni pozisyonlar almasını gerekli kılmıştır. Çünkü bu yeni yapılanma içerisinde **Van'ın turizm pazarının** neresi olduğu bilgisi önemlidir. Zira değişen ve dönüşen yenedünya düzeni içerisinde Türkiye'nin ve belki de bu yeni yapılanmada rol üstlenecek Van ilinin turizm bağlamında yeniden tanımlanmasına ihtiyaç vardır. Şöyle ki,

bir zamanlar Türkiye'nin ve dünyanın gelişen pazarlarına (Avrupa), kentlerine (İstanbul, İzmir, Ankara) uzak olan Van, bugün geline nokta itibarı ile Asya Kıtası'nda yeni oluşan ve hızla gelişen ekonomilere coğrafik olarak daha yakın olmuştur. Dahası Van, Türkiye'nin gelişen bu ülkelere açılan kapısı durumuna gelmiştir. Dolayısıyla geçmişte bir şekilde hedeflenen Avrupa pazarının yanına, uluslararası konjonktürle birlikte sınırlarımızda yer alan ülkeler başta olmak üzere yeni bir düzenleme ve yeni bir pazar tanımlaması getirilmesi kararı alınmıştır. Bu kapsamda yeni pazarların, başta turist profilleri, beklentileri, memnuniyet dereceleri olmak üzere diğer birçok bilgisine (YYÜ'nin alan uzmanı akademisyenler) ulaşılacak ve turizm arzı bu gerçekleştirmeler (veriler) üzerinden yapılacaktır. Yapılan değerlendirmeler ve özellikle sektör temsilcilerinin deneyimleri ve Van'da yaşanan yeni durum konunun anlaşılmasına katkı sunmuştur. Şöyle ki; özellikle son yıllarda İran ve Irak başta olmak üzere yeni bir turist hareketinin ve ilgisinin söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, Van'a uluslararası turistten çok yerli turistlerin ilgi duydukları bilgisine ulaşılmıştır.

Van'da resmi kurumlarca, gerçekleştirilen yerel ve ulusal şenlik, festival, spor müsabakaları, tanıtım filmleri ve diğer **organizasyonlar** her ne kadar iyi niyetlerle yapılmış olsalar da, Van'ı yeterince tanıtmaya, imajını olumlu yönde etkileme ve var olan olumsuz algıyı kırmada amaca tam anlamıyla hizmet etmedikleri görüşü benimsenmiştir. Çünkü söz konusu organizasyonların çoğu ulusal anlamda kabul görmeyi beklerken, maalesef yerel katılımın ötesine geçememektedirler. Dolayısıyla Van'ın bir şekilde dışarıda tanıtımı, ya da Van'ın turizm bilgisine ulaşma şansı potansiyel turistlere yeterince ulaşamamaktadır. Örneğin; halen kullanılmakta olan Van'ın tanıtım filminde sadece turizm değerleri ele alınmış ve başta ulaşılabilirlik olmak üzere birçok turizm değişkeni tanıtımda yer almamıştır. Oysa turizmin sadece çekiciliklerden ibaret olmadığı, turistler için en önemli değişkenlerden birinin Van'ın kolay ulaşılabilir bir yer olduğu bilgisinin verilmesi olduğu unutulmamalıdır. Dolayısıyla tanıtım filminde

ihmal edilen ulaşım, hizmet ve konaklama gibi değişkenler verilmeli ve turistlerin ürün satın alırken karar vermelerinde ikna etmelidir. Ayrıca, kamu ve/veya özel bütün paydaşların Van'ın turizm tanıtımına aktardıkları paranın ya da kaynakların etkin kullanılması içinde ortak akıla ve birlikte hareket etmeye ve daha da önemlisi sınırlı ekonomik kaynakların etkin kullanılması için yeni bir yaklaşımın gerekliliği ortaya konmuştur. Dolayısıyla başta **reklâm ve tanıtım** olmak üzere birçok değişken turistin ilgisini çekmenin ötesinde turistin ürünü almasını sağlayacak bir formatta hazırlanması gerektiği ve Van'a ilişkin bütün organizasyonların, pazarlama, tanıtım ve diğer bileşenlerin tek elden ve profesyonel kişiler tarafından yapılması gerekliliği katılımcılar tarafından benimsenmiştir.

Van'ın turizme ne ölçüde açık ve hazır olduğu konusu çok önemlidir. Çünkü turizm olgusu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu ve **turist ile ev sahibi** arasında bir etkileşim yaratması açısından ise dinamik bir süreçtir. Bu sürecin sağlıklı ve verimli geçmesi için fiziki çevrenin ve belki ondan da önemlisi, yöre insanının sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan turizme hazırlanması ve katılması önemli bir konudur. Ayrıca turizmin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi ve sürdürülebilir bir yaklaşımla ele alınması için, turistlerin sosyal, kültürel ve ekonomik yapıları, geldikleri bölge veya ülke özellikleri dikkate alınarak bir yaklaşım sergilenmesi zorunluluğu vardır. Bunu yapmanın yolu olarak, başta yöre insanının ve sonrasında düzenli aralıklarla turistlerin beklenti ve eğilimlerinin ölçülmesi ve kararların bu doğrultuda alınması görüşü benimsenmiştir.

Van ili birçok turizm bölgesinde görülmeyecek sayıda ve çeşitte **çekiciliğe** sahiptir. Bu çekiciliklerin varlığı bir fırsat olmasına karşılık henüz çok azının bilgisinin olması bir eksikliktir. Van'da ekoturizm (*sulak alanlar, kuş gözlemciliği, trekking, foto safari, zirve tırmanışı, rafting, manzara gözlem gibi*), tarih turizmi (*kaleler, cami, kilise, köprü v.b.*), kültür turizmi (*yemek, festivaller, müzeler, inanç turizmine konu olan mekanlar, eski Van evleri, edebiyat, folklorik değerler gibi*) ve son yıllarda küçük de olsa

eğlence turizmine (*eğlence mekanları, su sporları, kayak turizmi gibi*) yönelik bir çalışmadan söz edebiliriz. Ancak bu değerlerin birçoğunun ya eksik, ya da yanlış kullanımı söz konusudur. Zira Van ilinde kullanılan birçok soyut ve somut kültürel değer bugün orijininin uzaklaştığı ve bu değerlerin yeniden eski formatında kullanılması gerektiği ortaya konmuştur. Örneğin, geçmişte Van kahvaltısının yer sofralarında sunulduğu, bu nedenle Van kahvaltısını farklı yapan değişkenlerden birisinin sunum şekli olduğu ve turistlere de bu şekilde sunulması gerektiği görüşü benimsenmiştir. Ayrıca Van Kalesi ve çevresinde Van'ın tarihi değerlerini temsil eden küçük birer örneğinin sergilenmesi (Miniatürk benzeri) turistlerin atraksiyon motivasyonunu artırabilir ve Van'ın ziyaret edilmesinde araçlardan biri haline de gelebilir. Van'ın marka değerine katkı sunacak ve farkındalığını artıracak turizm çeşitlerinden biri olarak da son yıllarda **inanç turizmi** kapsamında gerçekleştirilen Akdamar Kilisesi ayini gösterilebilir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013 çalışmasında Van Gölü ve yakın çevresi Urartu Kültür ve Turizmi Gelişim Bölgesi ilan edilmiştir. Şüphesiz bunun temel nedeni, bölgenin **Urartu medeniyetinin** yoğun ve güzel örneklerine sahip bir bölge olmasından kaynaklanmaktadır. Urartu medeniyeti bu bölgede kurulup geliştiği için bir dünya mirası olarak bölgeyi deneyimlemek isteyen turistlerin zihninde farklı bir yere sahiptir. Esas olarak bölgenin bir destinasyon olarak ortaya çıkmasını sağlamada tek başına bile değerli olmasına karşın bu değer yeterince kullanılmadığı ve bu değerler üzerinden bir ürün satışının gerçekleştirilemediği ortaya konmuştur. Oysa Urartulara ait, halen ayakta duran tarihi değerler ve kısmen müzelerde koruma altına alınmış ve kısmen de arkeolojik kazı alanlarında bulunan kültürel değerler Van ilini özel yapmaktadır. Bu değerlerin bir kısmının önemli derecede tahrip olması bir eksiklik olsa da insanlığın anlam fabrikaları olarak ifade edilen müzelerin Van'da hayata (var olan inşaat çalışmalarının bitmesi) geçmesi halinde turizme önemli katkıları olacağı ifade edilmektedir.

Van'ı bölge illerden ayıran en önemli değişkenlerden biri hiç şüphesiz yok ki **Van Gölü**'dür. Gölün bir **turistik değer** olarak kullanılması için başta su sporları olmak üzere rekreatif amaçlı kullanılması noktasında yeni yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Zira halen yapılmakta olan Van Gölü Su Sporları Festivali'nin yeni bir formata dönüştürülmesi gerekmektedir. Festival, oluşturulacak yeni yapısıyla ulusal ölçüde katılımların gerçekleştiği bir organizasyona dönüşeceği gibi, aynı zamanda en az bir haftalık küçük bir turizm sezonu yaratacak bir yapıya kavuşturulması gerekmektedir. Ayrıca söz konusu hafta içinde, Van Gölü'nün başta cilt hastalıklarına iyi geldiği bilgisi verilebilir, Van Gölü canavarı hikâyesi tematik filmler (çizgi filmler dâhil) veya diğer sosyal çoğaltma araçları kullanılarak çoğaltılabilir, göl çevresinde farklı ekoturizm uygulamaları (örneğin göl çevresinde bisiklet turu, trekking, zirve tırmanışı, yamaç paraşütü, atlı doğa yürüyüşleri gibi) gerçekleştirilebilir. Van Gölü yüzeyinde su sporları, çevresinde ekoturizm etkinlikleri yapılırken aynı zamanda su altına yönelik de aktiviteler yapılabilir. Örneğin, kullanım dışı eski bir uçak ve/veya bir gemi batırılmak suretiyle dalış sporu ile uğraşanlara farklı deneyimler yaşatılabilir. Belki de en önemli değerlerden biri olan İnci Kefali balığının tatlı sulara yaptığı o muhteşem görsel şölen ya da göç ulusal ölçüde gerçekleştirilecek festivalle kullanılabilir. Bu konuda YYÜ'de çalışma yapan öğretim görevlileri desteklenmek suretiyle İnci Kefali göçünün turizme daha etkin katkı sunması sağlanabilir. Ayrıca göl çevresinde bulunan belli mekânlara ve yine gölde bulunan adaların tamamına teknelerin yanaşabileceği ve temel ihtiyaçların karşılanabileceği altyapı çalışmaları (iskele, tuvalet) Van Gölü'nün daha etkin kullanılmasını sağlayacaktır.

Ancak göl çevresinde bulunan yerleşmeler başta Van kenti olmak üzere mevcut **atık ve artıklarının** önemli bir kısmını göle boşaltmaktalar. Göle boşaltılan bütün kirletici unsurlar gölü tehdit etmekte ve gölün etkin bir şekilde kullanılmasını engellediği gibi gölün yaşam süresini de kısaltmaktadır. Halen yapımı devam eden ve kısmen de proje aşamasında

olan arıtma tesislerinin bir an önce hayata geçirilmesi ve gölün karşı karşıya olduğu tehditlerden kurtulmasının sağlanması gerekmektedir. Zira, Van Gölü kapalı bir havzanın ortasında yer alması nedeniyle zaten doğal bir yok oluş onu beklemektedir. Bizlere düşen bu süreci kısaltmak değil, aksine onu uzatarak bölgenin ekonomisine ve sosyal yaşamına katkı sunmasını sağlamak olmalıdır.

Van, Türkiye'nin *Asya'ya açılan kapısı* durumundadır. Ancak, henüz sınır kapılarının buna hazır olduğunu söylemek yanlış olur. Çünkü, gerek Van ve gerekse Doğubayazıt ve Yüksekova'dan Türkiye'ye giriş yapacak bütün turistleri bekleyen birçok olumsuzluk olduğu çalışmaya katılanlar tarafından ifade edilmiştir. Dahası mevcut gümrük kapılarının bile yeterli olmayacağı, daha çok sayıda ve daha modern gümrük kapılarının yapılması ve bunların kesintisiz hizmet vermeleri, başta turizm olmak üzere ilin dış ticaret hacmine de olumlu yansıtacağı görüşü benimsenmiştir.

Van ili birçok turizm bölgesinde görülmeyen yoğunlukta ve zenginlikte tarihi ve kültürel mirasa sahiptir. Evrensel ölçüde öneme sahip bu değerler yine coğrafyasından kaynaklanan doğal değerlerle birleştirilince Van gerçek anlamda bir turizm pazarı olabilir. Ancak bu doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerinin büyük kısmı *turizm altyapısı* eksikliklerinden dolayı turizme açılamamıştır. Destekleyici ve teşvik edici turizm altyapısı, kendi evinden uzakta bulunan ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlar. Bundan dolayı, çekicilikler gibi, turizm altyapısı da üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Turizm sektörünü beslemek ve kuruluşlarını desteklemek için iki tür altyapıya ihtiyaç vardır: Bunlardan ilki; yerel halkın da temel beklentilerini gerçekleştiren fiziksel altyapı, diğeri ise; turizm ürün altyapısıdır. Fiziksel altyapı katı atık, içme suyu, kanalizasyon, elektrik, yeşil alan v.b. içerir. Turizm altyapısı ise; ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek hizmetleri, alışveriş, haberleşme, rekreasyon, eğlence, sağlık hizmetleri ve turizm ile ilgili diğer alanları içermektedir. Turizm ürün altyapısı olmadan, çekicilikler ziyaretçi çekmede birçok zorluklarla karşı karşıya kalabilir. Özellikle mesafenin çok uzak olduğu

alanlarda bu çok daha zor olabilir. Dolayısıyla, bütün turistik faaliyetlerin ulaşım ile başladığı ve ulaşım ile sonuçlandığı bir süreçte ulaşım araçları turizmin ön koşuludur. Turistik alan ile turist arasında bağlantıyı sağlayan ulaşım araçları çağın gereklerine uygun bir şekilde hızla değişmekte ve gelişmektedir. Bu noktada binlerce kilometrelik mesafelerin kat edilmesinde şüphesiz ki hız, konfor, güvenlik ve esneklik önemli belirleyiciler olmaktadır. Bu belirleyici durumlar havayolu ulaşımını turizmin vazgeçilmezi haline getirmiştir. Bu bağlamda, Van'ın turizminin geliştirilmesinde en önemli ulaşım aracı hiç şüphesiz ki uçaktır. Ancak, Van'a gerçekleştirilen uluslararası uçuş bulunmamaktadır. Dolayısıyla, Van Ferit Melen Havaalanı'nın uluslararası uçuşlara açılması ve özellikle potansiyel turist pazarı olarak görülen İran, Irak gibi ülkelere doğrudan uçuşların gerçekleştirilmesi Van turizmine önemli ölçüde katkı sunacaktır. Ayrıca, çekiciliklerin bulunduğu alanlara kolay ve konforlu ulaşım, **kentsel altyapı** ve kentsel üstyapı eksikliklerinin giderilmesi diğer önemli sorunlar olarak ele alınmıştır.

Van ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turistler hem sayıca az, hem de gerçekleştirdikleri **geceleme sayısı** açısından düşük değerlerde olduğu görülmektedir. İli ziyaret eden turistlerin büyük kısmı ya bir-iki gece ya da çoğunlukla konaklama yapmaksızın kenti terk etmektedir. Dolayısıyla bu durum Van'da ağırlıklı olarak tur yaratan bir turizm yapısının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu olumsuz yapının birçok nedeni vardır. Bunların bir kısmı ulusal ve uluslararası konjonktürle ilgili olurken bir kısmı da turizm adına gerçekleştirilen uygulamaların yanlış ya da yetersizliği ile alakalıdır. Van'da pazarlanan turizm ağırlıklı olarak tarihi mirasa yöneliktir. Oysa söz konusu değerler doğaları gereği zaten konaklama yaratmazlar. Dolayısıyla, yeni arayışların gerçekleştirilmesi ve turistleri burada hem gündüz, hem de gece organizasyonlarıyla ağırlayabilecek bir yapıya dönüştürülmesi gerekmektedir.

Bu anlamda yapılacak atraksiyonlardan birisi, çok eski bir geçmişi olan Van kentinin veya bir bütün olarak Van'ın tarihsel geçmişinde yer alan

değerlerden birini veya ikisini ön plana çıkarmak suretiyle bir **festival** organize etmektir. Ancak bu festival Van'ın geçmişinden doğmalıdır. Çünkü Van'ın geçmişinde mistik ve derin bir tarihi geçmiş bulunmaktadır. Zira bölgenin geçmişini temsil eden Urartu medeniyeti ve belki de yakın zamanda yaşamış Hristiyan grupların tarihi ve kültürel mirası bölgenin ziyaret edilmesine ve gerçekleştirilecek festivale katılımı destekleyecek bir yapı oluşturacağı gibi, uluslararası turizme de konu yapılabilir. Ancak bu tema bir hikâye etrafında örüntülenmeli ve özellikle tüketilmemesi için dikkatlice işlenmeli ve bir festival kapsamında Van'ın turizmine kazandırılmalıdır. Söz konusu festival 5-7 gün sürecek bir organizasyon çerçevesinde ele alınmalıdır. Van'ın geceleme sayısını artırmada kullanılacak araçlardan biri de kış ve termal turizm olabilir. Van il sınırları içinde bulunan sıcak su kaynakları termal turizme konu olurken, yine aynı bölgede bulunan kış sporları potansiyeli geliştirilmek suretiyle bir birini tamamlayan bir alternatif haline dönüştürülebilir. Van ilinde **geceleme** yaratacak turizm türlerinden bir diğeri ise, ekoturizm (sulak alanlar, kuş gözlemciliği) ve havzadaki ekoturizm imkânlarının (dağ yürüyüşü, zirve tırmanışı, endemik bitkilere yönelik botanik inceleme veya foto safari, bisiklet turları gibi) fırsatlarıdır.

Katılımcıların tamamının hem fikir olduğu konulardan birisi de Van'a ilişkin oluşan olumsuz algı sorunu ve imaj konusudur. Kabul etmek gerekir ki, Van, turizm adına her şeye sahip bir il değildir, ancak, birçok değeri olan özel bir turizm bölgesidir. Ve maalesef bu bilgi potansiyel turistlere aktarılamamaktadır. Oysa Lawson ve Bovy'inde ifade ettiği gibi, **imaj**, bir birey veya grubun belli bir nesne veya alanla ilgili olarak sahip olduğu bilgi, izlenim, önyargılar, hayaller ve hissi düşünceler olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, bireyin turistik alanla ilgili algılaması büyük ölçüde aldığı bilgiler doğrultusunda şekillenir. Turistik bölgelerin algılanması sonucu ortaya çıkan bireyin tatil beklentisine aile, iş şartları, ekonomik ve turistik bölgenin çekiciliği gibi faktörler de eklenerek, en iyi hitap eden turistik alanın seçimi gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda, çalıştay

katılımcıları Van'a ilişkin oluşan imajın ve bir şekilde oluşturulan imaj çalışmalarının eksik ve sorunlu olduğunu ortaya koymuşlardır. Her şeyden önce, potansiyel turistin Van'a ilişkin aldığı bilgilerin önemli bir kısmı Van'ın marka değerini olumsuz etkileyen bilgilerden oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle yerel ve ulusal medya Van'da yaşanan bütün olumsuzlukları gündemine alırken, olumlu gelişmeleri aktarmada aynı duyarlılığı ve heyecanı göstermiyor. Bunun temel nedeni; Van'da yaşanan olumsuzlukların sayıca çok olması değil, bilgi akışı yönetiminin olmayışı ya da mevcut yöneticilerin bu konuda etkin mücadele edemeyişidir. Dolayısıyla, gerçekleştirilecek il turizm konseyinin bu konuda da etkin ve sağlıklı bilgileri medyaya servisi mümkün olacak ve Van'ı deneyimlemek isteyen turistlerin bilgi, izlenim ve hissi düşüncelerini olumlu yönde etkileyecektir.

Van'ın pazarlanmasında ve müşteri memnuniyetinde önemli değişkenlerden diğer ikisi **turizm bilinci ve kalifiye insan** gücüdür. Turizm bilincinin başta turizm hizmeti veren işletmeler olmak üzere (diğer esnaf, ulaşım sektörü çalışanları, yerel halk v.b.) yaygınlaştırılması ve işletmelerin turistin, beklenti ve ihtiyaçlarını etkin ve kaliteli bir şekilde karşılayabilecek, dil bilen, eğitilmiş, donanımlı ve gerçek anlamda bu işi dinamik bir düşünce ile yapabilecek personel çalıştırmaları ya da çalışanlarını bu düzeye çıkarmak için eğitimler vermelidir. Ayrıca, çalışan personel kadar önemli bir diğer konu turizm rehberleridir. Çünkü **rehberler** ulusal veya yerel ölçüde turizm destinasyonlarının birer kültür temsilcisi veya aracıcıdır. Bundan dolayıdır ki Van'ın turizm adına yapacağı yeni adımlarda rehberleri sürece dâhil etmeleri gerekmektedir. Ancak görülen o ki Van'da gerçekleştirilen ve bir şekilde turistin bilgisine sunulan her şey turizmin temel mantığından uzak daha çok popüler ve kısa vadeli beklentileri karşılamaya yöneliktir. Bu durum sürdürülebilir bir turizm anlayışından uzaktır. Her defasında Van'ın turizm bilgisini yeniden oluşturamazsınız.

Çalıştay katılımcılarının özellikle üzerinde durdukları bir diğer konu; Van'ın turizm geleceğini belirlemede bir **turizm master planına** ihtiyaç olduğu bilgisidir. Çünkü temel turizm hedefleri belirlenmeden ortaya konulacak bütün eylem planları temelsiz olacaktır. Bu bağlamda DAKA, Bakanlık tarafından verilen bir talimatla 2014-2023 yıllarını ve TRB2 Bölgesini (Van, Bitlis, Muş ve Hakkâri illerini) kapsayan bir “Bölge Planı” hazırlamıştır. Söz konusu bölge planında turizme ilişkin bilgilerinde yer aldığı bilgisi DAKA temsilcisi tarafından paylaşılmıştır. Ancak bu planın çok genel olduğu bilgisi de verilmiştir. Dolayısıyla bir master planına ihtiyaç olduğu ve söz konusu planın yerel dinamiklerin ve katılımcıların içinde bulunduğu sorunu yaşayan ve sorunu tanıyan bir ekip tarafından yapılması konusu prensip olarak benimsenmiştir. Ayrıca bu planla **turizm gelişim bölgelerinin** belirlenmesi hem söz konusu alanların korunmasına imkân sağlayacak, hem de bu alanların turizm alanının da yatırım yapacak işletmelere tahsis edilmesi suretiyle farklı amaçlar için kullanılmasının önüne geçilmiş olacağı vurgulanmıştır.

Türkiye’de turizm sektörü özellikle son yıllarda oldukça hızlı bir gelişme ve değişim süreci içerisine girmiştir. Bu yeni süreçte ve/veya yapılanmada **seyahat acenteleri** oldukça önemli bir yere sahiptirler. Ulusal ve uluslararası turizm hareketinin baş aktörü olan seyahat acentelerinin bundan sonraki süreçte Van'ın turizm hareketine katkı sunması adına işbirliğine gidilmeli ve Van'ın turizm değerlerinin pazarlanmasında destek alınmalıdır. Zira Van turizminin önünde birçok sorun vardır. Şüphesiz bunların en önemlilerinden birinin pazarlama sorunu olduğu bilinen bir gerçektir. Pazarlamayı gerçekleştiren kesimin seyahat acentelerinin olması, bu işletmelerin konaklama ve ulaşım işletmeleri kadar ilgi görmelerini zorunlu kılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, seyahat acenteleri yalnızca turist getirmekle kalmayıp aynı zamanda potansiyel pazarlara Van'ın turizm değerlerini pazarlayabilirler. Esas olarak denilebilir ki Van turizminin ulusal bir marka olması, hedeflenen turist sayısı ve gelire ulaşılması için seyahat acentelerine ihtiyacı vardır. Dahası bölgemizde ekonomik-politik

istikrarsızlık ve planlama garantisinin olmamasından kaynaklanan bir takım sorunlar bulunmaktadır. Söz konusu sorunların aşılmasında Van'ın turizm adına en önemli partneri seyahat acenteleridir.

Katılımcıların tamamının hem fikir olduğu konulardan birisi de Van'a ilişkin oluşan olumsuz **algı** sorunu ve imaj konusudur. Kabul etmek gerekir ki Van, turizm adına her şeye sahip bir il değildir, ancak, birçok değeri olan özel bir turizm bölgesidir. Ve maalesef bu bilgi sadece Van'da yaşayanlar tarafından bilinmektedir. Oysa dışarıdaki algı ve oluşan imaj konusu büyük ölçüde sorunludur. Bu sorunun aşılması oldukça zor ve üst düzey bir çaba ve profesyonel bir yaklaşım gerektirmektedir. Dolayısıyla, Van'ın turizm konusunda en öncelikli çözmesi gereken konuların başında bu sorun gelmektedir.

8. HEDEF BELİRLEME ÇALIŞMALARI

❖ Van İlinde turizmi koordine eden ve turizme ilişkin bütün kararları alma ve bunları hayata geçirme noktasında yetki ve sorumluluk sahibi olan bir ***konsey oluşturulması***. Van İli Turizm Konseyi olarak adlandırılacak bu yapılanma kamu, özel ve diğer birçok organizasyonu içinde barındırabilecek bir formatta olmalıdır (Valilik, Büyükşehir Belediyesi, Üniversite, Sektör Temsilcileri, Sivil Toplum Örgütleri, Dernekler v.b.).

❖ Türkiye genelinde en fazla turist çeken ilk 15 il arasına girmek,

❖ 2020 yılına kadar Türkiye'ye gelen toplam yabancı turistlerin binde 6'sının Van ilini ziyaret etmesini sağlamak,

❖ 2020 yılına kadar iç turizmde iki milyon turisti Van ilinde ağırlamak,

❖ Turistlerin ortalama kalış süresinin arttırılmasına yönelik çalışmaların yapılması,

❖ Turizm altyapısını oluşturan sektör (konaklama, ulaşım, seyahat acenteleri, lokanta ve kafeler, eğlence mekânları v.b.) çalışanlarında ve yerel halkta turizm bilincinin oluşturulması çalışmalarının yapılması,

❖ Kültürel varlıkların korunması ve restorasyonu çalışmalarında öncelikler belirlenmesi ve turistlerin ulaşabildiği veya turistler açısından önemli olarak görülen değerlere öncelik verilmesi,

❖ Oluşturulacak Van İli Turizm Konseyinin ilk görevi, Van'a ilişkin oluşan olumsuz algı ve imajın ortadan kaldırılması için çalışmalar yapmak ve bu konuda dünyada gerçekleştirilen uygulamalardan yararlanmak suretiyle yeni bir algı ve imaj çalışması gerçekleştirmek,

❖ Van'ı iç bölgelerden ayıran dahası Türkiye turizminde farklılaştıran iki temel ögesi, Urartu Medeniyeti ve Van Gölü'nü merkeze alan yeni bir turizm yaklaşımının geliştirilmesi,

❖ Nisan veya Mayıs ayında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) üyelerini Van'da ağırlamak ve Van turizmine ilişkin hem bilgilendirme çalışmaları yapmak, hem de katılımcılara bizzat turistik değerlerimizi deneyimleme fırsatı vermek suretiyle insanları ziyarete teşvik ederek basmakalıp yargıları geçersiz kılmak ve Van'ın turizm değerlerini pazarlama noktasında desteklerini almak,

❖ Van'ı ziyaret eden turist profilinin belirlenmesi ve hedef kitle veya pazara ilişkin veri oluşturulması ve bu verilerin belli aralıklarla güncellenmesi.

❖ Çevreye duyarlı sürdürülebilir bir turizm stratejisi geliştirme çalışmaları ve kentsel altyapı noktasında iyileşmeler.

9. GERÇEKLEŞMELER

19-20 Aralık 2013 tarihlerinde gerçekleşen "Van Turizmi Geleceğini Arıyor" isimli çalıştayın en önemli gündem maddelerinden biri olan ve hedef belirleme çalışmalarında da en öncelikle oluşturulması ya da gerçekleştirilmesi gereken konu şeklinde öne sürülen "Van Turizm Konseyi", çalıştay raporu hazırlanma süreci içerisinde ele alınmış ve bu konuda somut adımlar atılmıştır. Öncelikle, oluşturulması düşünülen konseyin Van'ın turizmine katkı sunacak şekilde yapılandırılması ve organizasyonun başarılı olması için YYÜ ve DAKA birlikte hareket etme kararı almışlardır. Alınan bu karar eyleme dönüştürülmüş ve bütün tarafların katılımını sağlamak için davet mektupları gönderilmiş ve oldukça üst düzeyde bir geri dönüş olmuştur. Bu çağrıyla birlikte toplantının yapılacağı yer ve nasıl bir oluşum olmalı sorularına cevaplar aranmıştır. Bunlardan ilki toplantının yeri olarak Elite World Van Oteli seçilmiş ve otel yöneticileriyle irtibata geçilmiştir. Otel yöneticileri oluşumun ilk toplantısının yapılacağı salonu ve ara sunumları hiçbir karşılık olmaksızın organizasyonu yapanlara tahsis etmiştir. Ardından nasıl bir oluşum sorusuna cevaplar aranmış ve yerel dinamikleri en etkin kullanılabileceği ve aynı zamanda bütün tarafların katıldığı bir oluşum şeması gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Toplantı 20.02.2014 tarihinde saat 13.30'da Elite World Van otelinde yapılmıştır. Doç. Dr. Faruk Alaeddinoğlu'nun yaptığı açılış konuşmasının ardından, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Peyami Battal ve Van Milletvekili Sayın Gülşen Orhan'ın konuşmaları gerçekleşmiştir. Konuşmalardan sonra bütün tarafların katılımıyla bir tartışma ortamı oluşturulmuştur. Önceden hazırlanmış konsey şemasına ilişkin yapılan yeni öneri ve görüşler Faruk Alaeddinoğlu'nun moderatörlüğünde oluşturulan dört kişilik komisyon tarafından kaleme alınmış ve başlıklar teker teker katılımcıların görüşüne sunulmuştur (Şekil 1). Görüşler doğrultusunda şemanın yapısında ve içeriğinde yeni düzenlemelere gidilmiştir.

Öncelikle, konsey oluşturma çalışmalarında en üst birim olarak görev yapacak “Yönetim Kurulu”nun kimlerden veya hangi kurumlardan oluşturulması gerektiği konusunda çalışmalar yapılmıştır. Alınan karar gereği; temsil yetkisi en üstte olan yönetim kurulu üyelerinin daha çok kurum amirlerinden, temsil yeteneği olan sivil toplum örgütlerinden ve diğer organizasyonlardan oluşturulması görüşü kabul edilmiştir. Yönetim kurulunda başta Sayın Vali, Belediye Başkanı, YYÜ Rektörü, DAKA Genel Sekreteri, VANTSO Başkanı, VATBO Başkanı, Sektör Temsilcileri adına bir kişi ve gerek duyulması halinde yeni üyelerin eklenebileceği bir oluşumun gerçekleştirilmesi görüşü kabul edilmiştir.

Yönetim Kurulu'nun altında, Yürütme Kurulu, Danışma Kurulu, Denetleme Kurulu ve Sekretarya görev yapacak olup, bu kurullar içerisinde en fonksiyonel birim Yürütme Kurulu olacaktır. Ancak, diğer kurullar gibi karar alma ve yürütmede etkin olmasa da konseyin bir alt dalı olan sekretarya konseyin en önemli birimlerinden biri olacaktır. Üç kişiden oluşacak ve bütün kurulların sekretarya işlerini gerçekleştirecek bu yapı, aynı zamanda konseyin bütün organizasyonlarında görev alacakları gibi alınan kararların gerçekleştirilmesi ve iletişimi de sağlayacaklardır. Sekretaryada görev alacak kişiler her hangi bir birimin güdümünde değil tamamen konseye bağlı olarak çalışacaklardır. Çalışanların ücretleri ve diğer mali konular gerçekleştirilecek bir DAKA projesi ile desteklenecektir. Şekil 1'de görülen alt kurullar (Basın ve Halkla İlişkiler, Araştırma ve Geliştirme, Muhasebe ve Finans, Sektörler Arası Koordinasyon Birimi, Reklâm Tanıtım ve Pazarlama ve Proje Ekibi) aldıkları bütün kararları Yönetim Kurulu'nun onayına sunduktan ve olur aldıktan sonra Van'ın turizmine ilişkin uygulamalar gerçekleştirilecektir. Toplantıda ayrıca hangi kurullarda kimlerin yer alması gerektiği, hem kurum düzeyinde, hem de kişi düzeyinde belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmalara, bir sonraki toplantıda sonuçlandırmak üzere ara verilmiştir.

```
graph TD; VK[VAN TURİZM KONSEYİ] --> YK[YÖNETİM KURULU]; YK --> YK1[YÜRÜTME KURULU]; YK --> YK2[DANIŞMA KURULU]; YK --> YK3[DENETLEME KURULU]; YK --> YK4[SEKRETARYA]; YK1 --> FB[FONKSİYONEL BİRİMLER]; FB --> BHI[BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER]; FB --> AG[ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME]; FB --> MF[MUHASEBE VE FİNANS]; FB --> SAKB[SEKTÖRLER ARASI KOORDİNASYON BİRİMİ]; FB --> RTP[REKLAM TANITIM VE PAZARLAMA]; FB --> PE[PROJE EKİBİ];
```

The organizational chart of the Van Tourism Council (VAN TURİZM KONSEYİ) is structured as follows:

- VAN TURİZM KONSEYİ** (Van Tourism Council) is the top-level body.
- YÖNETİM KURULU** (Management Board) is the executive body, receiving direct instruction from the Council.
- The Management Board oversees four main functional areas:
 - YÜRÜTME KURULU** (Executive Board)
 - DANIŞMA KURULU** (Consultative Board)
 - DENETLEME KURULU** (Audit Board)
 - SEKRETARYA** (Secretariat)
- The **YÜRÜTME KURULU** oversees the **FONKSİYONEL BİRİMLER** (Functional Units), which include:
 - BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER** (Public Relations and Media)
 - ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME** (Research and Development)
 - MUHASEBE VE FİNANS** (Accounting and Finance)
 - SEKTÖRLER ARASI KOORDİNASYON BİRİMİ** (Inter-Sectoral Coordination Unit)
 - REKLAM TANITIM VE PAZARLAMA** (Advertising, Promotion and Marketing)
 - PROJE EKİBİ** (Project Team)

10.ALTERNATİF TURİZM ÇALIŞMALARI

VAN İLİNDE TURİZMİN ARZ KAYNAKLARI

“ÇEKİCİLİKLER”

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU*

ÖZET

Turizmin birçok bileşeni olmakla birlikte en önemli bileşen ve seyahatin başlıca sebebi çekiciliklerdir. Çekicilikler, turizmde çeşitlenmenin başlıca sebebi olduğu gibi yaratılan ekonomik katkının, bölgesel farklılaşmanın ve turist sayısının da asıl belirleyicisidir. Dahası, herhangi bir bölgenin temel turizm politikaları ve stratejilerinin belirlenmesinde de çekicilikler en önemli rolü oynarlar. Dolayısıyla turizmde başarılı olmanın ve bir destinasyon yaratmanın öncelikle çekiciliklere bağlı olduğu, diğer değişkenlerin bunu ne oranda desteklediğiyle doğru orantılı olarak da turizmin gelişebileceği gerçeği unutulmamalıdır.

Bu bağlamda turizm hareketinin ilk belirleyicileri ve asıl gücü temsil ettikleri kabul edilen çekicilikler, Van ili ölçeğinde düşünüldüğünde, Van'ın doğal, tarihi ve kültürel değerlere sahip özel bir mekân olduğu anlaşılmaktadır. Van'ı bölgesinden ve diğer birçok turizm bölgelerinden ayıran en önemli iki bileşen Van Gölü ve Urartu medeniyetidir. Bu iki bileşen, turizme konu olan diğer değerlerle birleşince Van, farklı turist tiplerine hitap edebilen ve çekicilikler noktasında farklılaşan bir turizm bölgesi haline gelmektedir. Bu çalışmada Van'ın turizm değerleri doğal, tarihi, kültürel ve eğlenceye yönelik çekicilikler şeklinde ele alınırken, aynı zamanda bu çekiciliklerde üretilen motivasyonların yarattığı talep ve çekiciliklerin Van turizmini ne ölçüde desteklediği bilgisi de irdelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Van, Urartu, Van Gölü, Çekicilikler

* YYÜ. Edebiyat Fakültesi/Coğrafya Bölümü/alaeddinoglu@yyu.edu.tr

1.GİRİŞ

XXI. yüzyılın en hızlı gelişen sektörlerinden biri olan turizm, ulaşım sistemlerinde geline nokta ve artan seyahat eğilimleri sayesinde önemi hızla artan ekonomik bir olgu haline gelmiştir. Turizm olgusu olarak adlandırılan bu yeni fenomen, dünya genelinde daha geniş alanlara yayılmış ve bu alanlar bütün ziyaretçiler tarafından ulaşılabilir olmuştur. Özellikle ekonomik gelişmeye olan katkısı sayesinde önemi gün geçtikçe artan turizm olgusu, ülkelerin, turizm bölgelerinin ve daha küçük boyuttaki yörelerin, bu büyük pastadan pay alabilmek için bütün imkanlarını kullandığı bir sektör halini almıştır. Bu bağlamda Van, özellikle çekicilikler noktasında bu sektörde yer alabilecek ve etkin bir turizm hareketi yaratabilecek bir potansiyele sahiptir. Ancak turizmin yalnızca çekiciliklerden ibaret olmadığı bunu destekleyen diğer arz kaynaklarının da var olması ve büyük ölçüde çekicilikleri desteklemesi gerektiği gerçeği unutulmamalıdır.

Turizmin temel belirleyicisi ve seyahatin başlıca sebebi olan çekicilikler özellikle kıyı ve iç kesimler arasında farklılaşmaktadır. Kıyı bölgelerinde ağırlıklı olarak görülen kitle turizmine karşılık iç bölgelerde seyahatin temel amaçları doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerdir. Bunların başında da doğal kaynak varlıkları gelmektedir. Bu kaynakların nitelik ve niceliği turizmin gelişmesinde çok önemlidir. Turizmin içinde yer alan bu anahtar doğal kaynak servetleri sırası ile; iklim ve atmosfer, su ve sudaki yaşam, bitki örtüsü, topografya ve morfolojidir. Bu değerlerin bir kısmının zayıflığı, destinasyonda seyahati olumsuz yönde etkiler ve düşük yoğunluklu bir turist akışı gerçekleşmiş olur. Bu faktörlerin bazıları olumlu yönde kullanılırsa tersi durum yaşanmış olur. Bunlardan özellikle hava şartları, sıcaklık, vahşi yaşam, ormanlık alanların durumu, akarsuların gelişimi, bitki örtüsünün görünümü, yeryüzü şekillerindeki değişim gibi coğrafyaya özgü olan değerler turizmin anahtar belirleyicileridir (Gunn, 1988:73-74). Şüphesiz Van doğal coğrafyasından kaynaklanan çekicilikler açısından oldukça avantajlı bir konumda yer almaktadır. Ancak Van'ı farklı kılan ve diğer bir çok bölgeden ayıran ve değerli yapan çekiciliklerin önemli bir kısmı tarihi ve kültürel geçmişine aittir.

Zira Anadolu'nun şekillenmesinde rol almış önemli medeniyetlerden biri olan Urartu'ların başkenti olan Van, (Tuşba) tarihi ve kültürel kaynaklar noktasında önemli bir potansiyeline sahiptir. Ancak var olan bu tarihi ve kültürel değerler yeterince kullanılamamaktadır. Bu durumun başlıca sebepleri, yerel ve genel yöneticilerin şehirselle yaşam döngüsü ile turizme dönük gelişim ve beklentileri koordineli bir şekilde götürememeleri ve turizmin Van için ne ifade ettiğini tam olarak ortaya koyamamalarından kaynaklanmaktadır. Tarih ve kültür şehri ağırlıklı bir

yapıya sahip olan Van'ın turizmindeki ziyaretçi sayısındaki dalgalanmalar arz ve talep arasındaki dengenin kurulmasında sürekli sorunlar çıkarmış ve ürünlerle ihtiyaçlar örtüşmemiştir. Bu uyumsuzluk kaliteli ürün sunabilme noktasında sıkıntılara neden olmuş ve belki de bu ikinci sınıf hizmet ve de zihniyet kaliteli turistin bölgeyi ziyaret etmemesinde etkili olmuştur. Bir diğer sorun, Van'ın özellikle konumu nedeniyle potansiyel turist pazarı olarak görülen ülkelerin doğru tanımlanamaması gösterilebilir. Dahası bölgesindeki turizm pazarları görmezlikten gelinirken ulaşımın sıkıntılı ve zaman aldığı Avrupa pazarı hedef pazar olarak görülmektedir. Oysa bir bölgenin turizm kaynakları ne kadar zengin olursa olsun, dışarıya açılmayan ya da bir şekilde deneyimlenemeyen bu kaynakların Van'ın turizmini geliştirmesi beklenemez. Dolayısıyla ulaşılabilirlik turizmin temel belirleyicilerden biri olduğu gerçeğinden hareketle, denebilir ki etkin ve başarılı bir turizm faaliyeti nitelikli bir altyapı sistemi ve onun desteklediği temiz ve düzenli bir çevrede gerçekleşebilir. Dahası altyapıdaki iyileşme-gelişmeler ve çevresel analizler sayesinde sosyo-ekonomik hedeflere ulaşmak ve en uygun gelişim stratejilerini belirlemek mümkün olacaktır (İnskeep,1987:119-120). Dolayısıyla Van'ın var olan turizm çekiciliklerini deneyimlemeye açık yeni pazar arayışlarına veya yeniden tanımlanmasına ihtiyaç olduğu gibi, temel sorun olarak görülen turist sayısı ve geceleme konusunda da yeni yaklaşımlara ihtiyaç vardır.

2. VAN İLİNDE ÇEKİCİLİKLER

Turizm olgusunun ortaya çıkışı ve bu günlere gelişi (19. yüzyılda başlayan) farklı bölgelerin doğal ve tarihsel güzelliklerini görmek farklı kültürleri yakından tanıma düşüncesinden kaynaklanmıştır. Bu düşünce turizm olgusunun gelişmesinde olduğu gibi turistin gideceği ülkeyi ya da bölgeyi seçmesinde de belirleyici rol oynamıştır. Birçok destinasyonda olduğu gibi Van'da da doğal ve tarihsel alanlar korunmak suretiyle, turistlerin kullanımına açılmaktadır. Turizm amaçlı kullanılan bu alanlar, turistlere farklı destinasyonların doğal ve tarihi zenginliklerini görme ve farklı kültürleri tanıma zevk ve heyecanını tattırmaktadırlar. Van, coğrafi konumu, tarihsel geçmişi ve zengin kültürel birikimiyle turistler için önemli bir destinasyon oluşturabilir. Zira Van'ı bir destinasyon olarak ortaya çıkmasını sağlayan, bir çok çekicilik vardır. Ancak Gunn'ın da ifade ettiği gibi bu çekiciliklerin bir kısmının popüler ve değerli olması turistler için diğer çekiciliklerle kıyaslandığında daha anlamlı olmaktadır (Gunn, 1998: 115).

Dünyada ve Türkiye de uzun yıllardır süre gelen deniz, güneş ve kum üçlüsü temel turizm çekiciliği olarak popülaritesini korumuştur. Ancak özellikle son yıllarda doğal, tarihsel ve kültürel çekicilikler lehine olan

gelişmeler var olan bu değerlerin daha dikkatli kullanılmasını zorunlu kılmıştır. Dünya ülkelerinin bir çoğunda yapılmış olan anketlerde, ortaya çıkan sonuç turizmin yeni gözdelelerinin doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler olduğu yönündedir. Deniz, güneş ve kum üçlüsüne bağlı olarak gelişen ve kitleleri etkileyen turizm olgusu, günümüzdeki turizm eğilimleri doğrultusunda alternatif arayışlar içine yönelmişlerdir. Bu bağlamda bütün turizm destinasyonları bu yeni pazardan pay alabilmek için doğal, tarihi ve kültürel değerlerini korumak ve geliştirmek suretiyle doğrudan veya dolaylı bir şekilde turizm amacına yönelik kullanma çabası içine girmişlerdir. Bu amaçla, dini ibadet yerleri (cami, kilise gibi), müzeler, sanat tarihi açısından değerli yapılar, yöresel mimari ve diğer tarihi eserler değerlendirilerek turizme kazandırılmıştır. Kazandırılan bu çekicilikler içinden iyi bilinen, büyük ve önemli olanları bölgeye geniş anlamda bir ziyaretçi ilgisi doğurabilir ve o bölge ziyaret için bir ilk adım veya yer yapabilir. Zamanla bölgenin çekicilik gücünün artması ile birlikte, iyi bilinen bu çekicilik bir bakıma turistlerin ziyaret etmeleri için bir zorunluluk yaratabilir. (Prideaux, 2003:62)

Tablo 1: Turistik Arzı Oluşturan Çekicilikler

Turistik Çekicilikler	
*Kültürel Çevre -Arkeolojik -Tarihsel Değerler -Anıtlar -Yapılar -Müzeler *Folklorik Çevre *Politik Çevre *Eğitsel Çevre *Dinsel Çevre *Modern Çevre *Kültürel Gelenekler -Festivaller -Sanat Gösterileri -El Sanatları -Müzik -Dil	-Din -Bilim -Doğal ve Geleneksel Yaşam Tarzı *Fiziksel Çevre -İklim -Manzara -Vahşi Yaşamı Gözleme *Spor -Katılımcı -Seyirci *Parklar *Sinema ve Tiyatro *Gece Kulüpleri *Oyun Salonları *Barlar

Kaynak: İÇÖZ, O, ve KOZAK, M. (1988), Turizm Ekonomisi, Turhan Kitapevi, Birinci Baskı, Ankara. s.37

Ancak çekiciliklerin her ne kadar turizm hareketinin ilk belirleyicileri olduğu ve asıl gücü temsil ettikleri kabul edilse de, turizmin harekete geçmesi ve sistemin devamı için turizmin bütün elemanlarının önemli olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Ticari aktivitelerin varlığı ve

işletmelerden sağlanan ekonomik katkı destinasyonun turistleri çekebilme açısından sahip olduğu çekim gücüne bağlıdır (Gunn,1998:107). Dolayısıyla turizm planlamasında çekicilikler strateji ve politikaların belirlenmesinde önemli rol oynarlar. şayet yeterli ölçüde çekicilik yoksa başta rekreatif turizm olmak üzere diğer turizm türlerinin gelişmesi beklenemez. Dolayısıyla turizm karar vericilerinin yol haritası, çekiciliklerin türü ve sahip oldukları özellikler, nasıl korunacakları, nasıl geliştirilecekleri, mevcut çekicilikler bağlamında ne tür turistik faaliyetlerin ve atraksiyonların geliştirileceği, hem fiziksel ve hem de kurumsal altyapının ne şekilde belirleneceği, turizmin gelişimi açısından önemlidir. Zira turizm çekicilikleri çok geniş bir kapsama ve çeşitlenmeye sahiptirler. Bu çeşitlilik ve geniş kapsam turizm karar alıcılarının işini şüphesiz ki zorlaştırmaktadır. Bu değişkenlerin çok olması başta planlamacılar olmak üzere, politikacılar, yatırımcılar ve yöneticileri turistik çekiciliklerin geliştirilmesi noktasında oldukça zorlamaktadır (Gunn.1998: 112). Bu noktada yapılması gereken ilk işlerden biri çekiciliklerin sınıflandırılması olmalıdır.

Tablo 2: Çekiciliklerin Sınıflandırılması

Kalış Yaratacak Çekicilikler	Tur Yaratan Çekicilikler
Resortlar	Yol Boyu Manzaralı Alanlar
Kamp Alanları	Doğal Alanlar
Avcılık ve Su Sporu Alanları	Kamp Alanları
Tatil Kompleksleri	Su Turlarının Yapıldığı Alanlar
Festival ve Kutlamalar	Akraba ve Arkadaş Evleri
Kongre ve Toplantı Yerleri	Özgün Yapılar
Kumar Merkezleri	Dini ve Kültürel Alan ve Yapılar
Spor Arenaları	Yiyecek, İçecek ve Eğlence Yerleri
Ticaret Alanları	Tarihi Bina ve Alanlar
Bilim ve Teknoloji Merkezleri	Alışveriş Alanları
Eğlence Parkları	Etnik Alanlar

Kaynak: C.A. Gunn. (1988), Tourism Planing, Second Edition. Taylor& Francis, New York, s.113.

İnskeep çekicilikleri bağlı oldukları kaynaklara göre üç gruba ayırtmıştır. Bunlar; doğal çevre kaynaklarına göre ortaya çıkmış doğal çekicilikler, insan faaliyetleri sonucu şekillenmiş kültürel çekicilikler ve sanatsal olarak ortaya konan özel tür çekiciliklerdir (İskeep, 1991:76). Gunn ise çekicilikleri ikiye ayırmıştır. Bunlardan ilki uzun süre kalmayı gerektiren çekicilikler, ikincisi ise çevre turları şeklindedir. Birinci çekicilikler bir bölge veya alanda toplu olarak bulunan, uzun süre kalmayı gerektiren, aynı ziyaretçiler tarafında tekrar tekrar kullanılabilen çekiciliklerdir. İkinci gurup ise, tur talebi yaratan ancak tekrar tekrar kullanılmayan çekiciliklerdir (Gunn, 1988:113) (Tablo 19).

Van ilinde var olan ve ısrarla da devam ettirilen turizm yaklaşımı maalesef kalış yaratacak çekiciliklerden çok, tur yaratan çekicilikler üzerinedir. Bu nedenledir ki ilde ziyaretçilerin kalış süreleri kısa ve öngörülebilir değildir. Dolayısıyla başta turist sayısı olmak üzere, konaklama süresini arttırmak için başta yerel yöneticiler olmak üzere, yatırımcılar, ilgili kurum ve kuruluşlar kalış yaratacak çekiciliklere benzer atraksiyonlar geliştirmelidir. Van İli'nde turizm talebi yaratmak ve ekonomik gelişme sağlamak için hem ürün hem de pazar eğilimli yaklaşımların birleştirilmesi ve ona göre bir strateji belirlenmesi zorunluluğu vardır. Eğer bu yönde çalışmalar yapılır, turistlerin ilgisini çekecek veya yapmaktan hoşlanacakları şeylerin listesi çıkarılır ve bu atraksiyonları yapma fırsatı verilirse hem ziyaretçilerin kalış süreleri uzatılmış olunur hem de memnuniyet derecesi artırılmış olunur.

2.1. DOĞAL ÇEKİCİLİKLER

Doğal anıtlar veya doğal harikalar olarak adlandırılan yer şekilleri turizm için zengin kaynak alanlar oluşturmaktadırlar (Doğaner, 2001: 107). Bir destinasyonda seyahat amacının önemli bir kısmı doğal değerlerle ilişkilidir. Bu değerlerin miktar ve kalitesi turizmin gelişmesini önemli bir şekilde etkilemekte ve turistlerin o bölgeyi ziyaret etmeleri için bir çekim gücü oluşturmaktadır. Zira bilinmektedir ki, doğal çekicilikler günümüzde turist eğilimlerinin yaklaşık dörtte birini oluşturmaktadır. Vahşi hayat, akarsu, göller, dağlar, bitki örtüsü, mağaralar, travertenler, vadiler, peribacaları, çağlayanlar ve kırık yerler gibi atraksiyon motivasyonları ekolojik turistlerin ilgilerini oldukça çok çekmektedirler. Van ilinin içinde yer aldığı doğal mekan görsel açıdan ülkemizin en zengin sahalarından biridir. Bu sahada, özellikle ekolojik turistlere (ekoturist) hitap edecek çok çeşitli etkinlik imkanları mevcuttur. Bunlar, arazi yürüyüşleri, kuş izleme gezileri, vahşi yaşam, dağa tırmanma, botanik araştırmaları, doğa fotoğrafçılığı, balık avcılığı, kampçılık, nehirde sal gezileri, kayak, bisiklet gezileri, kelebek yakalama, atla geziler, arkeolojik araştırmalar, mağara gezileri, öküz arabaları ile seyahat gibi atraksiyonlar sayılabilir. Zira ekoturistlerin aradığı, fiziksel aktivite, doğayla baş başa kalmak, yeni yaşam tarzları, macera yaşama, mümkün olduğunca çok şey görebilme, benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışma gibi motivasyonların var olduğu Van ili, bu konuda ekoturizmin gelişmesi için ciddi bir mekandır.

Ancak unutulmaması gereken en önemli konu turistin bozulmamış ve sağlıklı koşulları içeren bir doğayı tercih ettiğidir. Çünkü, çevre turizmin var olması ve sürdürülebilmesi için en temel kaynaktır. Evrensel bir boyut alan çevreye duyarlılık, özellikle son yıllarda sıkça gündeme gelmekte ve turizm destinasyonlarının en önemli gündemlerini oluşturmaktadır. Bu

noktada İnskeep'in ifadesiyle bu değerlerin korunmasının yine turizmle mümkün olacağı öngörülmekte ve ifade edilmektedir. İnskeep'e göre, turizm, gerek bölgesel ve gerekse ulusal ölçüde doğal alanların ve yaban hayatın korunmasına yardımcı olur. Çünkü bu alanlar turizm amaçlı kullanılmadıkları sürece başka amaçlı kullanılacak ve bu alanların ekolojik dengeleri bozulacaktır. Bunu önlemek ve bu çevresel mirasın kaybına yol açmamak için, turizm teşvik edilmeli ve var olan doğal değerler turizmle korunmalıdır (İnskeep,1987).

Dağlık Alanlar: Turizm destinasyonunun belirlenmesinde coğrafi görünüm büyük önem taşımaktadır. Coğrafi görünümün önemli belirleyicilerinden biri şüphesiz ki, dağlık alanlardır. Dağlık alanların turizme açılması, dağcılara ulaşım konaklama, ağırlama ve rehberlik gibi hizmetlerin verilmesi sayesinde olmuştur. Dağlar macera heyecan ve değişiklik arayanlara çeşitli rekreasyonel faaliyetler ve yeni sporlar sağlamaktadır (Doğaner, 2001:176-177). Dağlar, dorukları hedefleyen dağcılık sporu ve daha alçak seviyelerde bilimsel ve rekreasyonel amaçlı tırmanışlar için kullanılmaktadır. Rekreasyonel amaçlı çıkışlarda, trekking adı verilen yürüyüşlere olanak tanıyan yaylalar, vadiler ve bunları bir birlerine bağlayan geçitler ve görsel açıdan küçük buzul gölleri (sirk gölleri) önemlidir. Bilimsel amaçlı araştırma gezilerinde ise volkan kraterleri ve buzullar ön plana çıkmaktadır (Doğaner, 2001).

Yakın geçmişte oluşumu gerçekleşmiş Van çevresindeki dağlar, gerek flora ve gerekse fauna açısından oldukça zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Bu özelliği sayesinde başta dağ yürüyüşleri ve tırmanışları açısından önemli bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır. Bu potansiyel planlı bir yaklaşımla değerlendirilirse turizm olgusu içerisinde önemli bir yere sahip olacak ve turizmin çeşitlenmesine katkıda bulunacağı gibi, arz kapasitesinin gelişmesine ve Van'ın ekonomisine ve sosyal yaşamına da katkı sunabilecektir.



Foto 1: Çadır Dağı



Foto 2: Erek Dağından Van Kenti Görüntüsü

Dağlık bölgelere, ulaşılması zor yüksekliklere tırmanmayı ya da ulaşmayı amaçlayan bir spor olan dağcılık özellikle Van'da geliştirilebilecek bir spordur. Van'daki dağların önemli bir kısmının 3000 m ler civarında olması dağcılar açısından önemlidir. Bu dağların başlıcaları Van ili sınırları içinde kalan Çadır (Artos), İspiriz Dağı, Erek dağı gibi dağlarıdır. Özellikle son yıllarda ülkemizde yaşanan kitle turizmindeki hızlı çıkış önümüzdeki süreçte bir şekilde dağlara ve doğaya yönelişi beraberinde getirecektir. Bu anlamda tırmanış, doğa yürüyüşü (trekking), veya kampli yürüyüşler (backpacking) daha çok ilgi ve talep göreceklerdir. Zira Turizm Bakanlığı ülkemiz ölçeğinde bu potansiyeli görmüş olacak ki yürüyüş rotaları ve mola noktaları belirlemektedir. Ancak bu alanlar içinde tırmanış hariç doğa yürüyüşü ve kampli yürüyüşler programına Van İli alınmamıştır.

Ancak önümüzdeki süreçle birlikte gerçekleşecek sosyal huzur ve altyapı çalışmaları Van'ı bu anlamda lider illerden biri yapacak ve başta bakanlık olmak üzere bu konuyla ilgili programlara Van'ı programlarına dâhil edilecektir. Çünkü gerek Van il sınırları içinde kalan ve gerekse Süphan ve Cilo gibi dağlarına en yakın ulaşımın sağlanabildiği ilin Van olması bu süreci destekleyecektir. Aynı şekilde ilde hava alanının varlığı ve konaklama tesislerinin niteliği Van'ı avantajlı kılmaktadır. Dahası, tırmanıcılar için sunmuş olduğu farklı zorluk derecelerine bağlı güzergah tercihi yanında doğal peyzaj açısından farklı doğal güzellikler sunmaktadır.

Akarsular:Denizler ve göller gibi başlıca çekici kaynağı suyun yarattığı estetikdir. Yer şekilleri (kanyon ve benzeri), bitki örtüsü ve çağlayanlarla artan bu çekicilik doğa turizmine konu olurken, insanın akarsu kıyılarında yarattığı kültürlerin kalıntıları kültür turizminin ilgi alanı içine girmektedir (Doğaner, 2001:94). Van ilinde akarsuların boylarının kısa ve eğimlerinin fazla olması nedeniyle rafting, kano ve nehir kayağı gibi su sporları açısından çok zengin değildir. Ancak özellikle yağışların bol düştüğü ve eriyen karların da desteklediği bahar aylarında, akarsuların bir kaçında rafting ve kano sporları yapılabilir. Bununla birlikte Muradiye'de olduğu gibi, bazalt sahalar boyunca gelişmiş dik ve derin kanyonlar hem seyir hem de macera arayan turistlere fırsatlar sunması açısından oldukça ilgi çekicidir. Ayrıca akarsuların göllere döküldükleri yerlerde oluşturdukları sulak alanlar, diğer önemli bir çekicilik olarak karşımıza çıkmaktalar.

Göller: Turizmde su ve özellikle de deniz ki; buna güneş ve kumda eklenince kitlelerin ilgisini çekmiştir. Ancak insanların suya ilgisi sadece denizle sınırlı kalmamış, iç kısımlarda yer alan çeşitli büyüklükteki bütün göller ilgi alanı içine girmiştir. Göllerde denizler gibi suya dayalı rekreasyonel faaliyetlere (yüzme, su kayağı, balıkçılık, yelken, kürek

çekme, kano, rüzgar sörfü v.b.) olarak tanımaktadırlar. Ayrıca göller denizlerden uzak yerlerin bu gereksinimini karşılamaları yanında, deniz kıyılarından farklı olarak sessiz ve sakin ortam sunması, kitle turizmine açılan deniz kıyısından kaçanlara ekoturizm olanağı sunmaktadırlar (Doğaner, 2001: 81). Bununla beraber her iki çekicilik (göller ve denizler) arasında farklılıklar vardır. Örneğin, deniz kıyılarında kitle turizmi yoğunluk kazanırken, göl kıyıları kişisel veya gruplar tarafından seçilmektedir. Deniz turizminde başlıca rekreatif faaliyetler suyla ilgili olmakla beraber göl kıyılarında doğaya dayalı rekreatif faaliyetler hakimdir. Deniz kıyıları, yoğun yapılaşma ve turizmin diğer ekonomik faaliyetlere (tarım, arıcılık, hayvancılık, balıkçılık) geriletmesi ile kırsal turizmden uzaklaşırken, göl kıyılarında kırsal turizm hakimdir (Doğaner, 2001: 81). Van ili sınırları içinde yer alan göller kapladıkları alan ve biyolojik özellikleri ile yöresel, bölgesel ve hatta ülke çapında çekicilikler olarak kullanılacak fonksiyonlara sahiptirler. Göllerin sahip oldukları bu fonksiyonlar (göl çevresindeki manzara, fauna, florası) ilin turizmine yönelik tur programlarını zenginleştirebilirler. Ancak turizm yanında Van ilindeki göller ve çevreleri, yöre halkı tarafından balıkçılık, taşımacılık, tarım, hasırcılık, hayvancılık ve tuzlacılık faaliyetleri şeklinde de kullanılmaktadırlar.

Göller açısından oldukça zengin olan Van'da, göller rekreasyonel amaçlı turizm aktivitesinde kullanıldığı gibi, özellikle son yıllarda su sporları amaçlıda kullanılmaya başlanmıştır. Ancak, Van Gölü çevresinde bulunan zengin sulak alanlara rağmen kuş gözlemciliği için ayrılmış kuş gözlem alanları ve gözlem evleri sayıca yeterli değildir. Dolayısıyla Van İli'nde göl turizminin geliştirilebileceği ve pek çok aktiviteye sahne olacağı bir yapı kazandırmak ve bunu değerlendirmek mümkündür. Zira göllerin turizme konu olduğu ülkelerde, gerek doğal ve gerekse yapay göller turizm amaçlı kullanılmakta ve bir çok aktiviteye ev sahipliği yapmaktadır. Ancak özellikle son yıllarda çevredeki akarsulardan ve yüzey akışları ile göle gelen evsel ve endüstriyel atık sular, tarımsal drenaj suları, Van Gölünün kirliliğine neden olmaktadır. Bunun yanında başta Van Şehrinin atık suları olmak üzere, göl kıyısında bulunan diğer ilçe merkezlerinin de atık suları ve diğer evsel atıklarda göle dökülmektedir. Bütün bu katı ve sıvı atık malzemeler, kimyasallar, gölde kirlilik, doğal yaşam dengesinde bozulma ve çökelmeler sonucunda da bataklıklar meydana getirmektedirler. Dolayısıyla çevresi bozulan Van Gölü, rekreasyon ve turizm amaçlı kullanımı yönünde çekiciliğini yitirmektedir. Bu nedenledir ki, tek başlarına birer çekicilik olan Van İli'ndeki göllerin turizme kazandırılması ve yaşatılabilmesi için öncelikle başlatılmış olan arıtma tesislerinin bir an önce hayata geçirilmesi

ve göle doğrudan boşaltılan atık ve artıkların bu süreçten sonra boşaltmamaları gerekmektedir.

Van ilinde rekreasyon amaçlı kullanılan başlıca göller Van Gölü ve Erçek Gölüdür. Van Gölünde, kıyıların hemen açığında 4 küçük ada vardır. En büyüğü kuzey doğudaki körfezde yer alan Adir Adası, güneyde Gevaş kıyılarında yer alan Akdamar Adası, hemen batısında Kuzu Adası ve doğusunda ise Çarpanak Adası yer almaktadır.

Kumsallar:Dünyadaki turizm hareketlerinin büyük bir kısmı deniz, güneş ve kum üçgeninden oluşmaktadır. Bunların nitelik ve niceliği bir bölgenin turizm aktivitesine pozitif veya negatif yönde etki eder. Bu bağlamda düşünüldüğünde kum ve dolayısıyla kumsallar turizmin vazgeçilmez çekicilikleridir. Deniz seviyesinden 1650m yükseklikte bulunan Van Gölü ve onun kıyısında bulunan bir çok kumsal, Van'da turizmin geliştirilmesi için önemli bir potansiyel oluşturmaktadırlar. Göl çevresinde ve göl içinde bulunan adalar çevresinde kumsalların geniş alanlar kaplaması ve bu alanların göle girmeye elverişli şartları oluşturması, Van Gölünü kıyı turizmi açısından da kullanılmasını gündeme getirmektedir.

Van ilinde plajların ve kamp alanlarının bulunması yaz aylarında yoğun bir rekreasyon faaliyetinin görülmesine neden olmaktadır. Özellikle yerli halka hizmet veren bu kıyılar Temmuz-Ağustos aylarında ve özellikle de hafta sonlarında rekreasyon amaçlı yoğun bir nüfus akımına sahne olurlar. Bunların başlıcaları, Van-Edremit Kıyıları, Amik, Çolpan (Panz) Köyü Kumsalı, Molla Kasım Kıyıları, İşgirt Köyü Kumsalı, Ağartı (Eyanis) Köyü kumsalı'dır.

Sulak alanlar ve Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji):Doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir gözlem sporu olan kuş gözlemciliği aynı zamanda sağlıklı bir çevrenin de en iyi göstergesidir. Şehir merkezlerindeki parklarda, bozkır alanlarda, ormanlarda, çöllerde ve çoğunlukla sulak alanlarda yapılabilen bir spor olan kuş gözlemciliği hızla gelişen ve ciddi bir pazar olma özelliği kazanan bir atraksiyon şeklini almaktadır (<http://www.gap-dogu-kalkinma.com>,10/11/2013).

Olağan üstü doğal güzellikleri ve sergiledikleri doğal yaşam çeşitliliği açısından her zaman insanları kendilerine çekmiş olan bu alanlar, özellikle son yıllarda yerli ve yabancı turistlerin büyük ilgisini çekmektedirler. Ekolojik denge açısından son derece önemli olan sulak alanlar, turizm açısından da birçok aktiviteye sahne olmaktadır. Birçok kuş türünü barındıran sulak alanlar, başta kuş gözlemciliği (ornitoturizm) olmak üzere, kuş türlerinin fotoğraflanması, balık tutma, su sporları ve çevre yürüyüşleri gibi bir çok atraksiyona ev sahipliği yapmaktadır. Biyolojik çeşitlilik ve

doğal güzellikler açısından önemli bir potansiyele sahip olan Van ili, altyapı ve üstyapıdaki eksikliklerin giderilmesi durumunda Türkiye'nin en değerli sulak alanları olmaya aday olacaktır.

Ulusal öneme sahip pek çok sulak alanı bulunan Van, birçok kuş türüne ev sahipliği yapmaktadır. Konaklama yaratan bir turizm aktivitesi olan kuş gözlemciliği mutlaka planlama çalışmalarına katılmalı ve konakla sayısının arttırılması yönünde bir turizm değeri olarak kullanılmalıdır. Bu anlamda ülkemizde önemli oranda kuş türünü bünyesinde bulunduran Van bir sulak alanlar ve dolayısıyla kuş cenneti olarak turizme açılmalıdır. Ancak bu açılım ulusal (Orman Bakanlığı) ve uluslararası (Küresel Çevre Fonu, Dünya Bankası) kurum ve kuruluşların yardımı ve işbirliği ile olmalıdır. Çünkü doğal kaynakların sürdürülebilirliğini sağlamak ve en rantabl şekilde kullanmak için turist sayısından gözlem alanlarına kadar her aşamasının planlı bir şekilde yapılması zorunluluğu vardır. Ancak daha önemlisi böylesi bir organizasyonda deneyim ve ciddi bir finans kaynağı gerekliliğidir. Dolayısıyla ilde gerçekleştirilecek, bir organize turizm çalışmasının önemli bir ayağı olarak bu atraksiyona bakılması ve bir proje kapsamında ele alınarak turizm hareketlerini düzenli hale getiren bir yardımcı çekicilik olarak geliştirilmesi zorunluluğu vardır.

371300 ha lık alanı ile Türkiye'nin en büyük gölü olan Van Gölü çevresi ve Erçek gölündeki sazlıklar birçok su kuşu türüne ev sahipliği yapmaktadır. Bu su kuşu türlerinin büyük kısmı göçmen kuşlardan oluşmasına karşın bir kısmı da "Kış Ortası Sukuşu" şeklindedir. Zira bu konuda bir çalışma yapılmıştır. Avrupa ülkelerinde her yıl gerçekleştirilen "Kış Ortası Sukuşu Sayımları"nın Türkiye ayağı Van Gölü'nde yapılmıştır. Doğa Derneği'nin yürüttüğü çalışmayı, Avrupa Birliği ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi desteklemiş ve proje kapsamında bölgede kışlayan kuşlar ilk kez araştırılma fırsatı bulmuştur. Kışın donmadığı için kuş çeşitliliği açısından zengin olan gölde, 28 kuş türünden toplam 6433 su kuşu sayılmış ve Türkiye'deki en önemli üreme alanı olarak kabul edilen Van Gölü'nde yaşam alanı bulan "Van Gölü Martısı"ndan ise 1641 adet gözlenmiştir (<http://www.gap-dogu-kalkinma.com,09/10/2005>).

Bu anlamda önemli bir potansiyele sahip olan Van Gölündeki başlıca sazlıklar şunlardır. Van Sazlığı, Edremit Sazlığı, Hoşap Çayı Sazlığı, Horkum Sazlığı, Erciş Gölağzı (Çelebe) Sazlığı, Deliçay (Arnis) Sazlığı , Bendimahı Deltası ve Sazlığı şeklindedir. Ayrıca 2013 yılında dördüncüsü düzenlenen Erçek Gölü Flamingo Festivali, hem kuşların çeşitliliği hem de özellikle görüşleri itibarı ile birçok turistin ilgisini çekebilecek kuş türlerinin varlığı ile Erçek Gölünün özel bir konuma getirmektedir.

Çağlayanlar: Oluşum, yükseklik, su miktarının farklılığı nedeniyle bir birinden farklı görseelliğe sahip olan çağlayanlar bulunduğu yerin turizm çekiciliği olarak doğa turizminin konusu içine girerler (Doğaner, 2001). Van biri ulusal diğeri yerel ölçüde olmak üzere, iki çağlayana sahiptir. Bu çağlayanlardan ulusal ölçüde tanınan Muradiye veya diğeri adıyla Bendimahî çağlayanıdır. Van merkeze 100km uzaklıkta, Muradiye ilçesinin 20km kuzeyinde yer almaktadır. Tam bir doğa harikası olan çağlayan, ulaşım imkanlarının iyi olmasına karşın gerçek anlamda bir turizm değeri olarak kullanılamamıştır. Şüphesiz bunda standartları yüksek altyapı tesislerinin olmayışı önemli bir faktör olmuştur. Ancak, çağlayan özellikle son yıllarda başta bölge halkı olmak üzere ve kısmen de olsa yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Oysa, Muradiye-Çaldıran-Doğubeyazıt-Ağrı yolu üzerinde yer alan ve yaklaşık 15m yükseklikten düşen çağlayanın bizzat kendisi önemli bir çekicilik oluştururken, suyun akış yönünde bazalt sahada oluşmuş kanyon da, bölgeye ayrı bir çekicilik katmaktadır. Şayet bu değerler uygun altyapı imkanlarıyla desteklenirse, tur yaratan çekiciliklerden çıkıp, kalış yaratan çekicilik haline getirilebilir ve doğal olarak da, Muradiye ilçesinin ve bir bütün olarak Van'ın ekonomisine katkı sağlayabilir.



Foto 3: Muradiye (Bendimahî) Çağlayanı



Foto 4: Beyaz Bulak (Ganisipi) Çağlayanı

Diğeri önemli çağlayan ise, Ganisipi veya Beyaz Bulak Çağlayanıdır. Van-Çatak karayolunun 60.km'sinde yer alan bu çağlayan, yaklaşık 100-150m yükseklikten bir mağaranın içinden çıkarak eğim doğrultusunda akmaktadır. Bu akışı esnasında kayalara çarpmakta ve bu çarpma sonucunda da oluşturduğu muhteşem beyaz görüntüsüyle, turizme açılması gerektiğini anlatan harikulade bir doğal güzelliştir. Özellikle ilkbahar aylarında yağış ve eriyen kar sularına bağlı olarak gerçekleşen bu şölen, maalesef yaz aylarında yağış ve sıcaklık şartlarındaki olumsuzlukların kontrolü altına girer ve bu coşkulu akış ya etkisini kaybeder veya tamamen ortadan kalkar. Çağlayan ve çevresi özellikle ilkbahar aylarında, çatak deresinin de etkisiyle yeşilin her rengine bürünmekte ve bir ahenk oluşturmaktadır. Şüphesiz bu ahengin baş aktörü olan çağlayan, farklı görsel

güzelliğiyle bir turizm değeri olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak yerel ölçüde tanınan bu görsel güzellik, özellikle yöre sakinlerinin hafta sonu sayfiye amaçlı mekanı olarak önemli bir yere sahiptir. Bu mekan şayet Van İli'nde yapılacak bir planlama kapsamında kullanılırsa tur yaratan bir çekicilik olarak turistlerin ziyaretine açılabilir.

Mağara: Mağaraların görsel, sportif, sağlık ve kültür açısından sahip olduğu özellikler, turizme kaynak olarak mağara turizmini ortaya çıkarmıştır. Mağara turizmi, sportif ve bilimsel amaçlı olarak mağaracıların, mağara içlerinin doğal güzelliklerini keşfetmeleri ve tanıtımları ile başlamıştır. Mağaralar, mağaracılık sporu açısından aktif turistleri çekerken, diğer taraftan girişe açılması, dolaşımın düzenlenmesi, aydınlatma hizmetleri ile her yaştan ve gruptan turistleri çekmektedir. Mağaralar sarkıt ve dikitler, traverten vb. oluşumlarla süslü salonları, gölleri, yeraltı dereleri ile doğa turizminin, iklimiyle sağlık turizminin, yerleşik ve dini ibadet yeri olarak kültür ve inanç turizminin konusu içine girmektedir (Doğaner, 2001:163). Farklı şekil, biçim, renk, yoğunluk ve boyutlarda olan mağaralar görsel amaçlı ve sportif amaçlı olmak üzere iki şekilde kullanılırlar. Görsel amaçlı kullanımlar için speleotem şekiller bakımından zengin, dolaşımın kolay olması bakımından yatay yönde gelişmiş, ulaşım olanağı sağlanabilen mağaralar seçilir. Sportif amaçlı kullanılanlar içinde derinlik ve uzunluk daha önemli olmaktadır (Doğaner, 2001:164).

Birer doğa harikası olan mağaralar, karstik alanların bol olduğu Van'da önemli bir potansiyel oluşturmaktalar. Ancak henüz Van'daki mağaralar MTA tarafından gerekli etüt çalışmaları yapılmadığı için turizme açılmamışlardır. Dolayısıyla denilebilir ki Van için önemli bir turizm değeri olabilecek mağaralar, açığa çıkarılmadığı, turistlerin hizmetine sunulmadığı için atıl bir durumda beklemektedirler. Oysa bilinmektedir ki mağaralar konaklama yaratan bir turizm faaliyetidir. Dolayısıyla zengin olduğu görülen bu değer insanların bilgisine sunulması ve kullanılması gerekmektedir.

Mağaralar konusunda henüz yeterli araştırmanın yapılmadığı ilde, keşif edilmemiş bir çok potansiyel mağaranın yanında, keşif edilmiş olup ancak tamamen kontrolsüz bir şekilde meraklılarına ziyaret edilme imkanı veren başlıca mağaralar aşağıdaki gibidir.

Yedi Salkım Mağarası: Van merkez ilçenin 76km güneydoğusunda ve yaklaşık 2500m yükseklikte yer alan mağaranın çevresinde diğer birçok irili ufaklı (60-70) mağara bulunmaktadır. Gürpınar İlçesinin Yedi Salkım Köyünde bulunan ve yaklaşık 100-150m derinliğinde ve 8-9km uzunluğunda olan kanyonun içinde bulunan bu mağaraların yalnızca dördünde toplam 150 civarında (çoğunlukla kırmızı ve kahverengi renkte)

resim bulunmaktadır. Duvarlarında dans eden tanrıça figürlerinden dolayı, yerel halk tarafından “Kızlar Mağarası” olarak adlandırılan mağaranın yerden yüksekliği yaklaşık 78 m’dir. Yaklaşık 8000 yıl öncesine ait bu mağaralarda güneş motifleri, geyik ve dağ keçisi resimleri, dans eden tanrıça figürleri, hayvan üzerinde duran tanrı ve tanrıça figürleri ve benzeri figürler yer almaktadır. Türkiye’nin önde gelen mağaralarından biri olarak kabul edilebilecek bu değerler, Prehistorik çağda dinsel amaçlı kullanıldıkları tahmin edilmektedir (Kayaçelebi,1990:165; Belli, 1977). Önemli bir turizm çekiciliği olan bu mağaralar ulaşım olanakları yeterli olmadığı için günümüzde tur yaratan bir çekicilik bile olamamaktadır. Van’da yer alan bir diğer mağara ise Edremit’te yer alan Devdamlı mağarasıdır.

Peri Bacaları: Turizmde görsel kaynak olarak kullanılan ve doğa anıtları olarak kabul edilen yer şekillerinin başlıca çekim gücü oluşturduğu yerlerden (Doğaner, 2001:107) biri peri bacalarıdır. Doğa turizminin çekim gücü çok yüksek yerler olarak anılan bu yer şekilleri Van iline bağlı Başkale ilçesinin Yavuzlar Köyü mevkiinde görülmektedirler. Vanadokya olarak adlandırılan bu sahadaki doğal oluşumlar peri bacalarına benzemeleri yanında, renkleri itibarıyla da çevrelerine görsel bir zenginlik katmaktalar.



Foto 5: Vantokya Olarak Adlandırılan Alandan Peribacaları (Başkale)

Travertenler: Jeolojik, jeomorfolojik, hidrojeolojik özel şartların aynı yerde bir araya gelmesiyle oluşmuş doğa anıtları olan travertenler (Doğaner, 2001: 129), önemli birer turizm çekiciliğidirler. Van İli Başkale sınırları içinde daha önce oluşmuş ancak bir şekilde su akışı gerçekleşmediği için kurumuş travertenin yanında, yakın zamanda yeniden mineralli suyun akmasıyla birlikte oluşmuş yeni bir traverten bulunmaktadır.

Traverten görsel ve oluşum açısından Pamukkale gibi olmasa da Van için önemli bir turizm çekiciliğidir. Ancak bölgedeki arazi yapısının dağlık ve sarp olması ulaşım gibi temel bir altyapının gerçekleşmesini engellemiştir. Bu nedenledir ki başta yöre insanı olmak üzere Van İli sınırları içinde kalan halkın çoğu bu doğal oluşumdan habersizdir. Oysa travertenden hem görsel açıdan hem de yakın çevresindeki mineral sulardan

turizm amaçlı faydalanmak mümkündür. Şayet başta ulaşım sorunu olmak üzere diğer altyapı sorunları çözülürse atraksiyon motivasyonunu destekleyen bir çekicilik olarak ilin turizmüne katkıda bulunabilir.



Foto 6: Traverten Görüntüler (Başkale)

Flora: Turizm talebini yaratan en önemli faktörler hiç şüphesiz ki, nitelikli doğal ve kültürel çevredir. Bu nedenledir ki, sürdürülebilir turizm için, bölge ve yerel alanların doğal ve kültürel özelliklerinin korunması zorunluluğu vardır. Bu bağlamda, Türkiye'nin özel turizm bölgelerinden biri olan Van, biyo-çeşitlilik açısından oldukça zengindir. Van Gölü havzasında görülen yağış ve azda olsa sıcaklık değerlerindeki değişiklikler, göl çevresindeki dağlık alanlar, sulak alanlar, ovalar ve kısmen de olsa ormanlık alanlar çok sayıda endemik bitki türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Van'da doğal kaynak envanteri tam olarak yapılmamış olmakla beraber ildeki bitki türü sayısı oldukça çarpıcıdır. Ancak bunlar içinde özellikle biri Van açısından önemli bir yere sahiptir. Ters Lale olarak adlandırılan bu çiçek kendine has görüntüsü ve endemik olması nedeniyle bir turizm değeri olarak ön plana çıkmaktadır.



Foto 7: Gevaştan Genel Bir Görüntü Foto 8: Ters Lale

Fauna: Van yer şekillerinin getirdiği avantaj sayesinde av hayvanları açısından zengin sayılabilecek bir potansiyele sahiptir. Özellikle dağlık alanlarda kurt, tavşan, tilki, dağ keçisi, ayı ve domuz gibi hayvanlara rastlanırken kuş türlerinin sayısı oldukça fazladır. Ancak özellikle av hayvanları açısından ördek, bıldırcın, keklik ve yabani hindi başlıcalarıdır.

Boyları kısa olmakla beraber Van Gölüne dökülen birçok akarsu yer almaktadır. Bu akarsuların birçoğunda sazan balıklarının çeşitli türleri ile kırmızı benekli alabalık yaşamaktadır. Ancak Van'ı farklı yapan ve tek başına dahi bir çekicilik oluşturabilen balık çeşidi inci kefalidir. Öyle ki ilkbahar aylarında yumurtlamak için tatlı sulara yapmış oldukları göç tam bir şölen havasındadır.

Van'ın kimliğiyle özdeşleşmiş olan Van kedisi ve inci kefalî il açısından en önemli iki hayvan türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan özellikle Van kedisi ünü ulusal hatta uluslararası boyutlara ulaşmıştır. Kendi isteğiyle yüzmeyi ve suda oynamayı seven tek kedi türü olan Van kedisi, gerek farklı göz renklerine sahip olması,* gerekse cana yakın, zeki, çevik, sadık ve beyaz ipeksi tüyleri ile kendine has birçok özelliğe sahiptir. Diğer önemli hayvan olan inci kefalî ise, hem canlı balık tüketimi açısından ilin ekonomisine hem de özellikle yumurtlama dönemlerinde tatlı sulara doğru gerçekleştirdikleri yolculukları sırasındaki inanılmaz güzellikteki görüntüleri ile ilin turizmüne önemli bir katkısı olacaktır.

2.2. TARİHİ ÇEKİCİLİKLER

Geçmiş medeniyetlerin ve geçmiş çağların yaşayan fiziksel kalıntıları olarak tanımlanan tarihsel kaynaklar (Özgüç, 1998:80) veya anıtlar, bulunduğu zamana göre eski olan ve bir zaman aşımını ifade eden kaynaklardır. Bununla birlikte bu alanların büyük bir kısmı turizme hizmet ederler. Bu alanlar, tarihi ve turistik yerleşmeleri aynı anda bünyesinde taşırlar ve bu alanlarda tarihi eserler turizm için aktif olarak kullanılırlar (Ashwort and Tunbridge, 1990).

Bütün dünyada eğitim ve sosyal refahın artmasına paralel olarak ortaya çıkan yeni entelektüel insan tipi, geçmişin tarihsel birikimini ve yaşatılan kültürel değerlerini öğrenmek ve araştırmak eğilimi içine girmiştir. Bu eğilim dünyada hızla gelişen bir turizm çeşidi olan kültürel turizmin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıkan bu yeni turizm çeşidi, Anadolu gibi tarihi geçmişi zengin olan bölgeler için bir turizm çeşitliliği yaratmış ve turizmi hem alana hem de zamana yayarak turizm altyapısının verimli kullanılmasını sağlamıştır. Bu turizm çeşidinin başlıca çekicilikleri, eski uygarlıklara ait sanat eserleri, müzeler, tarihi yapıtlar ve tarihi sit alanlarıdır. Bu çekiciliklere sahip birçok ülke, özellikle turizm endüstrisinin gelişmekte olduğu ülkeler, tarihi geçmişlerinden kalan mirası, turizm endüstrisinde temel turizm çekicilikleri olarak kullanmaktadırlar. Birçok

* Van Kedisi: Bazen her iki gözü mavi veya kehribar renginde olurken bazen de bir gözü mavi diğeri kehribar renginde olabilmektedir.

Amerikalı ve Kanadalı, uzun tarihsel mirası sayesinde Avrupa'yı ziyaret etmektedirler. (Robinson, 1976:46).

Kültürel turizmin gelişmesi bir destinasyonun tarihi ve kültürel kaynaklarına bağlıdır. Tarihi ve kültürel değerleri turistlere çekici gelen Van İli, kültür turizmi kapsamı içinde ele alınacak değerler açısından oldukça zengindir. Uygarlıkların doğduğu, yaşadığı ve kültür mirasını devraldığı bir ilimiz olan Van'da, oldukça değerli maddi kültür birikimleri günümüze kadar gelebilmiş ve bir kısmı da keşfedilmeyi beklemektedir. Ancak bununla birlikte tarihi ve arkeolojik açıdan fevkalade zengin olan Van'da, geleneksel yapıların çoğunda kullanılan yapı malzemesinin dayanıksız olması, tarihi eserlerin çoğunun günümüze kadar ulaşmasını engellemiştir. Buna karşın Urartulara ait kale ve sosyal hizmet binalarının çoğu görkemli görünüşleri ile günümüze kadar ulaşabilmiştir.

Arkeolojik Değerler: Arkeolojik sit yada ören yeri şeklinde isimlendirilen arkeolojik alanlar; insan etkinliklerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış eski medeniyetlere ait antik kent özelliği taşıyan maddi kaynaklar veya su altındaki alanlar şeklinde tanımlanmaktadır (Büyük Larousse. 1986:38).

Arkeolojik miras bakımından Türkiye'nin en şanslı illerinden biri olan Van, gelişmekte olan yeni turizm hareketleri içerisinde hakkettiği yeri almalıdır. Daha öncede ifade edildiği üzere turizmdeki bu yeni harekete katılan turistler, deniz, güneş, kum üçlüsünden sıyrılmış ve yeni eğilimlerle birlikte geçmişlerine ilgi duymaya başlamışlardır. Gerçeği arama dürtüsü, geleceği algılama yada atalarının topraklarını ve medeniyetlerini yerinde görme şeklinde tezahür edebileceğimiz bu olay, insanların binlerce kilometre seyahat etmesine neden olmaktadır. George Orwel'in ifadesiyle *"geçmişe hakim olanlar bu gününde ellerinde tutarlar, bugünü ellerinde tutanlar ise geleceğin hakimleridir"*. Şeklindeki ifadesinden de anlaşılacağı gibi insanlar geleceği inşa etmek için geçmişe ilgi duymaktalar. İşte bu noktada önemli bir tarih-arkeolojik turizm potansiyeline sahip olan Van ili, turistlerin gezi alanlarından biri olabilir.

Van ili sınırları içinde kalan bir çok kale ve çevresinde olduğu gibi, höyüklerde de yapılan arkeolojik kazılar sonucu bir çok tarihi esere rastlanılmıştır. Ancak Van çevresinde yapılan kazılar henüz yeterli düzeyde değildir. Buna rağmen yapılan kazılarda başta Urartular olmak üzere bölgede hüküm süren diğer medeniyetlere ait tarihi bulgulara rastlanılmıştır. Ortaya çıkarılan bu eserlerin bir kısmı Van müzesinde, bir kısmı ise yurt dışındaki müzelerde sergilenmektedir. Ancak bu eserlerin büyük bir kısmı müzelere taşınmadığı için kazı sahalarında kalmaktadır.

Bu kazı sahalarının biri olan Toprakkale (Russahinli), Urartulara ait birçok maddi birikim ve yaşam şekline ilişkin bilginin ortaya çıkarıldığı bir alandır ve bu söz konusu alan Van'a yalnızca 5 km uzaklıktadır. Bir diğer höyük ise Van Hava alanı içinde kalan Tilkitepe höyüğüdür. Kazılar sonucu ortaya çıkarılan üç kattan en alttaki kalkolitik dönemine ait bulgular, bu dönemde bölgenin Kuzey Mezopotamya ile ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer iki katta da benzer bulguların olması bu dönemde bu bölgenin veya diğer bir ifade ile höyüğün Mezopotamya ile hammadde alış verişinin yapıldığı yollar üstünde olduğunu göstermektedir (Yurt Ansiklopedisi, 1985: 7545). Tilkitepe höyüğü dışında Karagündüz ve Dilkaya höyükleri de önemli birer arkeolojik değer olarak detaylı kazı çalışmaları sonucu gün ışığına çıkmayı beklemekteler.

Kaleler: Van, tarihi değerler açısından turizme konu olan kale ve kale yerleşmeleri açısından Türkiye'nin en zengin illerinden biridir. Van Gölü doğu kıyısında 100 m.yüksekliğinde doğal bir kaya kütlesi üzerinde kurulmuş olan Van Kalesi, kent merkezinin alansal büyümesi ile kentin içinde kalmış, ulusal ve uluslararası öneme sahip tarihi bir değerdir. Van'la özdeşleşen bir diğer kale ise, Gürpınar ilçesinin Güzelsu (Hoşap) Bucak merkezinde, Van-Hakkari karayolu üzerinde kurulmuş Van kent merkezine 60 km mesafede yer alan Hoşap Kalesidir. Aynı şekilde Van'ın Gürpınar ilçesine bağlı Çavuştepe Köyünde yer alan ve kent merkezine 25 km mesafede kurulmuş Çavuştepe Kalesi, Van Gölüne yakın bir alanda yer alan Ayanis Köyünde kurulmuş olan ve kent merkezine 35 km mesafede bulunan Ayanis Kalesi ve dönemlerinin özelliklerini yansıtmaları ve hala dim dik ayakta olmaları münasebetiyle görülmeye değer özellikte olan bir çok kale (*Toprakkale, Aşağı-Yukarı Anzaf Kaleleri, Amik Kalesi*) bulunmaktadır. Dolayısıyla ilin turizm değerlerini arttırıcı özellikte olan bu tarihi değerler önemli birer tur yaratan çekicilik olarak turizmde kullanılabilirler.



Foto 9: Çavuştepe Kalesi



Foto 10: Hoşap Kalesi

Camiler: Selçuklu ve Osmanlı dönemini temsil eden birçok caminin yer aldığı Van, özellikle yerli turistlerin ilgisini çekecek farklı mimari

özelliklere sahiptirler. Bunlardan ön plan çıkan ve eski Van kentin de yer alan Ulu cami, Hüsrev Paşa Camii, Kızıl Camii, Kaya Çelebi Camii ve Horhor Camii gibi ön plana çıkan camilerin yanında diğer camiilerde turistik amaç için hizmet verebilir niteliktedirler.



Foto 11: Van Ulu Camii



Foto 12: Hüsrev Paşa Camii

Kiliseler: Van'da bulunan kiliseler birer tarihi değer olmalarının yanında özellikle Akdamar Kilisesi gibi inanç turizmine konu olmaları münasebetiyle de özel bir yere sahiptirler. Gerek mimarileri ve gerekse fonksiyonları itibarı ile kendine münhasır olan bu kiliseler, ya da diğer bir ifadeyle dini açıdan kutsal sayılan bu ibadethaneler yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmesi hem bu değerlerin korunmasını hem de bu kültürel değerlerin yaşatılmasını sağlayacaktır. Van'ı deneyimleyen yabancı turistlerin uğrak yerlerinden biri olan Akdamar Kilisesi aynı zamanda özellikle son yıllarda gerçekleştirilen ayin sayesinde inanç turizmine de konu olmaktadır. Kilisenin bu özelliği Van'ın marka değerini ve uluslararası tanınırlığını artırdığı gibi turistlerin Van'ı ziyaret etmesinde de güçlü bir araç olarak ön plana çıkarmıştır. Şüphesiz Van sadece Akdamar Kilisesinde ibaret olmayıp çok sayıda kiliseye sahiptir. Bunlar, Adır Kilisesi, Çarpanak Kilisesi, Alştınsaç(Kanzak) Kilisesi, Bartholomeus Kilisesi, Yedi Kilise, Yanal (Soradır) Kilisesi ve diğer birçok Kiliseden oluşmaktadır.



Foto 13: Akdamar Kilisesi



Foto 14: Yedi Kilise



Foto 15: Altınsaç Kilisesi

Medrese ve Kümbetlerdir: Van ili tarihi değerler açısından oldukça zengin bir turizm bölgesi olduğu bilinmektedir. Bu tarihi mekânlarda genellikle cami ve mezarlıkların yakınında kurulan ve tarih turistlerini

deneyimlerinin bir parçası olmaya aday çekiciliklerden biriside *medrese ve kümbetlerdir*. Kümbetlerden en önemlisi Gevaş Halime Hatun Kümbeti ve Erciş Anonim (Zortul) Kümbet olurken, medreselerden öne çıkan ise Hüsrevpaşa Medresesidir.

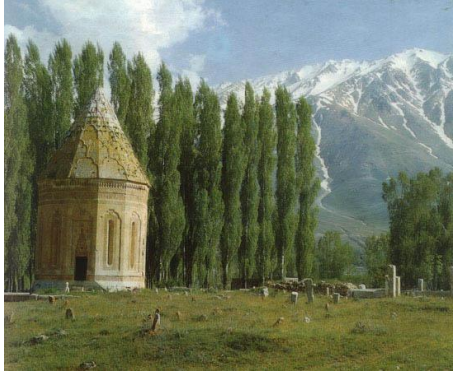


Foto 16: Halime Hatun Kümbeti

Foto 17: Anonim (Zortul)

KümbetKöprüler: Van ili tarihi değerler açısından önemli çekiciliklere sahip olduğu daha önce ifade edilmişti. Bu değerlerden biri de hiç şüphe yok ki, köprülerdir. Ancak köprüler tarihi bir değer olmalarının yanında özellikle eko-turistlerin çok ilgisini çeken ve motivasyonlarını artırıcı bir etkiye sahiptirler. Van’da bulunan köprüleri, Bend-i Mahi Köprüsü, Evliya Bey Köprüsü, Kırmızı Köprü, Çatak Köprüsü, Hurkan Köprüsü, Zeril Köprüsü ve Şeytan Köprüsü şeklinde sıralamak mümkündür.



Foto 18: Bend-i Mahi Köprüsü

Foto 19: Hurkan Köprüsü



Foto 20: Çatak Köprüsü

Foto 21: Şeytan Köprüsü

Mezarlık ve Şehitlik: Turizme konu olan bir diğer tarihi değer ise mezarlık ve şehitliklerdir. Özellikle birçok Avrupa ülkesi toplam turizm gelirlerinin önemli bir kısmını tarihlerinde önemli yere sahip anıtlar, mezarlıklardan elde etmektedirler. Ülkemizde de son yıllarda kullanılmaya

başlanan Çanakkale ve Kocatepe-Dumlupınar savaş alanlarındaki anıt ve mezarlıkların bulunduğu alanlardan önemli turizm gelirleri elde edilmeye başlanmıştır. Şüphesiz Van'da bulunan söz konusu tarihi değerler benzer bir turist talebi yaratmasa da var olan turistik değerleri destekler nitelikte katkı sunabilirler. Van'da bulunan mezarlık ve şehitlikler şu şekildedir. Gevaş Selçuklu Mezarlığı, Zeve Şehitliği ve Erciş Çelebibağ Mezarlığıdır.

Van ilinin tarihi ve kültürel değerler noktasında Türkiye'nin en zengin illerinden biri olduğu kabul gören bir gerçektir. Bu değerlerin bir kısmı belli alanlarda yoğunlaşırken bazıları ilin farklı mekanlarında bulunmaktadır. Bu değerlerden belki de en önemlilerinden birde Şamran (Semiramis) Kanalıdır. Urartular döneminde (M.Ö. 875-800) kral Menua tarafından yaptırıldığı sanılan kanal 51km uzunlukta olup, kaynağını Gürpınar ilçesinin 3km kuzeyinde Yukarı Kaymaz Köyünde büyük bir kayanın dibinden almaktadır. Urartular döneminden kalma, dünya su mühendisliğinin bir harikası olan ve Van Ovasına su taşıyarak yaklaşık 5000 hektarlık alanı sulayan bu muazzam tesisten, saniyede 2-3 m³'su taşımaktadır. Van'a suyu taşıyan kanalların destek duvarları üzerinde tesisi yaptıran Urartu Kralı Menua'nın 14 adet yazıtı bulunmaktadır (Belli, 1989: 313). Bir diğer değer ise Trişin Yaylasıdır. Van merkez ilçeye 125 km uzaklıkta bulunan bu yaylaya, Gürpınar ilçesi Kırkgeçit bucağından ulaşılmaktadır. 2400m yükseklikte çok geniş bir alanda, kaya üzerine kazılmış (oyulmuş) resimlerin sergilendiği, bir açık hava müzesi durumunda olan bu alanda, birbirinden farklı binlerce resim yer almaktadır. Değişik yaşlarda olan bu kaya resimleri, Mezolitik (M.Ö. 7000), Neolitik, Post Neolitik (M.Ö. 7000-5000), Kalkolitik (M.Ö. 5000-3000), Eski Tunç (M.Ö. 3000) devirlerinde ve daha sonraki devirlerde yapılmışlardır. Birçok hayvan resminin yer aldığı bu alandaki resimlerin birçoğu, iyi durumda olup günümüze kadar gelebilmişlerdir. Resim edilen hayvanların bir kısmının nesilleri tükenmiş (bizon, ren geyiği) olmasına karşın bir kısmının ise günümüze dek nesilleri devam etmektedir. Trişin yaylasındaki resimler dünyadaki belli başlı kaya resimleri merkezlerinden biridir. Bu saha Mezopotamya'nın kuzeyinde yer alması nedeniyle ayrı bir önem kazanmaktadır (Uyanık, 1968: 99-102; Van Yıllığı, 1999). Bu alana ulaşım Van-Gürpınar- Kırkgeçit üzerinden gerçekleşebilmektedir. Ancak ulaşım konusu önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü yaylaya ulaşmak için yaklaşık 125 km'lik yolun 40-50 km'sini arazi araçları ve bir kısmını da yaya yürümek durumundasınız. Bu olumsuzluklara rağmen özel amaçlı gelen turistlerin görmek isteyebileceği bu alan şayet altyapı sorunu çözülürse tur yaratan bir çekicilik olacaktır. Zira bu alan yayla turizmi amacıyla da kullanılmaya çok müsaittir.

Van ilinde yer alan diğeri tarihi değeri ise şu şekilde sıralamak mümkündür. Bunlar, Hoşap Bey Hanı,Kehrizler, Van  ifte Hamamı, Hoşap  ekale Hamamı, Taş kapı (Meher Kapı), Alniuni Kenti ve Taş Atölyesi, Pagan (Yeşilalı  Köyü) ve Demir eritme merkezidir. Sonuç olarak Van  li'ndeki bu tarihi değeri hem sayıca hem de çeşit bakımından zengin olması şüphesiz ki önemli bir durumdur. Ancak en az onun kadar önemli olan, bu değeri sürdürülebilir bir turizm çerçevesinde nasıl ve hangi enstrümanlar kullanılarak değeriendirilmesi ve korunmasıdır. Koruma kavramı bu tarihi değeri kullanılması için  n şarttır. Zira bilinmektedir ki insanoğlu eskiden beri önceki medeniyetlere ait kültürel değeri, yaşatmak ve gelecek kuşaklara iletmek için bir çaba göstermiş ve günümüze dek ulaştırmıştır. Önceleri taşınır değeri korunurken, zamanla taşınmaz kültürel değeri, tarihi eserler ve nihayet bugün, tarihsel  evre anlayışıyla geniş sınırlara varmış değeri korunması ve gelecek nesillere aktarılması önemli bir görev kabul edilmiştir. Bu noktada tarihsel değeri açısından zengin kabul edilen Van ilinde yapılması gereken, diğeri bütün turizm değeriinde olduğu gibi tarihi değeriinde verimli bir şekilde turizmde kullanılmasını sağlamaktır.

2.3. KÜLTÜREL DEĞERLER

Hızla gelişen ekonomik bir olgu olan turizm, 21. yüzyılda  ehre değiştirmekte ve giderek artan eğitim düzeyine bağlı olarak spesifik konulara ilgi duyan ekonomik gücü yüksek, turist sayısının artmasına neden olmaktadır. Bu süreç kültür turizmi adıyla tanımlanan başlıca bir turizm türünün oluşmasına neden olmakta ve turizm sektörü (endüstrisi)  zerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Kültür turizmi olarak adlandırılan bu turizm türü birçok bilim insanı tarafından tanımlanmıştır. Silberg'e göre kültürel turizm, bir toplumun, bölgenin veya bir grubun tarihsel, sanatsal, bilimsel veya yaşam tarzı ile tamamen veya kısmen motive olmuş yabancı bir ülkeden gelen kişilerin ziyareti olarak kabul görmektedir (Mccan and Ray, 2003: 59). Swarbrooke'e göre kültürel turizm, kültürel kaynaklar üzerine inşa edilmiş bir turizm türüdür. Bu kaynaklar klasik miras ile ilgili çekiciliklerden geleneksel el sanatları, yeme ve içme, hatta geleneksel sporlar ve oyunlara kadar sıralanabilir (McGettigan and Burns, 2001:137). Benzer bir tanımda Richards tarafından yapılmıştır. Richards'a göre ise kültürel turizm, "kişilerin kültürel gereksinimlerini karşılamak amacıyla, yeni bilgiler edinmek ve deneyimler yaşamak üzere, yaşadıkları yer dışında kültürel çekiciliklere sahip yerlere yaptıkları turizm hareketleri" olarak tanımlanmaktadır (Richards, 2001a).

Bu bağlamda Van sahip olduğu zengin kültür turizmi değeriini turizm adına kullanabilecek ve kültür turistlerine farklı deneyim ve

heyecanlar yaşatabilecek bir ildir. Çünkü ilde bir kısmı geçmişte yaşanmış ve bir kısmı da günümüze kadar gelebilmiş gelenek ve görenekler, din, dil, yaşam tarzı ve sanata ilişkin oldukça çok sayıda değer yer almaktadır. Bu değerlerin her biri turistleri bölgeye çekmede önemli çekim faktörleri olarak rol oynayabilirler. Ancak bu güne kadar çeşitli nedenlerle yeteri düzeyde kullanmayı başaramadığı bu kültür turizmi potansiyelini, iyi bir tanıtım ve pazarlama ile değerlendireceği muhakkaktır.

İnanç Turizmi: Dinsel inançlar, turizm hareketlerinin oluşmasında önemli bir yere sahiptir. Özellikle dinin toplumsal yapının temel ögesi olduğu ve toplumsal davranışların tamamına yakının dine bağlı bulunduğu ortaçağda, din, yolculuklarının başta gelen nedeniydi. Zira bilinmektedir ki, çeşitli dinler kutsal yerlerin ziyaretini zorunlu kılmaktadır. Bu durum özellikle turist kabul eden bölgeler için önemli bir ekonomik hareket yaratmaktadır. Bu harekete katılan turistler için mesafe ve ücret sınırlayıcı bir etken (ülkemizden Mekke ve Medine'yi ziyarete giden hacılar gibi) değildir. Dolayısıyla bu harekete katılan insanlar için asıl belirleyici ve motive edici faktör, gittikleri bölgenin duygusal atmosferi ve onlar üzerinde bıraktığı özel duygulardır.

Birçok uygarlığı içeren, engin coğrafyası ile Türkiye, dinsel kültür mirası bakımından eşine ender rastlanan bir ülkedir. Bu mirasın en yoğun ve zengin biçimde tezahür ettiği şehirlerden biri hiç şüphesiz ki Van'dır. Van'da ağırlıklı olarak kendini hissettiren ve damgasını vuran din, tarihi süreç içerisinde İslam olmuştur. Ancak Van'ın dinsel kimliği İslam'dan ibaret değildir. Van'da Hristiyanlık ve Yahudilik geçmişte yaşanmış ve tarihi dokunun şekillenmesinde etkili olmuştur. Van, özellikle Hristiyanlık tarihinde iz bırakmış mekânlarla doludur ve bu özelliği ile yerli ve yabancı turistlerin birinci derecede ilgi odağıdır. Van, geçmişte oldukça renkli bir dini yapıya sahne olmuştur. Doğal olarak bu dini yapı, Van'ın hem maddi hem de kültürel değerlerinin şekillenmesinde etkili olmuştur. Van'da yaşanmış bu dinler ve onların ortaya koymuş olduğu renklilik, ili kültürel değerler açısından bir dünya şehri haline getirmiştir. Van'a gelen turistler öncelikle Akdamar Adası ve kilisesini, ziyaret etmekte.

Bilindiği üzere bir mekanın inanç turizmine konu olması için öncelikle o mekanın söz konusu din açısından kutsal yada o bölge yada dine mensup insanlar için bir değer taşıması gerekmektedir. Aksi takdirde cami, kilise ya da herhangi bir dini mekân ne kadar görkemli olursa olsun sadece tarihi bir mekândan öteye gidemez. Dolayısıyla bir dini mekânın ya da herhangi bir merkezin inanç turizmine konu olması için o dinin mensupları tarafından özel bir yere sahip olması gerekmektedir. Akdamar Kilisesi de bu mekânlardan biridir. Zira son yıllarda bu özelliğinden dolayı her yılın Eylül

ayının ikinci haftasında bir ayine ev sahipliği yapmaktadır. Van'ın inanç turizmine konu olan diğer değerleri ise, Erek Dağı eteklerinde yer alan Bediüzzaman Said Nursi'ye ait ev, Bartholomeos Kilisesi ve diğer yerel değerlerdir.

Festivaller: Yerel demokrasinin geliştirilmesini, kendi öz gücüne inanma esasına dayanan davranış tarzlarının ve aksiyonların yaratılması, toplumun sosyal altyapısının oluşturulması veya geliştirilmesi amaçlarına yönelik bir süreç olarak ifade edilen festivaller (Frisby, 1983 : 32) ve olay temelli diğer girişimler şehirdeki diğer olayları ve çekicilikleri geliştirmek için bir araç olarak kullanılabilir (Richards, 2001b:60). Zira festivalleri turizm pazarlamasında, bir eğlence etkinliği olarak, ilin sosyal ve kültürel zenginliğinin yansıtılmasında önemli bir organizasyon olarak görmek mümkündür. Festivaller genelde kapsamı dar mahalli yada bölgesel organizasyonlar olmalarına rağmen, bir bütün olarak ele alındıklarında, önemi gittikçe artan bir turizm hareketi oluşturdukları tartışma götürmez bir gerçektir (Getz, 1984: 24). Van İli'nde gerçekleştirilen festivaller, ilin toplumsal gelişmesini etkileyen potansiyel bir güce sahiptir. Festivalleri ekonomik uyarıcı olmaları yanında aynı zamanda yapıldığı şehrin kültürel ve sosyal organizasyonlarını etkileyen ve geliştiren bir araç olarak da ifade etmek mümkündür. Van il merkezi ve ilçelerinde, yöreye has organizasyonların ve yapılan yıllık etkinliklerin festivaller çerçevesinde düşünülmesi ve düzenlenmesinin, Van'a büyük bir katkıda bulunacağına söylemek yanlış olamaz. Çünkü turizm sezonunun uzatılması ve topluma yeni bir gelir kaynağı yaratılması başta olmak üzere, şehir merkezine uzak yerlerde ekonomik aktivitenin canlandırılması, mahalli veya bölgesel bir tema veya bir imajın yaratılması ve ilin turizm etkinlikleri paketine katkıda bulunması şeklinde, bir dizi fayda sağlayacağı şüphesizdir.

Van İli'nde, müzik, yiyecek maddeleri, kültür, rekreasyon, eğlence, tarih, yaratıcı sanatlar, eğitim başlıklı bir çok festival düzenlenmek mümkündür. Bu festivallerde yarışmalar, yiyecek maddeleri, müzik, gösteri, sergi, tiyatro, folklor-dans, yarışlar, çocuklara yönelik etkinlikler, el sanatları, törenler, spor, turlar, rekreasyon, satış gibi olay ve atraksiyonlar ile yöreye gelir kaynağı yaratılması mümkün olacaktır. Ancak, Van'da yöre halkı festivalleri turizm atraksiyonu olarak değil de, daha çok sosyal, toplumsal ve kültürel bir kutlama olarak görmektedirler. Oysa bütün dünyada ve özellikle de son yıllarda ülkemizde festivaller turist çeken atraksiyonlar olarak görülmektedir.

Bünyesinde barındırdığı tarihi birikim açısından tarihi şehir olma özelliğine sahip olan Van, bu parlak geçmişine yakışır festival aktivitelerinde bulunamamaktadır. Oysa Richads'a göre hem festivallerin

popülerliği ve hem de yapılan aktivite ve organizasyonların genişliği ve çokluğu tarihi şehir merkezinin varlığı ile doğru orantılıdır (Richards, 1996: 265).

Müzeler: Tarihi ve kültürel turizmin gelişmesinde önemli bir yere sahip olan müzeler, gerek ulusal ve gerekse bölgesel bazda turizmin gelişmesine katkıda bulunabilmekteler. Özel ve önemli bir yere sahip olan müzeler, deneyim üretme politikalarında da köşe taşlarından birini oluşturlar. Ziyaretçiler için kültürel deneyimi geliştirerek “anlam fabrikaları” fonksiyonu oynamaları bu düşünceye yol açmaktadır (Rooijakker’e atfen Richards, 2001b:62).

Müzeler turizm kavramının ortaya çıktığı günden beri insanların ilgisini çekmiştir ve çekmeye devam edecektir. Müzeler ve anıtlar gibi kültürel çekicilikler Avrupa’da en büyük çekicilik pazarı oluşturdıkları gibi, şehir ve kırsal kesimin gelişim, planlama ve imaj zenginleştirme, artırma çabalarının da merkezinde bulunurlar (Richards, 2001a:3). Hatta bazı Avrupa ülkeler belirli bölgelerindeki daha az gelişmiş lokasyonlara ziyaretçi çekmek amacıyla yerel kültüre dayalı müze ve miras ile ilgili çekicilikler inşa etmektedirler (Richards,2001b: 63).



Foto 22 : Van Müzesinden Görüntüler

Modern toplumlarda turizmin önemli ve özel bir ögesi olan müzeler, Van için de bir temel çekicilik olabilir. Çünkü Van coğrafi konumunun kendisine kazandırdığı avantajlar nedeniyle, insanlık tarihinin bir çok aşamasında, yerleşmeye sahne olmuştur. Bunun sonucu olarak da birçok medeniyetin sınırları içinde kalmış, hatta Urartular gibi büyük bir medeniyetin kurulup geliştiği bir coğrafya olmuştur. Bölgede Anadolu’nun tarihine ve dolayısıyla Van’ın tarihine ışık tutmak için yapılan kazı sonuçlarında binlerce eser çıkarılmıştır. Çıkarılan bu eserlerin bir kısmı müzelerde sergilenirken, belki de daha büyük bir kısmı kazı alanında kaderine terk edilmiştir. Oysa Van’da yer alan kazı sahalarının büyük bir kısmı Van il merkezine yakın ve ulaşım imkanı olan yerlerdir. Bu sahaların birer açık hava müzesine dönüştürülmesi ve etrafında küçük de olsa

işletmelerin açılması, bu alanları birer çekim ve turistik cazibe merkezi haline getirecektir.

Önemli sayıda arkeolojik bulgunun yer aldığı Van’da, ilk arkeolojik araştırmaların 1800’lerde yapılmasına karşılık müzecilik faaliyetlerinin 1930’larda (1932) gerçekleştirildiğı görölmektedir. Urartular dönemine ait dünyanın en önemli maddi bulgularına sahip olan Van ili bu değerlerini sergileyecek yeni müzelere kavuşacağı zamanı beklemektedir. Zira mevcut Van müzesinin yeri ve kapladığı alan ihtiyaca cevap verememektedir. Uluslararası normlarda müzeler sadece tarihi eserlerin sergilendikleri yerler değil, aynı zamanda toplantı, gösteri, konferans ve basit ihtiyaçların (kafe, hediyelik eşya) giderildiğı, sosyal hizmetleri bünyesinde barındıran tesislerdir.

Mevcut müzenin bu ihtiyaçları karşılayamaması yeni arayışları beraberinde getirmiş ve halen devam etmekte olan müze binaları bittiğinde muhtemelen bu ihtiyaçları karşıladıkları gibi eserlerin büyük bölümünün sergilenebildiğı bir yapıya da kavuşmuş olacaklardır. Halen mevcut müze içinde yer alan ve en önemli yeri alan seksiyon hiç şüphesiz etnografik eserler seksiyonudur. Bu bölüm müze bahçesinde yer alan taş eserler bölümü, müzenin zemin katında yer alan arkeolojik eserler salonu ve iç avludan oluşmaktadır. Müze bahçesinde Urartu dönemine ait çivi yazılı zafer stelleri, kitabeler ve Tanrı Teişeba kabartması, Akkoyunlu ve Karakoyunlular Dönemine ait koç ve koyun şeklindeki mezar taşları yanında Selçuklular Dönemine ait mezar taşlarından oluşan zengin bir taş eserler koleksiyonu sergilenmektedir (Van Müze Müd., 2013). Ayrıca müzede yer alan Arkeolojik eserler ve Taş eserler salonları da çok zengin ve özel koleksiyonlara sahiptirler.

Yemek Kültürü: Yerel, bölgesel veya ulusal boyutta bir grup tarafından tüketilen yiyecek ve içeceklerle ilgili olan ve çeşitli özelliklerini tanıma atraksiyonu (Santich, 2004:18) olarak tarif edilen gastronomi, turizmin kültürel çekicilikleri arasında yer almaktadır. Başka kültürleri tanıma ve katılma ve güçlü kimliğe sahip başka insan ve yerlerle ilişki kurma deneyimi olarak tarif edilen kültürel turizmin, bir alt dalı olarak gösterilen gastronomi, (Santich, 2004:20) özellikle son yıllarda uluslararası turizmin gelişmesinde ve şekillenmesinde kendine yer bulabilen ve hatta sınırlıda olsa birinci tercih sebebi olma eğilimi içine girebilen bir sektördür. Hem destekleyici hem de tamamlayıcı bir çekicilik olarak karşımıza çıkan gastronomi (yiyecek-içecek) turizmi, Hudman’ın da belirttiğı gibi turizm sektörünün oldukça önemli bir elemanı olarak kendine yer bulmakta ve toplam turist harcamalarının yaklaşık %25’inin yiyeceğe yapıldığını ortaya koymaktadır (Quan ve Wang, 2004:299).

Ulusal-uluslararası pazarda kendine özgü bilinen ve kabul gören mutfaklara sahip destinasyonlarda, yiyecek ve içeceğin kendisi turistlerin o destinasyona seyahat etmesi için bir ana motivasyon olmaktadır (Quan ve Wang, 2004:302). Örneğin bir yemek festivalinde yiyecek ve içecekler, önemli bir çekicilik olmaları yanında, aynı zamanda turistlerin en üst derecede zevk almalarını sağlayan bir turistik araç olabilmektedir. Dolayısıyla bu durumda yeme ve içme destekleyici deneyim olmaktan çıkmış ve daha çok en üst derecede zevk almalarını sağlayan turistik bir deneyim olmuştur (Quan ve Wang, 2004:302-303). Sonuç olarak bu durum yerel ve geleneksel yiyeceklerin önemini artırmakta ve destinasyonda turizmin gelişmesinde yiyecek-içeceklerin göz ardı edilmemesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Quan ve Wang, 2004:303).



Foto 23: Van Mutfağı (Kahvaltı)

Birçok bilim insanına göre farklı deneyimler yaşamak için seyahate katılan turistler, gittikleri destinasyonlarda alacakları zevki en üst düzeye çıkarmak için çaba gösterirler. Bu bağlamda düşünüldüğünde turistlerin destinasyonda aradıkları asıl deneyimin yanında onu tamamlayan deneyimlere de ihtiyaçları vardır. Bu noktada yerel yiyeceklerin turistlerde uyandıracak zevk bazen asıl deneyimin bile önüne geçebilmekte ve turistin bölgeyi tekrar ziyaret etmesini sağlayabilmektedir. Bu noktada Van'ın, zengin ve bir o kadar lezzetli olduğunu düşündüğümüz yiyecekleri, diğer temel çekicilikleri destekleyici ve turistin en üst düzeyde zevk almasını sağlayıcı bir özellik gösterebilir.

Besleyici, lezzetli ve zengin çeşidiyle Van mutfağı özel bir yere sahiptir. Van mutfağında yemek yapma, yemek yeme ve beslenme kültürü karın doyurmanın ötesinde bir sanattır. Van Mutfağında dayanışma, paylaşma ve konukseverlik kendisini her aşamada hissettirir. Van yemeklerinin yapılışı zahmetlidir; emek ister, özel malzeme ve hazırlık ister. Geleneksel ev mimarisinde dahi mutfak evin en gözde mekânıdır. Van mutfağında kahvaltıya ayrı bir önem verilmektedir. Ancak yemek kültürünün o denli zengin olduğu bu şehirde yeme-içme işletmeleri sayıca

fazla olmalarına rağmen turistlerin yeme-içme beklentilerini tam olarak karşıladıklarını söylemek doğru olmasa gerek.

Yöresel El Sanatları: Bazı turizm destinasyonlarının temel çekiciliklerinden biri olabilecek özellikleri gösteren el sanatları, özellikle ziyaret edilen alanı hatırlama aracı olarak önemli bir misyon üstlenmektedir. Dolayısıyla destinasyona gelen turistlerin hatıra eşya alma hareketi ile başlayan bu süreç birçok açıdan turizm bölgesine katkıda bulunabilmektedir. Zira turistlerin turizm yöresinden almış oldukları eşyaları evlerine götürdüklerinde o turizm yöresini anmaları aynı yerin tekrar ziyaret edilmesini sağlayabilmektedir (Williams, 1998:15-16). Ancak bu doğrudan katkı yanında, başta ölmeye yüz tutmuş el sanatlarının yaşatılması, istihdam yaratılması ve küçük de olsa bir pazar ve dolayısıyla ekonomik katkı sağlamaları da önemlidir. Turizm yöresi açısından yukarıdaki katkıları sağlayan el sanatları, turizmin nedenleri arasında sayılan, insanların saygınlıklarını kazanmaları için de bir araç olarak kullanılabilir. Zira bir tatil yöresinden alınan hatıra eşya tatile çıkıldığının ve tatili hediyelik eşya ile özdeşleşmiş yöreden alındığının bir kanıtı olarak gösterilmekte ve turistik geziye çıkan insanların kendi çevrelerindeki saygınlıklarını arttırmaktadır (Doğan, 1987:16). Dolayısıyla hem turistik yöre ve hem de turist için önemli olan hatıra eşya üretim ve satışı, turizmin önemli bir sektörü haline gelmiştir.

Eski çağlardan beri yerleşmeye sahne olmuş olan Van, kültürel zenginliğini her alanda hissettirmiştir. Şüphesiz bunda bölgede kurulan medeniyetlerin etkisi yanında Van'ın özellikle İran ve Doğu Türkistan yol kavşağında bulunmasının da önemli rolü olmuştur. Bu coğrafi avantajı, Van'a zengin bir yöresel el sanatları çeşitliliği kazandırmıştır. Van'da turizm açısından önemli olan el sanatlarının başlıcaları, halı ve kilim dokumacılığı, gümüş (telkari) işlemeciliği, bakır işlemeciliği, el işlemleri, toprak ev eşyaları, geleneksel kıyafetler ve hayvan takıları şeklindedir. Ancak bunların dışında bugün yok olmuş veya yok denecek kadar az olan sanatlarda vardır. Bunlar, çuhacılık, saraçlık, pirinç işleri, sedefçilik, keçecilik, sicim ve diğer el dokuması işlerdir. Van'da halı- kilim dokumacılığı önemli bir potansiyele ve ulusal pazara sahipken, gümüş işlemeciliği geliştirilebilir bir el sanatı olarak turizm açısından kullanılabilir. Van'da dokunan kilimlerin özellikleri, ilik boylarının kısa olması, sık dokunması, ağırlıklı olarak koyu renklerin kullanılması, bordür sayısının azlığı, motiflerin sık ve karmaşık olması nedeniyle ulusal boyutta aranan kilimler arasındadır.



Foto 24: Van Kilimleri

Geleneksel Evler: Kültürel çekiciliklerden bir diğeri olan geleneksel evler ve kırsal kesimdeki konutlar turizmin önemli çekiciliklerindendirler. Ancak bugün söz konusu çekicilikler Van'da tarihi özelliğini yitirmiş ve doğal gelişimini bitirmiştir. Dolayısıyla sayıları sınırlı olan bu çekicilikler restore edilmeleri ve benzer mimari örneklerinin taklit edilmeleri suretiyle geleceğe bırakılacak birer eser olarak kalabilirler. Zira turizmin olumlu etkilerini yavaş yavaş görmeyi düşündüğümüz Van'da, eski kent dokusuna ve geleneksel evlerin rehabilitasyonuna önem verilmesi gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü Van Kalesinin hemen dibinde örnek olarak yapılmış olan bu evler turistlerin büyük ilgisini çekmektedir.

Kayıtlardan anlaşıldığına göre eski Van Şehri 1915 yılına kadar yaşanılan bir şehirmiştir. Ancak Rus işgaliyle birlikte tümüyle yıkılan şehir, geleneksel evlerini de kaybetmiştir. Bununla birlikte sayıları sınırlı olsa, yaklaşık 10 civarında eski Van evi günün şartlarına uyarlanarak kalabilmiştir. Söz konusu evler değişik planlarda ve formlarda inşa edilmelerine rağmen, işlevsellik olarak birbirleriyle benzerlik göstermektedir. (Öztürk, 1998). Yukarıdaki evler incelendiğinde, gerek yapılaşma düzeni ve gerekse yapım şekli ve biçimi, ihtiyaçların getirdiği zorunluluk, halkın kazandığı deneyim ve ortak yaşamın ürünleri olduklarını ortaya koymaktadırlar. Ancak, Van'da geleneksel mimarinin şekillenmesinde yaşam şekli, ekonomik faaliyetin etkisi ve tabi ki coğrafi faktörlerden topografya-iklim ve yapı malzemesi önemli bir rol oynamıştır.



Foto 25: Geleneksel Evler

Kıyafet: Bugün dünyada hızla gelişen ve değişen turizm eğilimleri ve turistler farklı arayışlar içine girmişlerdir. Bu arayışlar içinde özellikle birçok açıdan donanımlı olan turistler, farklı ülkelerin ve farklı insanların yaşam tarzları ve gelenekleri hakkında bilgilerini zenginleştirmek için kültürel deneyim arayışlarına girmişlerdir. Şüphesiz bu deneyimlerden biride yöresel kıyafetlerle ilgilidir. Turistler hem yeni yöresel kıyafetler görüp gözlem yaparak hem de bu kıyafetleri bazen giyip bazen de satın alarak farklı bir deneyim yaşamaktadırlar.



Foto 26: Yöresel Kıyafetler

Turizm bölgelerindeki yöresel kıyafetlerin zenginliği o bölgedeki turistlerin en üst derecede zevk almalarını sağlayan bir araç olabilir. Diğer bir ifadeyle ana motivasyonu destekleyen yardımcı bir motivasyon olmaktadır. Bu durum belki de turistin bölgeyi tekrar ziyaret etmesini sağlayan bir faktör olabilecektir. Bu nedenledir ki, Van'da, daha önce ifade edilen bir çok ana motivasyonu destekleyen böylesi bir yardımcı motivasyonun hem de oldukça zengin bir çeşitliğe sahip olarak bulunması pozitif bir değerdir. Bu pozitif değer hem erkek hem de kadın kıyafetlerinde kendini göstermektedir.

2.4. EĞLENCE VE DİNLENMEYE YÖNELİK ÇEKİCİLİKLER

Kış turizmi (Kayak Turizmi): Dağların ilk olarak turizme açılması sportif etkinliklerden dağcılık ve kayak sporu sayesinde olmuştur. Dağların kayak sporuna uygun alanlarının konaklama, ağırlama ve eğlence tesislerinin yapımı ile kayak merkezine dönüşmesi kış turizmini ortaya

çıkarmıştır. Kış turizmi kayak sporu ile ilişkili olduğu için kar yağışları, karın kalınlığı, karın yerde kalma süresi kış turizminin süresini belirlemektedir (Doğaner, 2001: 176-177).

Kış aylarının uzun ve karlı geçtiği bölgelerde alternatif bir turizm çeşidi olarak gelişen kayak ve/veya kış turizmi önemli bir atraksiyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuzey ve alp disiplini şeklinde iki başlıkta toplanan kayak sporu, bugün birçok dünya ülkesinde olduğu gibi, ülkemizde de önemli bir çekicilik olarak görülmektedir. Zira kayak turizmi, hem turizmin yazdan kışa kaydırılması ile zamana ve hem de deniz turizminden yoksun kalan iç bölgelerimizde alana yayılması açısından önemlidir. Bu önem turizmin devamlılığı açısından olurken, aynı şekilde, sektörde yaz sezonuna bağımlı olarak çalışan kesime de ek istihdam yaratması açısından da önemlidir.

Yüzey şekilleri, iklim ve karın kalitesi açısından en önemli bölgemiz olan Doğu Anadolu Bölgesi ve bu bölge içinde yer alan Van, kış turizmi açısından oldukça önemli bir potansiyele sahiptir. Turizmin önemli çekiciliklerinden biri olan kayak (kış) turizmi Van'da özellikle belirli bölgelerde kış sporları merkezi olabilecek oranda geliştirilmeye müsaittir. Bu sahaların düzenlenip kış turizmine açılması şüphesiz ki, bir çok açıdan Van'a katkı sağlayacaktır. Ancak bu sahaların turizme açılması belli bir plan çerçevesinde ciddi bir yatırımı ve teşviki gerektirmektedir. Bunların başında ulaşım, konaklama tesisleri ve mekanik tesislerdir. İlde kurulacak kış sporları merkezi hem kış sporlarına dayalı bir turizm çeşidinin gelişmesini sağlar hem de yarışmalar düzenlenmek suretiyle sportif amaçlarla da kullanılabilir. Aşağıda belirteceğimiz kayak merkezlerinin bir kısmı kış aylarında kayak merkezi olarak kullanılırken, yaz aylarında ise çim kayağı ve/veya rekreasyonel amaçlı tırmanışlar için kullanılabilirler. Kış sporlarından başta kayak olmak üzere uygun şartlar varken, şayet altyapı çalışmaları gerçekleştirilirse buz pateni, kızak gibi sporlarda yapılabilir.

Van'da kayak sporunun yapılabilmesi için gerekli yükseklik şartları 2000-3000m'ler arasında değişmektedir. Zira bu aralıktaki pistlerin tercih edilmesinin birkaç nedeni vardır. Bunların başlıcaları, arazinin çok dik ve engebeli yüzeylere sahip olmaması, kar örtüsünün uygun kalınlık ve sürede korunabilmesi ve uygun uzunlukta pist imkanlarının bulunabilmesi şeklindedir.

Van'da kış sporlarının yapılabilirdiği ve aktif olarak kullanılabilen yegâne kayak merkezi, Artos Dağı eteklerinde kurulmuş olan Abalı Kayak merkezidir. Van Gölünün güney doğusunda Artos dağının kuzeye bakan yamaçlarında kurulmuş kayak merkezi, konum olarak kayak turizminin yapılması için uygun bir mekândır. Kayak sporu yanında kırsal turizmin

(yaylacılık turizmi, tarımsal turizm, çiftlik turizmi, ekoturizm (trekking, kamp-karavan, yamaç paraşütü) yapılması içinde uygunluk arz eden saha aynı zamanda Van kent merkezine de yakın bir mesafede (45-50 km asfalt yol) yer almaktadır. Pist uzunluğu (kayma uzunluğu) yaklaşık 2000-2500 m olan dağda, karın kaymaya imkan verecek şekilde yerde kalma süresi yaklaşık 4 ay (Aralık ile Nisan arası) dır. Ancak bazı yıllar Mayıs ayı başlarına kadar yaklaşık 1,5 metre kar ve 1500-2000 metre kayma uzunluğu olmaktadır. Kuzey yamaçlarda ise bu durum daha uzun süre gerçekleşebilmektedir.

Kaplıca (Şifalı Sular) veya Termal Turizm: Kaplıca - şifalı sular veya termal turizm şeklinde anılan bu turizm türünde, termal tesis bünyesinde doktor ve sağlık personeli gözetiminde, tıbbi araç ve gereçler eşliğinde jeotermal suyun içerisinde bulunan belli oranlardaki minerallerin tedavi edici özelliğinden faydalanarak gerçekleştirilen kürlerin, sağlıklı yaşam ve dinlenmeye yönelik bütün hizmetlerini kapsamaktadır (Lawrence, 1996:38). Doğaner ise sağlık turizminin bir kolu olan termalizmi, soğuk ve sıcak mineralli suların sağlık amacıyla içme ve dış tatbiklerle kullanımı için turistlerin ulaşım, konaklama, ağırlama ihtiyaçlarının karşılanmasını kapsayan bir turizm çeşididir (Doğaner, 2001:74) şeklinde tanımlamıştır.

Türkiye çeşitli kayaçlardan oluşan jeolojik yapısı, genç tektonik hareketlerin etkisiyle derin kırık ve fayların ve aktif deprem kuşaklarının varlığı ve volkanik alanların geniş yer tutması gibi nedenlere bağlı olarak termal sular bakımından oldukça zengindir (Doğaner, 2001:77). Doğaner'in Türkiye için öngördüğü zenginlikler Van içinde söz konusudur. Zira, il sınırları içinde kalan hemen hemen her ilçede tektonik hareketlilik ve geniş alanlardaki volkanik etkinlikler nedeniyle kaplıca ve içmeler mevcuttur. Dolayısıyla içmeleri de içine alacak şekilde 18-20 dereceden daha sıcak ve içerisinde çeşitli mineralleri barındıran jeotermal suların dinlenme, zindeleşme, sağlık ve temizlik amaçlarıyla değerlendirilmesi olaylarına dayanan bir turizm şekli olan termal turizmi konusunda Van önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyelin çok az bir kısmı, o da yalnızca yerli halka hizmet verecek şekilde kullanılmaktadır. Bu kaplıcaların çoğunda konaklama, yeme-içme tesisleri ya tamamen yoktur ya da standarttan yoksun gelişmiş güzel yapılmış tesislerdir. Bu kaplıcaların başlıcaları şunlardır.

Hasan Abdal Kaplıcası: Erciş ilçesinin 28 km kuzeydoğusunda ilçeye bağlı Deliçay bucağında yer alan bu kaplıca 68°C sıcaklığa sahip olup, debisi 7 lt/sn dir. Masif bazalt kaya çatlaklarından çıkan suyun litresinde 4 grama yakın mineral bulunmaktadır. Başta romatizma olmak üzere birçok hastalığa iyi geldiği ifade edilen bu kaplıca yöre halkı

tarafından oldukça yoğun şekilde kullanılmaktadır. Kaplıcanın bulunduğu alanda bir konaklama tesisi olmasına karşın bu tesis standartlardan yoksundur.

Dergezin Kaplıcası: Muradiye ilçe merkezinin doğusunda Dergezin Köyü yakınlarında bulunan bu kaplıca 36°C sıcaklığı, 5 lt/sn lik debisi ve litresinde 1.8gramlık mineral miktarı ile 3. derecede önemli kaplıcalar arasına girmektedir. Ulaşım ve konaklama imkanlarının olmayışı nedeniyle turizm amaçlı kullanılmamaktadır. Ancak yerel halk tarafından kullanılmaktadır. **Doğancı Kaplıcası:** Erciş ilçesinde bulunan bu kaplıca, özel idare tarafından yaptırılmış olup şu an hizmet vermektedir. **Defriş Kaplıcası:** Çaldıranda ilçesinde bulunan bu kaplıcanın su sıcaklığı 36°C olup debisi 0,05 lt/sn dir. **Zereni Kaplıcası:** Çaldıran ilçesinde bulunan kaplıcanın su sıcaklığı 55°C debisi 1lt/sn dir.

Van kaplıcalar açısından zengin olduğu gibi içmeler açısından da oldukça zengindir. Bu içmelerin başlıcaları; Akbaş Köyü maden suyu Erciş, Aşağı Şerefhane maden suyu Çaldıran, Hozî maden suyu Başkale, Bolbülük maden suyu Özalp, Kanlı Budak maden suyu Başkale, Yoldüştü Köyü maden suyu Gürpınar'dır.



Foto 27: Hasan Abdal Kaplıcası **Foto 28: Bolbülük Maden Suyu**

Su Sporları ve Dalış: Denizlerin ve göllerin var olduğu ve müsait olduğu birçok ülke ve bölgede su sporları ve su altı dalış sporları yapılmaktadır. Üç tarafı denizlerle kaplı olan ülkemiz su sporları ve su altı dalış potansiyeli açısından oldukça zengindir. Türkiye özellikle son yıllarda denizlerle ilgili olan bu avantajını kısmen kullanmasına karşın, maalesef göller konusunda aynı şeyi söylemek pek mümkün değildir. Oysa denizlerle çevrili olan ülkemiz irili ufaklı birçok göle de sahiptir. Bu göllerin en büyüğü olan Van Gölü su sporları ve su altı dalış sporları açısından oldukça önemli bir potansiyele sahiptir.

Van ilinde, turizmin geliştirilmesi noktasında farkındalık yaratacak en temel turizm aracı olan Van Gölü, turizme konu oluyorsa da ancak mevcut kullanım kapasitesinin yeterli olduğunu söylemek yanlış olur. Her ne kadar son yıllarda özellikle Van Gölü Su Sporları Festivali kapsamında

etkin kullanılma çabaları olsa da bu durumun geliştirilerek ulusal bir festival havasına dönüştürülmesi ve en az 7-8 günlük küçük bir turizm sezonu yaratacak bir yapıya dönüştürülmesi gerekmektedir. Bununla birlikte bütün sezon boyunca da göl kıyısında hizmet verecek su sporları merkezlerinin oluşturulması ve Van'ı ziyaret eden bütün yerli/yabancı turistlerin hizmetine de sunulması gerekmektedir.

Van'da akarsuların boylarının kısa oluşu ve doğal olarak az su taşımaları rafting gibi su sporlarının yapılmasına fazlaca imkan vermemektedir. Ancak Bahcesaray ilçesinde bulunan ve aynı adı taşıyan akarsu üzerinde bahar aylarında rafting yapmak mümkündür. Son yıllarda bu akarsu üzerinde rafting yapan yerli turistlerin sayısında önemli artış olduğu gibi yabancı turistlere de rastlamak mümkün olmaktadır. Dalış sporlarında ise özellikle dünya rekoru denemelerinin yanı sıra ilde hizmet veren ve bu spora gönül vermiş sporcuların çabalarıyla yerel ölçüde organizasyonlar yapılmaktadır. Ancak göl tabanının çok renkli olmayışı veya tek düze oluşu spora ilgiyi azaltmaktadır. Bu nedenle ilgi çekmek için kullanılmayan bir uçak ya da gemi enkazının göle batırılması yeni bir arayış olabilir.



Foto 29: Su Sporları (Yelken ve Dalış Sporları)

Kamp-Karavan Turizmi: Doğa ile iç içe olmak, istenildiği yerde mola verebilmek gibi özellikleri nedeniyle doğa tutkunları tarafından gerçekleştirilen bu turizm şekli, ekonomik anlamda az katkısı olmakla beraber çevreye duyarlılık adına teşvik edilmesi gereken bir turizm çeşididir. Kamp-karavan turizmi açısından uygun olan Van Gölü kıyısı, başta doğal güzellikleri olmak üzere, tarihi çekicilikleri, kültürel zenginliği, sıcak ve samimi insanları ve iklimi ile özel bir mekandır. Ancak bu artıların yanında nitelik yönünden tesisleşmenin yetersizliği hatta bu turist türlerine yönelik hizmet veren tesislerin ya hiç olmayışı veya olanlarında, standartların çok altında ve konfordan yoksun oluşu gibi eksiklikleri bulunmaktadır.

Avcılık: Estetik ve turistik yönleri ile bir rekreasyon turizm şekli olarak insanların gereksinimlerine yanıt veren av turizmi, özel kulüp veya

acenteler tarafından av meraklıları için kara avcılığı ve deniz avcılığı şeklinde düzenlenmektedir (Olalı,1984:86). Avcılık bir çok turizm destinasyonu için konaklama imkanı yarattığı için önemli bir turizm çekiciliğidir. Bu konuda bazı ülkeler (Afrika ülkeleri ve Hindistan gibi) uzmanlaşmış olmasına karşılık. Ülkemizde bu konuda yeni bir takım girişimler bulunmaktadır. Bu konuda, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü Av ve Yaban Hayat Dairesi Başkanlığı'nın başlatmış olduğu çalışmalar oldukça ümit vericidir. Zira birçok ilin yaban hayvanlarının tespiti çalışması ve bununla doğru orantılı av saha ve zamanlarının belirlenmesi ve haritalanmasına yönelik faaliyetler sayesinde bu konuda da gelişmeler olmaktadır.

Türkiye ölçeğinde Orman Bakanlığınca A Grubu seyahat acentelerine verilen av turizmi izin belgesi ile birçok ilde avcılık turizmi yapılmaktadır. Bu verilen izin belgesinde av partisine katılacak avcının adı, soyadı, uyuğu, yurdumuza giriş ve çıkış yapacakları gümrük kapıları ve tarihleri, avlanacakları yer, avlanma tarihleri ve avlayabilecekleri av hayvanı türleri ve sayıları belirtilmektedir.

Av kaynakları açısından orta ölçekte bir potansiyele sahip olan Van, bu potansiyelini kullanma yönünde nerdeyse hiçbir girişimde bulunmamıştır. Daha öncede ifade edildiği gibi, tüm dünyada ve özellikle son yıllarda ülkemizde bir sektör haline gelmiş olan av turizmi, bir çekicilik olarak Van'da turizmin gelişmesinde kullanılabilecek bir kaynaktır. Planlı bir yaklaşımla yapılacak bir düzenleme ve envanter çalışmasından sonra mevcut türlerin sayısına bağlı olarak av turizmine sunulacak türler belirlenir ve sayısal çoğunluğa ulaşamamış türlerin korunması sağlanabilir. Bu durum av hayvanlarının devamlılığını sağlayacağı gibi ilin ekonomisine de olumlu katkı sağlayacaktır. Zira Van coğrafi konumu, yeryüzü şekilleri ve sulak alanlarının çokluğu nedeniyle birçok yaban hayvanına ev sahipliği yapmaktadır.

Av hayvanları çeşitliliğine bağlı olarak ortaya çıkan bu potansiyelin diğer turizm çekicilikleri ile desteklenmesi durumunda ile ekonomik katkı sağlayacaktır. Zira avcılık, avlanan hayvanlardan alınan ücretler, konaklama yaratması ve av malzemeleri satan işletmelerinin açılmasına neden olması sebebiyle turizm adına önemlidir. Ancak burada üzerinde durulması gereken nokta, doğal ortamdaki hayvanlar yerine çiftliklerde aynı hayvanların yetiştirilip av sezonunda salıverilerek av sporu yapılmasının sağlanmasıdır. Bu durum, hem doğal yaşamı koruma açısından hem de bir sektör olarak gelir kapısı oluşturmaları açısından daha sağlıklı ve verimli olacaktır.



Foto 30: Balık Avcılığı

Bisiklet Turizmi: Turizm aktiviteleri içerisinde cazip bir doğa sporu olarak giderek daha çok ilgi ve talep gören bisiklet turizmi, ürün çeşitliliğinin artırılması ve doğaya saygılı bir turizm atraksiyonu olarak geliştirilmesi gereken bir aktivitedir. Yoğun talep gören bu sporun geliştirilmesi için Van Gölü çevresi güzergah çeşitliliği ve yarışların düzenlenmesi için gerekli diğer değişkenler açısından uygun şartlara sahiptir.

Zira yıl içinde göl kıyısında gerçekleştirilecek yol bisikleti ve yine göl kıyısının farklı mekanlarında gerçekleştirilecek kros ve dağ bisikleti konusunda önemli bir potansiyele sahiptir. Çünkü Van ve bir bütün olarak Van Gölü kıyıları ve bu kıyılar boyunca uzanan karayolu, hem fiziki koşulların uygunluğu ve hem de görsel açıdan eşsiz manzarasıyla büyük bisiklet turu organizasyonlarına rahatlıkla ev sahipliği yapabilir.

Sportif Olta Balıkçılığı: Çok sayıda göle ve akarsuya sahip olan Van, bu potansiyelinin kullanılması noktasında, önemli bir atraksiyonda, sportif olta balıkçılığıdır. Giderek artan eko turizm ve bu turizm aktivitesine katılan insanlar, doğayla baş başa kalma ihtiyaçlarını çeşitli spor aktiviteleriyle bütünleştirmeye çalışmaktalar. Bu aktivitelerden biri hiç şüphesiz ki sportif olta balıkçılığıdır. Bu aktivitenin diğer doğa sporları ile birlikte Van'da bir planlama çerçevesinde gerçekleştirilerek ele alınması gerekmektedir. Bu tür sportif faaliyetler, konaklama süresini uzatır ve dolayısıyla turizmin ilin ekonomisine katkısını artırır. Zira Van'da turizmin en önemli sorunlarından biri, turistlerin konaklama süreleri ile ilgilidir.

Yayla Turizmi: Kendine özgü coğrafyası, farklı mikro klima iklim bölgelerine sahip olması ve zengin kültürel yaşam, ülkemizde yaylacılığı ve yayla yaşantısını oldukça önemli bir yere koymuştur. Bu anlamda bu renkliliği ve zenginliği yansıtan illerden biri olan Van, doğal güzellikler, etnolojik, flora, fauna ve insana ilişkileri açısından oldukça renklidir. Bu çeşitlilik, bir destinasyon olan Van turizmine yayla turizmi şeklinde farklı ve eşsiz olanaklar sunabilir. Özellikle son yıllarda doğal güzellikleri ve daha

da önemlisi sosyal etkinlikleri ile ön plana çıkan yaylalar önemli bir atraksiyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizin bazı bölgelerinde oldukça gelişen hatta ulusal ölçekte önemli sayılacak katılım sağlanan birçok yayla turizm bölgesi vardır. Bu bağlamda Van İli sınırları içinde bulunan potansiyel yayla turizm alanları uzaklık, ulaşım imkanlarının yetersizliği, sosyal istikrarsızlık, uzun süreli konaklama işletmelerinin olmayışı, altyapının bulunmayışı ve hatta günü birlik rekreatif faaliyetler için dahi yetersiz oluşları nedeniyle değerlendirilememişlerdir. Ancak ilde gerçekleştirilecek planlı ve toplu bir turizm yapılanması ile bu çekicilikler gerekli yatırımlar yapılmak suretiyle değerlendirilebilir.

Zira yakın zamana kadar hayvancılık amacıyla kullanılan bu yaylalar ki, özellikle Gürpınar ilçesinin güneydoğusunda yer alan Trişin ve Kırkgeçit yaylaları, Aladağ yaylası, Tendürek dağının Van İli sınırları içinde kalan yaylaları, Çadır Dağının belli kesimlerindeki alanlar doğal görünümeleri, temiz havaları ve farklı insan ilişkileri açısından turizm amaçlı kullanılabilirler.



Foto 31: Yaylacılık (Kavuşahap ve Tendürek Dağlarındaki Göçebe Hayvancılık Yapan Ailelerin Çadırları)

Atlı Doğa Yürüyüşü: Yüksek döviz girdisi elde edilebilecek aktivitelerden biri olan bu atraksiyon, Van'ın coğrafi yapısı ve görsel güzelliği nedeniyle ilgi görebilecek bir aktivite olabilir. Ancak günümüzde il bünyesinde böyle bir aktivitenin yapılmıyor olması bir kayıp olarak görülebilir. Oysa turistlerin atraksiyon motivasyonlarını arttırabildiğimiz sürece veya diğer bir ifadeyle daha çok motivasyon (etkinlik) suna bildiğimiz sürece onların konaklamasını sağlayabiliriz. Atlarla yapılacak olan bu turların turistlerin konaklama taleplerini arttıracak görüşündeyiz.

Tren Turizmi: Fransa ve Almanya başta olmak üzere bir çok Avrupa ülkesinde ve A.B.D'de belirli güzergahlarda nostaljik bir atmosferde gerçekleştirilen tren turizmi oldukça popüler bir şekil almaya başlamıştır. Ülkemiz ölçeğinde düşünürsek pek de gündemde olmayan bu turizm çeşidi aslında kendisi bir nostalji olan tren taşımacılığının bu alanda faaliyet göstererek hem ekonomik anlamda hem de kendini yenileme adına gerçekleştirilmesi Türk turizmine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda Türkiye

ve İran'ı birbirine bağlayan, doğal ve beşeri açıdan oldukça orijinal sayılabilecek güzelliklerin yer aldığı bir güzergah boyunca seyreden hat, tren turizmi açısından müsaittir. Bu hat boyunca gerçekleştirilecek seyahatler ilin turizmine katkıda bulunacaktır.

Bu bağlamda İstanbul'dan başlayarak Van üzerinden İran'a giden ve tekrar İran'dan başlayarak Van üzerinden İstanbul'a dönen trenin iki şekilde Van'ın turizmine katkısı olabilir. Bunlardan ilki direkt olarak turist (yolcu) taşımacılığı şeklinde olan katkısı, ikincisi ise özellikle turizm amaçlı vagonların oluşturulması ve bu vagonların belli merkezlerde konaklama yapacak ve konakladıkları ilin doğal ve tarihi değerlerini gezebilecek bir yapıda düzenlenmesi şeklinde olacaktır. Bunlardan ilki özellikle İranlı turistlerin ili ziyaret etmesinde önemli bir araç olarak karşımıza çıkarken, ikincisi yani turizm amaçlı vagon oluşturulması düşüncesi hem Van'a hem de Türkiye turizmine katkı sağlayacaktır. Zira düzenlenecek tren seferleri ile İstanbul-İran güzergahı boyunca belli merkezlerde bir belki iki veya daha fazla geceleyerek konaklama yapılabilecek ve o ilin değerleri gezilip görülebilecektir. Şüphesiz bu merkezlerden en önemlisi Van olacaktır.

Gençlik Turizmi:“Gençlik turizmi 15-24 yaş dilimleri arasındaki bireylerin, anne, baba veya diğer aile yakınları olmaksızın turizme katılmalarıdır”(Kozak v.d., 2000:16). Gençlik turizmi bazı özellikleri ile diğer turizm şekillerinden ayrılmaktadır. Bu özellikler fikren ve fiziki olarak gelişmelerine katkıda bulunacak niteliktedir. Bunlar; dünya barışını sağlamada önemli yer tutuyor olması, gençlerin ve öğrencilerin fiziki güçlerini yükselterek, üretken faaliyetlerini hızlandırabiliyor olması ve gençlerin ruhsal ve kültürel yönde gelişmelerine yardımcı olması şeklinde sıralanmaktadır (Gökdeniz, 2004:95).

Bu bağlamda başta geleceğimizin teminatı olarak adlandırdığımız gençlere sosyal, zihinsel ve bedensel anlamda kendilerini yenileme ve geliştirme ortamı olarak Van İlinin seçilmesi oldukça anlamlı olacaktır. Bu turizm şekli ile Van'a gelecek gençler hem Van'ı yakından tanıma ve deneyimleme şansı bulacak, hem de kendilerini geliştirme adına bir etkinlik yapmış olacaklar. Dolayısıyla iki taraflı bir etkileşim ve kazanım söz konusudur.

SONUÇ

Van iklim, akarsular, yeryüzü şekilleri, göller gibi doğal, kiliseler, camiler, müzeler, kaleler, arkeolojik değerler gibi tarihsel, folklor, yöresel el sanatları, yemekleri, geleneksel evleri gibi kültürel değerler açısından oldukça zengin bir turizm çekiciliğine sahiptir. Ancak ilde var olan bu

potansiyel çekicilikler değişik nedenlerden dolayı yeterince değerlendirilememişlerdir. Şüphesiz bunda birçok faktör etkili olmuştur. Bu faktörlerin başında Akdeniz, Ege ve Marmara gibi kitle turizmini çeken bölgelere ve potansiyel turizm pazarlarına uzak olması, bölgenin ve Van'ın doğal, sosyal ve ekonomik olmak üzere kendine has bir takım sorunların bulunması, ilde turizm altyapısının henüz yerleşmemiş olması ve turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması başlıcalarıdır. Her ne kadar bugüne dek bütün bu faktörlerden dolayı turizm gerçek anlamda geliştirilemediyse de görülen o ki, Van'ın gelecekte temel ekonomik kalkınma göstergesini olumluya çevirecek sektörlerden biri, turizm olacaktır. Çünkü Van'da sanayi ve ticaret gibi sektörlerin yeterince gelişmemesi ve geliştirilmesinin uzun zaman ve önemli miktarda sermaye gerektirmesi, turizm gibi kısa zamanda ve fazla kaynak gerektirmeden gerçekleşen yatırımları cazip hale getirmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, Van gibi illerin ekonomik anlamda kendilerini geliştirmelerinde turizm önemli bir yere sahip olacaktır. Ayrıca turizmdeki bu gelişme sanayi, hizmet ve tarım gibi sektörlerin turizmle ilgili olan kısımlarını geliştirecek ve buna bağlı olarak ekonomik canlanma gerçekleştirecektir.

Zira Van gerek beşeri ve gerekse doğal kaynaklar açısından bugün dünyada oluşmakta olan yeni turizm anlayışına iyi bir örnek teşkil etmektedir. Ancak doğal ve beşeri kaynakların yeterliliği turizmin başlaması için bir gereklilik olmakla beraber asıl belirleyici faktörlerin turizm altyapısı olduğu bilinen bir gerçektir. Bu noktada Van başta ulaşım olmak üzere, konaklama ve diğer altyapı ve üstyapı konularında yeni açılımlar yapması gerekmektedir. Zira turizm geçmişi eski olmasına karşılık hala turizm pazarını ve turist çeşidini belirlemede yeterli girişimde bulunmadığını söylemek yanlış olmasa gerek. Dahası turizm değeri olarak lanse edilen çekiciliklerin birçoğunun yetersiz bilgilenme ve sadece tarihi değerlerle sınırlı tutulması, çekicilikleri tur yaratan çekiciliklerden öteye götürememiştir. Oysa birçok dünya ülkesinde belirleyici turizm çeşidi olan ve alternatif turizm diye hızla gelişen bu turizm çeşidine, Van iyi bir örnek teşkil etmektedir. Daha öncede ifade edildiği gibi Van'ın turizme ilişkin temel sorunlarından biri konaklama süresi ile ilgilidir. Diğer bir ifadeyle Van'ı ziyaret eden turistler ya konaklamıyor veya bir-iki günle sınırlı bir konaklamayı tercih ediyorlar. Şüphesiz bu durumun aşılmasında doğal çekicilikler (alternatif turizm kapsamında) belirleyici rol oynayabilirler. Alternatif turizm kapsamında kullanılacak olan bu doğal kaynaklar konaklama gerektirdikleri için ilin katma değerine daha büyük oranda katkı sağlayabileceklerdir.

Van, var olan sosyoekonomik ve sosyokültürel yapısı ve insan kaynakları ile turizm adına bir dönüşüm ve bir değişim gerçekleştirmelidir. Ayrıca bu yeni süreci halkın turiste ve turizme göstermiş olduğu olumlu tepki desteklemektedir. Zira halk, Van'da ekonomik canlanmanın ve yeni iş imkânları yaratmanın en önemli araçlarından birinin turizm olduğu kanaatinde-dir. Dolayısıyla olumsuz gibi görünen birçok değişken, turizme olan eğilim ve pozitif yaklaşım sayesinde kısa sürede aşı-lacaktır. Ancak sürecin anlamlı olması için, yerel politikaların egemen olduğu ulusal destek görmüş planlı turizm yaklaşımı gereklidir. Ancak özellikle tekrar üzerinde durulması gereken konu bölge halkının ve işletmelerin katılımının sağlandığı planlama çalışmalarının olması gerektiğidir. Zira geçmişte (Van'ı da kapsayan) bölge gerçeğ-i, turist türü ve turizm çeşidi dikkate almadan yapılmış olan planlardaki açılımlar ve yaklaşımlar kanaatimizce tamamen gerçekten uzak ve anlamsız olmuş-lardır. Bu nedenle bütün açılımların rasyonel ve pozitif katkı sağlayacak şekilde düzenlenmesi için ki; özelliklede sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik ve insan kaynaklarına ilişkin açılımların aşılması noktasında, ulusal politikalarla desteklenmiş bir turizm planına ihtiyaç vardır.

Sonuç olarak, bir destinasyon olarak Van'da turizmin hangi ölçekte geliştirileceğ-i, hangi turist tiplerinin hedefleneceğ-i, kimlerin etkileneceğ-i ve etkilerinin ne boyutta olacağı, bölge veya turistik alanın doğal ve beşeri kaynaklarının başta ekonomisi olmak üzere turizmi ne şekilde destekleyeceğ-i (etkileyeceğ-i), toplum, kültür ve çevresine turizmin etkilerinin ne olacağı sorularına açıklık getirilmelidir. Araştırma sahamızda bu sorulara doğru cevapların alınması tarihi, doğal ve kültürel çekicilikler açısından zengin olan Van İli'nin doğru ve sürdürülebilir bir plan çerçevesinde bu değerlerini kullanabilmesine ve dolayısıyla turizm kapasitesini önemli ölçüde artırmasına ve gerek bölge içinde gerekse Türkiye ölçeğinde önemli bir turizm destinasyonu haline gelebilmesine katkıda bulunacaktır.

KAYNAKLAR

- ASHWORT. G, and TUNBRIDGE. J.E., 1990, Touristic Historic City London, New York.
- BELLİ, O., 1977. Urartular Çağında Van Bölgesi Yol Şebekesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İst. Üniv. Edebiyat Fak. Eskiçağ Tarihi Kürsüsü, İstanbul.

- BELLİ, O., 1989, Van Bölgesinde Urartu Baraj ve Sulama Sisteminin Araştırılması, VI. Araştırma Sonuçları Toplantısı, 23-27 Mayıs, Ankara, s,313-332
- BÜYÜK LAROUSSE., 1986, Cilt. 2, s 38, İstanbul
- DOĞAN, H.Z., 1987, Turizmin Sosyo Kültürel Temelleri, Uğur Ofset Matbaacılık ve Tic., İzmir
- DOĞANER, S. 2003. “Miras Turizminin Coğrafi Kaynakları ve Korunması” E.Ü. Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2. Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu (16-18 Nisan 2003) s.1-8, İzmir.
- DOĞANER, S., 2001, Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitapevi, İstanbul.
- FRISBY, W., 1983. The Organizational Structure and Effectiveness of Canadian National Sport Covering Bodies, Unpublished Doctoral Dissertation. University of Waterloo. Canadian.
- GETZ, D., 1984. “Tourism, Community Organization and the Social Multiplier, “ In Leisure, Tourism and social Change, Centre For Leisure Research, Dunfermline College. Edinburgh
- GÖKDENİZ, A., 2004, Turistik Ürün Analizi, Balıkesir.
- GUNN, C, A., 1988, Tourism Planning, Second Edition, Taylor & Francis, New York
- http://www.gap-dogu-kalkinma.com/turizm/28_kus_goz.htm 10/11/2013.
- İÇÖZ, O. ve KOZAK, M., 1988, Turizm Ekonomisi, Turhan Kitapevi, Ankara.
- INSKEEP, E., 1987, *Environmental Planning For Tourism*, Annals of Tourism Research, Vol. 14. S, 118-135
- KAYAÇELEBİ, K., 1990, Doğunun Yıldızı Van, Zafer Matbaası, İstanbul.
- KOZAK, N, KOZAK, M A, KOZAK, M., 2000, Genel Turizm, ilkeler-Kavramlar, Turhan Kitapevi, Geliştirilmiş Dördüncü Baskı, Ankara.
- LAWRENCE, R.J., 1996, Urban Environment, Health and the Economy, our Cities our Future, Policies and Action Plans for Health and Sustainable Development, OECD, WTO, Madrid.
- MCCAIN, G., RAY, N.M. 2003. “Legacy Tourism: The Search for Personel Meaning in Heritage Travel”, Tourism Management 24, 713-717.

- McGETTIAN, F., BURNS, K. 2001. "Clonmacnoise: a Monastic Site, Burial Ground and Tourist Attraction", Cultural Attractions and European Tourism (Edited by Greg Richards), 135-159, CABI Publishing, UK.
- OLALI, H., 1990, Turizm Politikası ve Planlaması, İşletme Fakültesi Yay.No.228, İşletme İktisadi Enstitüsü Yay.No 122, Yön Ajans, İstanbul.
- ÖZGÜÇ, N., 1998, Turizm Coğrafyası, Özellikler-Bölgeler, Çantay Kitapevi, İstanbul.
- ÖZTÜRKŞ., 1998, Mimari Açısından Tarihi Van Evleri, Dünyada Van Dergisi, İstanbul, S.12, s.29-29.
- PRIDEAUX, B. 2003, "Creating Visitor Attractions in Peripheral Areas", Managing Visitor Attractions (Edited by Alan Fyall, Brian Garrod and Anna Leask, s.58-73, Elsevier Printed, Burlington
- QUAN, S., Wang, N., 2004: "Towards A Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences In Tourism" Tourism Management 25 (2004), S.297-305.
- RICHARDS, G. 1996. "Production and Consumption of European Cultural Tourism" Annals of Tourism Research, Vol.23, No.2, pp.261-283, Great Britain.
- RICHARDS, G. 2001a. "Development of Cultural Tourism in Europe" Cultural Attractions and European Tourism (Edited by Greg Richards), 3-31, CABI Publishing, UK.
- RICHARDS, G. 2001b. "Cultural Attraction Distribution System", Cultural Attractions and European Tourism (Edited by Greg Richards), CABI Publishing, UK. 57-76,
- ROBINSON, H. 1976. A Geography of Tourism, MacDonald and Evans Limited, London.
- SANTICH, Barbara, 2004. "The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training", Hospitality Management 23 (2004), s.15-24.
- UYANIK, M., 1968, Van Hakkari Sınırında Trişin Yaylasında Bulunan Kaya Resimleri Hakkında Kollogium, Belleten XXXII /125, Ankara, s.97-104
- VAN VALİLİĞİ, 1999, Cumhuriyetin Yetmişbeşinci Yılında Van, ERK yayıncılık, Ankara

WILLIAMS, S. 1998. Tourism Geography, New York.

YURT ANSİKLOPEDİSİ. 1985, Van Maddesi, Cilt 10, s, 7534-7617,
İstanbul.

TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ: VAN İLİ BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

Yrd. Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ*

ÖZET

Bu çalışma, turizm sektörünün ekonomi içindeki yeri ve önemini Van ili özelinde değerlendirmeye çalışmıştır. Bu bağlamda Van'ın turizm potansiyelini ve Türkiye turizmi içerisindeki yeri ve önemi incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Van ili doğal güzellikleri ve coğrafi özellikleriyle beraber, bölgede yaşamış olan farklı medeniyetlerin kültürel izlerini taşıyan mirası ve geleneksel yaşam biçimleri ile dünya genelinde trend haline gelmiş birçok turizm çeşitlerinin potansiyelini bünyesinde barındıran önemli bir turizm bölgesi niteliğindedir. Ancak Van, Türkiye'nin turizme en elverişli bölgelerinden biri olmasına rağmen, turizm sektöründe hak ettiği yeri alamamıştır. Nitekim 2012 yılında Van'ın turizminin elde ettiği gelir Türkiye'nin bu sektörden elde ettiği gelirin sadece yaklaşık %0,13'ünü oluşturduğu tahmin edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizmin Ekonomik Önemi, Van, Turizm, Van'ın Turizm Kapasitesi ve Turizm Göstergeleri.

* YYÜ. İİBF/İktisat Bölümü/smeryem@yyu.edu.tr

1. GİRİŞ

Turizm, İkinci Dünya Savaşı sonrasında ticari havayolu endüstrisinin oluşturulması ve 1950’li yıllarda jet uçaklarının kullanılması ile önemli ölçüde büyümüştür. 1992’li yıllara gelindiğinde ise dünyada en fazla istihdamın sağlandığı en geniş sektör halini almıştır. Bugüne geldiğimizde artık uluslararası turizm, hem yeni iş olanakları tanınması hem de döviz kazanmanın önemli bir aracı olarak çok sayıda ülke hükümetlerinin odağı haline gelmiştir. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyine göre brüt üretimi kapsamı açısından hem istihdam ve vergi katkısı hem de sermaye yatırımı ve katma değer açısından dünyadaki en büyük sektör turizmdir (Aslan, 2008).

Tablo 1. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Gelişimi (1950–2012)

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Artış Oranı (%)	Turizm Geliri (Milyar \$)	Artış Oranı (%)
1950	25.3	-	2.1	-
1960	69.3	173.9	6.8	223.8
1970	165.8	139.2	18	163.2
1980	287.8	73.5	102	471.5
1990	438.0	52.1	269	162.9
2000	686.0	56.6	475	76.5
2001	684.0	-0.2	463	-2.5
2002	703.0	2.7	480	3.6
2003	691.0	-1.7	523	8.9
2004	763.0	10.4	623	19.1
2005	803.0	5.2	676	8.5
2006	846.0	5.4	733	8.4
2007	901.0	6.5	858	17.0
2008	919.0	2.0	941	9.7
2009	882.0	-4.2	852	-9.4
2010	940.0	6.5	919	7.8
2011	983.0	4.5	1.030	12.0
2012	1.035	5.3	1.075	4.4

Kaynak: UNWTO, TourismHighlights, 2008, Madrid, Spain ve UNWTO, TourismHighlights, 2010, Madrid, Spain ;TourismHighlights, 2013, Madrid,verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, telekomünikasyon ve bilgi teknolojileri ile birlikte dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelen turizm sektörü, Batı’da petrokimya endüstrisinden sonra en büyük ikinci sektör konumunda olup dünyada ise,

genelde ilk üç büyük sektör arasında yer almaktadır (Pınar, 2005). Tablo 1 incelendiğinde dünyada turizm gelirlerinde ve turist sayısında artan bir eğilimin olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, dünya turizm gelirleri 1950 yılında 2.1 milyar Dolar iken, 2012 yılında 1.75 milyar Dolara ulaşmıştır. Benzer durum turist sayısı için de geçerlidir. 1950’de 25,3 milyon kişi, uluslararası turizm hareketlerine katılmış iken, bu sayı 2012’de 1.035 milyon kişiye çıkmıştır. Ancak 1990’ların başından bu yana dünya turizmine katılanların sayısı ve dünya turizm gelirlerinin seyrine bakıldığında, dikkati çeken en önemli nokta her iki büyüklükteki oransal değişmelerin istikrarsız bir yapı göstermesidir. Dünyadaki sosyo-politik gelişmeler, savaşlar, terör olayları ve finansal krizler, sektördeki istikrarsızlığı açıklayan en önemli etkenler olarak sıralanabilir (Samırkaş, 2011).

Turizm, ekonomik aktivitelerdeki çarpan etkisi ile dünyanın en dinamik ve en büyük endüstrilerinden biridir. Turizm; ödemeler dengesine etkisi, istihdam ve gelir yaratması, katma değerinin çok yüksek olması, altyapı ve üstyapıya olumlu etkileri ve diğer sektörlerle etkisi nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından önemli bir sektör konumuna gelmektedir (Özkök, 2006). Ayrıca, turizm, özellikle ülkelerin öz kaynaklarına dayalı bir kalkınma ve büyüme stratejisine olanak sağlamasından dolayı bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarını ve yoksulluğu azaltmada etkin bir araç olarak kullanabileceği ifade edilebilmektedir (Samırkaş, 2011). Bu bilgiler ışığında, yapılacak bu çalışmanın nihai amacı turizmin ekonomi içindeki yeri ve önemini, Türkiye ve Türkiye’de diğer bölgelere göre gelişmişlik farkının en çok olduğu TRB2 bölgesinde yer alan Van ili özelinde değerlendirmektir. Bu bağlamda çalışmada giriş bölümünü takip eden ikinci bölümde turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü ve dördüncü bölümde ise çalışma alanı olarak seçilen Van ilinin sosyo-ekonomik ve turizm göstergelerine yer verilerek son bölümde ise, Van turizminin Türkiye’deki yeri ve ekonomiye katkıları üzerine bir değerlendirme yapılmıştır.

2. TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Türkiye’de turizm sektörü özellikle 1980 yılından sonra çok büyük bir gelişme göstererek, ülke kalkınmasında lokomotif görevi üstlendiği görülmektedir. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarından sonra, Türkiye’de ithal ikameci politika terk edilerek, ihracata yönelik sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. Böylece, Türkiye’de serbest piyasa ekonomisinin temel prensibi olarak kabul edilen ihracat odaklı sanayileşmenin

gerçekleştirilmesinde turizm sektörü; kolay, etkili, verimli ve nispi olarak da ucuz bir araç olarak görülmüştür (Bahar, 2006).

Turizmin gelişmesinde önemli bir etken ise, 1982 yılında yürürlüğe giren “2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu”dur (Tosun, 1999). Bu kanun ile sektöre yapılan yatırımlar artmış ve Türkiye’de turizmin gelişmesi için önemli bir adım atılmıştır. Bununla birlikte 17 Haziran 2003 tarihinde uygulamaya konulan “4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu” ile Hazineden izin alma prensibi kaldırılarak, yabancı yatırımcı ile yerli yatırımcıya eşit şartlar getirilmiştir. Böylece, 50.000 ABD Doları sermaye koşulu da kaldırılmıştır (Ege ve Gürdoğan, 2005). Dolayısıyla, ülkeye giren Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY) ve sonuçta şirket sayısında 2002 yılından sonra önemli artışlar yaşanmıştır. Turizm, Türkiye ekonomisi için her geçen gün önemi artan bir sektördür ve turizmin Türkiye ekonomisi açısından önemi makroekonomik göstergeler açısından incelendiğinde konu daha iyi anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Türkiye’de Turizm Sektörüne İlişkin Temel Makro Ekonomik Büyüklükler

Göstergeler	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2012
Turist Sayısı (bin kişi)	724	1.288	5.389	7.726	10.428	20.273	28.511	36.776
Turizm Geliri(Mily.\$)	51,6	326,7	3.225,0	4.957,0	7.636,0	18.152	20.806	29.007
Turizm Geliri/ GSMH (%)	0,5	0,6	2,1	3,0	3,8	5,0	2,8	3,7
Turizm Geliri / İhracat Geliri (%)	8,8	11,2	24,9	22,9	27,8	24,7	18,2	19,2
Dış Ticaret Açığını Kapatmadaki % Payı	1,1	6,5	28,6	30,8	37,3	55,7	46,0	43,7

Kaynak: www.turizm.gov.tr; www.tcmb.gov.tr; www.dpt.gov.tr; tursab.org.tr’den yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde, turizm gelirlerinin çok hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. 1970 yılında 51,6 milyon Dolar olan turizm gelirleri, 1980 yılına gelindiğinde, 10 yıllık sürede yaklaşık 6,5 kat artarak, 326,7 milyon Dolara ulaşmış ve 2012 yılında ise 29 milyar Dolar olmuştur. Benzer şekilde, turizm gelirlerinin GSMH’ye oranı 1980 yılında %0,6 iken 2012 yılında %3,7’e yükselmiştir. Turizmin en önemli getirilerinden biri de, ülkeye döviz girişi sağlamasıdır. Bu özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için çok önemlidir. Çünkü Türkiye’nin dış ödemeler bilançosundaki açık uzun yıllardır bir sorun olarak devam etmektedir. Turizm sektörü 2012

yılında %43,7 oranla dış ticaret açığının kapanmasında Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde, Türkiye 2012 yılında dünyada en fazla turist çeken altıncı ülke olduğu görülmektedir. En fazla turist çeken ilk on ülke arasına girmiş olmasına rağmen en fazla gelir elde eden ilk on ülke arasına girememiştir.

Turizm sektörü istihdam yaratma açısından da önemli bir sektördür. Türkiye’de, turizmde (otel ve restoranlarda, seyahat acentelerinde, ulusal turizm yönetiminde ve turizm endüstrisinin diğer sektörlerinde) istihdam edilen işgücü miktarının 1980’de 80 bin, 1988’de 140 bin, 1995’te 200 bin civarındadır. Türkiye’de 2001 yılında, turizm sektöründe 1 milyon 700 bini doğrudan istihdam olmak üzere, 2,5 milyon kişi istihdam edilmiştir. 2003 yılı sonu itibariyle bu sektörde doğrudan istihdam 1 milyon 200 bini aşmış ve bu sektörün dolaylı olarak yarattığı toplam istihdam ise 3 milyonu geçmiştir Doğrudan ve dolaylı istihdam açısından aile fertleri göz önüne alındığında Türkiye’de yaklaşık 10 milyon insan geçimini turizm sektöründen sağlamaktadır (Bahar ve Samırkaş, 2009).

Tablo 3: Uluslararası Turist Sayısı (Milyon Kişi)

ÜLKELER	2011	2012
1. FRANSA	81.6	83.0
2. ABD	62.7	67.0
3. ÇİN	57.6	57.7
4. İSPANYA	56.2	57.7
5. İTALYA	46.1	46.4
6. TÜRKİYE	34.7	36.7
7. ALMANYA	28.4	30.4
8. İNGİLTERE	29.3	29.3
9. RUSYA	22.7	25.7
10. MALEZYA	24.7	25.0

Kaynak: UNWTO, TourismHighlights, 2013

Türkiye’de turizm sektörünün önemli bir gelişme gösterdiği kendisini turizm işletme ve yatırım belgeli tesislerin sayısında ki artışla da göstermiştir. Tablo 4’de Türkiye’de turizm sektörünün arz kapasitesi, konaklama tesisleri açısından incelenmektedir. 1980 yılında turizm işletme ve yatırım belgeli toplam 778 olan tesis, 42.011 olan oda ve 82.332 olan yatak sayısı; 2012 yılına gelindiğinde sırasıyla 3.830, 463.039 ve 979.896 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar, 1980 yılından sonra turizm sektörünün çok büyük bir gelişim gösterdiğinin kanıtıdır. Bu büyük gelişimin en önemli nedeni sektöre yapılan yatırım, teşvik ve doğrudan yabancı sermaye yatırımları uygulamasıdır.

Tablo 4: Türkiye’de İşletme ve Yatırım Belgeli Tesislerin Yıllar İtibariyle Gelişimi (1980–2012)

	Turizm İşletme Belgeli Tesisler			Turizm Tesisler	Yatırım	Belgeli
YILLAR	TESİS	ODA	YATAK	TESİS	ODA	YATAK
1980	511	28.992	56.044	267	13.019	26.288
1990	1.260	83.953	173.227	1.921	156.702	325.515
2000	1.824	156.367	325.168	1.300	113.452	243.794
2001	1.980	175.499	364.779	1.240	107.262	230.248
2002	2.124	190.327	396.148	1.138	102.972	222.876
2003	2.240	202.339	420.697	1.130	111.894	242.603
2004	2.357	217.664	454.290	1.151	118.883	259.424
2005	2.412	231.123	483.330	1.039	128.005	278.255
2006	2.475	241.702	508.632	869	123.326	274.687
2007	2.514	251.987	532.262	776	112.541	254.191
2008	2.566	268.633	567.470	772	113.487	258.287
2009	2.625	289.383	608.765	754	103.119	231.456
2010	2.647	299.621	629.465	877	114.771	252.984
2012	2.870	336.447	706.019	960	126.592	273.877

Kaynak:<http://www.kultur.gov.tr>’den derlenmiştir, (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

3. VAN’IN SOSYO-EKONOMİK GÖSTERGELER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Van coğrafik olarak Türkiye’nin en doğusunda, Doğu Anadolu Bölgesi’nin Yukarı Murat-Van Bölümü’ndeki Van Gölü kapalı havzasında yer almaktadır. İl, toprakları 19.069 km kare olan yüzölçümü ile Türkiye topraklarının %2,5’ ini oluşturur. Van, yüzölçümü bakımından Türkiye’nin 6. büyük ilidir (Van İl Turizm Müdürlüğü, 2013). 2012 yılı ADNKS verilerine göre TRB2 Bölgesi içinde yer alan Van’ın nüfusu 1.051.975’tir ve nüfus yoğunluğu açısından km kareye 48 kişi düşmektedir (TÜİK, 2013).

Bölge sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasına göre 26 Bölge arasında son sırada bulunmaktadır. İller arasında bir karşılaştırma yapıldığında 81 il içerisinde Van 75, Hakkâri 77, Bitlis 79 ve Muş 81. sıradadır (DPT, 2003). Yıldız, Sivri ve Berber’in 2010 yılında illerin sosyo-gelişmişlik sıralaması ile ilgili yaptıkları çalışmada Van 76. sıraya gerilemiştir (Yıldız vd., 2010). Türkiye’de kişi başına düşen GSYİH rakamları en son 2001 yılında hesaplanmıştır. Buna göre, Van’ın da içinde bulunduğu TRB2 bölgesi kişi başına düşen GSYİH tutarı 749 ABD Doları olup, 2146 ABD Doları olan ülke ortalamasının oldukça altındadır. Kişi başı düşen GSYİH açısından 26 bölge değerlendirildiğinde TRB2 Bölgesi 25. sırada olup iller bazında bir karşılaştırma yapıldığında Van 72, Hakkâri 76, Bitlis 78, Muş ise 80. sıradadır (TÜİK, 2001). Ayrıca bölgede orta

büyükölükte sayılabilecek nitelikte bir kaç firma haricinde tüm işletmeler mikro ölçeklidir. Mevcut orta büyükölükteki işletmeler et ürünleri işleme, süt işleme, yapı malzemeleri üretimi, geri dönüşüm, tekstil gibi sektörlerde faaliyet göstermektedir (DAKA, 2011).

Bölgede istihdam verileri açısından değerlendirildiğinde, işgücüne katılım ve istihdam oranlarının Türkiye ortalamasından düşük olduğu görölmektedir. Bölge içerisinde işgücüne katılım oranının en fazla olduğu il %42,9 ile Bitlis, en düşük olduğu il ise %38,2 ile Hakkâri iken Van'da bu oran %41.6 ile ülke ortalamasının altındadır. Van'da işsizlik oranına bakıldığında %15.6 ile Türkiye ortalamasının üstündedir.

Tablo 5:TRB2 Bölgesi İllerinde İşgücüne Katılma, İşsizlik ve İstihdam Verileri (2009)

	İşgücüne Katılma Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	İstihdam Oranı (%)
Bitlis	42.9	14.3	36.8
Hakkari	38.2	19.7	30.7
Muş	41.4	16.2	34.7
Van	41.6	15.6	35.1
TRB2 Bölgesi	41.0	16.4	34.3
TÜRKİYE	47.9	14	41.2

Kaynak: DAKA, 2011, TRB2 Bölgesi Mevcut Durum Analizi Ekonomik Yapı, s.6

Tablo 6: TRB2 Bölgesi'nde İşgücü ve İşgücüne Katılma Oranları (2011-2012)

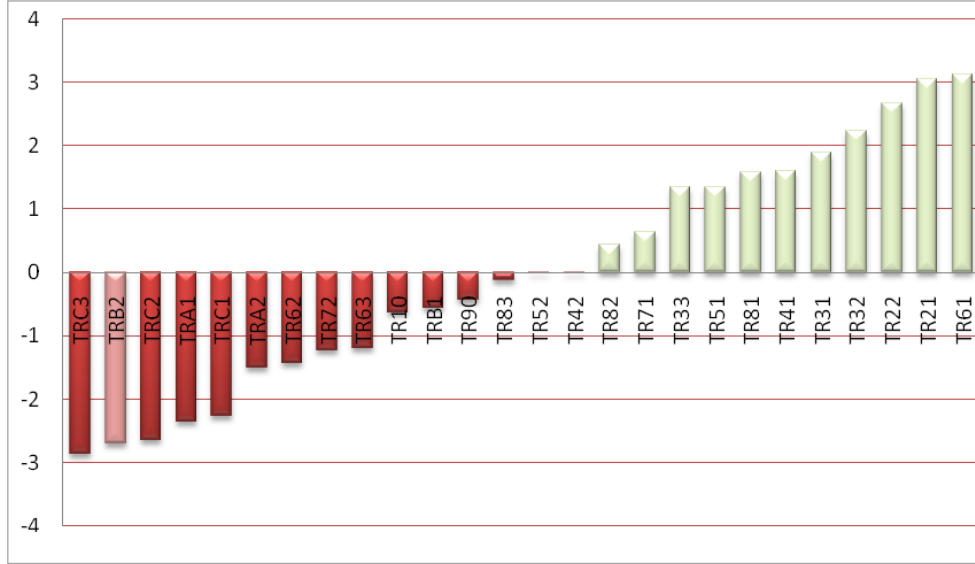
Yıllar	TRB2 İşgücü	TRB2 İşgücü Katılım Oranı (%)	TRB2 Artış Yüzdesi	Türkiye	Türkiye İşgücü Katılım Oranı (%)	Türkiye Artış Yüzdesi
2011	566.000	47,3		26.725.000	49,9	
2012	572.000	45,8	-1,06%	27.339.000	50	0,2

Kaynak: DAKA, 2013, TRB2 Bölgesi Mevcut Durum Analizleri (Taslak Rapor), s.370

Tablo 6'da ise, TRB2 Bölgesindeki işgücü rakamı ve işgücüne katılım oranı verilmektedir. 2009 yılında %41 olan işgücü katılım oranı, 2012 yılına gelindiğinde %4.8 artışla %45.8 olmuştur ancak bu artışa rağmen oran Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır.

Van ilinin içinde bulunduğu TRB2 bölgesi ekonomik verileri ile birlikte sosyal verileri de kapsayan “bölgesel hoşnutsuzluk endeksine^{*}” göre de değerlendirildiğinde; 2007-2010 döneminde Türkiye’de hoşnutsuzluk düzeyi en yüksek bölgelerdeki sıralama değişmemiş, TRC3 (Batman, Mardin, Siirt ve Şırnak), TRB2 (Bitlis, Hakkari, Muş ve Van) ve TRC2 (Diyarbakır ve Şanlıurfa) bölgeleri, iktisadi ve sosyal olarak hoşnutsuzluk düzeyi en yüksek bölgeler olmuştur(DAKA, 2013).

Şekil 1: Bölgesel Hoşnutsuz Endeksi Sıralaması 2010



Kaynak: DAKA, 2013, s.427

Son olarak, genelde bölgenin özelde ise Van’ın sosyo ekonomik yapısını olumsuz olarak etkileyen en önemli olay, 23.10.2011 tarihinde meydana gelen Van-Erciş depremidir. Van ilinde 7,2 büyüklüğünde bir deprem olmuş, 604 kişi hayatını kaybederken 1.651 kişi yaralanmıştır. Yaklaşık 30.000’e yakın bina ise hasar görmüştür (DAKA, 2013).

4. VAN İLİNİN TURİZM ARZI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Van ilinin içinde bulunduğu TRB2 bölgesi, doğal güzellikleri ve coğrafi özellikleriyle beraber endemik flora ve ornitolojisi, bölgede yaşamış olan farklı medeniyetlerin kültürel izlerini taşıyan mirası ve geleneksel yaşam biçimlerine sahip insanların yaşantısıyla dünya genelinde trend

^{*}**Bölgesel Hoşnutsuzluk Endeksi:**Çalışmada, istatistiki yöntem olarak Temel Bileşenler Analizi tekniği ile 26 Bölge için iktisadi hoşnutsuzluk göstergeleri olarak, enflasyon ve işsizlik oranları; sosyal hoşnutsuzluk göstergeleri olarak net göç hızı, kaba boşanma oranı, kaba intihar oranı, suç oranları ve genel seçimlere katılım oranı kullanılmıştır.(Detaylı bilgi bkz:DAKA,2013)

haline gelmiş birçok turizm çeşitlerinin potansiyelini bünyesinde barındıran bir bölge niteliğindedir. Özellikle Van, Urartu Medeniyetinin başkenti olma ve bu medeniyetin onlarca tarihi yapısına ev sahipliği yapma, bir taraftan da Türkiye'nin en büyük gölü olan Van Gölünün kıyısında yer alması ve başta su sporları olmak üzere, dört mevsim turizm yapılabilme özelliğine sahip önemli bir kenttir. Ayrıca bölgede kültürel miras varlıkları ölçek ve çeşit açısından oldukça fazladır, ancak bunlardan yerel halkın ve turistlerin ortak yararına sürdürülebilir bir şekilde faydalanmak adına çok az şey yapılmıştır. Aşağıdaki tabloda Van'da ve bölgede yer alan kültürel miras varlıkları verilmiştir.

Tablo 7: TRB2 Bölgesi Kültür Varlıkları

	Bitlis	Hakkari	Muş	Van	Toplam
Camiler	37	6	5	22	70
Türbeler	26	2	6	11	45
Kaleler	9	4	15	24	52
Saraylar	0	2			2
Kiliseler	24	15	6	30	75
Mezarlıklar	22		4	29	55
Hamamlar	9		16	1	26
Hanlar	7		1	2	10
Çeşmeler	24		2	4	30
Köprüler	23	1		11	35
Medreseler	7	3	1	6	17
Şehit Anıtları			5	1	6
Şehir Kapıları	1			3	4
Kaplıcalar					
Höyükler			16	3	19
Şelaleler					
Konaklar-Kamusal			1	2	3
Konaklar-Özel	420	2	1	1	424
Toplam	609	35	79	150	873

Kaynak: İl Turizm Müdürlüğü ve DAKA, (2013), s.334

Tablo 8'de TRB2 ve TRB2 ile benzer özellikler taşıyan dört bölgenin konaklama faaliyetleri ve bu faaliyetlere ilişkin veriler yer almıştır. Buna göre, TRB2 Bölgesi'nde turistik birimlerde çalışan sayısı ve bu çalışanların kazanç miktarlarının 5 bölgenin ortalamasının altında yer aldığı görülürken, 2010 yılı itibariyle yaptıkları ciro miktarları 5 bölgenin ortalamasının yaklaşık iki katı şeklinde gerçekleşmiştir. Aynı şekilde konaklama tesislerine ilişkin yapılan yatırımlar ele alındığında TRB2

Bölgesi’ndeki yatırımların, diğer bölgelerin yatırımlarından daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 8: 2011 Yılı Seçilmiş İBBS (NUTS) Konaklama Faaliyetlerine göre Bazı Temel Göstergeler

	Yerel Birim Sayısı (Konaklama Ünitesi)	Çalışan Sayısı	Maaş ve Ücretler	Ciro	Maddi Mallara ilişkin Yatırımlar
TRA1(Erzurum, Erzincan, Bayburt)	129	1016	1.0345.841	41.314.848	2.491.177
TRA2(Ağrı, Kars, Ardahan, Iğdır)	162	747	3.776.989	20.094.902	3.540.253
TRB2(Bitlis, Hakkari, Muş, Van)	95	702	5.145.783	81.656.619	9.297.868
TRC3(Mardin, Siirt, Batman, Şırnak)	45	628	4.685.760	22.721.236	***
TRC2(Diyarbakır, Şanlıurfa)	85	914	8.702.667	44.007.661	***

Kaynak: DAKA, (2013), s.329

Çalışma alanı olarak seçilen Van ilinin, sosyo ekonomik anlamda görülen az gelişmişliği turizm göstergeleri açısından da kendini göstermektedir. Turizmin bölgesel gelişmeye katkısını yansıtması açısından, bölgelerdeki tesis ve yatak sayısı, bölgelere gelen turist sayısı ve buradaki yerli yabancı ziyaretçilerin konaklama istatistiklerini incelemek gerekmektedir. Bu bağlamda Tablo 9’da turizm yatırım belgeli ve turizm işletme belgeli tesis, oda ve yatak sayısı karşılaştırmalı bir şekilde verilmiştir. Tablo 9 incelendiğinde, turizm yatırım belgeli ve işletme belgeli tesis, yatak ve oda sayısının Türkiye ortalamasının çok altında olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile Van’da toplam 26 tesis bulunmaktadır ve bu Türkiye’deki tesis sayısının %0.67’ine denk gelmektedir. Ancak vurgulanması gereken önemli bir konu ise, Van’da bulunun mevcut tesis sayısı çok az gibi görülsen de turist sayıları dikkate alındığında, şu andaki mevcut turizm talebini karşılamak için yeterli olduğu söylenebilir.

Tablo 9: Turizm Yatırım Belgeli ve Turizm İşletmesi Belgeli Tesis, Oda, Yatak Sayısı: TÜRKİYE-VAN

İSTATİSTİKİ BÖLGE BİRİMLERİ SINIFLAMASI	TURİZM YATIRIMI BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
TÜRKİYE	960	126.592	273.877	2.870	336.447	706.019
TRB Orta Doğu Anadolu	39	2.989	6.145	47	2.449	4.898
VAN	14	1.139	2.359	12	614	1.237

Kaynak: www.turizm.gov.tr (Erişim Tarihi:07.12.2013)

Tablo 10: Van'ın Turizm Göstergeleri

Turizm Göstergeleri	VAN	TÜRKİYE
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	49.579	31.782.832
Yerli Ziyaretçi Sayısı(Giriş Yapan Yerli Vatandaş)	37.315	11.735.342
Tesislere Geliş Sayısı (Yabancı+Yerli)	138.357 (4.845+133.512)	22.638.281 (6.388.684+16.249.597)
Geceleme (Yabancı+Yerli)	248.797 (9.788+239.009)	51.164.535 (22.508.367+28.656.168)
Ortalama Kalış Süresi (Yabancı+Yerli)	1.8	2.3
Doluluk Oranı (Yabancı) Yerli	2.16 52.71	15.4 19.5

Kaynak: www.turizm.gov.tr (Erişim Tarihi:08.12.2013)

Yukarıda Tablo 10'da Van çeşitli turizm göstergeleri açısından incelenmektedir. Buna göre Van'a 2012 yılında giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı 49.579'dur ve bu sayı Türkiye aynı yıl gelen yabancı ziyaretçi sayısının %0.15'i gibi çok düşük bir orana denk gelmektedir. Ayrıca 2012 yılında Türkiye'ye gelen yabancıların ortalama 795\$ harcadıkları kabul edilmekte ve buna bağlı olarak turizm geliri hesaplandığında, Van'ın turizm gelirleri, turist sayısına paralel olarak %0.13 gibi çok düşük bir rakamı ifade etmektedir. Tablo 10'da diğer veriler de incelendiğinde yerlilerde doluluk oranı hariç tüm verilerin Türkiye ortalamasın çok altında olduğu görülmektedir. Yukarıda da belirtildiği gibi, Van'ın sosyo- ekonomik anlamda görülen az gelişmişliği turizm göstergeleri açısından da kendini göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Van; verimli toprakları, kültürel mirası, turizm potansiyeli, yer altı ve yer üstü kaynakları, Van Gölü'nün bölgede yer alması ve Ortadoğu pazarına coğrafi yakınlık, sınır ticareti potansiyelinin olması gibi faktörlerden dolayı, bölge ve ülke ekonomisi açısından önemli bir yere sahiptir. Ancak bu potansiyeline rağmen bölge ülke içerisinde sosyo-gelişmişlik sıralamasında en son sırada yer almaktadır. Bu bağlamda bölgenin gelişebilmesi için var olan potansiyelinin en etkin şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Göçün durdurulması, ilin ve bölgenin yeniden yapılandırılması, orta ve uzun dönemde ilin ve bölgenin hızlı bir şekilde kalkınabilmesi için var olan turizm değerlerinin pazarlanabilir duruma gelmesi gerekmektedir. Türkiye'de özellikle Van gibi geri kalmış bölgelerin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi varlıkların yeterince değerlendirilmemiş olması ve bu bölgelerin turizmden elde ettiği gelirin çok düşük düzeylerde kalması, bu tür çalışmaların önemini arttırmaktadır.

Sosyo-ekonomik bakımdan geri kalmış bölgelerde turizmin gelişmesi, bölgenin kalkınmasına katkı sağlayacak ve aynı zamanda bu bölgeden diğer bölgelere olan göçü önleyerek yoğun turist çeken gelişmiş bölgelerde göçlerin yol açtığı aşırı yığılma ve çarpık yapılaşma sonucu ortaya çıkan sorunları da azaltabilecektir.

Yukarıdaki bilgiler ışığında Van'ın turizm bakımından gelişebilmesi ve kalkınma düzeyinin gerçekleştirilebilmesi için aşağıdaki faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir:

- Bölgenin kültürel değerlerinin (arkeolojik eserler, anıtlar, folklor ve festivaller) analizi yapılmalı,
- Bölgenin Enfrastrüktür (iklim durumu, doğal örtüler ve turizme elverişli arazi durumu) ön analizi yapılmalı,
- Bölgede bulunan mevcut tesislerin (otel, motel pansiyon) durumu ve yenilerini ilave edebilme durumu,
- Bölgeye yönelik öncelikle ulusal daha sonra uluslararası turizm talebinin analizi,
- Bölgede bulunan yerel halkın turizmi algılama düzeyi,
- Bölgede bulunan tesislerden yörede oturanlara iş imkanı sağlama durumu,
- Bölge ile ilgili olumlu imaj oluşturma ve tanıtımı ile ilgili çalışmalar,

- Bölgenin diğer bölgeler ve ülkelerle (özellikle turizm pazarı açısından İran) ilişkisi (Kültürel, ticari vb. ilişkiler)
- Bölgenin teşviklerden yararlanma durumu ve uygun turizm teşviklerinin tespiti
- Bölgenin turizm bölgesi olabilmesi için yeterli altyapının mevcut olup olmadığının tespiti ve altyapıyı geliştirme imkânlarının tespiti yapılmalıdır.

Yukarıda bahsedilen faktörleri bir turizm bölgesinde gerçekçi birşekilde analiz ettikten sonra turizmin bölgesel kalkınmaya etkinliği de artmış olacaktır.

KAYNAKÇA

ASLAN, A. (2008). “Türkiye’ de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Say:24 Yıl:2008/1, ss 1-11.

BAHAR, O. (2006), “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı ”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, C.13, S.2: 137–150.

BAHAR, O. ve SAMIRKAŞ, M. (2009). “Mersin’in Türkiye Turizmindeki Yeri ve Önemi”, **10. Ulusal Turizm Kongresi**, 21-24 Ekim 2009, Mersin, ss.1417-1428.

DAKA, (2011). TRB2 Bölgesi Mevcut Durum Analizi Ekonomik Yapı, Van: DAKA.

DAKA, (2013). TRB2 Bölgesi Mevcut Durum Analizleri (Taslak Rapor), Van: DAKA.

DPT. (2003). Ön Ulusal Kalkınma Planı (2004-2006), Ankara, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/o-ukp.pdf>, (Erişim Tarihi:12.03.2010).

EGE, Z. ve GÜRDOĞAN, A. (2006). “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi”, **Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik Fener Dergisi**, Cilt 3, Sayı 5: 43–59.

ÖZKÖK, F. (2006). Yoksulluğun Azaltılmasında Turizmin Yeri, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 5 (15): 85–98.

PINAR, İ. (2005). “İzmir İli İçin Turizmin Yeri ve Geliştirme Örneği”, **Yönetim ve Ekonomi**, 12/1: 47–60.

SAMIRKAŞ, M. (2011). "Turizm Sektörünün Bölgelerarası Gelişmişlik Farklılıklarını Gidermedeki Etkisi: Türkiye Örneği", **Doktora**

Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enst., İktisat Anabilim Dalı, Mersin.

UNWTO. (2008), Tourism Highlights, Madrid, Spain.

UNWTO.(2010), Tourism Highlights, Madrid, Spain.

UNWTO. (2013). Tourism Highlights, Madrid, Spain.

TOSUN, C. (1999). An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, **Tourism Economics**, 5 (3): 217–250.

YILDIZ, E.B., U. SİVRİ ve M. BERBER. (2010), “Türkiye’de İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması”, www.metinberber.com/kullanici_dosyaları/file/endeks.doc, (Erişim tarihi: 28.11.2010).

ww.turizm.gov.tr, (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

www.tcmb.gov.tr, (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

www.dpt.gov.tr, (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

tursab.org.tr, (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

www.kultur.gov.tr, (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

www.turizm.gov.tr (Erişim Tarihi:08.12.2013).

VAN TURİZMİNİN RUSYA PAZARINA AÇILMASI

Yrd. Doç. Dr. Nükhet ELTUT KALENDER*

ÖZET

Bu çalışmada, öncelikle Türkiye ve Rusya arasında turizm sektöründe yaşanan gelişmeler, Türkiye'ye gelen Rus turist profili ve son iki yıl içinde Van ilindeki otellerde konaklayan Rus turistler ile geceleme sayıları incelenmiş ve elde edilen veriler doğrultusunda Van ilinin ve Van'ın turizm değerlerinin Rusya'daki tanınırlığı konusu araştırılmıştır. Araştırma neticesinde, kentin Rus turistler tarafından çok fazla tanınmadığı, Van'ın az sayıda Rus turist tarafından deneyimlendiği görülmüştür. Ayrıca, elektronik ortamda yer alan Rus arama motorlarında ve çeşitli yorum sayfalarında Van'a gelen Rus turistlerin yorumları ve anlatıları incelenmiş, yapılan bu incelemeler doğrultusunda, Rus turistlerin Van ile ilgili izlenimleri ve beklentileri saptanmıştır. Bu alışmadakente daha fazla Rus turistin gelmesini ve geceleme sayısının arttırılabilmesini sağlamak üzere Van ilinin ve turizm değerlerinin Rusya pazarına açılabilmesi konusunda dikkate alınması gereken hususlar ve önerilere yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler:Rus Turist Profili, Türkiye'de Rus Turist Profili, Van'ın Rusya'da Tanınırlığı, Van Turizminde Rusya Pazarı.

* Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Doğu Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Rus Dili ve Edebiyatı ABD, nukhetkalender@yyu.edu.tr

GİRİŞ

Türkiye – Rusya ilişkilerinde turizm, ekonomik kazanımları ifade etmenin yanı sıra iki farklı kültürün birbirini daha iyi tanımasını adına Sovyetler Birliği sonrası önemli mesafelerin alındığı bir sektör olmuştur. Karşılıklı ziyaretlerle artan komşuluk ilişkileri özellikle Soğuk Savaş döneminde oluşan toplumsal önyargıları azaltıcı bir işlev görmüştür. Türk ve Rus toplumlarındaki karşılıklı olumsuz algılar her geçen yıl daha da artan iki ülke arasındaki ziyaretlerle günümüzde nispeten daha pozitif bir imaja evrilmiştir. Tarihsel açıdan Rusların sıcak denizlere inme politikası ise 2000’li yıllarda yerini Karadeniz’de güvenlik ve ekonomik işbirliğine, Akdeniz ve Ege’de de turizm alanındaki etkileşime bırakmıştır (Özdağ, vd. 2013:57).

1. TÜRKİYE VE RUSYA ARASINDAKİ TURİZM SEKTÖR İLİŞKİLERİ

Türk-Rus ilişkilerinde turizmin dönüştürücü etkisi iki ülke siyasi ve ekonomik ilişkilerini de olumlu yönde etkilemiştir. Türkiye’nin son yıllarda bu sektörden elde ettiği yüksek orandaki gelirler, Türk yöneticilerin Rus yetkililerle görüşmelerinde turizmi öncelikli gündem maddelerinden biri olarak değerlendirmelerine yol açmıştır. Yine Rus yetkililer de kendi ülkelerine Türkiye’den daha fazla turist ve yatırım çekebilmek için bu görüşmelerde turizm konusunu ayrı bir başlık olarak ele almaya başlamışlardır. Türk işadamlarının Rusya’ya muhtemel yatırımları - Soçi örneğinde olduğu gibi- düşünüldüğü takdirde turizm sektörünün her iki ülke için de karşılıklı kazanımlar anlamına geldiği daha iyi görülmektedir. Turizm alanında yakalanan ilişkilerdeki bu ivme 2011 yılında vizelerin kaldırılmasına da yol açmıştır. 500 yıllık Türk-Rus ilişkilerinde birçok uzmana göre devrim niteliğinde olan iki ülke arasında vizelerin kaldırılması olayı önümüzdeki yıllarda Türk ve Rus toplumları arasındaki önyargıların tamamen ortadan kalkmasını kolaylaştıracağı gibi Avrasya ve Orta Doğu coğrafyasında bölgesel işbirliğinin de hangi temeller üzerinde inşa edileceğinin göstergesi olacaktır. Doğrudan ve dolaylı getirileriyle turizm bu açıdan iki ülke ilişkilerinde incelenmeyi hak eden bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdağ, vd. 2013:57-58).

Sovyetler Birliği’nin dağılmasının ardından demir perdenin kalkması ile Türkiye ve Rusya Federasyonu (RF) arasındaki ilişkilerde başta turizm olmak üzere birçok alanda ilerleme kaydedilmiştir. Türkiye ile Rusya arasındaki işbirliği iki tarafın sergilediği ortak irade ve çabalar neticesinde 1990’lı yılların başından itibaren hızlı bir gelişim göstermiştir. RF Devlet

Başkanı Medvedev'in 11-12 Mayıs 2010 tarihlerinde Türkiye'yi ziyareti sırasında "Üst Düzey İşbirliği Konseyi"nin kurulmasıyla iki ülke arasındaki ilişkiler yeni bir döneme girmiştir. Anılan Konsey'i kurma kararı alınırken, ülkeler arası işbirliğine en üst düzeyde yön ve hız vermek ve ilişkilerin belirli bir plan ve öncelik sıralaması çerçevesinde, somut projeler temelinde geliştirilmesi hedeflenmiştir (Davutoğlu, 2013:13).

22/01/2011 tarihinde Ukrayna'nın Başkenti Kiev'de Türkiye ve Rusya Turizm yetkilileri arasında yapılan "Türkiye-Rusya Turizm İlişkilerinde Dev Zirve" konulu toplantıda, Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısında 2009 yılına göre 2010 yılında yüzde 15,3 oranında artış gerçekleştiği, yani 2009 yılında turizm amacıyla Türkiye'ye gelen Rus turist sayısının küresel ekonomik krize rağmen 2,7 milyon olarak gerçekleşmiş olup, 2010 yılında ise, 3,1 milyona ulaştığı konusu vurgulanmıştır. Bu toplantıda Türk turizm yetkilileri tarafından, Rusya'dan gelen turistlere alternatif olarak golf turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi, inanç turizmi gibi turizm türlerinin tanıtımına ağırlık verileceği belirtilmiştir (Koplay:2013).

2012 yılında Rusya Dışişleri Bakanlığı Diploması Akademisi'nde Türk-Rus Kültür Merkezi'nin katkıları ile düzenlenen "Rus-Türk İlişkilerinde Turizm" adlı konferansta Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul GÜNAY yaptığı konuşmada turizmin esas önemli yönünün barışa yaptığı katkı olduğunu, insanların birbirleri ile tanışıp, kültürlerin kaynaştığını, 21.yüzyılda en çok barışa ihtiyaç olduğunu, barışın kurucu sektörü olarak turizmin diğer sektörlerden çok daha fazla önem taşıdığını düşündüğünü, turizm açısından en büyük yol arkadaşlarından birisinin Rusya olduğunu ve şu an 3,5 milyon Rus turisti Türkiye'de ağırladıklarını vurgulamıştır (Koplay:2013).

Rusya Federal Turizm Ajansı Rosturizm Başkanı Aleksandr Radkov 2013 yılının Rusya ve Türkiye'de karşılıklı olarak özel turizm yılı ilan edildiğini açıklamıştır. Rus ve Türk heyetlerinin aldığı karara göre, Rusya Federal Turizm Ajansı Rosturizm, 2013 yılında Türkiye'de temsilcilik açmayı planlamıştır. Rosturizm Basın Sözcüsü Oleg Moseyev, iki ülkenin turistleri için zorunlu sigorta uygulamasını öngören hükümetler arası anlaşmanın yenilenmesi hususunda Türk heyetine teklif yaptıklarını söylemiştir. Moseyev, "Türk yetkililer, bu teklife olumlu cevap vermiş ve 1995 yılında imzalanan bu anlaşmanın çağa ayak uydurmadığına ve yenilenmesinin gerekli olduğuna inanıyorlar" ifadesini kullanmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Rusya'ya yönelik tanıtım hamleleri kapsamında Türkiye'nin çok yönlü turizm potansiyelini Ruslarla buluşturan Leisure 2013 Moskova Turizm Fuarı'nda Türk heyeti, yabancı tur

operatörleri, acente ve ülkelerin üst düzey yetkilileriyle kış sezonuna ilişkin görüşmeler yapmıştır.

Rus turistlerin özellikle Ağustos ayında Antalya, Muğla ve İstanbul'u tercih ettiğine vurgu yapan Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Özgür Özaslan, görüşmelerinde şu bilgileri aktarmıştır: "2013 yılının ilk 8 ayında Rusya, 2 milyon 452 bin 697 kişi ile bir önceki yılın aynı dönemine göre %16 oranında artışla toplam ziyaretçilerin % 31,07'sini oluşturarak Antalya'ya en çok turist gönderen ülke olmuştur. Son üç yıllık dönemde İstanbul'a en çok turist gönderen ülkeler arasında ikinci sırada yer alan Rusya Federasyonu'ndan gelen ziyaretçi sayısı, ilk sekiz ayda yüzde 9,3 oranında artarak 381 bin 554 kişiye ulaşmıştır. Muğla'ya 2012 yılı sonu itibariyle en çok turist gönderen dördüncü ülke olan Rusya'nın, 2013 yılının Ocak-Ağustos döneminde bölgeye gönderdiği turist sayısı 176 bin kişiye ulaşarak %11,7 oranında artış gösterdi. Türkiye'nin turizm geliri ise, 2013 yılının ilk yedi aylık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %22,4 oranında artış göstererek 15 milyar 47 milyon dolar şeklinde gerçekleşmiştir."

17 Mart 2014 tarihinde Rusya Federal Turizm Ajansı (Rosturizm) Başkanı Aleksandr Radkov ve Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Özgür Özaslan tarafından Moskova'daki Crocus Expo Sergi Merkezi'nde düzenlenen Uluslararası Inturmarket Turizm Fuarı'nda, turizm alanında 2016 yılına kadar dokuz farklı kategoriden oluşan bir işbirliği anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşmanın temel amacı, her iki ülke arasındaki turizm trafiğini arttırmanın yanı sıra başta pazarlama, eğitim ve yatırım olmak üzere karşılıklı işbirliği imkânlarını sağlamak yönünde olmuştur. Özaslan ve Radkov Türkiye'nin Rusya'da birinci destinasyon olma özelliğini hala korumakta olduğunu ve sonbaharda Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın büyük desteği ile çok sayıda kimsesiz Rus çocuğun Türkiye'de tatil yapma imkanı bulduğunu, bu durumun da turizm alanında iki ülke arasındaki yakın temaslardan kaynaklandığını belirtmiştir.

Rusya, ülkemize gelen turist sayısı açısından Almanya'nın ardından ikinci sırada yer almakta olup ülkemizi 2011 yılında 3,5 milyon Rus turist ziyaret etmiştir.

Karşılıklı saygı ve ortak çıkarlar temelinde istikrarlı gelişimini sürdüren işbirliğimiz sadece ülkelerimizin refahına değil, tüm bölgenin barış, istikrar ve kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır.

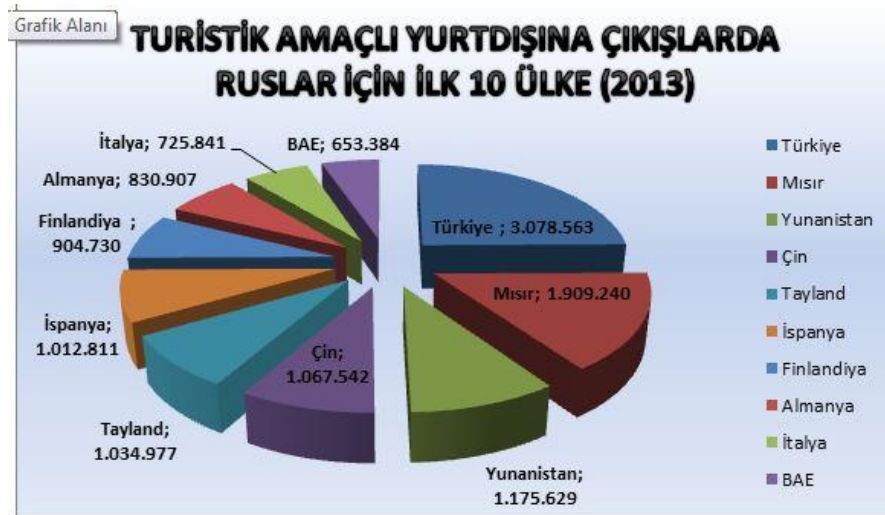
Vize Muafiyeti'nin ve Geri Kabul Anlaşmaları'nın hayata geçirilmesi sonucu Türkiye tek taraflı olarak aldığı bir kararla 2012 yılında olduğu gibi 2013 yılında da Aralık ayı sonuna kadar Rus vatandaşlarının

Türkiye’de vizesiz kalış süresini 60 güne çıkartmıştır. Vizesiz seyahatin Türkiye ile Rusya Federasyonu arasında, başta turizm, ekonomi, ticaret ve ulaştırma olmak üzere, ilişkilerin daha da geliştirilmesi ve iki ülke halklarının birbirini daha yakından tanınması için önemli bir araç olduğu düşünülmektedir.

2. TÜRKİYE İÇİN RUS TURİST PROFİLİ

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) ARGE biriminin 19-22 Mart 2014 tarihleri arasında Moskova’da gerçekleştirilen MITT - Moskova Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı’na ilişkin açıklamış olduğu sonuç raporuna göre, Almanya’nın ardından Türkiye’ye en çok turist gönderen ikinci ülke Rusya olmuştur. Fuar raporunda Rusların tatil tercihleri ve Türkiye’nin 2014 yılı Rusya pazarı beklentilerine yer verilmiştir.

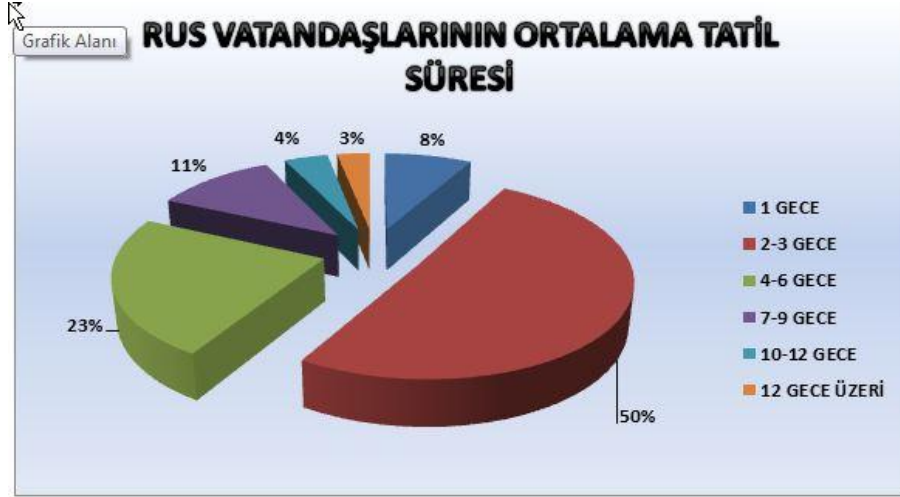
Raporda Rusya Federal İstatistik Kurumu (Rosstat) tarafından açıklanan 2013 yılı verilerine göre, Rus vatandaşlarının 2013 yılında toplam 54 milyon yurtdışı seyahati gerçekleştirdiği ve bu seyahatlerin 18 milyon 300 bini turistik amaçlarla gerçekleşirken turistik talebin en yüksek olduğu ülkenin Türkiye olduğu bildirilmektedir. Türkiye, 2013 yılında 4 milyonun üzerinde Rus vatandaşını ağırlarken Rosstat verilerine göre Türkiye’ye gelen Rus vatandaşlarının 3 milyon 78 bini turistik amaçlı olarak seyahat gerçekleştirmiştir.



Kaynak: Rosstat

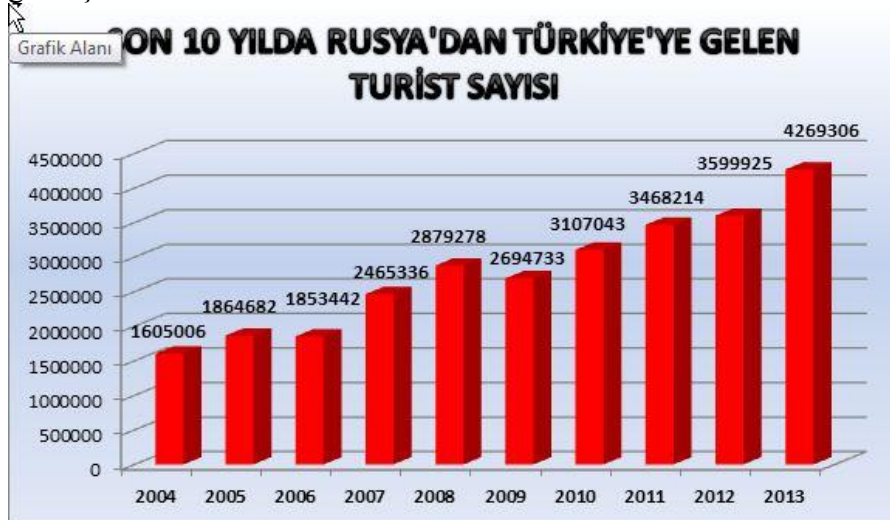
Ayrıca, Russian Travel Monitor Araştırması'na göre, Rus vatandaşlarının yılbaşı tatili ve Mayıs tatili ile birlikte yılda 40 güne yaklaşan tatillerinin ve okulların Haziran ayında tatile girip Eylül ayının başında eğitim öğretim faaliyetlerine yeniden başlamasına rağmen, Rusların

tatilde gerçekleştirdikleri turistik konaklama süresinin aynı ölçüde uzun seyretmediği tespit edilmiştir. Bu araştırmaya göre, Rus vatandaşlarının yüzde 50'si seyahatleri sırasında 2-3 gün arasında geceleme gerçekleştirmektedir. 4-6 gün arası otel konaklaması gerçekleştiren Rus vatandaşlarının oranı ise yüzde 23 düzeyinde bulunmaktadır. Rus vatandaşlarının yüzde 11'i 7-9 günlük konaklamalı tatilleri tercih ederken, 10-12 günlük tatile çıkanların oranı yüzde 4 düzeyindedir.



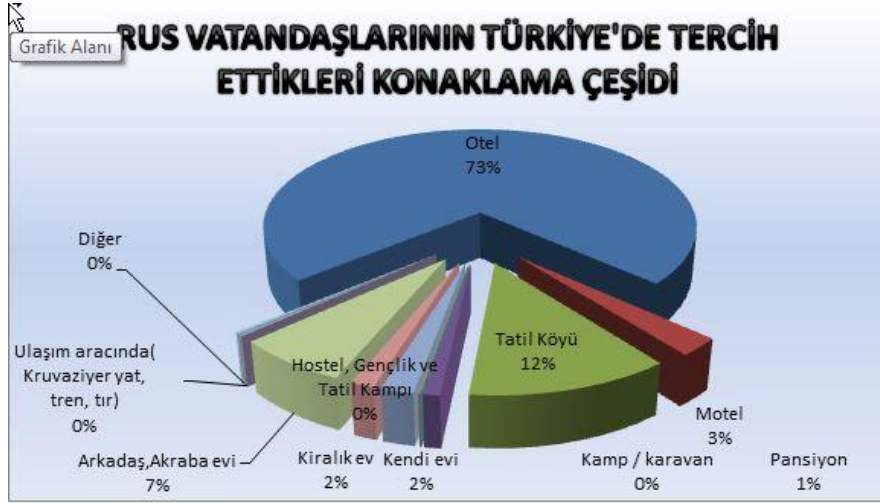
Kaynak: Russian Travel Monitor

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 143 milyonluk nüfusu ve artan yurtdışı çıkışlarıyla Rusya, dünya turizmi için en hızlı büyüyen pazarların başında gelmektedir. Son on yıl içerisinde Rusya pazarında Türkiye çok hızlı yükselen bir ivme kazanmıştır. 2000 yılında Türkiye'ye gelen Rus turist sayısı 676 bin düzeyinde iken 2013 yılı sonunda bu sayı 4 milyon 269 bin seviyesine yükselmiştir. Bu veriler sonucunda Rusya, Almanya'nın ardından Türkiye'nin en büyük ikinci turizm pazarı konumuna gelmiştir.



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Türkiye İstatistik Kurumu'nun yapmış olduğu araştırmaya göre ise, Türkiye'ye gelen Rus turistlerin %88'i otel, motel, tatil köyü ve pansiyonlarda konaklamaktadır. Araştırmaya göre, Rus turistler 2013 yılında Türkiye'de 26 milyon 771 bin 783 gece konaklamışlardır.



Kaynak: TÜİK

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre; Rus vatandaşlarının Türkiye'de tercih ettikleri beş destinasyon sıralamasında, ilk sırayı Antalya almaktadır.

RUS TURİSTLERİN TÜRKİYE'DE TERCİH ETTİKLERİ DESTİNASYON	
ANTALYA	% 78,1
İSTANBUL	% 13,4
MUĞLA	% 5,4
İZMİR	% 0,8
DİĞER	% 2,3

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan 2013 yılı Pazar Raporu'nda Rus turistler hakkında verilen genel bilgiler, turist profili ve Rusya pazarında Türkiye ile ilgili veriler aşağıdaki tablolarda gösterildiği gibidir:

Genel Bilgi

Ülke Nüfusu	143.000.000
Turizm Otoritesi	RF Kültür Bakanlığı nezdinde Federal Turizm Ajansı
Uluslar arası seyahat eden kişi sayısı	14.500.000
Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Çin, Mısır, Finlandiya, Tayland, Almanya, İspanya, Yunanistan, İtalya

Turist Profili

Ortalama Tatil Süresi	9-10 gün
Hedef Kitle Yaş Grubu	20-50
Karar Alma Süresi	Ağırlıklı olarak son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Tatilden en az 1 ay önce ve son dakika satışı
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Herşey dâhil 5 ve 4 yıldızlı oteller, tatil köyleri
Seyahat Motivasyonları	Deniz turizmi ve eğlence, kültür turizmi, alışveriş, kış turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Temmuz-Ağustos, Mayıs –Haziran, Eylül, Yılbaşı

Rusya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı 2011	3.468.214
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelik Değişim Oranı – 2011/2010	%11,6
2012 Yılı İlk 5 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	% -6,74
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2011)	2
Paket Tur Sıralaması (2011)	1- Türkiye, 2- Mısır, 3- Tayland, 4- İspanya, 5- Yunanistan
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	50 tur operatörü, 10.000 üzeri seyahat acentesi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Rus turistlerin %85'i Deniz turizmi ve eğlence amaçlı olarak Türkiye'yi ziyaret etmektedirler.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya %78, İstanbul %14, İzmir %1, Diğer %2

Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) Moskova'da düzenlenen MITT Moskova fuarı ile ilgili Rusya pazarına yönelik hazırlamış olduğu 2013 yılı raporunda Türkiye'nin tercih edilmesinin sebeplerini;

- 1) vizesiz seyahat,
- 2) uygun fiyat/kalite dengesi,
- 3) iklim,
- 4) uçuş süresi / uçak imkânlarının fazla olması,

- 5) herşey dâhil (All Inclusive) tatil imkânı,
 - 6) yüksek standartlı oteller,
 - 7) tarihi eserlerin fazla olması
- olarak açıklamaktadır.

3. VAN İLİ TURİZMİNDE RUSYA PAZARI

Bilindiği üzere, Türkiye'ye özellikle de Antalya, Marmaris, İzmir ve Bodrum gibi sıcak sahil kentlerine gelen Rus turist sayısı her geçen yıl artış göstermektedir. Elbette ki belirtilen sahil kentleri dışında tatilini İstanbul başta olmak üzere, Türkiye'nin farklı illerinde de geçiren Rus turistler vardır, ancak Rus turistlerin dinlenmeyi tercih ettikleri yerler için deniz, güneş, eğlence ve alışverişin en önemli faktörler olduğu bilinmektedir. Yapılan incelemeye göre, Rus turistlerin Doğu Anadolu Bölgesi'ni, bölge içerisinde ise Van ilini daha önce deneyimlememiş olmalarına rağmen, güvenlik ile ilgili endişe taşıdıkları anlaşılmaktadır. Van, tarihi, kültürel değerlerinin yanı sıra, coğrafi konumu itibari ile Türkiye'nin gün ışığını uzun süre ve dik açı ile alan illerindendir. Kentin doğal güzelliklerinden biri olan Van Gölü sadece göl olarak değil, cilt hastalıklarını tedavi edici özelliği olan bir değerdir. Bu durum yine Rus turistler açısından değerlendirildiğinde, alternatif tıpla yakından ilgilenen Rus insanını kolaylıkla cezbedebilecek bir başka etkidir. İklim koşulları nedeni ile kışın uzun sürmesi ve karın kaliteli olması zaten bu duruma alışkın olan Ruslar için kış sporları bakımından da dikkat çekebilir. Etrafı dağlarla kaplı olan Van, dağcılık sporlarının yapılabilmesine de imkân tanımaktadır. Ayrıca inanç turizmi göz önüne alındığında ise Akdamar Kilisesi, Yedi Kiliseler diğer turistler kadar Rus turistlerin de ilgilenebilecekleri odak noktalardan birisi olabilir. Kısacası, Van dört mevsim alternatif turizm imkânlarının gerçekleştirilebileceği, birçok doğal güzelliğe sahip, kültürel değerlerini kısmen yaşatabilen özel bir yer olarak tanıtıldığı takdirde, Rus turistler için Van ilk etapta uzun süreli konakladıkları bir yer olmasa da en azından Türkiye içerisinde ilgilendikleri ve görmek istedikleri şehirler arasına girme şansını elde edebilir. Van'ın tarihi, kültürel değerleri ve doğal güzelliği kente gelen az sayıdaki Rus turist tarafından biliniyor olsa da bu güne kadar Van yeterince tanıtılamamış olması nedeniyle henüz Ruslar için destinasyon olma niteliğine ulaşamamıştır. Yapılan bu araştırmanın temelinde Van'ın Rusya'da ne derece tanındığı, hangi değerleri ile ön plana çıktığı soruları irdelenmiştir. Bahse konu inceleme sonuçları aşağıda başlıklar halinde açıklanmaktadır.

3.1.VAN'IN RUS ARAMA MOTORLARI VE WEB SAYFALARINDA TANINIRLIĞI

1) Şehir ismini aratmak için tek başına “Van” yazmak yeterli gelmemekte olup, Türkiye – Van şeklinde arama yapmayı gerektirmektedir. Aksi takdirde; Vincent Willem van Gogh, Van Helsing, James Wan, Jean-Claude Van Damme, Van (Ermeni Radyo Kanalı), Van der Waals gibi sonuçlar ile karşılaşmakta olup “Van Kedisi” ve “Batı Ermenistan şehri Van” olarak Van hakkında bir-iki linke rastlanmaktadır.

2) Arama motorlarında çıkan başlıklardan birçoğunda şehrin adının yanına bir rakamının Rusça karşılığı tire ile birlikte (Ван-Один) verilmektedir, yani İngilizce bir rakamının telaffuzu ile şehrin adının sesteşliği böyle bir yanılgıya neden olmaktadır. Bu durum ise; şehrin isminin etimolojisi hakkındaki bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır.

3)Arama motorlarında Van iline ait bilgilerin yer aldığı linklere ve sayfa başlıklarına bakıldığında şehir adının en çok Van Gölü ile birlikte anıldığı ve şehrin adının gölden geldiğine dair bilgiler bulunmaktadır.

4) Rus arama motorlarında Van ili ile ilgili bilgiler arasında sıkça rastlanan bir diğer yer adı Akdamar Adası'dır. Ancak ada hakkında bilgi bulunmamakta olup sadece adada bulunan Akdamar Kilisesi'nden söz edilmektedir.

Yukarıda sıralanan maddelerin yanı sıra, günlük tarzında yazılmış seyahat notlarına rastlanmıştır. Bu notlardan birinde Van şu ifadelerle anlatılmaktadır:

“Tam bir yıl önce evimden binlerce kilometre uzaktaydım. Nuh'un Gemisi ve gölde yaşayan canavar mitlerini dinledim, gözleri birbirinden farklı renkteki kedileri sevip okşadım, aslında iki Ağrı Dağı olduğunu öğrendim ve şaşırdım. Masmavi Van Gölü kıyısında daha inanılmaz birçok keşifte bulundum. Çok eskiden bu topraklar için Persler, Süryaniler, Ermeniler, Büyük İskender'in askerleri, Selçuklular ve Osmanlılar savaşımlar. Bu şehrin renkliliği insanların saklı. Bunları düşünerek fotoğraf albümümü defalarca açıp bakıyorum ve “Van -always number one” diye düşünüyorum.”

Bir başka web sayfasında ise, Van'ın Türkiye'nin doğusunda yer alan Anadolu'nun en büyük şehirlerinden biri olduğu, eski adının ise “Tuşna” (burada şehrin eski adının yanlış verildiği görülmektedir, ne yazık ki farklı birçok sayfada da bu hatalı bilgi yer almaktadır) olduğu, şehrin görülmeye değer en güzel yerlerinin ise Van Gölü ve Akdamar Adası olduğu, şehirdeki kalelerin sayısının çokluğu nedeni ile kaleler şehri

niteliğinde olduğu ve ortaçağ döneminde inşa edilmiş tarihi zenginliklerinin olduğu bilgilerine yer verilmiştir.

Van ile ilgili bir diğer yorumda İskoçya'daki Loch Ness Gölü'ndeki Nessie isimli canavar gibi bir canavarın Van Gölü'nde yaşadığı efsanesinden, Van Gölü üzerinde M.Ö. 915'de kurulan Akdamar Adası'ndan, etrafı yüksek dağlarla çevrili Van Gölü'nün suyunun hiçbir yere akmadığından, yılın altı ayı yoğun kış yaşandığından ve Van'ın eski Vakurakan yani Ermeni şehri olduğundan söz edilmektedir.

Van ile ilgili olarak verilen coğrafi bilgiler arasında ise Van'ın doğuda İran ile sınır komşusu, kuzeyde Ağrı, doğuda Bitlis ve Siirt, güneyde Hakkâri ve Şırnak illeri ile komşu olduğu belirtilmektedir.

Yukarıda Van hakkında Rusların yaptıkları yorum ve anlatılara bakılarak Van'ın tarihçesinin, tarihi ve kültürel değerlerinin, doğal güzelliklerinin, ulaşım imkanlarının ve kente dair gerçekçi ve detaylı bilgilerin Ruslar tarafından yeterince bilinmediğini, merak edip gelmek isteseler dahi doğru bilgi almalarını sağlayacak kaynaklara erişemediklerini söylemek mümkündür.

3.2.VAN'DAKİ OTELLERİN RUSYA'DA TANINIRLIĞI

Elektronik ortamda Rus arama motorlarında “*Türkiye-Van ilindeki konaklama tesisleri ya da oteller*” ile ilgili yapılan araştırmada karşılaşılan otel isimleri aşağıdaki gibidir:

- 1) Elite World Van Hotel,
- 2) Rescate Hotel Van,
- 3) Merit (Şahmaran) Hotel,
- 4) Menua Hotel,
- 5) Akdamar Hotel Van,
- 6) Tamara Hotel Van,
- 7) Yakut Hotel,
- 8) Royal Berk Hotel Van,
- 9) One City Apart Hotel,
- 10) Hotel Side Van,
- 11) Bayram Otel.

3.3.VAN İLİNDE YER ALAN OTELLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Yukarıda isimleri sıralanan oteller ile ilgili yapılan detaylı aramalar sonucunda, otellerin yeterince ve amacına yönelik tanıtımlarına yer verilmediği, bu oteller ile ilgili fiziki yapıyı anlatan sıradan bilgilerin ise çeşitli turizm tanıtım ve öneri web sayfalarındaki İngilizce bilgilerin kaynak gösterilerek çevirisinin yapıldığı görülmektedir. Van'daki oteller hakkında erişilen Rusça bilgilerin Türkçesi aşağıda belirtildiği gibidir:

3.3.1.Elite World Van Hotel: Şehir merkezinde kurulan otelin mimarisi neoklasik yapıdadır. Otelde konuklar için ücretsiz Wi-Fi hizmetinin yanısıra SPA merkezi, sauna salonu ve kapalı havuz bulunmaktadır. Odalar son sistem televizyon, minibar, ses izolasyon sistemi ve şahsi banyolar ile donatılmıştır. Restaurantta muhteşem Türk yemeklerine ve dünya mutfaklarından seçmelere rastlamak mümkündür. Cafede dinlenme, üstelik otelin barından alkollü içecek alma imkânı vardır. Otelde fitness merkezi ve konferans salonu da bulunmaktadır. Havaalanına uzaklığı 8 km, Van Gölü'ne uzaklığı 6 km'dir. Güzellik salonu, kuaför, kuru temizleme, ücretsiz transfer hizmeti sunulmaktadır.

3.3.2.Rescate Hotel Van: Havaalanına uzaklığı 2 km, şehir merkezine uzaklığı 10 km'dir. Göl kıyısına yakın mesafede olup modern tasarım mobilyalarla süslenmiştir. Bazı odalarda dağ, şehir ya da göl manzaralı teras ya da balkon bulunmaktadır. Otelin restaurantında İsveç stili kahvaltı servisi yapılmakta olup, yerel ve dünya mutfağından çeşitli lezzetlerin varlığının yanı sıra alkollü ve alkolsüz içeceklerin bulunduğu dört bar mevcuttur. Fitness merkezi, sauna, kapalı havuz, SPA merkezi, ücretsiz Wi-Fi hizmeti, odalarda uydu kanalı bulunmaktadır.

3.3.3.Merit (Şahmaran) Hotel: Otel 4 yıldızlı olup, Beyüzümü mevkiindedir. Otel şehir merkezindedir ve booking. com, hotels.com ve otels.com ile partnerliği vardır. Otel göl kıyısında kurulmuştur, günbatımını izlemek isteyenler için fantastik bir göl ve dağ manzarasına sahiptir. Otelde sauna, Türk hamamı, fitness merkezi, yerel ve dünya mutfaklarından farklı tatların sunulduğu üç ayrı restaurant, Van Gölü'nün panoramik etkileyici görüntüsünü izleyebileceğiniz teras, özel plaj, su sporları malzemeleri, kayak malzemeleri, ücretsiz Wi-Fi hizmeti, çocuk oyun alanı, ücretsiz transfer hizmeti sunulan hizmetler arasındadır. Havaalanına uzaklığı 5 km, şehir merkezine uzaklığı 10 km'dir.

3.3.4. Menua Hotel: Yerleşim alanı şehir merkezi olan otel havaalanından 15 dk. uzaklıkta olup, otelde ücretsiz Wi-Fi, düz ekran TV, modern

mobilyalar, odalarda şahsi banyolar, kuaför, restaurant, bar hizmeti mevcuttur. Akdamar Kilisesi'ne uzaklığı 4,5km'dir.

3.3.5.Akdamar Hotel Van: Şehir merkezinde kurulan otelde ücretsiz Wi-Fi hizmetinin yanı sıra, kuaför imkânı vardır. Odaların zemini halı ile kaplı olup, odalarda uydu kanalları, mini bar, şahsi banyo bulunmaktadır. Ayrıca geleneksel Türk yemekleri ile dünya mutfağından seçmeler ile hizmet veren restaurantı, her türlü aperatif ve içeceği temin edebileceğiniz bar da otelin hizmetleri arasında yer almaktadır.

3.3.6.Tamara Hotel Van: Otel dört yıldızlı olup, şehir merkezindedir. Ücretsiz Wi-Fi hizmeti yalnızca ortak kullanım alanlarında geçerli olup, otelde üç bar ve canlı müzik hizmeti mevcuttur. Kahvaltı İsveç stilinde olup kahvaltıda yerel otlu peynir bulunmaktadır. Akşam yemeklerinde ızgara ve geleneksel Türk yemekleri sunulmaktadır. Oyun salonunda bilardo mevcuttur. Ayrıca isteğe göre közde pişirilmiş kahve imkânından faydalanılabilir. Şehir merkezine uzaklığı 1,5 km'dir.

3.3.7.Yakut Hotel: Otel şehir merkezinde olup ücretsiz Wi-Fi hizmeti verilmektedir. Odalarda mini bar bulunmakta olup konuklar güzellik salonu hizmetinden yararlanabilmektedir. Havaalanından uzaklığı 10 km'dir.

3.3.8.Royal Berk Hotel Van: Üç yıldızlı otel Ulu Cami ve Arkeoloji Müzesi'ne üç dakikalık yürüme mesafesindedir. Klima, mini bar, ücretsiz Wi-Fi, düz ekran TV, şahsi banyo ve kasalarla donatılmış odaları ile hizmet vermektedir. Havaalanına 7 km uzaklıktadır.

3.3.9.One City Apart Hotel: Otel Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi yakınında inşa edilmiştir. Otelde kablolu yayın, mini mutfaklar, buzdolabı ve elektrikli çay makineleri, misafirhane, yemekhane, odalarda şahsi banyo bulunmaktadır. Van Gölü'nden uzaklığı 6 km, kaleden uzaklığı 4km, havaalanından uzaklığı 10 km'dir. Odalar dâhil olmak üzere otelin hiçbir alanında sigara içilememektedir.

3.3.10.Hotel Side Van: Şehir manzaralı, ücretsiz Wi-Fi hizmeti veren otel kaleden 4,5 km uzaklıktadır. Odalarda düz ekran tv, uydu kanalları, mini bar, şahsi banyo bulunmaktadır. Otel çalışanları gününbirlik Hoşap, Çavuştepe, Akdamar Adası, Kedi Evi turları düzenlemektedir. Havaalanına uzaklığı 6,5 km, şehir merkezine uzaklığı 3 km'dir.

3.3.11. Bayram Otel: 2011 yılında yaşanan depremde yıkılmıştır.

3.4.“VAN KEDİSİ” NİN RUSYA'DAKİ İMAJI

Van iline has bir tür olan kedilerin orijininin Ermeni kedisi olduğu ve Van Kedisi olarak bilinen kedinin de özel bir cins değil, kırma bir cins

olduğu yönünde verilen bilgilerin yanı sıra, gerçek anlamda tek göz kedi cinsini diğer kedi cinslerinden ayıran özelliklerinden de söz edilmektedir.

Dünyanın farklı yerlerindeki kedi ırklarını tanıtan ve fotoğraflarını paylaşan bir web sayfasında Van'da bulunan Van Kedisi heykelinden yola çıkarak Van Kedisinin özelliklerinden bahsedilmektedir. Burada verilen bilgilere göre; anıt heykelin - anlatıcının kendi ifadesi ile - tam adresi Türkiye'nin Van şehridir, Van kedi severler için özel bir yerdir ve muhteşem ve eşsiz güzellikteki Van Kedisi'nin tarihi burada başlamıştır, bu kedilerin şerefine de şehrin tam girişine anıt yapılmıştır. Adını aldığı gölün kıyısında kar beyazı iki Van Kedisi'nin öylesine güzel ve doğal heykeli yerleştirilmiş ki ona bakan herkes kolaylıkla Van Kedisi'ni tanır. Kedinin genellikle ayırt edici özelliği göz renginin farklılığıdır. Heykelde bu özellik anne-yavru kedi motifi ile vurgulanmıştır. Sıradan süslemesi kar beyazı tüyleri ve anlamlı gözleri ile muhteşem bir uyum sergilemektedir. Anne kedi figürü sakinlik ve güveni, zarafet ve cesareti hissettirmektedir, yavrusunu her duruma karşı savunmaya hazırdır, ayrıca görünüşe göre bu kediler sahiplerini seven evcil kedilerdir ve zarar vermezler. Şehrin girişindeki bu heykel insana öyle keyif ve moral veriyor ki adeta şehrin kartviziti, aranani olmuşlar.

Türkiye'de yaşayan hayvan türlerine ilişkin bilgilerin yer aldığı bir başka web sayfasında ise Van kedisi hakkında şu bilgilere yer verilmiştir:

Van Kedisi bilinen diğer kedi cinslerinden farklıdır, bu doğu güzeli sudan korkmaması ile diğerlerinden ayrılmaktadır, hatta balık bile avlayabilmektedir, hiçbir şeyle uğraşmadan oturmaktan hiç hoşlanmazlar, bir Türk efsanesine göre; Allah, Van Kedisi'ni Nuh'un Gemisi'ni kemirmeye çalışan fareleri yok etmek üzere yaratmış, böylece bu kedi Hz. Nuh'u, ailesini ve bütün insanlığı kurtarmıştır. Van Gölü kıyısında uzanan Türkiye'nin Van şehri bu kedinin özvatanı olmuştur, adını da buradan almıştır. Bu kedi cinsi sert iklim koşullarından dolayı güçlüdür, fiziki yapı bakımından güçlü bacakları, güçlü, çevik, esnek ve tıknaz bir gövdesi vardır. Ön patilerinin arasındaki perdeler sayesinde yüzebilmektedir. Kuyruğu uzun tüylüdür, tüyleri kaşmir gibi çok ince ve yumuşaktır, bu nedenle ıslandıklarında çabuk kururlar, bu tüyler su tutmadıkları gibi kir de tutmazlar. Kışın karda oynamayı, diğer zamanlarda da evde sahipleri ile oynamayı severler. Avcı kimlikleri nedeniyle aynı evde balık, kemirgenler ve kuşlar gibi diğer hayvanlarla bir arada yaşayamazlar. Israrcı ve inatçıdırlar, kendileri ile oyun oynamasını ve konuşulmasını çok severler.

Bu bilgilere doğrultusunda, Rus arama motorlarında Van'a dair en detaylı bilginin Van Kedisi hakkında olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak Van Gölü, Van Gölü Canavarı, Van kahvaltısı, yöresel yemekler, Rus Pazarı ve

2011 yılında Van’da yaşanan depremler gibi konularda herhangi bir bilgiye erişilememiştir.

3.5. VAN’DAKİ OTELLERE SON İKİ YIL İÇİNDE GELEN RUS TURİST VE GECELEME SAYISI

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile yapılan görüşmelerde kentte 2011 yılında yaşanan şiddetli depremler nedeni ile kurum arşivlerinin hasar gördüğü, bu nedenle en sağlıklı verilerin otellerden alınabileceği bildirilmiştir. Turizm Yatırım Belgesi ve Turizm İşletme Belgesi ile işletilen ildeki otel ve pansiyonlarla birebir görüşülmüştür. Otellerin de deprem öncesi ve deprem dönemine ait verilerine ulaşılamadığından sadece 2012 ve 2013 yıllarına ait bilgilere erişilebilmiştir. Bu nedenle son iki yıl içerisinde kentteki otellerde konaklayan Rus turist sayısı ve geceleme sürelerine ait veriler otellerin ön büro müdürlüklerinden alınmış olup, elde edilen resmi veriler doğrultusunda, 2012 (bkz. Tablo.1) ve 2013 (bkz. Tablo.2) yılları içerisinde Rus turist ağırlayan otellerin isimleri, Rus turistlerin konaklama dönemleri, konaklayan Rus turist sayısı ve geceleme sayıları aşağıdaki tablolarda gösterildiği gibidir:

Tablo 1. 2012 Yılında Van’da Bulunan Otellerde Konaklayan Rus Turistlere İlişkin Genel Bilgiler

Otel Adı	Konaklama Dönemi	Konaklayan Rus Turist Sayısı	Geceleme Sayısı
Elite World Van Hotel	Ekim	5	5
Rescate Hotel Van	Temmuz	9	9
	Ağustos	22	64
	Eylül	7	5
Merit Şahmaran Hotel	Haziran	3	5
	Temmuz	2	10
	Ağustos	12	10
Akdamar Hotel Van	Ocak-Haziran	9	5
	Temmuz-Aralık	3	3
Büyük Asur Hotel	Mayıs	1	1
	Haziran	1	3
	Temmuz	5	10
	Ağustos	2	6
	Eylül	5	5

Tablo 2. 2013 Yılında Van’da Bulunan Otellerde Konaklayan Rus Turistlere İlişkin Genel Bilgiler

Otel Adı	Konaklama Dönemi	Konaklayan Rus Turist Sayısı	Geceleme Sayısı
Elite World Van Hotel	Nisan	1	3
	Mayıs	4	6
	Temmuz	3	10
	Ağustos	3	6
	Ekim	1	1
Rescate Hotel Van	Mayıs	3	3
	Temmuz	1	1
	Ağustos	5	25
Merit Şahmaran Hotel	Nisan	5	5
	Mayıs	3	1
	Haziran	2	1
	Temmuz	7	10
	Ağustos	5	7
	Eylül	2	1
Akdamar Hotel Van	Temmuz-Aralık	2	2
Royal Berk Hotel Van	Mayıs	1	1
	Temmuz	4	2
	Kasım	1	6
One City Apart Hotel	Mayıs	1	1
	Temmuz	7	9
	Ağustos	2	1
	Eylül	1	2
Büyük Asur Hotel	Nisan	4	8
	Temmuz	4	8
	Ağustos	7	7
	Eylül	5	10

2012 yılında Van’daki otellerde toplam 86 Rus turist 141 gece, 2013 yılında ise toplam 84 Rus turist 137 gece konaklamıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda deprem sonrasını kapsayan son iki yıl içerisinde ildeki otellerde toplam 170 Rus turist konakladığı görülmektedir.

3.5.1.Rus Turistlerin Van ve Van’daki Otellerle İlgili Olumlu Yorumları

Daha önce bir kez de olsa Van’a gelen Rus turistlerin genellikle hemfikir oldukları başlıca dört olumlu dönüt şu şekilde sıralanmaktadır:

1) Eşsiz doğa,

- 2) İklim ve hava koşulları,
- 3) Civar şehirlere nispeten sayı ve kalite bakımından kıyaslanamayacak oteller mevcut,
- 4) Muhteşem ve eşi benzeri olmayan İnci Kefali balığı, lavaş, ayranası ve Van Kahvaltısı gibi lezzetler,
- 5) İnsanlar sıcakkanlı ve yardım sever.

Tablo 3. Son İki Yılda Van’da Bulunan Otellerde Konaklayan Rus Turist Sayısı

Otel Adı	Son İki Yılda Konaklayan Rus Turist Sayısı
Elite World Van Hotel	17
Rescate Hotel Van	47
Merit Şahmaran Hotel	41
Akdamar Hotel Van	14
Royal Berk Hotel Van	6
One City Apart Hotel	11
Büyük Asur Hotel	34

3.5.2.Rus Turistlerin Van ve Van’daki Otellerle İlgili Olumsuz Yorumları

Van’a gelmeden önce ve Van’da bulundukları süre içerisinde Rus turistler üzerinde olumsuz etki bırakan temel soru(n)lar ise aşağıda belirtildiği gibidir:

- 1) Merkez ve yerel yönetim sayfalarında Van ile ilgili yabancı dilde özellikle Rusça yazılı ve/veya görsel tanıtım bulunmaması,
- 2) Ciddi anlamda güvenlik endişesi,
- 3) Şehirdeki ilkel ulaşım, şehir içi ve civar şehirler arasındaki bozuk ve dar karayolu,
- 4) Şehir içi dolmuşlarla yapılan konforsuz yolculuk,
- 5) Olası deprem riski,
- 6) Otel personellerinin dil problemi,

- 7) Çevreye duyarsızlık,
- 8) Alışveriş ve eğlence merkezlerinin bulunmaması.

Burada belirtilenlerin yanı sıra, forum sayfalarında yer alan yazışmalarda Van'a ilk kez gelecek olan kişiler daha önce ziyarette bulunmuş kişilerden kente, ulaşım, iklime, insanların yabancı turistlere bakış açısına ve sağlık hizmetlerine ilişkin görüş ve öneri istemektedirler. Ancak bu sayfalarda daha önce Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nde bile bulunmadıklarını yazan yorum katılımcıları tarafından bölgede, hatta Van'da terör olayları, kaçakçılık, ideolojik çatışmaların yaşandığı ve herkesin Arapça, Farsça, Ermenice ya da Kürtçe konuştuğu, yabancılarla dil bilmediği için halkın anlaşılamadığı, rehberlik hizmetlerinin sunulmadığı, dolayısıyla Van'ın boş yere para harcamaya değmeyecek bir şehir olduğu iddiaları ile yanlış algılar oluşturulmakta ve sonuç olarak Van'ı merak edip deneyimlemek isteyen kişilerin bu düşünceden vazgeçtikleri görülmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ruslar; Ukrayna, Kazakistan, Özbekistan gibi eski Sovyet ülkelerine arkadaş ve akraba ziyaretleri amacı ile, Finlandiya'ya özellikle Noel dönemlerinde alışveriş ve hafta sonu tatili amacı ile, Çin'e iş ve ticaret amacı ile, İspanya, İtalya, Fransa, İngiltere'ye tarih, kültür ve alışveriş amacı ile, Türkiye, Mısır, Tayland ve Yunanistan'a ise deniz, kum ve güneş amacı ile gitmektedirler.

Öncelikle, Türkiye'ye tatile gelen Rus turistlerin büyük çoğunluğunun daha çok Akdeniz ve Ege kıyılarında vakit geçirdiği görülmektedir. Türkiye'ye gelen Rus turistlerin %99'unun ilk destinasyonları altı şehirden oluşmaktadır ki Türkiye'deki toplam il sayısının 81 olduğu düşünüldüğü takdirde bu rakamın oldukça kısıtlı bir coğrafyaya tekabül ettiği görülecektir. Yine Rus turistlerin günümüzde %77'sinin ilk destinasyonunun Antalya olması ve %82'sinin Mayıs- Eylül ayları arasında gelmeleri, Türk turizminin Rus turistler için hâlâ kum, güneş ve sahil üçgeninden fazla bir anlam ifade etmediğini göstermektedir. Bu ise ülkeye gelen Rusların Türkiye okumalarında sadece belirli bölge ve şehirler endeksli bir algı edinmeleri ve hatta çoğu zaman otel ve plaj ekseninde geçen tatilleri dolayısıyla Türk kültürünü yakından tanıyamamalarıyla sonuçlanmaktadır. (Özdal, vd, 2013:62-63)

Rus turistlerin Türkiye'de yoğun bir şekilde tercih ettikleri altı ilin (Antalya, İstanbul, Muğla, İzmir, Ankara ve diğer iller) dışında Van'a gelişini sağlayabilmek için alınması gereken tedbir ve öneriler aşağıda belirtildiği gibidir:

- 1)** Öncelikle ilin tarihçesi ve tarihi - kültürel değerlerin tanıtımının revize edilerek yapılması,
- 2)** Otel ve işletmelerin web sayfalarının Rusça alternatifinin hazırlanması,
- 3)** TUROB'un 2013 yılı MITT Moskova Fuarı Raporu'nda belirtildiği üzere Rusya'nın önemli tur operatörlerinden Biblo Globus'un ülkemizde operasyonlarına kısa süre içerisinde başlayacağı açıklanmıştır, buna istinaden Türkiye'de, özellikle de Antalya bölgesinde yaygın hizmet sağlayan ve Rusya ile anlaşmalı tur operatörleri ile işbirliği yapılması,
- 4)** Thomas Cook'un Rusya'daki en eski turizm şirketi olan Intourist'i satın almasının ardından 2013 yılında "Rusya'da Marmaris Yılı" kampanyası ile Marmaris'e gelen Rus turist sayısında artış sağlanmıştır, Van turizmi için de benzer bir kampanya çalışması yapılması,
- 5)** Marmaris'te düzenlenen International Travel Forum'a Rusya'nın çeşitli bölgelerinden acente sahipleri, yöneticiler, gazeteciler ve Marmaris'teki otelciler katılmış ve Marmaris'i info tur sayesinde tanıma şansı bulmuş, daha sonra ise Marmaris'e düzenlenen tur ve turist sayısının artışına katkı sağlamıştır, Marmaris örneğinde olduğu gibi benzer bir etkinlik düzenlenerek Van ilinin Rusya'da tanıtımının yapılması, Rus turizm acenteleri ve sektör çalışanlarına yönelik info turların düzenlenerek deneyimlemelerine imkân sağlanması,
- 6)** Otel personellerinin Rusça dil eğitiminin sağlanması ve/veya Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Bölümü'nde temel düzeyde seçmeli ders olarak Rusça eğitim alan öğrencilere staj imkânının sağlanması ve bahse konu öğrencilerin otellerde istihdam edilmesi,
- 7)** Van'ın Türkiye'de güneş ışığını en uzun süre alan illerin başında gelmesi ve şehirde deniz olarak nitelendirilebilecek bir gölün bulunması Ruslar için en önemli tatil kriterine cevap verebileceğinden şehrin Antalya, Alanya, Kemer, Kaş, Marmaris ve Bodrum'a alternatif tatil yeri olarak tanıtımlarının yapılması,
- 8)** Kentteki uzun süren kış mevsimi, kar kalitesi ve kayak merkezleri göz önünde bulundurularak Rus nüfusunun artan yaş ortalaması ile kış turizmine yönelik çalışmalar yapılması,
- 9)** Van'daki Akdamar Kilisesi gibi Ruslar için tarihsel ve dinsel açıdan sembolik öğeler barındıran mekânların turistik reklâmlarının yapılması, arkeolojik kazılar, müze ve ören yerlerini tanıtıcı turların gerçekleştirilmesi,
- 10)** Alternatif tıpla yakından ilgilenen Ruslar için sağlık turizmi değeri olarak Van Gölü'nün tanıtımlarının yapılması,

11) Kentte güvenlik problemi olduğuna ilişkin oluşturulan olumsuz algının değiştirilebilmesi konusunda gerekli çalışmaların yapılması,

12) Fuarlarda şehrin kültürel ve tarihsel değerleri ile otellerin tanıtımı için detaylı Rusça tanıtım videoları, broşürler ve kartvizitlerin hazırlanması,

13) TUROB'un 2013 yılı MITT Moskova Fuarı Raporu'nda belirtildiği üzere, Rusya'da profesyonellerin fuarlara ilgisinin bitme noktasına geldiği, fuarların yerine workshop ve online reklamların neticelerinin alınma ihtimalinin daha yüksek olduğu izlenimine ulaşılmaktadır, bu nedenle Rusya'da ve Türkiye'de Rus turistlere yönelik yapılan fuarlara bireysel değil, workshop odaklı il bazında sektörel katılımın sağlanması, Van turizminde Rusya pazarının ilk etabı için yapılması gereken maddi külfeti olmayan girişimlerdir.

KAYNAKÇA

DAVUTOĞLU, A. (2013). **2013 Yılına Girerken Dış Politikamız**, Dışişleri Bakanlığı'nın 2013 Mali Yılı Bütçe Tasarısı'nın TBMM Genel Kurulu'na Sunulması Vesilesiyle Hazırlanan Kitapçık, s.13. http://www.mfa.gov.tr/site_media/html/butce_2013.pdf (Erişim Tarihi: 18.11.2013)

KOPLAY, A. (11.07.2013). Türkiye-Rusya İlişkileri (Yazı Dizisi), **3. Bölüm: Enerji ve Turizm**, <http://politikakademi.org/2013/07/yazi-dizisi-turkiye-rusya-iliskileri-enerji-ve-turizm> (Erişim Tarihi: 18.12.2013)

ÖZDAL, H., ÖZERTEM H.S., HAS, K. ve DEMİRTEPE M. T. (2013). **Türkiye-Rusya İlişkileri Rekabetten Çok Yönlü İşbirliğine**, Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu, USAK Avrasya Araştırmaları Merkezi, USAK Rapor No: 13-06, Karınca Ajans Yayıncılık Matbaacılık, Ankara, s.57-58.

http://www.usak.org.tr/images_upload/files/turkiye%20rusya%20tr%20nete.pdf (Erişim Tarihi: 18.12.2013)

<http://www.haberler.com/rusya-ve-turkiye-turizm-isbirligini-2016-ya-kadar-5794921-haberi> (Erişim Tarihi: 20.03.2014)

<http://www.tanitma.gov.tr/Eklenti/4810,pazar-raporlari-2013.pdf?1>, Pazar Raporları 2013, (Erişim Tarihi: 30.12.2013)

<http://turizmguancel.com/haber/iste-rusya-pazarinin-haritasi-2013-nasil-bir-yil-olacak-h14460.html> (Erişim Tarihi: 04.12.2013)

<http://www.turizmhaberleri.com/haberayrinti.asp?ID=27308> (Erişim Tarihi: 29.03.2014)

<http://turizmgazetesi.com/news.aspx?id=69679> (Erişim Tarihi: 05.11.2013)
<http://www.turkishnews.ru/kultura-turizm-otdyh-v-turcii/news/elite-world-otkroet-novyy-otel-v-vane>(Erişim Tarihi: 16.12.2013)
<http://www.letsbookhotel.com/ru/turkey/van/hotel/rescate-hotel-van.aspx>
 (Erişim Tarihi:14.11.2013)
<http://www.hunohotel.ru/hotel/merit-sahmaran-ван-107534> (Erişim Tarihi: 07.11.2013)
http://content.oktogo.ru/Ван-отели-5-звезд_p1_z2836.aspx (Erişim Tarihi: 07.11.2013)
www.hotels.ru/rus/hotels/turkey/van/hotels_list.htm (Erişim Tarihi: 07.11.2013)
<http://www.komandirovka.ru/hotels/vana> (Erişim Tarihi: 07.11.2013)
<http://toursearch.ultra-all-inclusive.ru/r1/hotel.php?id=213596> (Erişim Tarihi: 11.11.2013)
<http://www.hotel.alltravels.com.ua/ru/turkey/p-0-city-Van-s-0-abv-0> (Erişim Tarihi: 11.11.2013)
<http://www.turkeyforfriends.com/forum/115-5106-1> (Erişim Tarihi: 04.12.2013)
<http://turkeynow.ru/o-turkey/geo-turkey/459-van-turciya.html> (Erişim Tarihi: 18.11.2013)
<http://nashtyr.ru/2012/03/dostoprimechatelnosti-goroda-van> (Erişim Tarihi: 18.11.2013)
<http://www.invest-marvik.ru/europe/turkey> (Erişim Tarihi: 05.12.2013)
http://www.turchanka.ru/n1113_10-03-2012.shtml (Erişim Tarihi: 05.12.2013)
<http://mestamira.ru/Туры/и/Цены/Азия/Турция/Ван> (Erişim Tarihi: 14.11.2013)
<http://www.diabeachclub.com/zhivotnie/872-tureckaya-koshka-van.html>
 (Erişim Tarihi: 21.11.2013)
<http://aurora-hotel.com/gorod-van-odin-v-turtsii/> (Erişim Tarihi: 05.11.2013)
<http://www.turkey-lands.ru/content.php?id=335> (Erişim Tarihi: 02.12.2013)
<http://traveltimeonline.com/novosti/ozero-van-turtsiya> (Erişim Tarihi:27.11.2013)

<http://mytourstory.ru/tag> (Erişim Tarihi: 03.12.2013)

http://thetravelrama.com/view_topic/355648/ozero_van (Erişim Tarihi: 27.11.2013)

<http://love-turkey.ru/content/gorod-van> (Erişim Tarihi: 12.12.2013)

<http://turkey.obnovlenie.ru/places/van/4371> (Erişim Tarihi: 13.11.2013)

<http://turbina.ru/guide/Van-Turtsiya-124764/Foto/Ostrov-Akdamar-ozero-Van-Turtsiya-49970/> (Erişim Tarihi: 13.11.2013)

<http://www.otzyv.ru/read.php?id=99414> (Erişim Tarihi: 04.12.2013)

<http://www.geo.ru/puteshestviya/vot-vam-i-van?page=0#article-body> (Erişim Tarihi: 12.12.2013)

<http://all-ik.narod.ru/turkey/turkey.html> (Erişim Tarihi: 29.11.2013)

http://www.reservation.ru/ww/catalogue/turkey_van_hotels.html (Erişim Tarihi:12.12.2013)

<http://www.zarubejye.com/gorod/v1.htm> (Erişim Tarihi: 09.12.2013)

http://www.rusya.ru/Content/17528-Rusya_+2013'te+Türkiye'de+turizm+temsilciliği+açacak (Erişim Tarihi: 14.11.2013)

<http://www.catgallery.ru/kototeka/2012-08-08/van-city-and-lake-turkey> (Erişim Tarihi: 14.11.2013)

<http://www.diabeachclub.com/zhivotnie/872-tureckaya-koshka-van.html> (Erişim Tarihi: 14.11.2013)

<http://kapital.kz/gazeta/7938/pisma-iz-vana.html> (Erişim Tarihi: 14.11.2013)

<http://www.abp.am/tourist/sights/historicalarmeniainfo/cityvan/> (Erişim Tarihi: 14.11.2013)

<http://goroda-mira.com/turkiye/van.html> (Erişim Tarihi: 14.11.2013)

VAN İLİNİN ORNİTO-TURİZM (KUŞ TURİZMİ) POTANSİYELİNE SAHİP SULAK ALANLARI

Doç. Dr. Atilla DURMUŞ*

Doç. Dr. Özdemir ADIZEL

ÖZET

Van ili sınırları dahilinde bulunan sulak alanlar, başta kuş türleri olmak üzere diğer hayvan türlerinin yaşam alanlarını tercih ederler. Özellikle sulak alanların kıyasal formasyonları zengin bir faunayı içermektedir. Van ili sınırları içerisinde yer alan; Erçek Gölü, Göründü Sazlıkları, Dönemeç Deltası, Çelebibağ Sazlıkları, Çakırbey Sazlıkları, Karasu Deltası, Van Sazlığı, Van Gölü Adaları yılın dört mevsimi kuş türü çeşitliliği ile ornitolojik açıdan aktif olup ulaşım sıkıntısı olmayan, doğrudan karayolunun yakınlarında bulunan ve Ornito-turizme açık alanlardır. Ayrıca Bitlis il sınırlarında olup, kuş çeşitliliği açısından önemli olan Arin Gölü de Van il sınırının yakınında ve ulaşım rotası üzerindedir.

Anahtar Kelimeler: Sulak Alan, Van Gölü, Ornitoloji, Flamingo

*Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Fak./ Biyoloji Böl.

GİRİŞ

Doğu Anadolu Bölgesi'nde ormanların az olması sulak alanlara çok önemli görevler yüklemektedir. Bu alanlar, canlılar açısından hem orman hem de sulak alan fonksiyonlarının çoğunu yerine getirirler. Bu havzadaki sulak alanlar canlılara gerek beslenme gerekse üreme yönlerinden en büyük desteği sağlarlar (Adızel ve ark., 2004; Durmuş, 2008).

Van Gölü Havzası, Batı Palearktikteki en önemli 2 ana göç yolları üzerinde bulunmaktadır. Göç yollarından birisi olan, Kuzeydoğu-Güney Göç Rotasına oldukça yakındır. Göç rotasının bu bölge üzerinden geçmesi doğal olarak kuş türü sayısını arttırmaktadır.

Havzada 1998 yılından beri yapılan ornitolojik veriler sonucunda, havzada yaşayan kuş türü sayısının 142 den 213'e çıktığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda ornitolojik araştırmalar yaygınlaştıkça sayının 300'lere kadar ulaşabileceği düşünülmektedir (Adızel 1998; Adızel ve ark.,2011; Durmuş ve ark., 2011).



Şekil 1. Van Gölü Havzasındaki önemli kuş alanları (NASA/GSFC, Erişim tarihi 10.04.2009).

Van Gölü Havzasında kuşların yoğun olarak yaşadığı sulak alanlara ulaşım oldukça kolay olup bütün alanlar karayollarına yakın yerlerde bulunmaktadır. Bu açıdan ornitolojik zenginliği ve görselliğinin yanı sıra ulaşılabilirliği açısından da turizme elverişli alanlardır. Havzada bulunan ve

kuşların yoğun olarak yaşadıkları önemli sulak alanları şöyle sıralamak mümkündür (Şekil 1.)

1. Erçek Gölü

Erçek Gölü, Van Merkez ilçesi sınırlarında olup, Van Gölü'nün doğusunda yer alan, aynen Van Gölü gibi suları tuzlu ve sodalı bir göldür. Van kent merkezine 30 km uzaklıkta yer alan göl, Van-Özalp karayolu ile kolay ulaşım imkanlarına sahiptir. Erçek Gölü'nün güney ve doğu kıyılarında 10 km genişliğinde düz çayırılık ve ekilebilir araziler yer alır. Kuzey ve batı kısımlarında ise gölün su çizgisi hattı üzeri yüksek tepelerle çevrilmiştir. Göl suyu tuzlu ve sodalı olduğu için ne sulamada ne de evsel ihtiyaçların karşılanmasında kullanılamamaktadır. Göl havzasında nüfusları birbirinden oldukça farklı, birisi belediye olmak üzere toplam 25 yerleşim birimi bulunmaktadır.

Havzadaki B sınıfı sulak alanların en önemlisidir. Gölün güneyi ve doğusu kuş türleri açısından oldukça zengindir. Sazlık ve bataklık alanların geneli bu kesimlerde yer alır. Gölün kuzeyi çoğunlukla dik dağlarla sınırlanır ve sazlık alan yoktur.

Erçek Gölü kuşlar açısından son derece önemli bir alandır. 2002-2004 yılları arasında yapılan araştırmada göldeki kuş türü sayısının 179 olduğu ve bunların büyük bir kısmının Red Data Book kategorilerinde yer aldığı belirtilmiştir (Adızel ve Durmuş, 2005). Ancak 2012 yılında Orman ve Su İşleri Bakanlığı XIV. Bölge Müdürlüğü Van İl Şube Müdürlüğü'nün yönetiminde gerçekleştirilen Erçek Gölü Sulak Alan Alt Havzası Biyoçeşitlilik Araştırma Alt Projesi kapsamında 185 tür tespit edilmiştir (Durmuş 2012).



Şekil 2. Erçek Gölü'nde Kaşıkga ve Flamingo Sürüsü



Şekil 3. Erçek Gölü Sazlıklarından Bir Görüntü

Flamingo (*Phoenicopterus ruber*) gölde göçmen olarak yaklaşık 8000 bireylik bir popülasyonla ilkbahardan sonbahara kadar alanda

kalmaktadır. 10 çiftten fazla Dikkuyruk (*Oxyura leucocephala*) popülasyonu yazın kuluçkaya yatmaktadır. Dikkuyruk dünya genelinde nesli tehlike altında olan bir türdür. Çok sayıda Uzunbacak (*Himantopus himantopus*), Kılıçgaga (*Recurvirostra avosetta*) ve daha birçok kuş türü alanda üremektedir. Hemen hemen yılın her sezonu Angıt (*Tadorna ferruginea*) sürüleri (5000 >) bu gölde gözlenebilir. Birçok yaban ördeği çeşitli zamanlarda büyük sürüler halinde gölü ziyaret ederler.

2. Bendimahı Deltası

38 – 56’ K 43 – 43’ D koordinatlarında olup, 1655 rakımda yer almaktadır. Van Gölü’nün kuzeydoğu ucunda, Muradiye ilçesinden Van Gölü’ne kadar uzanan ovayı kapsayan yaklaşık 9266 ha büyüklüğünde bir alana sahiptir. Muradiye Şelalesi ile başlayan sulak alanlar tarihi Asma köprü, Şeytan köprüsü, Eski Bendimahı köprüsünü ve son olarak yeni köprüyü geçerek Van Gölüne ulaşır. Göl kıyısında da Bendimahı Çayı’nın deltasında geniş sazlık ve bataklık alanlar yer almaktadır.



Şekil 4. Bendimahı Sazlıklarından Bir Görüntü



Şekil 5. Bendimahide Bir Akleylek Sürüsü

Bendimahı sazlıkları çok sayıda su kuşunun yaşama alanıdır. Nesli tehlike altında olan ördek türlerinden Paspas patka (*Aythya nyroca*) ve Dikkuyruk (*Oxyura leucocephala*) burada üremekte ve beslenmektedir. Küçük sumru (*Sterna albifrons*) ve Gülen sumru (*Sterna nilotica*) aynı alanda yaşayan kanatlı türlerindendir. Çok sayıda Van Gölü martısı (*Larus armenicus*) ve Hazar sumrusu (*Sterna caspia*) yaz aylarında Bendimahı Deltasında beslenmektedir (Adızel, 1998).

Alanın Van-Ağrı karayolu üzerindeki konumundan dolayı biyoturizm potansiyeli oldukça yüksektir.

3. Göründü Sazlıkları

Van Gölü’nün güney kıyısında yer almaktadır. Gevaş - Tatvan

karayolu bu sazlığın kenarından geçmektedir. Akdamar adasının güney batısına düşmektedir. Görüldü köyünün bulunduğu göl kıyılarıdır.

Dikkuyruk (*Oxyura leucocephala*), Uludoğan (*Falco cherrug*), kışın Ötücü kuğu (*Cygnus cygnus*) burada yaşayan ve nesilleri tüm dünyada tehlike altında olan kuş türleridir. Van Gölü martısı (*Larus armenicus*), Küçük kerkenez (*Falco naumanni*), Küçük akbaba (*Neophron percnopterus*) ve Kaya kartalı (*Aquila chrysaetos*) alanda sık rastlanılan türlerdir. Ayrıca çok sayıda kaz ve yaban ördeklerine farklı mevsimlerde rastlamak mümkündür.

4. Dönemeç (Engil) Çayı Deltası

Van Gölü'nün güneydoğu kıyısında bulunan delta, 9334 ha sahiptir. Van – Gevaş yolu deltayı bölerek ikiye ayırır. Delta alanı sazlık, kamışlık, kumul ve çamur düzlükleri ile kaplıdır. Alandaki meralar ve tarım alanlarında meyvecilik, tarım ve hayvancılık yapılmaktadır.



Şekil 6. Engil Deltasının ortasından geçen Van – Gevaş Karayolu



Şekil 7. Engil Deltasında kurumaya neden olan bir drenaj kanalı

Dönemeç deltası, Van Gölü'nde yaşayan İnci Kefali (*Chalcalburnus tarichi*) adlı balık türünün yumurtlamak için iç kesimlere çekildiği en önemli akarsu girişlerinden biridir. Bu geçiş mevsiminde kuşlar yoğun olarak beslenmekte ve kuşların tür ve popülasyon sayısı artmaktadır. Burada ayrıca *Capoeta kosswigi* türü tatlı su balığının da yaşadığı saptanmıştır.

Engil Deltası ve çevresi nesli küresel ölçekte tükenmekte olan Dikkuyruk adlı kuş türünün (*Oxyura leucocephala*) önemli üreme alanıdır. En son araştırmalar alanda 92 kuş türünün bulunduğunu ortaya koymuştur (Çelik, 2013).

Engil Deltası, havzada özellikle drenaj kanallarının etkisi ile (Şekil 7) en fazla tahrip edilmiş sulak alanların başında gelir (Adızel ve Durmuş, 2007).

5. Çelebibağ Sazlığı

Van Gölü'nün kuzeydoğusunda, Ilıca Çayı'nın Van Gölü'ne döküldüğü delta bölgesi ve çayın aşağı vadisini kapsayan 2059 ha alandır. Erciş ilçesi Çelebibağ beldesinin Van Gölü kıyısındaki yerleşkesi içinde yer almaktadır. Bölge büyük ölçüde tarım alanıdır. Oldukça büyük sazlık - bataklık ve çamur düzlükleri bulunan bir alandır. Son yıllarda meydana gelen su yükselmesinden en çok etkilenen yerlerdendir. Su yükselmesi sonucu sazlıkta bulunan tarihi kale ile belde arasındaki kara bağlantısı kopmuştur. Alan yerleşim birimlerine yakınlığından dolayı yoğun insan faaliyetlerine maruz kalmaktadır.



Şekil 8. Çelebibağ Kalesi



Şekil 9. Çelebibağ Kıyılarında Bir Flamingo Sürüsü

Başta martı türleri olmak üzere, birçok kuş türü için önemli bir barınma ve üreme alanıdır. Paspas patka (*Aythya nyroca*), turna (*Grus grus*) ve uzun bacak (*Himantopus himantopus*) alanda üreyen önemli kanatlı türlerindendir. Göç dönemlerinde, 1500 kadar flamingo (*Phoenicopterus ruber*) yaklaşık iki ay burada kalmaktadırlar. Kışın ötücü kuğunun (*Cygnus cygnus*) konakladığı sayılı noktalardan biridir.

6. Çakırbey Sazlığı

Van – Erciş karayolunun yaklaşık 50. kilometresindedir. Karayolları, Çakırbey bakımevi, bu sazlığın sınırları arasındadır. Bendimahi Deltasına oldukça yakın mesafededir. Genelde avcılar tarafından rahatsız edilen kuşlar, bu iki sulak alan arasında sık sık yer değiştirirler. Sazlık küçük dereler ve göl suyunun kıyıya taşması ile beslenir.

Bu sulak alanın etrafı buğday tarlaları ile çevrilidir. Havzadaki diğer sulak alanların karşı karşıya bulunduğu bütün sorunlar burada da

yaşanmaktadır. Ancak en fazla dikkati çeken sorun, sonbahardaki kaçak saz kesimidir. Bu durum kış aylarında en önemli barınma problemidir.

Bakımevinin sınırları içinde çoğunluğu çam olan küçük bir koruluk vardır. Bu korulukta başta Kerkenez (*Falco tinnunculus*) ve Saksığan (*Pica pica*) olmak birçok kuş türü kuluçkaya yatar.

Sazlıkta kaşıkgaga (*Anas clypeata*), Yeşilbaş (*Anas platyrhynchos*), Kılkuş (*Anas acuta*), Çamurcun (*Anas acuta*), Angıt (*Tadorna ferruginea*), Suna (*Tadorna tadorna*) ve Elmabaş (*Aythya ferina*) görülen önemli yaban ördekleridir. Kış aylarında Ötücü kuğuların (*Cygnus cygnus*) sık uğradığı alanlardandır.

7. Karasu Deltası

Karasu Çayı'nın Van Gölü ile birleştiği noktada taşınım ve çökme sonucu oluşmuş bataklık, sazlık bir alandır. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Kampüsü'ne yaklaşık 6 km uzaklıktadır. Van tarihinde önemli bir yeri bulunan Zeve Şehitliği de bu deltanın içinde bulunmaktadır. Yüzüncü Yıl Üniversitesine yakınlığı sebebiyle her an ziyaret edilebilecek ve eğitim amaçlı kullanılacak doğal bir laboratuvar niteliğindedir.

Ana karayollarından uzakta olduğu için bu güne kadar çok fazla göze çarpmamıştır. Besin bolluğu, habitat çeşitliliği ve barınak gibi nedenlerden dolayı yaz ve kış oldukça hareketlidir. Yöre avcılarının en çok uğradığı avlaktan biridir.



Şekil 10. Karasu Deltasında Avını Gözleyen Kızıl Şahinler

Deltadan itibaren çay yatağı takip edildiğinde Van kent merkezinin kuzeyinde, Erçek Gölü ile Van Gölü arasındaki engebeli araziye kapsayan geniş bölge toplam 102, 960 ha büyüklüğünde bir alan gözlenir. Karasu Çayı'nın yatağı bölgeyi kuzey ve güney olmak üzere ikiye böler. Tarım alanları dışında kalan arazi hayvan otlatmada kullanılan geniş dağ bozkırlarıyla kaplıdır. Gerek çay yatağında, gerekse göl kıyısında çok

miktarda sazlık bataklı ve kumul alanlar mevcuttur.

Karasu Çayı ekosisteminde birçok canlı türü yaşamaktadır. Çok çeşitli yaban ördekleri, paspaş patka (*Aythya nyroca*), yeşilbaş (*Anas platyrhynchos*), kerkenezler, balıkçıllar, sakarmeke ve martılar en sık görülenlerdir (Adızel, 1993;1998).

Zaman zaman dikkuyruk (*Oxyura leucocephala*) ve toy (*Otis tarda*) gibi nesli tehlike altında olan türlerde göze çarpmaktadır. Deltanın etrafındaki tarım arazilerinde bol miktarda tarla kuşları kuluçkaya yatar. Ancak bu alanlar kum ocaklarının tehdidi altındadırlar. Deltada aşırı otlatma, drenaj, kontrolsüz saz kesimi, erozyon ve avcılık diğer önemli sorunlardır.

8. Van Sazlığı

Van Sazlığı, bir ucu Yüzüncü Yıl Üniversitesi kampüsüne, diğer ucu Edremit İlçesine dayanan kıyı şeridindeki sazlık bataklık alanıdır. Van Kalesi ve civarındaki sazlıklar ile feribot iskelesi de bu alana dahil edilir.

Son yıllarda gerçekleşen kaçak yapılaşma sonucu sazlığın önemli bir kısmı tamamen tahrip olmuştur. Geri kalan çok az bir kesim ise tehdit altındadır. Alan, insan faaliyetleri açısından son derece hareketlidir.

Sazlığın özellikle İskele Mahallesi ile Van Kalesi arasında kalan kısmı ornitolojik ve tarihi açıdan çok önemlidir. Bu sulak alanın Van Kalesi kesimi tarihi sit alanı içinde olmasına rağmen ciddi bir koruma yoktur.

Saz kesimi, avcılık, yumurta toplanması, yoğun insan faaliyetleri, kirlilik ve aşırı otlatma başta gelen sorunlardandır. Ancak en önemli problem hızlı ve kanunsuz gelişen yapılaşmadır. Kıyı kanunu birçok noktada göz ardı edilmiş durumdadır. Bu durum görüntü kirliliğine sebep olduğu gibi, gölün hızla kirlenmesine de neden olmaktadır. Ayrıca bazı kesimlerde su yükselmesine karşı kıyı aşınmasını engellemek için suya dökülen kayalar kıyı şeridi estetiğini birçok açıdan olumsuz etkilemiştir.

9. Van Gölü Adaları

Van Gölü'nün 4 büyük adası mevcuttur. Özellikle Akdamar Adası çok fazla turist ağırlayan bir adadır. Bu adalarda Van Gölü martısı (*Larus michahellis*), gece balıkçılı (*Nycticorax nycticorax*), küçük akbalıkçıl (*Egretta garzetta*), kaya güvercini (*Columba livia*), cüce karga (*Corvus monedula*), kızılgağalı dağ kargası (*Pyrrhocorax pyrrhocorax*), kerkenez (*Falco tinnunculus*) yanında birçok kuş türü kuluçkaya yatmaktadır (Durmuş, 2008).



Şekil 11. Van Gölü Adalarında Kuluçkaya Yatan Gece Balıkçılı.

Çarpanak, Adır ve Kuzu adaları insanlar tarafından daha az ziyaret edilmektedir. Bu nedenle barındırdıkları canlı sayısı daha fazladır. Üreme döneminde binlerce martı ve balıkçıl bu adalarda yuvalanırlar. Ayrıca bol miktarda tavşan ve su yılanı da mevcuttur. Bu üç büyük ada yanında on kadar küçük ada daha mevcuttur.

10. Arin Gölü (Soda Göl) ve Çevresi

Bu sulak alan Van Gölü Havzası içinde olup, Bitlis ili sınırları içinde yer almaktadır. Ornitolojik potansiyelinin çok yüksek olmasından ve havza ekosisteminin bir parçası olması nedeniyle değinmek yerinde olacaktır. 38 – 49’ K 42 – 59’ D koordinatlarındadır. Yaklaşık 1500 ha yüz ölçüme sahiptir. Deniz seviyesinden 1650 metre yüksekliktedir. Havzada kuş varlığı açısından en önemli noktadır. Literatürlerde B sınıfı sulak alan olarak sınıflandırılmaktadır. Ancak bu alan kesinlikle kış ve yaz sayımlarında A sınıfı olmayı hak eden bir canlı barındırma kapasitesine sahiptir. A sınıfı statüsünde olmaması, bu alanla ilgili araştırma eksikliğinden kaynaklanmaktadır.



Şekil 12. Soda (Arin) Gölünden Bir Görüntü



Şekil 13. Soda (Arin) Gölü Kuşların Yoğun Olarak Yaşadığı Bir Yerdir

Arin Gölü, Erçiş - Adilcevaz yolunda, Van Gölü'nün kuzey kıyısında, Göl Düzü denilen bir yarımada da yer almaktadır. Kuzey doğusunda Süphan Dağı yükselir. Adeta Süphan Dağı ile Van Gölü arasında sıkışmış kalmış gibidir. Uzaktan Van Gölü'nün bir parçası gibi görünür. Ancak yakından incelenince yaklaşık 100 metrelik bir kum seti ile Van Gölü'nden ayrıldığı gözlenir. Etrafındaki sazlık alanların neredeyse tamamı tahrip olmuştur. Ancak yoğun olarak küçük bitkilerin kapladığı bataklıklar mevcuttur. Suyunun sığ olması, güneşlenme durumu, rüzgar alma durumu, besin ve güvenli bir ortam gibi sebeplerden dolayı birçok kuş türü bu alanı tercih etmektedir.

Göl hem yaz hem de kış sezonlarında çok hareketlidir. Popülasyon çok yoğundur. Ayrıca yaz ve kış göçleri açısından çok önemlidir. Gölde çok sayıda Dikkuyruk (*Oxyura leucocephala*) üremektedir. Bu tür ülkemizde Burdur Gölü'nde kışlamaktadır ve ilkbaharla birlikte yaklaşık 175 çift büyüklüğünde bir popülasyonu üreme amacı ile Arin Gölü'ne gelmektedir. Göl civarındaki tarlalarda toy kuşu (*Otis tarda*) da kuluçkaya yatmaktadır. Ayrıca birçok yaban ördeği, kazlar, kıyı kuşları ve ötücü kuğu (*Cygnus cygnus*) kışı bu gölde geçirmektedirler.

SONUÇ

Van Gölü Havzasının Türkiye'de önemli bir sulak olan potansiyeline sahip olması, önemli kuş göç rotaları üzerinde bulunması alandaki her bir sulak alanın ornitolojik önemini arttırmaktadır. Ulaşım ve konaklama kolaylıklarının yanı sıra güvenlik problemlerinin bulunmaması yerli ve yabancı gözlemciler açısından tercih sebebidir.

Yörede en önemli geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Ancak uygun yem bitkilerinin üretilmemesi sulak alanlara önemli yük bindirmektedir. Kurutulmuş saz bitkilerinin yörede çatı yapımında kullanılması, ayrıca hayvan yemi olması ve ticaretinin yapılması nedenlerinden dolayı aşırı kesime maruz kalmaktadır.

Adı geçen her bir sulak alan için ayrı ayrı yönetim planlarının oluşturulması, biyoturizmin geliştirilmesi, ekonomik girdi sağlanması ve yöre halkının bu konuda eğitilmesi sorunların çözüm noktası olacaktır. Ayrıca koruma planlamalarında, ülkemizin toplam sulak alanlarının 1/5 kadarını içeren bu havzanın ön plana alınması doğa koruma açısından önemli katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Adızel, O., Durmuş, A. 2005. A Study on Bird Species Under Threat and Avifauna of Erçek Lake (Van-TURKEY). 13th. International

Symposium on Environmental Pollution and its Impact on Life in the Mediterranean Region, October 8-12. 2005, Thessaloniki-GREECE.

- Adızel, Ö., Durmuş, A., Akyıldız, A. 2004. The Effects of Pollutants on Birds and Other Organism Living in Lake Van Basin. 1. International Eurasian Ornithology congress, 8-11 April 2004, Antalya / TURKEY.
- Adızel, Ö., 1993. Van Karasu (Mermit) Deltası Kuşları (yüksek lisans tezi, basılmamış). Y Y Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Adızel, Ö., 1998. Van Gölü Havzası Ornitofaunası Üzerine Araştırmalar (doktora tezi, basılmamış). Y Y Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Adızel, Ö., Durmuş, A., Nergiz, H., Çelik, E. Avian Migration Phenology, Population Size and Climate Change in Van Lake Basin (Poster). VI. International Symposium on Ecology and Environmental Problems. 92p, 17-20 November 2011, Antalya /Turkey.
- Adızel, Ö., Durmuş, A., Sulak Alan Tahribatının Dönemeç (Engil) Deltası – Van Örneğinde İrdelenmesi. Göller Yöresi, İç Anadolu Gölleri ve Sorunları 09-10 Haziran 2007 . Isparta.
- Çelik, E. 2013. Dönemeç (Engil) Deltası'nı n Ornitolojik Potansiyeli ve Kullanım Alanlarının Coğrafik Bilgi Sistemleri (CBS) Kullanılarak Belirlenmesi (yüksek lisans tezi, basılmamış). Y Y Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Durmuş, A. 2008. Van Gölü'nde Yaşayan Gece Balıkçılı (*Nycticorax nycticorax* Linne, 1758)'nın Biyoekolojisi Üzerine Araştırmalar. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (doktora tezi), Van.
- Durmuş, A., 2012. Erçek Gölü Sulak Alan Alt Havzası Biyoçeşitlilik Araştırma Alt Projesi. T. C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı XIV. Bölge Müdürlüğü Van İl Şube Müdürlüğü.
- Durmuş, A., Adızel, Ö., Özgökçe, F., Uzun, Y., Öztürk, F., Koçak, M.K., Ünal, M., İşler, S., Selçuk, N., Keleş, A., Behçet, L., Demirel, K., Koçak, A.Ö. Biodiversity of Van Province. VI. International Symposium on Ecology and Environmental Problems. 22p, 17-20 November 2011, Antalya /Turkey.

VAN'A GELEN İRANLI TURİSTLERİN PROFİLLERİ ÜZERİNE SOYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç.Dr. M.Zeki DUMAN*

ÖZET

Günümüz toplumlarını betimleyen en ironik kavramlardan biri de “hareket halindeki toplum” tanımlamasıdır. Zira yüzyılımız, insanların, nesnelerin ve değerlerin sürekli yer değiştirdiği, tarihsel ve kültürel özelliklerin adeta ambalajlanıp tüketime sunulduğu ve dolayısıyla sabite olanın anlamını yitirmekle kalmayıp yerini değişime bıraktığı bir çağa tanıklık etmekteyiz. Böyle bir çağda yaşamak, sonu kestirilemeyen bir mobilizasyonuna tabi olmak demektir. Çünkü kitle toplumunun üyeleri olarak durmadan hareket halindeyiz. Bir yerden başka bir yere gitmeyi, oraları görmeyi, gezmeyi, eğlenmeyi ve dolayısıyla tüketmeyi hayatın yegâne ereği haline getiren bir kültürel iklimin ve ideolojik hegemonyanın müritleri gibiyiz. Onun içindir ki turizm, tüm dünyada en hızla yayılan ve yayıldıkça da yaşam alanı bulan bir sektör haline gelmiştir. Bu sektör, ülkelerin ekonomik, sosyolojik ve ekolojik yapıları üzerinde inanılmaz etkiler bırakmaktadır. Genel düzlemde bu etkileri Türkiye bağlamında anlamaya çalışmak, özelde de turizm olanakları açısından çok önemli bir yere sahip olan ve bir sınır ili olması nedeniyle komşu ülkelere önemli oranda turist çeken Van ilinin turizm potansiyelini, özellikle de İranlı turistlerin profillerini, beklentilerini ve taleplerini değerlendirmek bu çalışmanın başlıca amacını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler:Dünyada Turizm Hareketleri, Türk Turizmin Gelişimi, Van'ın Turizm Potansiyeli, İranlı Turist Profili

* Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

1. Giriş

Turizm, günümüz toplumları açısından son derece önemli bir olgudur. Sadece ekonomik açıdan değil, demografik, ekolojik ve sosyolojik boyutuyla da etkili olan küresel bir harekettir. Turizmin tüm dünyada bu kadar etkili olmasının nedeni, başta doğal çevre olmak üzere toplumların sosyal ve kültürel yaşamı üzerinde dönüştürücü bir özelliğe sahip olması ve küresel ölçekte ülkeleri birbirine yaklaştırmasıdır.* Zira toplumsal değişimin ve gelişimin en önemli dinamiklerinden birinin turizm ve turizmden kaynaklı faaliyetler olduğu gerçeği artık herkes tarafından kabul edilmektedir. Ülkeler, bu gerçekten hareketle turizmin geliştirilmesi, çeşitlendirilmesi ve değerlendirilmesi konusunda özel bir çaba harcamaktalar. Dolayısıyla turizmin, toplumları dönüştüren ve kültürel etkileşime yol açan özel bir ilişki ve iletişim biçimi olduğu kadar, kültürlerarası alışverişin artmasına olanak tanıyan ve ulusal ölçekte istihdam yaratan bir faaliyet alanı olduğu da söylenebilir.

Bu faaliyet alanı, uluslararası arenada her geçen gün daha fazla büyümekte ve hizmetler sektörünün çok önemli kısmını oluşturmaktadır. Örneğin, turizm örgütünün 2010 verilerine göre, 900 milyar dolara varan gelir payıyla, 210 milyonu aşkın kişiye iş olanağı sağlayan ve küresel istihdamın yaklaşık %7,6'nı tek başına karşılayan turizm sektörü, 2009 verileriyle de 5.474 milyar doları bulan bir hacme ulaşmıştır.† Aynı şekilde günümüzde en fazla büyüyen ve en fazla katma değer yaratan sektörlerin başında yine turizm gelmektedir. Emek yoğun bir özelliğe sahip olduğu için ayrıca istihdamın artışına ve dolayısıyla işsizliğin azalmasına da katkı sunmuştur. Her ne kadar 2009'da yaşanan küresel mali kriz, turizm sektörünü olumsuz yönde etkilese de, 2010'dan sonra sektörün yeniden toparlandığı ve gelişmesine devam ettiğini görmekteyiz.

Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan “Turizm 2020 Yılı Vizyonu” adlı rapora‡ göre, 2020 yılına kadar dünyada turist sayısının 1,6 milyarı geçeceği, aynı şekilde toplam turizm gelirlerinin de 2 trilyon doları bulacağı tahmil edilmektedir. Raporun öne çıkan ilginç noktalarından biri de 2020 yılında Avrupa'yı ziyaret edecek turist sayısının 717 milyonu bulacağı ve bu sayı ile Avrupa kıtasının dünyada en çok turist çeken bölge olacağını öngörülmesidir. Raporda, ayrıca uluslararası turizm pazarından en çok Avrupa ile Doğu Asya ülkelerinin pay alacağı düşünülmüştür. Ekonomik büyümesine paralel olarak Türkiye'nin bu pazar içinde önemli bir aktör olmadığı görülmektedir. Zira turizmden en çok gelir elde eden ülkeler, aynı

* Bahattin Rızaoğlu, *Turizm ve Toplumsallaşma*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004, s.107.

† Travel & Tourism Economic Impact, WTTC, 2009, www.invest.gov.tr/13.12.2013.

‡ <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>, 10.12.2013.

zamanda en çok turist kabul eden ülkelerdir ve bu ülkeler içerisinde Türkiye, turizmini geliştirmesine rağmen yeterli oranda gelir elde edememektedir.

Örgütün 2012 verilerine göre dünya turizm gelirlerinin aslan payını 128,6 milyar dolarla Amerika birinci sırada alırken, 29,4 milyar dolarla Türkiye on birinci sırada yer almıştır.* Oysa dünyada turizm potansiyeli en fazla olan ve bulunduğu bölgede tarihi, kültürel ve doğal güzellikleriyle göz kamaştıran ülkemiz, maalesef bu alanda yeterince etkili olamamıştır. Bugün sadece gelişmiş ülkelerin turizm sektöründen elde ettikleri gelir, milli gelirlerinin çok önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında ülkemizin son derece elverişli olduğu turizm kaynaklarını daha rasyonel bir temelde, planlı ve programlı bir biçimde ele alması ve yeni bir turizm politikası geliştirmesi gerekmektedir. Çünkü turizm kavramının içeriği sürekli değişmekte ve yeni anlamlar kazanmaktadır.

Modern toplumlardaki toplumsal pratiğin ayrı ve düzenli alanları olarak çalışma ve boş zamanın nasıl örgütlendiğine ilişkin bir tezahür olarak karşımıza çıkan turizm,[†] artık sadece güneş, deniz ve plaj gibi sınırlı kavramlarla, turist de aynı şekilde bu tür yerlerde zaman geçiren ve tatil yapan kişi olarak tanımlanamıyor. Çağdaş anlamıyla turizm, bir dinlenme ve boş zaman geçirme aktivitesi olmaktan çıkmış; eğlenme, öğrenme, çevre ve doğayla bütünleşme, farklı kültürleri tanıma ve onlarla iletişim kurma, saklı mekânları keşfetme, onları duyumsama, hissetme, dokunma ve anlamaya çalışma arayışına dönmüştür. Bu açıdan turizmi, “yaşam ritmi ve çevre değişimine bağlı olan sosyal, kültürel, doğal çevre ve gezilen yerle kişisel ilişkiye bağlı olması gereken, geçici, istemli yer değiştirme olaylarının tümü” olarak tanımlamak mümkündür.[‡]Günümüz turist kimliğinin en ayırıcı özelliği ise durmadan yer değiştirmesi ve hareket halinde olmasıdır.

Küreselleşme ile beraber ulaşım olanaklarının artmasıyla turistin hareket alanı ve mobilizasyonu da artmıştır. Zira gelişen teknoloji, dünyamızı küçük bir köye dönüştürürken, aynı zamanda yer ve mekân mefhumlarını da değiştirmiştir. Bauman’dan bir alıntı yaparak söylersek, uzaklık sanki sadece iptal edilmek üzere varmış, sanki mekân hor görülmeye, çürütülmeye ve inkâr edilmeye, çağrıdan başka bir şey değilmiş gibi görünmeye başlamıştır. Mekân bir engel olmaktan çıkarak, göz açıp

*http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/Turizm_Raporu-rapor%20turizm%20turofed.pdf, 12.12.2013.

[†] John Urry, *Mekânları Tüketmek* (Çev. R.G.Öğdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, s.181.

[‡] Robert Lanquar, *Turizm-Seyahat Sosyolojisi* (Çev. G.Ö. Katır), İletişim Yayınları, İstanbul, 1991, s.16.

kapayınca kadar zapt edebileceğimiz bir nesneye dönüşmüştür.* Dolayısıyla küreselleşme süreci, son durağı olmayan ve sürekli devinim halinde olan turistin yaşam tarzına inanılmaz bir esneklik ve kolaylık sağlamıştır. Bu durum aynı zamanda ülkelerin değişen turizm anlayışına ve turist tipolojisine uygun yeni bir turizm politikasını oluşturmalarını da gerekli kılmıştır.

2. Türkiye'nin Turizm Karnesi ve Son Yıllardaki Gelişmeler

Turizm, yukarıda da vurgulandığı gibi dünyada en çok gelişen, katma değer yaratan ve ülkelerin ekonomik ve toplumsal yapısını etkileyen hizmet kollarından biridir. Uluslararası ticarete de petrolden sonra ikinci sırayı izleyen en önemli sektördür.† Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun ülkelerin gelişmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, ekonomik kalkınma için yeterli düzeyde tasarrufa ihtiyaç duymuşlardır. Çünkü tasarruflar, hem ülkelerin büyüme hızını etkileyen hem de istihdamı yaratacak olan yatırımları sübvans eden en önemli finansal kaynaktır. Tasarruftan yoksun ülkeler azgelişmişlik çarkından kurtulmak, ihtiyaç duyulan döviz gelirlerini ucuz ve zahmetsiz biçimde elde etmek için turizme dört elle sarılmışlardır.‡

Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye, turizme en fazla yatırım yapan, ekolojik ve kültürel zenginliğiyle değişen turizm anlayışına uygun yeni turistik alanlar oluşturma ve bunları değerlendirme olanağına sahip olan nadir ülkelerden biridir. Nitekim son yıllarda Türk turizminin çağdaş bir anlayışla yeniden ele alındığını, turizme yönelik özel bir hassasiyetin doğduğunu, kamu ve özel sektörün daha fazla yatırım yapmaya başladığını, turistik mekânların dünya standartlarına ulaştırılmaya, turistik faaliyetlerin de çeşitlendirilmeye çalışıldığını görmekteyiz. Ancak, sektörel düzeyde daha fazla tanıtıma ihtiyaç bulunmaktadır. Bunun için de geleneksel turizm politikalarından vazgeçilip, değişen turizm algısına yeni tanımlar, hedefler ve programlar konulmalıdır.

Turizm sektörü, turizm alanını Akdeniz, Ege ve Marmara bölgesinin dışına taşıyacak, son dönemde tüm dünyada revaçta olan kültür, inanç, sağlık ve eko-turizmi yaygınlaştıracak ve bunların tanıtımını yapacak girişimlerde bulunmalıdır. Özellikle ülkemizin Doğu ve Güneydoğu illerinde halen keşfedilmeyi bekleyen ve önemli uygarlıklara ev sahipliği yapmış olan turistik mekânların tanıtılması ve ülke turizmine kazandırılması son derece önemlidir. Bir destinasyon olarak bölge illerinde bulunan turizm

* Zygmunt Bauman, *Küreselleşme* (Çev. A.Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, s.90.

† Muhsin Kar, Ebru Zorkirişçi ve Metin Yıldırım, "Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme", *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(8), 89-90.

‡ Ozan Bahar-Metin Kozak, *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2013, s.156.

olanaklarının yeterince değerdendirilmesi hem bölge halkının refahını ve kalkınmasını hem de ülke ekonomisini ve döviz girdisini olumlu yönde etkileyecektir.

Türkiye'nin turizmle olan ilişkisi zaten geç bir dönemde 1960'lardan sonra başlamış, 1980'lerle beraber devlet politikası haline gelerek milli gelirin önemli bir kalemi haline gelmiştir. Zira bu tarihe kadar ülkede iç pazarın genişlemesini esas alan ithal ikameci bir politika izlenmiş ve az gelişmişliği ortadan kaldırmak için turizme alternatif bir sektör olarak bakılmamıştır. O dönemde ülkemizde yeterli düzeyde sanayileşme ve kapital gelişme olmadığından devlet bizzat ekonomik yaşama müdahale etmek zorunda kalmıştır. Sürdürülen ithal ikameci paradigma, hem özel sektörün gelişmesine olanak tanımamış hem de devlet tekelinin sürmesine yol açmıştır.

1960'lardan sonra Türkiye dâhil az gelişmiş ülkelerde iç pazarın genişlemesine dayalı kalkınma stratejilerinin iflas etmesi ve kapitalizmin genişleme ihtiyacını hissetmesi, ithal ikameci anlayışın yerini ihracata dayalı genişleme politikalarına bırakmıştır. Dünya pazarıyla bütünleşme, ekonomide devlet tekeline son verme, ekonomiyi kendiliğinden işleyen bir piyasa mekanizmasına bırakma gibi ultra-liberal politikalar, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizi de etkilemiştir. Nitekim vergilerin ve devletin ekonomiye müdahalesinin azaltılması, serbest piyasa sistemine geçilmesi, ithalat yasağının kaldırılması, kamu iktisadi teşebbüslerinin özelleştirilmesi ve en önemlisi ihracat ve ithalatta devletin yerine özel sektörün öne çıkarması gibi uygulamalar, 1980'lerin Türkiye'sinde alınmış olan en radikal kararlardır.

Serbest piyasa mekanizmasını hayata geçirerek devletin küçülmesini ve ekonominin liberalleşmesini sağlayan 24 Ocak kararları, Türkiye'de en çok iki sektörün gelişmesini hedeflemiştir. Bu hedeflerden biri, az gelişmişliği ortadan kaldırmak ve ekonomik kalkınmayı sağlamak için sanayiye dayanan yeni bir ihracat politikasını hayata geçirmek, diğeri de döviz darboğazını aşmak ve ödemeler dengesini düzeltmek için yeni bir turizm politikasını oluşturmaktır. Nitekim o dönemde uygulanan yapısal reformlarla hem sanayi hem de turizm sektörü hızlı bir biçimde gelişmeye başlamıştır. Dönemin ekonomi-politiğini iyi analiz eden ve geleceği öngörerek bu iki alanda önemli yatırımlar yapan Özal hükümetinin bu başarıda önemli bir rol oynadığını belirtmek gerekir.

Turizmin ekonomik gelişmenin itici gücü olarak kabul edilmesi, devletin bu alanda yatırım yapmasına ve özel sektörü teşvik etmesine neden olmuştur. 1982 tarihli "Turizmi Teşvik Kanun"u ile sektöre önemli oranda yatırım

teşvikleri ve mali destek sağlanmış, * verilen teşvikler başta Akdeniz, Ege ve Marmara bölgeleri olmak üzere önemli turistik beldelerde büyük otellerin ve tatil köylerin yapılmasını, deniz turizminin de gelişmesini sağlamıştır. Yapılan yatırımlar, bir yandan Türkiye'nin GSMH içindeki turizm payını artırırken, diğer yandan sektörün kendi içinde farklılaşarak zenginleşmesine ve yeni turistik alanların hizmete açılmasına zemin hazırlamıştır. Sektörel gelişmenin en önemli boyutunu ise turizme yönelik yapılan tanıtım faaliyetleri oluşturmuştur.

Bu amaçla başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği gibi sivil toplum örgütleri, Türkiye'nin dışarıda tanıtılması için önemli uğraşlar vermiştir. Bakanlık, özellikle son yıllarda turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişimini sağlamak için hazırladığı yeni kalkınma planlarıyla zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizi markalaştırmaya ve bunları turistler için birer çekim merkezi haline getirmeye çalışmıştır. Kentsel ölçekte markalaşma stratejisi yanında turizmin çeşitlendirilmesi için başta inanç, sağlık, doğa yürüyüşü ve eko-turizm olmak üzere yayla, akarsu, mağara, av, kongre ve fuar turizmi gibi alternatif aktivitelere de destek vermiştir. Bakanlığın turistik değerlerimizi ve turizm çeşitliliğini dünyaya tanıtmak üzere hazırladığı dijital reklamlar ve destinasyon filmler, dünyanın birçok ülkesinde gösterilmiştir.

Bakanlık, bu etkinlikler için önemli miktarda kaynak ayırmıştır. Örneğin, Bakanlığın 2000 yılında 43 milyon TL olan yurtdışı tanıtım bütçesi 3,5 kattan fazla artarak 2010 yılında 153 milyon TL'yi aşmıştır. † Öte yandan turizme yapılan yatırımlar da her geçen gün durmadan devam etmiş, işletme belgeli yatak kapasitesi son 10 yılda 2 kat artarak 645.267'ye yükselmiş ve yatırım belgeli konaklama tesisleri ile birlikte toplam yatak kapasitesi de 893.326 olmuştur. ‡ Yapılan çalışmalar sonucunda 2012 yılında, uluslararası alanda en yaygın çevre ödüllerinden biri olarak kabul edilen “Mavi Bayrak Ödülü”ne, 366 plajımız, 19 marinamız ve 13 yatımız layık görülmüştür. § Bu sayılarla Türkiye, dünyada en iyi plaj sıralamasında 4. Marina'da da 19.sırada yer almıştır. ** Bu gelişmelerin bir sonucu olarak bugün Türkiye'de en hızlı büyüyen, en fazla istihdam, yatırım ve işgücü sağlayan sektörlerin başında turizm gelmiştir. Diğer bir ifadeyle turizm, Türk ekonomisinin adeta lokomotifidir.

* Ozan Bahar, “Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı”, Yönetim ve Ekonomi, 2006, 13 (2): 137-150.

† <http://www.turizm.gov.tr.08.12.2013>.

‡ <http://www.turizm.gov.tr.08.12.2013>.

§ <http://www.mavibayrak.org.tr.11.12.2013>

** <http://www.mavibayrak.org.tr.11.12.2013>

Turizm alanında yaşanan bu olumlu gelişmeler, Türkiye'nin dünya turizminde söz sahibi olmasını, uluslararası turizm pazarında hem turizm gelirlerinde, hem de turist sayısında ciddi bir artışın yaşanmasını sağlamıştır. Örneğin, 2000'li yıllarda Türkiye turist sayısı açısından dünyada 20. sırada yer alırken, 2009'da 7. sıraya ve 2012'de 12.sırada yer almıştır. Aynı şekilde turizm gelirleri açısından da 2000'li yıllarda Türk turizmi dünyada 14. sırada yer alırken 2009'da 9.sıraya gelmiştir.*

Tablo. 1. Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ve Elde Edilen Turizm Geliri (Bin Dolar)[†]

Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Turist Sayısı	23.340.911	26.336.677	27.077.114	28.632.204	31.456.076	31.782.832
Turizm Geliri	20.942.501	25.415.607	25.064.481	24.930.996	28.115.694	29.351.446

Son dönemlerde yapılan tanıtım çalışmaları sonucunda hızlı bir gelişme gösteren Türk turizm sektörü, ödemeler bilançosunun en önemli kalemini oluşturmuş, ekonominin de en önemli sektörü haline gelmiştir. Aynı şekilde ekonomik büyümenin ve toplumsal refahın artmasında kilit bir rol alarak, uluslararası toplumda yarattığı imajla da dünya barışına önemli katkılar sunmuştur. Tablodan da anlaşıldığı üzere; 2007-2012 yılları arasında Türkiye'ye 8,5 milyondan fazla bir turist kitlesi gelmişken, aynı tarihler arasında turizmden yaklaşık 8,5 milyar dolar gelir elde edilmiştir. Ancak sektörde alınan mesafe ve elde edilen başarıya rağmen halen varolan potansiyelimizin yeterince değerlendirilmediği ve dolayısıyla dünya turizm pastasından yeterli miktarda gelir elde edemediğimizi söyleyebiliriz. Sektörde istenilen hedeflere ulaşamamasının başlıca üç nedeni olabilir:

Bunlardan birincisi; ülkemizde turizmin gelişmesini sağlayacak sosyal, ekonomik ve kültürel koşulların geç oluşması ve turizmin öneminin geç fark edilmesidir. Bilindiği gibi turizm faaliyetleri, ilk kez 19. yüzyıl İngiltere'sinde sanayileşmeyle beraber; kitlelerin gelir düzeyleri, boş zamanları ve teknolojik imkânları artmasıyla başlamıştır. Turizm, bu dönemde uzun ve yorucu çalışma koşulları altında ezilen çalışanların karşılaştıkları psikolojik ve ekonomik problemleri çözmek üzere düşünülmüş,[‡] ancak bir yaşam tarzı haline gelebilmesi için, kitlesel düzeyde insanların seyahat etmesi, hafta sonu ve yıllık tatil haklarını kullanması gerekmektedir. Nitekim Avrupa toplumlarında I.Dünya Savaşı'ndan sonra

*<http://www.turizm.gov.tr>.08.12.2013.

[†] <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/TR,50930/istatistikler.html>.08.12.2013.

[‡] Muammer Tuna, *Turizm, Çevre ve Toplum: Marmaris Örneği*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007, s.14.

memur ve işçilere tatil yapma hakkı verilince, turizm sektörü hem devlet hem de özel sektör eliyle geliştirilmeye çalışılmış, tüm dünyada turizme yönelik tanıtıcı faaliyetler başlatılmıştır. Oysa ülkemizde turizme yönelik faaliyetler ancak 1960'lardan sonra özellikle de 1980'lerle beraber başlayabilmiştir.

Ülkemiz turizminin yeterli gelişmemesinin ikinci bir nedeni de, toplumda turizme ve turiste yönelik olumsuz algının uzun süre devam etmiş olmasıdır. Toplum, genellikle muhafazakâr değerlere sahip olduğu için, son yıllara kadar ecnebi olarak tanımladığı turistlere pek sıcak bakmamıştır. Toplum nazarında turizm, kültürel değerlerimizi, gelenek ve göreneklerimizi bozan bir sektör, turist ise özellikle gençlerin değer ve inanç yapısı üzerinde olumsuz etkiler bırakan yabancılarıdır. Çoğunlukla turistlerin yaşam biçimleri, dilleri, kötü alışkanlıkları ve davranışları toplum tarafından yadırganmış, halkın kültürel kodlarıyla örtüşmeyen pratikler kimi zaman tepki toplamıştır. Ancak, toplumsal aurada turizm algısı ve turist imajı da zamanla kırılmıştır. Halk, turizmin sadece gelişmiş toplumların değer yargılarını ve kültürel özelliklerini ihraç eden bir faaliyet alanı olarak değil, karşılıklı etkileşim, hoşgörü ve uzlaşa içeren ve evrensel değerleri taşıyan bir iletişim biçimi olduğunu fark etmiştir. Ayrıca turizmin ekonomik getirisinden yararlandıkça turizme ve turiste olan bakışını da değiştirmiştir.*

Turizm alanında istenilen hedeflere ulaşamamasının diğer bir nedeni de, ülkemize gelir düzeyi yüksek turistlerin gelmemesi, seyahat acentelerinin yeterli düzeyde organize olmaması, ziyaret edilecek destinasyona yönelik kapsayıcı ve cezbedici turların yapılmaması, alternatif turizme önem verilmemesi ve değişen tatil anlayışına uygun turizme dönük yeni seçeneklerin oluşturulmamasıdır. Bunların yanında; toplumda turistlere yönelik cinsiyetçi bir bakışın sürmesi ve turistlere karşı kimi zaman saldırgan tutumların sergilenmesi, bazı esnafların alışverişlerde ürünleri fahiş fiyattan satması, sektörde çalışan elemanların yeterli eğitime ve donanımına sahip olmaması ve çoğunlukla da yabancı dil bilmemesi nedeniyle iletişim kurmada güçlük çekilmesi gibi sonradan turistlerde yanlış algılar oluşturacak bazı uygulamaların devam etmesi.

Türkiye'nin dünyadaki turizm imajını olumsuz yönde etkileyen bu tür davranışlar, özellikle turizm alanında rekabet halinde olduğumuz ülkelerin basın yayın organları tarafından aleyhimize kullanılmaktadır. Çoğu zaman gerçekleri yansıtmayan bu tür haberler, doğal olarak turistlerin kararlarını etkileyebilmektedir. Türkiye'ye giriş yapan turistlerin özelliklerine bakıldığında daha az harcama yapan bir turist profiliyle

* Hüseyin Bal, *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi*, Doğa-İnsan Yayınları, İstanbul, 1995.

karşılaşmaktayız. Nitekim turizm gelirlerinin dünyadaki payına bakıldığında Türkiye'nin sahip olduğu turizm potansiyeline ve turist sayısına paralel bir gelir elde edilmediği görülecektir. Genel olarak bakıldığında denizi, güneşi ve plajı dahi olmayan ülkelerin Türkiye'den daha fazla turist çekmeleri ve turizm gelirlerini ikiye katlamaları son derece düşündürücüdür. Zira Türkiye, dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından biri olmasına karşın bu alanda çok fazla etkili olamamaktadır. Birleşmiş Milletler'e bağlı Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı en son raporda ise, dünya genelinde tüm bölgelerde turizm gelirlerinde önemli bir artışın yaşandığı görülmektedir. Raporda, en fazla turist Amerika ile Avrupa ülkelerini tercih ettiği, uluslararası turizm gelirlerinin önemli bir kısmının belirli ülkelere gittiği ve bu ülkelerin yıllık turizmden elde ettikleri gelirin her yıl artarak devam ettiği anlaşılmaktadır. 2012 verilerine göre turizm gelirlerinden en çok payı, Avrupa, Asya-Pasifik ülkeleri ile Amerika almaktadır.

Tablo.2. 2012 Yılına Göre Dünyada En Fazla Turist Kabul Eden Ülkeler*

Ülkeler	UNWTO	Uluslararası Turist Sayısı (2012)	Uluslararası Turist Sayısı (2011)	Değişim 2012 ile 2011	Değişim 2011 ile 2010
1 Fransa	Avrupa	83.0	81.6	+1.8%	+5.0%
2 ABD	K. Amerika	67.0	62.7	+6.8%	+4.9%
3 Çin	Asya	57.7	57.6	+0.3%	+3.4%
4 İspanya	Avrupa	57.7	56.2	+2.7%	+6.6%
5 İtalya	Avrupa	46.4	46.1	+0.5%	+5.7%
6 Türkiye	Avrupa	35.7	34.7	+3.0%	+10.0%
7 Almanya	Avrupa	30.4	28.4	+7.3%	+5.5%
8 B. Krallık	Avrupa	29.3	29.3	-0.1%	+3.6%
9 Rusya	Avrupa	25.7	22.7	+13.4%	+11.9%
10 Malezya	Asya	25.0	24.7	+1.3%	+0.6%

Tablo 5'te de görüldüğü gibi, 2012 dünya turist varışlarında ilk üç ülke arasında Fransa, Amerika ve Çin yer alırken, Türkiye 35.7 milyon turist ile 6. sırada bulunmaktadır. Genel olarak ülkelerin turist sayısı ve elde ettikleri gelirlere bakıldığında Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelirin turist sayısına göre çok az olduğu anlaşılmaktadır. Bunun nedeni de yukarıda belirtildiği gibi gelen turistlerin fazla harcama yapmamaları ile ilişkilidir. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin genel profiline bakıldığında üst gelir gruplarından ziyade orta gelirde olanların daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Nitekim Türkiye'ye gelen İngiliz turistlerin profilini

*<http://www2.unwto.org/> UNWTO (World Tourism Organization), 23.07.2013.

belirlemeye dönük yapılan bir uygulama çalışmasında, ülkemize gelenlerin genellikle profesyoneller, memurlar, yöneticiler ve teknisyenlerden (%73.7) oluştuğu, bunları öğrenciler, serbest meslek sahipleri, emekliler, ev kadınları, işsizler ve diğer meslek grupları takip ettiği görülmüştür.*

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre Türkiye'ye gelen turistlerin %25.3'ünün 2500 dolar üzeri, %7.8'nin 1000-2500 dolar arası, %16.5'inin 500-1000 dolar arası bir gelir düzeyine sahiptirler. En fazla turist kabul ettiğimiz Alman turistlerin nerdeyse % 60'ından fazlası orta ve düşük gelir grubuna dâhil oldukları görülmüştür.† TUIK'in 2008 yılında yaptığı bir araştırmada yabancı ziyaretçilerin gelir durumlarına göre en büyük payı, % 67,3 ile "Orta gelirli" kesim oluştururken, bu kesimi %19,9 ile "Yüksek gelirli" kesim ve %12,8 ile de "Düşük gelirli" kesim izlemiştir.‡ Bu verilerden de anlaşıldığı gibi, Türkiye'ye gelen turistlerin çoğunlukla alt ve orta sınıfa mensup oldukları ve dolayısıyla fazla harcama yapmadan ucuz tatil yapma niyetiyle geldikleri anlaşıyor. Bu açıdan bakıldığında turist sayısından ziyade, turistlerin fazla harcama yapmaları önemlidir. Bunun için de turizmde hedefler belirlenirken, çok sayıda turistin gelmesini amaçlamak yerine, üst gelir grubuna ait turistlerin gelmesine çalışılmalıdır. Ayrıca, turistlerin konaklama gün sayılarını artıracak ve daha fazla tüketimde bulunmalarını sağlayacak geziler ve tatil etkinlikleri de düzenlenmelidir.

Türkiye'nin turizm karnesine bakıldığında, son yıllarda gelen turistlerin milliyetlerinde de önemli değişiklikler yaşandığı görülmektedir. Zira 2000'li yıllara kadar Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin yarısından fazlası Avrupa Birliği ülkelerinden oluşuyorken -ki, bunların başında Almanya, İngiltere ve Fransa geliyordu-, günümüzde Rusya ve Gürcistan da buna dâhil olmuştur. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü gibi, 2013 yılında Türkiye'nin değişik hava ve kara yollarından§ giriş yapan turistlerin kimliklerine bakıldığında ilk üç sırayı Almanya, Rusya ve İngiltere alırken, on yıl öncesine kadar sıralamaya bile girmeyen İran ve Bulgaristan'dan da önemli oranda turist gelmektedir. Yine Bakanlık verilerine göre, 2013 yılında artış hızlarına göre en fazla turist; Irak, Gürcistan, Ukrayna ve Rusya Federasyonu'ndan gelmiştir. Turist gönderen

* Yüksel Öztürk-Mehmet Yeşiltaş, "Türkiye'ye Gelen İngiliz Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (1-2), 1997, S.82-87.

† Cevdet Avcıkurt, *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2009, 128.

‡ <http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>, 13.12.2013.

§Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre 2013 yılı ocak-ekim döneminde ülkemize gelen turistlerin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında ilk beş il şunlardır: Antalya (%33.74), İstanbul (%28.24), Muğla (%9.59), Edirne (%7.78) ve Artvin (%5.12).

ilk 10 ülke arasında en büyük düşüşü ise İran pazarında, 2012’de, -36.51 milyon, 2013’te de, -2.17 milyon bir turist kaybı yaşanmıştır.

Tablo.3. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Milliyetleri (Ocak-Ekim 2013)*

Milliyet		Yıllar			%Değişim Oranı	
		2011	2012	2013	2012/2011	2013/2012
1	Almanya	4.400.064	4.607.126	4.635.191	4,71	0,61
2	Rusya Fed.	3.364.387	3.470.173	4.131.087	3,14	19,05
3	İngiltere	2.484.618	2.358.755	2.412.786	-5,07	2,29
4	Gürcistan	963.865	1.160.212	1.520.427	20,37	31,05
5	Bulgaristan	1.246.806	1.267.686	1.346.400	1,67	6,21
6	Hollanda	1.161.591	1.210.448	1.241.145	4,21	2,54
7	İran	1.662.481	1.055.524	1.032.651	-36,51	-2,17
8	Fransa	1.044.123	937.202	958.698	-10,24	2,29
9	A.B.D.	675.070	682.413	699.331	1,09	2,48
10	Ukrayna	567.349	586.362	698.695	3,31	19,19

3. Van’ın Turizm Potansiyeli ve Van’a Gelen İranlı Turistlerin Profilleri

Van, Türkiye’nin en önemli turizm merkezlerinden biridir. Gerek tarihi ve kültürel dokusuyla, gerekse doğal ve çevresel çekiciliğiyle bölgede çok önemli değerleri barındırmaktadır. Ancak Van ili, gittikçe büyüyen Türkiye turizminden hak ettiği yeri henüz alamamıştır. 1990’lara kadar çok fazla sayıda turist kabul ederken, bölgede yaşanan terör olayları ve göç nedeniyle önemli oranda turist kaybına uğramıştır. Van’ın coğrafi konumu itibariyle Türkiye’nin İran üzerinden Asya’ya açılan kapısı olması, stratejik önemini artırmakla beraber, inanç ve kültür turizmden kıyı, yayla, dağ ve kış sporlarına, kongre ve fuar turizminden, sağlık, termal ve marina turizmine kadar birçok alanda zengin bir potansiyele sahiptir.

Doğu Anadolu Bölgesi’nin en çok turist çeken illerin başında Van gelmektedir. İlin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemli bir rol oynaması beklenen turizmin son yıllarda bir gelişim içinde olduğu söylenebilir. Gölü nedeniyle kıyı turizmine de elverişli olan il, özellikle inanç turizmi açısından çok önemli olanaklara sahiptir. Örneğin, Hristiyanlığın Ortodoks mezhebinin en önemli mabetlerinden biri olarak kabul edilen Akdamar Kilisesi, ilin turizmine ayrı bir değer katmıştır. Bununla beraber, Yedi Kilise, Çarpanak Kilisesi, Adır Kilisesi ve St. Bartholomeus Kilisesigibi farklı yerlerde de eserler bulunmaktadır. Van ili, arkeolojik turizm açısından adeta bir müze gibidir. Başta Van, Hoşap ve Çavuştepe olmak üzere Ayanis, Anzaf, Hişet, Zerneke, Yoncatepe Kalesi ve Hüsrevpaşa Külliyesi gibi tarihi eserleri de içinde barındırmaktadır.

*http://www.tursab.org.tr/dosya/8533/ekim_8533_3372729.pdf, 12.12.2013.

Altıntepe ve Kalecik nekropolü, Tilkitepe, Karagündüz ve Dilkaya gibi höyükleriyle de tarihi turizmi de bulunmaktadır.

Son yıllarda alternatif turizm olanaklarının artmasıyla Van'da birçok farklı turizm çeşitleri de hizmete girmiştir. Eko-turizm (Keşiş Gölü, Yalınca ve Norduz Yaylası), Kış Turizmi (Abalı kayak tesisleri), Kuş Gözlemciliği Turizmi (flamingolarıyla bilinen Erçek Gölü, Karası Deltası, Çarpanak ve Adır Adaları), Av Turizmi (Mermit, Köprüler Köyü kuş avcılığı, Erek ve Artos Dağları), Dağcılık Turizmi (Artos, Süphan, Erek, Nemrut Dağları'na tırmanış, yamaç paraşütü), Sualtı dalış Turizmi (Akdamar, Adır ve Reşadiye Koyları), Rafting Turizmi (Bahcesaray ilçesi), Sağlık Turizmi (Erciş Doğancı Kaplıcası, Çatak Şeyh Cürüh Kaplıcası, Başkale, Kelegom Kaplıcası) gibi belli başlı turistik mekânlar bulunmaktadır. İlin henüz yapılaşma ile bozulmamış koyları, sahil beldeleri ve adaları ile görülmeye değerdir. Bölgede 100'den fazla kuş türünün yaşadığı bilinmektedir. Van, bu kadar önemli turistik değerlere sahip olmasına karşın maalesef gerek idari gerekse güvenlik sorunlardan dolayı bu değerlerini turizme yeterli düzeyde açmamıştır.

Van, eşsiz doğası, tarihi, kültürel ve turistik değerleri yanında bir sınır ili olması nedeniyle de bölgesinde önemli bir konumda bulunmaktadır. Zira başta İran ve Irak olmak üzere, Ermenistan, Gürcistan ve Nahçıvan'a yakın olması Van'ın turizmini doğrudan etkilemektedir. Nitekim son yıllarda İran'dan çok fazla sayıda turist Van'a gelmiştir. Türkiye'ye gelen İran uyruklu turistlerin çoğu Van'a geldikten sonra diğer illere geçmektedir. Gelen turistler, Van'ın ekonomisine önemli oranda katkı sunmakla beraber ticari ilişkilerin gelişmesine ve bölgenin kalkınmasına da yardımcı olmaktadır. 2011 yılında meydana gelen deprem, ilin turizmini olumsuz yönde etkileyen en önemli gelişmedir. Nitekim deprem sonrasında kent yaşamı uzun bir süre felce uğradığı için turist akını da durmuştur. Ancak, son dönemde terör olaylarının durmasıyla oluşan güven ortamı, başta İran olmak üzere farklı ülkelere tekrar turistlerin gelmesini sağlamış, bölgede huzur ve sükûnetin belirmesiyle de turistik faaliyetler artmaya başlamıştır. Dolayısıyla sadece Türkiye açısından değil Van turizmi açısından da özellikle İran pazarı son derece önemlidir. Nitekim sınır istatistikleri bakımından Türkiye'ye en çok gelen turistler sıralamasında İranlılar 7. sırada yer almaktadır. TUİK'in 2006 yılında yaptığı bir araştırmada* İran'dan Türkiye'ye düzenli olarak turist geldiği, tatil için gelen turistlerin yarısından fazlasının İstanbul'u, diğer yarısının sırasıyla Antalya, Muğla, Aydın ve İzmir'i tercih ettiği görülmüştür. Daha çok gezmek, eğlenmek, ticari ilişkilerde bulunmak ve alışveriş yapmak üzere gelmişlerdir. Aynı

*www.tursab.org.tr/tursabar-ge departmanı, şubat, 2010.

araştırmanın verilerine göre, gelen turistler genellikle 15-45 yaş aralığında olup, iki haftalığına tur operatörü aracılığıyla paket tatil yaptıran, konaklama için otel, tatil köyleri ve pansiyonları tercih eden ve seyahat motivasyonlarında deniz, güneş ve alışveriş bulunan kişilerdir. Van Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerine göre, Van'a en fazla ziyaretçi gönderen ülkeler sıralamasında İran ilk sırada yer almaktadır. Van'da bulunan otellerden elde ettiğimiz bilgisayar kayıtları bu tespiti doğrulamaktadır.

Tablo.4. Yıllar İtibariyle Van'a Gelen Yabancı Uyruklu Turist Sayısı

	Ülkeler	Turist Sayısı (2011)	Turist Sayısı (2012)	Turist Sayısı (2013)
1	İran	63269	19729	29746
2	Almanya	2810	2112	3379
3	A.B.D	2327	1428	2011
4	Irak	1155	528	1994
5	S. Arabistan	481	1094	1602
6	İtalya	1599	637	1455
7	Azerbaycan	673	472	1079
8	Ermenistan	1163	938	1031
9	Polonya	737	545	881
10	Afganistan	992	1283	694
11	Gürcistan	352	214	310
TOPLAM		75558	28980	44212

Van'da yıllar itibariyle gelen turist sayısına bakıldığında sürekli bir artış yaşanmakla beraber, ili daha çok yerli turistler tercih etmektedir. Yıllar içinde en fazla turist, ülke içinden gelmektedir. Örneğin, 2008 yılında yerli turist sayısı 214.691 iken, 2013 yılının ilk 11 ayında, 498.265'e çıkmıştır. Aynı şekilde yabancı turist sayısı da 283.542 iken, 561.097'ye çıkmıştır. Tablodan da görüldüğü gibi depremin meydana geldiği 2011 yılı dışında turist sayısı sürekli artmıştır. Ayrıca ilde halen turizm alanında faaliyet gösteren; A Grubu 44 turizm acentesi ve 18 profesyonel turist rehberi bulunmaktadır.

Tablo.5. Yıllara Göre Van’a Gelen Turist Sayısı*

Yıllar	Yerli	Yabancı	Toplam
2008	214.691	43.908	283.542
2009	475.041	75.951	515.403
2010	583.697	83.219	666.916
2011	431.622	93.795	525.514
2012	179.312	25.945	205.257
2013 (İlk 11 ay)	498.265	62.832	561.097

İlde, son yıllara kadar turistlerin konaklama ihtiyacını karşılayacak otel veya apart oteller yeterli değildi. Var olanlar da hem hizmet kalitesi açısından düşük hem de estetik ve mimari görünüm açısından kötü bir durumdaydılar. Ayrıca deprem sırasında uzun bir süre Türkiye gündemini de meşgul eden Bayram Oteli ve Paris Otelinin de yıkılması turistlerin kalacak yer sorununu artırmıştı. Kent, depremden kısa bir süre sonra yeniden toparlanmayı başarırken turistlerin en çok yakındıkları kaliteli ve konforlu otel eksikliği sorunda önemli gelişmeler yaşandı. İlk kez şehirde 5 yıldızlı Rescate ve Elit World Van otelleri açıldı. Bunları, 4 yıldızlı Menua ve Akdamar Otelleri izledi. Hâlihazırda Van’ın turist kapasitesine yetecek düzeyde otel bulunmakla beraber artan turist sayısına bağlı olarak bu alanda daha fazla otellere ihtiyaç duyulacaktır.

Tablo.6. Van’da Turizm İşletme Belgeli Otellerin Sayısı†

Tesisin Adı	Sınıfı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Rescate Otel	5 Yıldız	94	190
Elit World Otel	5 Yıldız	230	460
Merit Şahmaran Otel	4 Yıldız	90	180
Tamara Otel	4 Yıldız	70	140
Büyük Urartu Otel	4 Yıldız	75	150
SCF Menua Otel	4 Yıldız	50	100
Yakut Oteli	3 Yıldız	81	160
Akdamar Oteli	3 Yıldız	66	147
İlvan Otel	2 Yıldız	50	106
Büyük Asur Otel	2 Yıldız	52	108
Ada Palas Otel	2 Yıldız	14	28
Genel Toplam	11 Tesis	872	1769

* Van Turizm ve Kültür İl Müdürlüğü, 12.12.2013.

†Van Turizm ve Kültür İl Müdürlüğü, 12.12.2013.

4. Metodoloji

Van'a gelen İranlı turistler hakkında detaylı bilgi almak için anket formlarından yararlanıldı. Anket formları uygulanmadan önce 25 kişi üzerinde test edildi ve pilot uygulamadan elde edilen bilgilerle anket soruları yeniden düzenlendi. Ankette, turistlerin demografik, sosyal ve ekonomik durumlarını ölçmeyi amaçlayan sorulara yer verildiği gibi, Van'ı neden tercih ettikleri, ne tür sorunlar yaşadıkları ve Van halkı hakkında ne düşündükleri gibi sorular da soruldu. Anket uygulamasıyla; hem Van'a seyahat eden İranlı turistlerin profillerini, beklentilerini ve tercihlerini ortaya koymak hem de elde edilecek verilerle Van turizminin gelişimine katkıda bulunmak hedeflendi.

Turist profillerinin bilinmesi, turizmin planlanması ve rasyonel politikaların oluşturulması açısından da son derece önemlidir. Çünkü profiller, gelen turistin kim olduğu, ne tür beklentilerle geldiği, ne tür problemler yaşadığı, hangi konularda şikâyet ettiği veya ne kadar memnun olduğu gibi birçok konularda doğrudan bilgi vererek turizmin aksayan yönlerini görmemizi sağlar. Bu çalışmadan amaç, söz konusu soru(n)lardan hareketle Van'ı ziyaret eden İranlı turistlerin profillerini, yaşadıkları problemleri tespit etmek ve daha fazla turistin gelmesi için alınması gereken önlemleri ve önerileri ortaya koymaktır. Değerlendirmeye alınan anket sayısı 100'dür. Anketler İranlı turistlerle görüşülerek yapılmış ve elde edilen ham veriler günümüzde sosyal araştırmalarda yaygın olarak kullanılan SPSS bilgisayar programında analiz edilerek değerlendirilmiştir.

5. Bulgular

Van'a gelen İranlı turistlerin profillerini belirlemek amacıyla kendileriyle yapılan anketlerden elde edilen verilerin analiz tabloları şu şekildedir:

Tablo.7. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Frekans	Yüzdelik
18 ve altı	5	5,0
18-25	5	5,0
26-35	17	17,0
<u>36-45</u>	<u>40</u>	<u>40,0</u>
46-55	29	29,0
66 ve üstü	4	4,0
Total	100	100,0

Tabloda da görüldüğü gibi, Van’a gelen İranlı Turistlerden ankete cevap verenlerin büyük bir bölümü (%40) ve (%29) “orta yaş”, (%4)’ü “yaşlı” ve (%27)’si “genç yaş” grubundaki kişilerden oluşmaktadır.

Tablo.8. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzdelik
Okur-Yazar Değil	2	2,0
Ortaöğretim	2	2,0
Lise	22	22,0
Üniversite	56	56,0
Master-doktora	18	18,0
Total	100	100,0

Ankete katılan İranlı turistlerin eğitim düzeylerine ilişkin profillerine bakıldığında genellikle “üniversite mezunu” (%56) ya da “lise mezunu” (%22) oldukları görülüyor. Master veya doktoralı olanların oranı yüksek (%18), okur-yazar olmayanların oranı (%2) ise son derece düşüktür. Turistlerle yapılan görüşmelerde İran hükümetlerinin eğitime önem verdiğini özellikle yükseköğrenimin yaygınlaşmasını sağlamaya çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo.9. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı

Milliyet	Frekans	Yüzdelik
Fars-İran	36	36,0
Azeri Türk	43	43,0
İran Kürdü	16	16,0
Ermeni	3	3,0
Arap	2	2,0
Total	100	100,0

Ankete katılan İranlı turistlerin milliyetlerine bakıldığında birinci sırada; Azeri kökenli Türklerin (%43), ikinci sırada Fars-İranlıların(%36), üçüncü sırada İranlı Kürtlerin (%16), çok az sayıda Ermeni (%3) ve Arap’ın (%2) olduğu görülüyor. Çok farklı etnik ve dini kimliklerin bir arada yaşandığı İran’da özellikle Batı İran’da Azeri nüfus oldukça fazladır. Van’a sınır olduğu için, gelen İranlı turistlerin çoğu Azeri kökenli Türklerdir.

Tablo.10. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Mesleklerine Göre Dağılımı

Meslek	Frekans	Yüzdelik
Özel Sektör	21	21,0
Emekli	11	11,0
Esnaf-Tüccar	9	9,0
<u>Kamu Çalışanı</u>	<u>50</u>	<u>50,0</u>
Serbest Meslek	1	1,0
İşsiz	2	2,0
Ev Kadını	2	2,0
Total	100	100,0

Van’da ankete katılan İranlı turistlerin mesleki gruplara göre dağılıma bakıldığında en çok kamuda çalışan (%50) kesimin, ikinci sırada kendi işini yapan özel sektör (%21) çalışanların, üçüncü sırada emeklilerin (%11), dördüncü sırada esnaf ve tüccarların (%9) ve çok az bir kısmı da öğrencilerin (%3) Van’ı tercih ettikleri görülüyor. Meslek grupları aynı zamanda gelen turistlerin gelir düzeyleri ve sınıfsal konumları hakkında da bilgiler vermektedir. Turistlerle yapılan mülakatlarda, ülke dışına çıkacak olan ve özellikle kamuda çalışan turistler için hükümetin, belli oranda maddi yardımda bulunduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla, İranlı turistlerin çoğunlukla kamuda çalışan kesim olmalarının nedeni de budur. Kamuda çalışanlar genellikle yönetici pozisyonunda olanlar ve memurlardan oluşmaktadır.

Tablo.11. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Van’a Seyahat Etme Nedenlerine Göre Dağılımları

Van’a Seyahat Etme Nedenleri	Frekans	Yüzdelik
Kültürel ve Turistik Yerleri Gezmek	15	15,0
<u>Eğlenmek ve Alışveriş Yapmak</u>	<u>48</u>	<u>48,0</u>
Dini Mabetleri Ziyaret Etmek	2	2,0
Sağlık Tedavisi Görmek	1	1,0
İş ve Ticari İlişkilerde Bulunmak	18	18,0
Turistik İllere Geçiş Yapmak	11	11,0
Total	100	100,0

İranlı turistlerin Van’ı seyahat etme nedenlerinin başında, “eğlenmek ve alışveriş yapmak” (%48) isteği gelmektedir. Turistlerle yapılan görüşmelerde, İran’da mevcut rejimin şeriata dayalı bir politika izlemesi nedeniyle eğlenme kültüründen mahrum olduklarını, eğlence mekânları

olmadığını ve Van'a gelerek bu ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını söylemişlerdir. Ayrıca gelen turistlerin çoğu, alışveriş yapmadan Van'dan ayrılmadıklarını, özellikle uygun fiyata ve tarzda elbise, ayakkabı satın almaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Turistlerin bir kısmı Van'a iş görüşmelerinde ve ticari ilişkilerde bulunmak amacıyla geldiklerini, Vanlı ve İranlı birçok firmanın karşılıklı olarak ithalat ve ihracatta bulunduklarını ve bazı firmaların Van üzerinden İstanbul'a ticaret yaptıklarını ifade ettiler. Bazı turistler (%15) Van'a seyahat etmelerinin en önemli nedeni olarak ilde bulunan tarihi, kültürel ve turistik mekânları gezmek -ki, bunların başında Akdamar Kilisesi, Van Kalesi ve Van Gölü gelmektedir- olduğunu söylemişlerdir.

Tablo.12. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Van'da Ziyaret Ettikleri Yerler

Van'da Ziyaret Edilen Yerler	Frekans	Yüzdelik
Akdamar Kilisesi	32	32,0
Van Kalesi	14	14,0
<u>Van Gölü</u>	<u>44</u>	<u>44,0</u>
Abalı Kayak Tesisleri	5	5,0
Van Kedi Evi	5	5,0
Total	100	100,0

Ankete katılan İranlı turistlerin en çok; Van Gölü'nü (%44), özellikle inanç turizmi bağlamında Akdamar Kilisesi'ni (%42) ve Van Kalesi'ni (%14) ziyaret ettiklerini, Akdamar Kilisesi'ni görmek isteyen turistlerin çoğunlukla Ermeni kökenli ve Ortodoks inanca sahip kişiler oldukları anlaşılmıştır.

Tablo.13. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Van'da En Çok Arayıp da Bulamadıkları Şeyler

En çok Arayıp Bulunamayan Şeyler	Frekans	Yüzdelik
Büyük alışveriş merkezleri	35	35,0
Büyük giyim mağazaları	24	24,0
Çocuklar için park alanları	3	3,0
<u>Eğlence mekânları</u>	<u>38</u>	<u>38,0</u>
Total	100	100,0

İranlı turistler, şehir merkezinde yeterli düzeyde eğlence mekânlarının (%38), büyük alışveriş merkezlerinin (%35) ve özellikle de giyim mağazalarının (24) yeteriz olmasından yakınmışlardır. Gelen

turistlerin çoğu, daha ucuz, kaliteli ve alternatifi bol olan ürünlerin –ki, bunların başında giyim ve ayakkabı gelmektedir- tercih ettiklerini, ancak mevcut şehirdeki mağazaların beklentilerini karşılamadıklarını söylemişlerdir.

Tablo.14. Ankete Katılan İranlı Turistlerin Van’a Gelirken veya Van’da Bulunurken En Çok Rahatsız Oldukları Konular

Turistlerin Rahatsız Oldukları Konular	Frekans	Yüzdelik
Ulaşım Ücretlerinin Yüksek Olması	8	8,0
Van'da Hayat Koşullarının Pahalı Olması	15	15,0
<u>Gümrük Kapılarında Bekletilmek</u>	<u>51</u>	<u>51,0</u>
Van Esnafının Eşyalarını Pahalı Satması	26	26,0
Total	100	100,0

Ankete cevap veren İranlı turistlerin Van’a gelirken veya bulunurken en çok sınır kapılarında uzun süre bekletilmekten (%51), bazen dört veya beş saati bulan işlemlerin uzun sürmesinden rahatsızlık duyduklarını belirtmişlerdir. Gelen turistlere göre bu durum, birçok turistin Van’a gelmek istememesinin nedenidir. Gümrük işlemlerinin ve bilgisayar sisteminin çok yavaş işlemesi özellikle günlük giriş çıkış yapmayı düşünen turistleri olumsuz yönde etkilemektedir. Ankete cevap veren turistlerin önemli bir kısmı (%26) alışveriş yapmak için geldikleri Van’da esnafın kendilerine eşyaları pahalı sattıklarından dert yakınmışlardır. Onlara göre esnaf, İranlı turistlere fahiş fiyattan mal satmaktadırlar. Turistlerin diğer bir kısmı, Van’da hayat koşullarının pahalı olmasını (%15), ulaşım ücretlerini yüksek olmasını (%15) eleştirmişlerdir.

6. Sonuç

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, genelde Türkiye’nin, özelde de Van’ın turizm açısından çok önemli olanaklara, fırsatlara ve kaynaklara sahip olduğunu, nitekim gerek turist sayısı gerekse turizm gelirlerinde sürekli bir artış yaşandığını göstermiştir. İranlı turistlerin özellikle Van’ı ziyaret etmelerinin en önemli nedeni, Van’ın hem İran’la sınırı olması dolayısıyla yakın bir kent olması, hem de turistlerin ülkelerinde bulamadıkları birçok şeyi Van’da bulabilmeleridir. Ankete katılan turistlerin verdikleri cevaplar, aynı zamanda Van’ın tarihsel, kültürel ve turistik değerler açısından cazip bir merkez olduğunu, var olan potansiyelin değerlendirilmesi halinde turizmin daha da gelişeceğini göstermiştir.

Araştırma bulgularına göre; son üç yıl içinde Van’ı ziyaret eden hem yerli, hem de yabancı turist sayısı sürekli artmıştır. Van İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün verilerine göre 2008 yılında Van’a gelen yabancı turist

sayısı 43.000 iken, 2013 yılının ilk onbir ayında bu sayı, 62.832'ye yükselmiştir. Otel kayıtlarından da elde edilen bilgilere göre Van'a seyahat eden yabancı uyruklu turistlerin yarısından fazlası İranlıdır. 2011 yılının ilk on ayında Van'ı toplamda 63.269 İranlı turist ziyaret ederken, 2012 yılında depremden dolayı bu sayı 19.729 kişiye düşmüştür. Ancak depremin etkisinin azaldığı 2013 yılının ilk onbir ayında İranlı turist sayısının (29.746) yeniden arttığı görülmüştür. Van'daki yabancı turist sayısına bakıldığında ilk sırada İranlı turistler yer alırken, ikinci sırayı Almanya, üçüncü sırayı da Amerikalılar takip etmiştir.

Yapılan araştırmada Van'a gelen İranlı turistlerin önemli bir kısmı (%40) 36-45 yaş aralığında, evli ve çocuklu ailelere (%74) sahip, eğitim düzeyleri yüksek, üniversite mezunu (%56) ve Azeri-Türk (%43) kökenli oldukları anlaşılmıştır. Gelen turistlerin mesleki dağılımına bakıldığında genellikle ya yönetici ya da memur statüsünde kamu kurumlarında çalışan (%50) kesimler oldukları ve Van'a en çok eğlenmek ve alışveriş yapmak (%48) üzere geldikleri görülmüştür. Turistler, daha çok Van Gölü'nü (%44) ve Akdamar Kilisesi'ni (%32) görmek istediklerini belirtmiş, ancak kent merkezinde eğlence mekânlarının (%38) ve büyük alışveriş merkezlerinin (%35) olmamasından şikâyet etmişlerdir. Van'a gelirken gümrük işlemlerinin çok uzun sürmesinden (%51) ve Van esnafının kendilerini yabancı olarak gördükleri için eşyaları fahiş fiyattan satmalarından rahatsızlık duyduklarını söylemişlerdir.

Araştırmanın ortaya çıkardığı başka bir sonuca göre, İranlı turistlerin çoğu Şia mezhebinden olup, önemli bir kısmı da liberal dünya görüşüne (%44) sahiptir. Turistlerin % 60'nın aylık geliri, 1000 ile 2000 Euro arasında değişmektedir. Ancak, Van'ı geçiş güzergâhı olarak kullanan önemli bir turist kitlesi de bulunmaktadır. Bunlar genellikle bir iki gün Van'da kaldıktan sonra başta İstanbul, İzmir ve Antalya olmak üzere Bursa ve Kapadokya'ya seyahat etmektedirler. Ankete katılanlar, çoğunlukla Cumhuriyet ve Maraş caddeleri üzerinde bulunan ve daha çok giyim ve ayakkabı satan dükkân ve mağazalardan (%61) diğer önemli bir kısmı da Migros'tan (%15) alışveriş yaptıklarını söylemişlerdir.

Bütün bu veriler, Van'ın bulunduğu bölgesinde önemli turizm merkezlerinden biri olduğunu, atıl durumda bulunan turistik kaynakların değerlendirildiğinde hem sosyal, hem de ekonomik olarak gelişeceğini göstermektedir. Bu çalışmada da gösterildiği gibi, Van'a en çok turist gönderen ve kent ekonomisine katkı sağlayan ülkelerin başında İran gelmektedir. Dolayısıyla gelen turistlerin beklentilerinin, tercihlerinin ve sorunlarının bilinmesi son derece önemlidir. Yaptığımız araştırmada İranlı turistlerin özellikle mevcut rejimin baskısından bir nebze de olsa kurtulmak,

istedikleri gibi giyinmek, rahat bir biçimde dolaşmak, alışveriş yapmak ve eğlenmek üzere Van'ı tercih ettikleri anlaşıyor. Çoğunlukla aileleriyle ve özel arabalarıyla gelen turistler bir haftadan daha az kalmakta, şehrin önemli turistik mekânlarını ve AVM'lerini dolaşmaktadırlar. Daha çok orta sınıf diyebileceğimiz kesimlerden oluşan turist kitlesi, Van'da büyük mağazaların olmamasından yakınmaktadırlar. Van'dan memnun kaldıklarını ve tekrar gelmek istediklerini (%85) söyleyenlerin oranı bir hayli yüksektir. Van turizminin gelişebilmesi ve hak ettiği yeri alabilmesi için turistlerin dile getirdiği sorunların çözülmesi, beklentilerin karşılanması gerekir.

KAYNAKLAR

- Bahattin Rızaoğlu, *Turizm ve Toplumsallaşma*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.
- Cevdet Avcıkurt, *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2009.
- Hüseyin Bal, *Turizmin kırsal toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi*, Doğa-İnsan Yayınları, İstanbul.
- John Urry, *Mekânları Tüketmek* (Çev. R.G.Öğdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999.
- Muammer Tuna, *Turizm, Çevre ve Toplum: Marmaris Örneği*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007.
- Muhsin Kar, Ebru Zorkirişçi ve Metin Yıldırım, "Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme", *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(8), 89-90.
- Ozan Bahar, "Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı", *Yönetim ve Ekonomi*, 2006, 13 (2): 137-150.
- Ozan Bahar-Metin Kozak, *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2013.
- Robert Lanquar, *Turizm-Seyahat Sosyolojisi* (Çev. G.Ö. Katır), İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.
- Travel & Tourism Economic Impact, WTTC, 2009, www.invest.gov.tr/13.12.2013.
- Van Turizm ve Kültür İl Müdürlüğü, 12.12.2013.
- Yüksel Öztürk-Mehmet Yeşiltaş, "Türkiye'ye Gelen İngiliz Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (1-2), 1997, s.82-87.

Zygmunt Bauman, *Küreselleşme* (Çev. A.Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, s.90.

<http://sgb.kulturturizm.gov.tr/TR,50930/istatistikler.html>.08.12.2013.

<http://www.mavibayrak.org.tr>.11.12.2013

<http://www.turizm.gov.tr>.08.12.2013.

[http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/Turizm_Raporu-
rapor%20turizm%20turofed.pdf](http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/Turizm_Raporu-
rapor%20turizm%20turofed.pdf), 12.12.2013.

http://www.tursab.org.tr/dosya/8533/ekim_8533_3372729.pdf, 12.12.2013

<http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>, 13.12.2013.

<http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>, 10.12.2013.

<http://www2.unwto.org/> UNWTO (World Tourism Organization) 2011, Türkiye İstatistik Kurumu, Merkez Bankası (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2011).

<http://www2.unwto.org/> UNWTO (World Tourism Organization), 23.07.2013.

www.tursab.org.tr, Türsab Ar-Ge Departmanı, Şubat, 2010.

TURİZM VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ: TURİZMİN ANTROPOLOJİSİ*

Yrd. Doç. Dr. Çakır Ceyhan SUVARI*

Yrd. Doç. Dr. Elif KANCA**

Giriş

Turizmden bahsedenler onun “bacasız sanayi” olduğunu özellikle vurgulayarak söze başlamaktadırlar. “Sanayi” ifadesiyle elbette turizmin iktisadi girdisinin büyüklüğüne ve kalkınmada oynadığı role dikkat çekilmektedir. Öte yandan, “bacasız sanayi” vurgusuna ve onun yarattığı kitle turizminin standartlaştırılmış beklenti ve tüketici özelliğinin büyük oranda hala geçerliliğini sürdürdüğü günümüzde; turizmin sadece deniz, kum ve güneş olmadığı; kültür, tarih, inanç, doğa vb unsurları da kapsayan daha geniş içeriğe sahip bir etkinlik olduğu da ifade edilmeye başlanmıştır. Ne var ki, bu tanımda da temel öge eksik bırakılmıştır. Bu öge elbette “insandır”, zira turist ve onu ağırlayan yerli her şeyden önce insandır. Turizm sadece iktisadi, istatistiki ve coğrafi terimlerle açıklanamaz. Turizmin asli unsuru insan olduğuna göre antropolojinin de ilgi alanına girmekte, dolayısıyla bu konu hakkında antropologların da sözlerine kulak verilmesi gerekmektedir.

Turizmin, öznesi olan insandan bağımsız bir şekilde ve sadece iktisadi olarak kar sağlanacak ve istihdam yaratacak bir sektör olarak düşünülmesinin etik olarak doğru olmaması bir yana bu anlayıştan kaynaklı arzu edilen kar ve istihdamın da orta ve uzun vadede kaybedilmesi kaçınılmaz olacaktır.

* Bu makale, II. Uluslararası Ahlat-Avrasya Kültür Sanat Sempozyumu’nda sunulan “Endüstriyel Turizm Algısının Açmazları: Van Gölü Havzası İçin Alternatif Turizm Anlayışına Antropolojik Bir Katkı” başlıklı bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

* Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Antropoloji Bölümü

** Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Antropoloji Bölümü

Turizm Antropolojisi

Antropologlar çeşitli toplumlarda turizmin oynadığı rolü anlamaya çalışmaktadır. Odaklandığı konular arasında yerli/ev sahibi ve turist davranışları, turistin yerel kültüre bakışı, yerlinin turiste bakışı, etkileşim, sosyal ve kültürel değişim başta gelmektedir. Ancak bunlar arasında özellikle yerli/ev sahibinin turizmden nasıl ve ne ölçüde etkilendiği sorusuna cevap aramaktadır (Vijayanand 2012, Stronza 2001, Nunez 1963, Burns 1994, Nash 1981, Hepburn 2002, Harrison 1992, Greenwood 1977, Graburn 1977, Favcett 2001, Chambers 1997, Cohen 1973.) Bu yönüyle de, turizm üzerine çalışan çoğu akademik disiplinden farklı bir yerde durmaktadır. Zira antropoloji dışı çalışmalar genel olarak turist merkezli olmaktadır.

Yerlinin sadece hizmet veren bir kaynak olarak görülmesi anlayışının bir sonucu olarak, onun içinde bulunduğu değişimin psikolojik, sosyal ve kültürel etkileri çoğu zaman görmezden gelinmektedir. Oysa turizm sadece iktisadi açıdan değil sosyal ve kültürel açıdan da köklü değişimlere yol açmaktadır (Burns 1994: 2). Ancak turizm kaynaklı sosyal etki özellikle ülkemizde göz ardı edilmektedir. Öte yandan, bu yaklaşım sadece yerliyi ihmal etmekle kalmamakta aynı zamanda yerlinin zihninde gayri insani bir turist algısı da yaratmaktadır. Mevcut turizm anlayışındaki yanlış bilinçlendirme ve hedeflenen maksimum kar arzusu, daha doğru bir ifadeyle hırsı, turisti insan olmaktan çıkarıp onun meta olarak algılanılmasına yol açmaktadır (Greenwood 1977: 129).

Turizmin, özellikle farklı din ve kültürler arasında karşılıklı saygı ve hoşgörünün gelişmesinde, aynı şekilde ülke içerisindeki farklı etnik grupların etkileşiminde ve ön yargıların kırılmasında önemli bir rol oynadığı ifade edilmektedir. Ancak söz konusu durumun tam tersi, yani ön yargıları daha da güçlendiren örneklerin de olduğunu turizm antropolojisi çalışmaları ortaya koymaktadır. Zira her temas ve etkileşim ön yargıları kırmaya yetmeyebilir. Turist ve yerli karşılıklı beklenti içerisindeyken, turist ödediği para karşılığında iyi hizmet ve konfor beklentisi içerisindeyken, yerli verdiği hizmet karşılığında maksimum kar elde etme peşindedir. Beklentilerin istenilen ölçüde karşılanmaması durumunda muhatapların kimlikleri üzerinden genellemeler yapılarak ön yargılar daha güçlü bir biçimde yeniden üretilebilmektedir.

Turizm antropolojisi, yukarıda özetlemeye çalıştığımız turizmin yol açtığı kültürel, sosyal ve iktisadi sorunsallara cevap ararken aynı zamanda büyük oranda ihmal edilmiş olan yerlinin durumunu da tartışmaya açmaktadır. Bununla birlikte mevcut turizm algısının yol açtığı ekolojik hasar ve yıkımlara da dikkatini yöneltmektedir.

Mevcut Turizm Anlayışından Kaynaklanan Sorunlar

Mevcut turizm anlayışının doğal çevre ve sosyo-kültürel çevre üzerinde derin etkiler ve tahribatlar bıraktığı bilinmektedir. Söz konusu etki ve tahribatlar hakkında Ovalı (2007: 65) şöyle bir tablo çıkarmaktadır:

- *Tarım alanlarının yok olması*
- *Toprak– su - hava kirliliği ve insan üzerindeki olumsuz etkileri*
- *Doğal morfolojinin bozulması (kıyı, dağ, göl vb.)*
- *Su, toprak ve havada yaşayan flora ve faunanın yaşam alanlarını daralması*
- *Orman alanlarını tahrip olması*
- *Denize bağlı rekreasyon eylemlerinin olumsuz etkilenmesi*
- *Aşırı su kullanımı sonucu su kaynaklarının tükenmesi*
- *Çevresel kirlilik ve yoğun yapılaşma nedeniyle tür kayıpları*
- *Hayvanların ticari mal olarak tüketilmesi*
- *Kıyı alanlarının bozulması*
- *Şerit halinde genişleme ve yayılma sonucu kesintisiz kıyı yerleşimi oluşması*
- *Arazi kullanımlarının değişmesi (konutların otele dönüşmesi gibi)*
- *Turistik yerleşmenin ikincil konut alanlarıyla boğulması*
- *Alt yapının aşırı yüklenmesi*
- *Yapılı alanın kontrolsüz çoğalması*
- *Yeni yerleşmeler oluşturma*
- *Kimliksiz yapılaşmaya bağlı estetik bozulma*
- *Yanlış yapılaşma ile erozyona sebep olunması*

Yukarıda sıralanan sorunlar aslında genel olarak farkında olunan ve herkesin rahatlıkla görebildiği/gözlemleyebildiği turizm etkileridir. Antropolojinin dikkat çekmeye çalıştığı ve farkında olunmayan diğer bir tahribat da mevcut turizm anlayışının insanlar üzerinde bıraktıklarıdır. Özellikle yoğun turist alan bölgelerde yaşayan insanlar söz konusu olumsuzluklardan birinci derecede etkilenmektedirler.

Türkiye'nin turizm merkezlerine genel olarak baktığımızda, karşımıza çıkan tablo büyük oranda benzerdir: Vasıfsızlaştırılan ve yoksullaştırılan yerli nüfus. Turizm girmiş bölgelerde insanlar topraktan/üretimden kopartılmıştır. Yerli nüfus sahip olduğu tarlaları, bağları ve bahçeleri turizm yapıları ve turizm sektöründe çalışmak üzere gelen nüfusun barınma taleplerinin karşılanması için arsa olarak satmıştır. Söz konusu satıştan elde ettiği kazanç yerliye kısa vadede cazip geldiğinden, yoğun emek gerektiren üretim faaliyetlerinden kendisini uzaklaştırmıştır.

Zaten istese de üretim yapacağı arazi kalmamıştır. Arazi satışlarından elde ettiği kazancı yatırıma dönüştürmediği yahut yatırıma dönüştürse bile turizm sektörünün istikrarsız seyrinden dolayı birikimlerini kaybeden yerli, artık bir zamanlar kendisinin olan arazilerde yükselen turizm işletmelerinde vasıfsız işçi statüsünde ve elbette sezonluk olarak çalışmak zorunda kalmaktadır. Üretici pozisyonundan sadece hizmet veren bir kaynağa dönüştürülen yerlinin içinde bulunduğu değişimin psikolojik, sosyal ve kültürel etkilerini tespiti yönelik çalışmalar ise oldukça yetersizdir. Yerli nüfus, aslında tam bir travma yaşamaktadır. Öyle ki, içinde bulundukları durumun sorumlusu olarak, yine kendileri gibi yoksul olan ve iş bulmak umuduyla başka şehirlerden turizm bölgelerine göç etmiş insanları görmektedirler. Öteki olarak konumlandıkları dışarıdan gelen insanlara duyulan öfke zaman zaman “tehlikeli gerginlik” olarak basında yer alan çatışmalara dönüşebilmektedir. Söz konusu olaylar dışarıdan etnik ya da mezhepsel gerginlik olarak görülmekteyse de, asıl sebebin yukarıda vurguladığımız üzere, yoksullaşan yerli nüfusla dışarıdan gelen insanların, zaten sınırlı olan iş alanlarındaki rekabetinin bir sonucu olduğunu antropolojik çalışmalar ortaya koymaktadır (bkz. Barth 2001).

Mevcut turizm anlayışının yerli nüfusun zihninde yarattığı turist algısı da sorunlu ve gayri insanidir. “Turist Döviz Getirir” sloganı 15-22 Nisan tarihleri arasında kutlanan turizm haftasında sıkça dile getirilmektedir. Bu slogan dışında, ilk ve ortaokullar için hizmet veren bir web sayfasında (bkz. http://www.ilkokuma.com/belirli_gun/31-turizm_haftasi.htm) turizmle ilgili “Güzel Sözler” başlığı altında aşağıdaki sloganlar yeni neslin zihinlerine işlenmeye devam etmektedir:

- *Temizlik turizmin, turizm kalkınmanın anahtarıdır.
- *Turizm, bacasız fabrikadır.
- *Memnun ayrılan turist, daha çok turist demektir.
- *Turizmin anahtarı temizlik ve hoşgörüdür.
- *Turizm, kalkınmanın lokomotifidir.
- *Turizm hizmetle gelişir, sevgi ile büyür.
- *Yurdumuzdan hoşnut ayrılan her turist bizim yeni bir dostumuzdur.
- *Turizm yolu, barış ve kalkınma yoludur.
- *Turiste saygı varsa, turizmde kaygı yoktur.
- *Bir memnun turist, bin turist yollar.

Sloganlar dikkatlice okunduğunda yerli nüfusun, turisti hoşnut etmek üzere sürekli olarak tembihlendiği açıkça görülebilmektedir. Ancak

buradaki “hoş tutmak” edimi, ev sahibinin misafirine gösterdiği türden bir misafirperverlikten ziyade, para kaynağını kaçırmamak adına gayri samimi bir tüccar ve müşteri ilişkisine tekabül etmektedir. Bu yanlış bilinçlendirmeye maruz kalan yerli nüfusun zihninde turist, amiyane bir benzetmeyle “etinden ve sütünden faydalanılması” gereken; daha iktisadi bir ifadeyle, maksimum düzeyde kar sağlanması gereken bir metaya dönüştürülmüştür. Tam da bu nedenle “az para harcayan” turistten pek hazzedilmez. Öyle ki, turizm işiyle uğraşanlar arasında turistlerin yaptığı harcamalara göre etnik ve ulusal karakter analizleri dahi yapılmaktadır. Söz gelimi bonkör Amerikalılar ya da İranlılar, cimri İsraililer vb. Bir turizm girişimcisinin gazetelere verdiği röportajda İranlı turistlerden şu şekilde bahsedilmektedir:

*...Kaprisli değiller. Otelleri beğenmemelik ya da hizmete yönelik gereksiz eleştirileri olmuyor. Müslüman bir ülke olmamız onlar açısından büyük avantaj... Ortalama 1 hafta kalıyorlar. Diğer yandan para harcama konusunda da gayet iyiler. Avrupalı bir turist 800 dolar bırakırken, İranlılar 1.200 dolar civarında para bırakıyor.**

Benzer şekilde Radikal Gazetesi’nde yer alan, “Japon Turist Bonkör, İsraili Cimri” başlıklı haber yazısında şu ifadeler geçmektedir:

...En fazla harcamayı 500 avro ile ABD’li turist yaparken onu 400 avroluk kişisel harcamayla Japon turist izliyor. Türkiye’de en az harcamayı ise 125 avroyla Hollandalı ve 100 avroyla da İsraili turistler gerçekleştiriyor.†

Her iki haberde de “turist”, bıraktığı döviz üzerinden değerlendirilmektedir. Buna göre çok harcayan ve az harcayan, diğer bir deyişle “yüksek randımanlı” ve “düşük randımanlı” bir turist profili çizilmekte ve turistin insan olduğu gerçeği gözden kaçırılmaktadır. Turistin gayri insani olarak görülmesi eğilimini daha iyi anlamak için aşağıda verilen, “dünyanın en çok süt veren ineği hangisidir?” başlıklı alıntıyla yukarıdaki gazete yazıları arasında bir karşılaştırma yapmak yeterli olacaktır:

Holstein cinsi bir inek eğer iyi bir şekilde beslenirse yıllık 30 ton süt verebilmektedir. Bu günlük süt verimi olarak bakıldığında ortalama 80-85 litre süt anlamına gelmektedir... Türkiye’de kara inek tabir edilen inekler günlük 5 litre süt verdiği göz önüne alındığında tam besili

*<http://www.haberler.com/iranli-turist-bonkor-haberi/>

†<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=225681>

*bir Holstein bizim ineklerden neredeyse 16 tane inek
etmektedir.**

Mevcut turizm anlayışının, yukarıda bir kısmını özetlemeye çalıştığımız tüm olumsuz etkilerine, onun “sürdürülebilir” bir sektör olduğu iddiasına paralel olarak çoğunlukla ya göz yumulmakta ya da yarattığı tahribatların azaltılmaya çalışıldığı yeni projeler devreye sokulmaktadır. Ancak her yeni proje, zihniyet ve amaç değişmediği için, sorunları ortadan kaldırmak yerine daha da derinleştirmektedir. Dolayısıyla “sürdürülen” şey turizmden ziyade yarattığı tahribatlar olmaktadır.

Turizmin “Sürdürülebilirliği”

Sürdürülebilirlik kavramı kalkınma kavramıyla birlikte gerek akademik camiada gerekse akademi dışında sıkça tekrarlanmaktadır. Avrupa Birliği, kalkınma ajansları vb yerlere sunulan projelerin neredeyse tamamı “sürdürülebilir” kavramıyla başlamaktadır. “Sürdürülebilir” kavramını cazip kılan en önemli özelliği, önüne geldiği her sektörün sonsuz bir iktisadi kaynak ve istihdam alanı olduğu yanılsamasına yol açmasıdır. Konumuz olan turizm alanında da “sürdürülebilir turizm” ifadesi aynı işlevi görmektedir. Gerçekten de, “sürdürülebilir turizm” bir temenni olmanın ötesinde ne kadar gerçekçi bir projedir? Bunu anlamak için “sürdürülebilirlik” kavramının ortaya atıldığı andan günümüze kadar geçen serüvenine bakmamız yeterli olacaktır.

1992’de iklim ve biyolojik çeşitlilikle ilgili iki önemli konvansiyon kabul edildi. Ve 1987’de Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından yayınlanan Bruntland Raporu’yla gündeme gelen “sürdürülebilir kalkınma” kavramı, Rio Zirvesiyle resmi söyleme dönüştü. Yeryüzünün egemenleri bundan böyle kalkınmayı gerçekleştirme, yoksulluğu ortadan kaldırma, doğayı ve insanlığın geleceğini koruma sözü veriyorlardı... Artık her kelimenin önüne “sürdürülebilir” niteleme sıfatı eklenebilirdi... İşte, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir büyüme, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir enerji, sürdürülebilir su, vb... Bu amaçla “ Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu” [SKK] kuruldu. Daha doğrusu bu iş ‘komisyona havale edildi’... Ve ondan sonra tüm benzer komisyonlar gibi adı pek duyulmadı... 2012 zirvesi de işte bu komisyon tarafından düzenleniyor... Aradan geçen 20 yılda doğa hızlı bir tempoyla kötüleşti, tahribat derinleşti, zehirli gaz emisyonu arttı, atmosfer ısınmaya devam etti, iklim değişikliği

* <http://www.bilgiufku.com/dunyanin-en-cok-sut-veren-inegi-hangisidir.html>

tehlikeli bir hal aldı... Doğal kaynakların yağmalanması görülmemiş boyutlara ulaştı, biyolojik çeşitlilik azaldı, çölleşme ve ormansızlaşma arttı, canlı türlerindeki azalma hızlandı, dünya ölçeğinde eşitsizlik, açlık ve yoksulluk büyüdü, velhasıl, artık tüm göstergeler kırmızıya döndü ve tam bir sürdürülemezlik durumu ortaya çıktı? Yeryüzünün egemenleri şimdi yeni bir kavramla yola devam etmeye karar vermiş görünüyorlar: 2012 Rio zirvesinin yeni sloganı [resmi söylemi] artık yeşil ekonomi... Bundan sonra her kelimenin önüne yeşil sıfatı gelecek. Kalkınma yeşil olacak, ekonomik büyüme yeşil olacak, teknoloji yeşil olacak, enerji yeşil olacak, her şey yeşil olacak... Think-tank'ların, yüksek prestijli vakıf ve derneklerin, araştırma kurumlarının, akademilerin bilimi kendinden menkûl adamları ve kadınları artık yeşil ekonominin nimetlerinden, marifetlerinden, hârikalarından söz edecekler... Yeşilin dünyayı nasıl bir cennete dönüştüreceğini anlatmak için yoğun çaba harcayacaklar... Misyonlarının ve varlık nedenlerinin gereğini yapacaklar... “Konunun uzmanları” ve bilim erbabı tarafından üretilen yalan medyanın elinde tartışmasız bir “hakikate” dönüşecek... Kimbilir, bundan sonra gri hiçbir şey kalmayacak... Her şey yeşillenecek... (Başkaya 2013).

Başkaya'nın vurguladığı gibi, sürdürülebilirlik kavramının retorik olması dışında reel yaşamda bir karşılığı olamamıştır. Turizm sektörüne baktığımızda da sürdürülebilir bir turizm anlayışı beklenti olmanın ötesine geçememektedir. “Turizm sektöründe krizler birincil nedenlere yani sektörün kendi dinamiklerinden kaynaklanan nedenlere dayalı gerçekleştiği gibi, ikincil nedenlere yani sektör dışında gerçekleşen olaylara bağlı olarak da oluşabilmektedir” (Paksoy ve Çolakoğlu 2010: 345). İçeride ve/veya komşu ülkelerde yaşanan güvenlik sorunları ve çatışmalar, doğa olayları (deprem, sel, volkanik patlamalar), salgın hastalıklar, turizm türünün (modasının) değişmesi, turizm alanının yanlış uygulamalarla vasfını yitirmesi vb gibi turizm ülkelerinden ve sektörün kendi içinden kaynaklanan sorunlar sonucunda turizm sektörünün krize girdiği bilinmektedir.

Öte yandan, yukarıda sıralanan sorunların tek taraflı olarak turist alan ülkelerde yaşanmaması, yani herşeyin yolunda gitmesi durumunda bile sürdürülebilir bir turizmden bahsetmek naif bir beklenti olacaktır. Aynı sorunların turist gönderen ülkelerde yaşanması durumunda da turist alan ülkeler kriz yaşayabilmektedir. Bunlara ek olarak turist gönderen ülkelerdeki “ailenin harcanabilir gelir seviyesi, aile gelirini etkileyen vergi sistemi, turizm dışındaki mal ve hizmet fiyatları, ülkedeki faiz oranları,

enflasyon ve döviz kuru seviyesi, seyahat maliyetleri, ekonomik krizler v.b. unsurlar gibi turizm talebini belirleyen ana ve tali ekonomik faktörleri” (Paksoy ve Çolakoğlu 2010: 344) de dikkate aldığımızda dünya üzerinde “turizm cenneti” olarak kabul edilen yerlerde dahi bırakın sürdürülebilirliği, orta ve uzun soluklu bir turizm faaliyetinden bahsetmek bile mümkün değildir.

Sürdürülebilir turizmin pratik karşılığı olmadığına göre, turizm yatırımları bu gerçeklik dikkate alınarak yapılmalıdır. Yani tarım alanları, doğal alanlar vb kaynaklar ile üretim ve yerleşim mekanları her an krize girebilecek bir sektör uğruna yok edilmeden, kültürel ve ekolojik dokuya saygılı bir turizm anlayışının geliştirilmesi hem bölge hem de ülke açısından gereklidir.

Sonuç

Son yıllarda, kitle turizminin tahripkâr etkisinin görülmeye başlanmasıyla yeni bir turizm modelinin adı sıkça telaffuz edilmeye başlanmıştır. Bu yeni model “eko-turizm”, “ekolojik turizm” veya “yeşil turizm” gibi adlarla ifade edilmektedir. Ancak mevcut turizm modelinin adını “ekolojik turizm” olarak değiştirerek, sanki yeni bir modelmiş gibi sunan anlayışın tahripkar uygulamaları sürdürdüğü ve “ekoloji” vurgusuyla sadece tahribatların maskelendiği örneklerin de olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Başkaya’nın (2013) vurguladığı gibi, mevcut zihniyet değiştirilmeksizin, “sürdürülebilir” sıfatı yerine “yeşil” veya “ekolojik” sıfatlarını getirmek var olan tahribatta ısrar etmek demektir. Dolayısıyla, adı ne olursa olsun mevcut turizm anlayışının sürdürüldüğü her türlü girişimden uzak ve gerçekten çevreye ve sosyo-kültürel dokuya saygılı bir turizm modeli geliştirilmelidir.

Her turizm faaliyeti belirli bir insan grubunun hareketliliğini gerektirdiğinden ve “biz” ile “öteki”nin temasını az ya da çok sağladığından, çevresel ve sosyo-kültürel değişim elbette kaçınılmaz olacaktır. Zaten turizm antropolojisinin amacı temasın, dolayısıyla toplumsal etkileşimin tamamen ortadan kaldırılıp, insanların kendi dünyalarında değişmeden yaşamasının sağlanmasını önermek değildir. Antropologlar sadece, mevcut turizm anlayışının yarattığı ve artık felaket denebilecek boyutlara varan çevresel ve sosyo-kültürel tahribatların ortadan kaldırıldığı yeni ve duyarlı bir turizm modelinin geliştirilmesi için öneriler sunma çabası içerisindeyler. Antropolojinin mevcut turizm anlayışına getirdiği eleştiriler üzerinden “insanların seyahat etmesinin engellenmesi ve/veya turizmin ortadan kaldırılması” gibi absürt bir sonuç çıkartılmamalıdır. Böylesi bir düşünce her şeyden önce antropolojinin de temel konusu olan “insan”ın doğasına aykırıdır.

Kaynakça

- BARTH, Fredrik, (2001) Etnik Gruplar ve Sınırları. Çev. Ayhan Kaya-Seda Gürkan, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- BAŞKAYA, Fikret, (2013) Rio 2012, Sürdürülebilir Kalkınmadan “Yeşil Ekonomiye”: Garp Cephesinde Yeni Bir Şey Yok!
<http://www.ozguruniversite.org/index.php/fikret-bakaya/guenluek/1141-rio-2012-suerdueruelebilir-kalknmadan-yeil-ekonomiye-garp-cephesinde-yeni-bir-ey-yok>
- BURNS, G. L., (1994) “Amidst Our People: Impact of Tourism and Local Knowledge in Beqa.” In *Science of Pacific Island People*. J. Morrison, P. Geraghty, & L. Crowl, eds. Pp 25-40. Suva: Institute of Pacific Studies.
- CHAMBERS, Erve, (1997) *Tourism and Culture*. Nex York: State University of New York Press.
- COHEN, E., (1973) “Nomads from Affluence: Note on the Phenomenon of Drifter Tourism.” *International Journal of Comparative Sociology*. 14:89-103.
- FAVCETT, C., Cormack, P., (2001) “Guarding Authenticity at Literary Tourism Sites.” *Annals of Tourism Research*. 28(3):686-704.
- GEZİCİ, F., Kerimoğlu, E., (2010) “Culture, Tourism and Regeneration Process in Istanbul.” *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. vol. 4 No: 2 pp. 252-265.
- GRABURN, N. (1977) “Tourism: The Sacred Journey.” In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. V. Smith, ed. Pp. 21-36. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- GREENWOOD, Davydd J., (1977) “Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization.” From Smith, Valene L., *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. pp. 129-138, 301 H67: Blackwell Publishers.
- HARRISON, D. (ed), (1992) *Tourism and the Less Developed Countries*. London: Belhaven Press.
- HEPBURN, S. J., (2002) “Touristic Forms of Life in Nepal.” *Annals of Tourism Research* 29(3):611-630.
- OVALI, P. K., (2007) “Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram,

Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması”. YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, Cilt 2, Sayı 2: 64-79.

PAKSOY, P., ÇOLAKOĞLU, N., (2010) “Ekonomik Kriz Dönemlerinde Turizm ve Seyahat Endüstrisinin Tutumu”. International Conference on Eurasian Economies, <http://eecon.info/papers/229.pdf>

NASH, D., (1981) “Tourism as an Anthropological Subject.” *Current Anthropology* 22(5):461-481.

NUNEZ, T., (1963) “Tourism, Tradition and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village.” *Ethnology*. 2:347-52.

STRONZA, A., (2001) “Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives.” *Annual Review of Anthropology* 30:261-283.

VIJAYANAND, S., (2012) “Socio-Economic Impacts in Pilgrimage Tourism.” *International Journal of Multidisciplinary Research* Vol.2 Issue 1, pp. 329-343.

http://www.ilkokuma.com/belirli_gun/31-turizm_haftasi.htm

<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=225681>

<http://fotocdncube.gazetevatan.com/fotogaleri/act/20102013115352053.jpg>

<http://www.haberler.com/iranli-turist-bonkor-haberi/>

VAN KEDİSİ'NİN VAN'IN TURİZMİNDEKİ YERİ

Doç. Dr. Abdullah KAYA*

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi tarafından 1980 li yıllarda başlatılan Van Kedisi Koruma ve Araştırma çalışmaları, daha sonraları Veteriner Fakültesi Zootekni Anabilim Dalı tarafından devam ettirilmiş ve 1992 yılında kısa adı VKAM olan Van Kedisi Araştırma Merkezi kurulmuştur. Bu tarihlerde Van da bir kedi evi ile Ana-Yavru Sağlık Dispanseri kurularak, Van'daki bütün Van kedileri kayıt altına alınıp, kimlik belgesi verilmiştir. Yapılan araştırmalara göre, Van kedilerinin ana vatanı Altay dağlarının eteklerinde bulunan Bumtamara şehridir. Van kedileri için diğer bir iddia da bu ırkın spontan orijinli olduğu ve soğuk iklimde üretildiği yönündedir. Dünya kedi ırkı arasında özel bir yere sahip olan Van Kedisi, göz renklerinin orijinalliği, uzun beyaz tüyleri ve sevecenliğiyle insanların büyük beğenisini kazanmıştır. Bu özelliklerden dolayı, çağlar boyunca Anadolu'da ve tüm dünyada insanların dikkatini çekmiştir. Van kedilerine ait ilk bilgilere Hitit mücevherlerinde ve mühürlerinde rastlanmıştır. Daha sonra Romalıların bu bölgeyi egemenlikleri altına alması ile (MS 75-387), Roma kalkanlarına ve bayraklarına Van Kedisi resmedilmiştir. Eskiden Van kedileri yaz aylarını Erek Dağı'nın eteklerinde, kış aylarında şehirde ailelerinin yanında geçirerek yarı yabani bir hayat sürerlerdi. Günümüzde ise, tamamen ailenin bir üyesi olarak özellikle bahçeli evlerde barındırılmaktadırlar. Van yöresinde halk tarafından "pişik" olarak adlandırılan Van kedisi ailenin dost bir bireyi olarak kabul edilir.

*Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Kedisi Araştırma Merkezi Müdürü.

Van Kedisi Araştırma Merkezinin Amacı

- ✓ Dünya faunası içinde önemli bir yeri olan Van kedisinin azalmakta olan neslini korumak,
- ✓ Islah amaçlı bilimsel çalışmalar yapmak,
- ✓ Saf ırkın üretilmesi ve çoğaltılmasını sağlamak,
- ✓ Edinsel veya genetik sağlık sorunlarına çözümler bulmak,
- ✓ Genetik özelliklerini ortaya çıkarmak,
- ✓ Bu alanda araştırıcılar yetiştirmek,
- ✓ Van kedilerinin dünya çapında tanınmasına katkı sağlayıp, bu genetik mirasa sahip çıkarak, yörenin folklorik ve sosyo-ekonomik değerlerine katkıda bulunmaktır.

Van Kedisi Araştırma Merkezi; erkek, dişi ve yavru kedilere ait ayrı ayrı yemekhaneler, yatakhaneler, gezinti bahçeleri, doğumhaneleri ve diğerk birimleriyle 1200 m² kapalı alan olmak üzere toplam 10.000 m² alandan oluşan son derece fonksiyonel, modern, ziyarete müsait, temiz ve toplu yaşama uygun gönül rahatlığı ile her seviyedeki misafirlerinizle ziyaret edebileceğiz beş yıldızlı bir yerdir.



Van kedisi, 22. 04. 2006 Tarih 26147 sayılı resmi gazetede yayınlanan 2006/16 no’lu tebliğle bütün özellikleri yapılan bilimsel araştırmalar ışığında tek tek kayıt altına alınarak, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Milli Irklar Tescil Komitesi tarafından “milli ırk” olarak tescillenmiştir. Bu nedenle Van kedisi üzerinde yapılan sahiplenme

abaları kabilindeki speklasyonlar yersiz ve bilimsel alt yapıdan yoksundur. Vanlı hemşehrilerimizin şunu bilmesini istiyoruz: Van kedisi sahipsiz değildir.

Basın-Tanıtım: 2013 yılı içinde *Cat and Dog* dergisi, Fransız gazeteci, Japon gazetesi, İspanyol gazetecilere Van kedilerinin tarihi, yaşamları, özellikleri ve merkezimizdeki durumları ve yapılan faaliyetler hakkında röportaj tarzında bilgiler verilmiştir.

Yerli ve yabancı basın mensuplarının Kedi Evi ve Van kedisinin görüntülenmesine yönelik talepleri konusunda kolaylık sağlanmıştır. Van kedisinin gerek ulusal gerek uluslar arası tanıtımı amacıyla; Japon TV, TRT Haber, TGRT Haber, Doğan Haber, İhlas Haber Ajansı, Kanal 7, CNN Türk, Star Tv, Atv ve bu haber ajanslarının aboneleri olan televizyonlarda bir çok görsel ve yazılı basında Van kedisi program ve haber olarak yer almıştır.

İlk defa Van kedisi ile ilgili bilimsel veriler ışığında çok detaylı, Van kedisini her yönüyle değerlendiren ve tanıtan broşür çalışmaları yapılarak gelen yerli ve yabancı bütün turistlere tanıtım ve bilgilendirme amacıyla verilmiştir.



Bilimsel Faaliyetler:

Van Kedisi Araştırma Merkezi Müdürlüğü'nde bugüne kadar;

- ✓ 8 adet tamamlanmış doktora çalışması,
- ✓ 4 adet tamamlanmış yüksek lisans çalışması,
- ✓ 18 adet yurtiçi ve yurtdışı SCI kapsamındaki hakemli dergilerde yayınlanmış araştırma makalesi,
- ✓ 20 adet Uluslar arası ve ulusal bilimsel kongrelerde sunulan bildiri,
- ✓ 1 adet TÜBİTAK projesi , çok sayıda Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Başkanlığı tarafından desteklenmiş çalışma yürütülmüştür.

Halen Devam Etmekte Olan Bilimsel Projeler;

1. “Sağlıklı Erişkin Van Kedilerinde M-owde Ekokortiyografik Parometrelerin Ölçümü Van Kedilerinde Kardiyolojik Referans Değerleri” ortaya çıkarılacaktır.
2. “Van kedilerinde Homosistein Vitamin B₁₂ ve Bazı Enzim Düzeylerinin Araştırılması” endokrinolojik hastalıklarla tam kolaylığı sağlanacaktır.
3. Van Kedilerinde Genetik Yapının Makro Satallite Belirteçlerle İncelenmesi” genetik olarak Van kedilerinin tanımlanmasına yardımcı olacaktır.

Van Kedisini Diğer Kedi Türlerinden Farklı Kılan Özellikler Nelerdir?

- * Turkuaz- Kehribar sarısı gözleri,
- * Kar beyaz ipeksi tüyleri,
- * Ev halkıyla sağladığı uyum,
- * Sevecenliği, asilliği,
- * Eğitilebilir kapasitesinin fazla olması,
- * Yüzmekten hoşlanması (suyu sevmesi),
- * Dünyada sadece habitat olarak bizim bölgemizde bulunmasıdır.



Merkezimizde 50 adet dişi anne, 40 adet erkek ve 52 yavru olmak üzere toplam 142 adet kedi bulunmaktadır. Bu da Van Kedisi Araştırma Merkezi M¼d¼rl¼ę¼'ne (Kedi Evi'ne) gelen yerli ve yabancı turistlerin her yaştaki (erkek, dişi, genç ve yavru) kedileri g¼r¼p sevebilecekleri anlamına gelmektedir.



Van'da Görmek İsteyeceğiniz Yerler?

1. Akdamar Adası
2. Van Kalesi
3. Van Kedisi (Kedi Evi)
4. Muradiye Şelalesi
5. Hoşap Kalesi

Van'a gelen yerli ve yabancı turistlerle yapılan bir anket çalışmasında Van'da görmek istediğiniz yerler sıralamasında Van kedisini (Kedi Evi) görme arzusu 3. sırada yer almaktadır. Bu durum Van kedisinin turizmde ne kadar önemli bir değer olduğunun kanıtıdır. Turizmde Van için marka oluştururken bu durumun göz önüne alınması gerekmektedir.

Dünyada birçok farklı turizm çeşidi bulunmaktadır. Van kedisine benzer durumda olan Afrika'daki safari gezileri, Avustralya'daki kanguru örnek gösterilebilir.

Türkiye'de ve dünyada Van Kedisi, Van için bir sembol ve marka değeri yüksek bir turizm figürü olarak kullanılma kapasitesi yüksektir. Ancak bu kapasite Afrikadaki safari gezileri Avustralya'daki kanguru gezilerinden sağlanan turizm gelirleri ile kıyaslandığında bu kapasitenin Van tarafından yeterince kullanılmadığı anlaşılmaktadır. Van kedisini Allah'ın Van'a bahsettiği en önemli değerdir. Hepimiz Van kedisinin sadece bir kedi olmadığını, bütün dünyadan Van'a turist çekebilecek harika, başka bir yerde eşi olmayan, insanlarda görme merakı uyandıran bir turizm değeri olduğunun farkına varmalıyız.

2013 Uluslar arası seyahat ve turizm fuarına (EMİT) hayvan ve eleman desteği sağlanarak Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü ile birlikte katıldık. Ayrıca 19-22 Eylül 2013 tarihinde Antalya Hediye Yöresel ve Geleneksel Ürünler Fuarı'na Van kedisinin Van'ın turizm ve tanıtımına katkı sağlaması amacıyla katılım sağlanmıştır. Gerek ulusal gerek uluslararası bütün tanıtım ve turizm fuarlarına katılmakla bu fuarlarda en çok ilgiyi gören Van standıdır, Van standında ise en büyük ilgiyi Van kedisini görmektedir. Bu da yukarıdaki tezlerimizi doğrulamaktadır.

Van Kedisi Araştırma Merkezi'ni 2013 yılında yerli turistler, yabancı turistler, Van'daki anaokul öğrencileri, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın organize ettiği öğrenci turları, SODES kapsamında Türkiye'nin değişik illerinden gelen öğrenciler, liselerin kendi organize ettiği turlar, Yüksek Öğretim Kurumu üyeleri, Maliye Bakanlığı personeli, bilimsel kongreler için gelen öğretim üyeleri, üniversitemiz öğretim üye ve

öğrencileri ve başka üniversitelerden gelen öğrenciler ziyaret etmişlerdir. 2013 yılında; yaklaşık olarak 4000 yabancı turist, 8000 yerli turist ve 14000 kişi ziyarette bulunmuşlardır. Ancak bu rakamlar yeterli değildir, bu sayıları artırmak için daha çok çalışılması gerekmektedir.

Yapılan ziyaretlerde gelen insanlar, yapılan yenilikler, sağlanan imkânlar, hayvanlara yapılan bakım ve verilen değer için başta Üniversitemiz yöneticilere ve emeği geçen herkese çok övgü ve şükran dolu ifadelerle duygularını ifade etmektedirler. Bu da başta Üniversitemizin il ve ülke bazında olumlu tanıtımı ve Van kedisinin tanıtımı, korunması ve değerlendirilmesi açısından çok önemlidir.

Son Yıllarda Van Kedisine İlginin Artmasının Nedenleri;

1. Van Kedisi ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalarla dünya literatüründe yer almak,
2. Gerek uluslararası gerek ulusal medyada yapılan tanıtım çalışmaları,
3. Uluslararası ve ulusal fuarlara katılarak yapılan tanıtım çalışmaları,
4. Kedi ile ilgili broşür ve hediyelik eşyalarla yapılan tanıtım faaliyetleri,
5. Gelen ziyaretçilere doyurucu, hayvan ruhuna uygun bir gezinti ve temas alanı oluşturmak,
6. Hayvanların gezinti ve yaşam alanlarındaki temizlik (yer, hava, yatma),
7. Hayvanların karakterlerine göre beslenmenin sağlanması ve sağlıklarına gösterilen titizlik,
8. Ziyaret saatlerinin haftanın 7 günü (08:⁰⁰-17:⁰⁰) yapılması, bütün yaşam alanlarının ziyarete açılması ve ziyaretçilere personel refakatinin sağlanması sayılabilir.

Van Kedisinin Turizm Değerinin Artırılması için Yapılması Gerekenler;

1. Tanıtımın daha etkin yapılması,
2. İl dışına çıkışının tek elden yapılması ve zorlaştırılması,
3. Van kedisinin turistik marka değerinin halkımıza daha etkin anlatılması ve farkındalığın oluşturulması,

4. Bütün Van'ın Kedili kavşak olarak bildiği, adı iki nisan alarak değiştirilen kavşak isminin yeniden kedili kavşak olarak değiştirilmesi,

5. Van kedisini hediyelik eşya olarak görmekten vazgeçilmesi,

6. Van kedisinin şehrin sembolü haline gelmesi için kurumların işbirliği içinde çalışarak, şehrin görünen kavşaklarına kedi heykellerinin sayısı artırılmalı,

7. Van kedisinin neslinin bozulmaması ve korunması için Van'daki herkesin Van kedisi araştırma merkezine yardımcı olması,

8. Van'daki ailelerin kedi beslemeleri için teşvik ve desteklemelerin yapılması gerekmektedir,

9. Van kedisinin ucuz ticari kaygılarla kötü tanıtımının önüne geçilmesi ve turist çekmek için 3-5 kedi bir araya getirilerek, hayvanlara gerekli özen gösterilmeden yapılan işler fayda yerine zarar vermektedir.



**VAN İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN
KONAKLAMAİŞLETMELERİNİN ZİYARETÇİLERİN
MEMNUNİYETİ AÇISINDANDEĞERLENDİRİLMESİ**

Öğr. Gör. Sedat Şahin*

ÖZET

Bu çalışmada, Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin ziyaretçilerin memnuniyeti açısından nasıl değerlendirildiği incelenmektedir. Çalışma kapsamına Booking.com ve TripAdvisor.com web sitelerinde yer alan tüm konaklama işletmelerine yönelik 2009-2014 yılları arasında yapılan değerlendirme ve yorumlar dâhil edilmiştir. Booking.com ve TripAdvisor.com web sitelerinde yer alan değerlendirme ve yorumlar içerik analizi yardımıyla incelenerek ifadelerin sıklıklarına göre ortak düşünceler memnuniyet açısından değerlendirilmiştir. Çalışmada yerli ve yabancı ziyaretçilerin yorumları değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarına bakıldığında müşterilerin memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. Dikkat çeken diğer bir sonuç ise, müşterilerin ziyaret öncesi beklentilerinin düşük olmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Van, Konaklama İşletmeleri, Müşteri Memnuniyeti

*YYÜ, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, sedatsahin@yyu.edu.tr

1. GİRİŞ

Müşteri memnuniyeti rekabet ortamının daha zorlu hale gelmesiyle birlikte işletmeler açısından daha büyük önem arz etmektedir. İşletmeler ürettikleri ürünün ve/veya sundukları hizmetin yanında aynı zamanda müşterilerin düşüncelerine de değer vermek zorundadırlar. Müşterilerin tercihlerinin çoğalmasıyla birlikte en iyi ürünü üreten, en iyi hizmeti sunan ve satış sonrası hizmetleri daha geniş olan işletmelerin rekabet açısından daha avantajlı olduğu belirtilebilir. Somut üretim veya hizmet sunum teknikleri teknolojinin gelişmesine bağlı olarak standart bir özellik gösterebilir, fakat müşteri memnuniyetinin soyut bir yapıda olması sebebiyle hem işletmelerin uyguladığı stratejiler, hem de müşterilerin bireysel özelliklerine göre değişkenlik gösterebilir.

Bu çalışmada, Van ilinde faaliyet gösteren ve Booking.com ve TripAdvisor.com adlı web sitelerinde yer alan konaklama işletmelerinden hizmet satın alan müşterilerin değerlendirme ve yorumları incelenmiştir. Çalışmanın söz konusu iki web sitesi üzerinden yürütülmesinin en önemli sebebi ise söz konusu sitelerin uluslararası bir yapıda olmasıdır. Hizmet satın alan hem yerli, hem de yabancı ziyaretçilerin işletmeler ile ilgili değerlendirme ve yorumda bulunması ziyaretçi görüşlerine açık ve net bir şekilde ulaşması çalışmanın güvenilirliği açısından da önemli görülmektedir.

Çalışma kapsamında öncelikle müşteri memnuniyeti ile ilgili kavramlar açıklanarak konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyeti ile ilgili kavramsal bir yazın oluşturulmuştur. Daha sonra yapılan araştırmanın özellikleri ile ilgili bilgiler verilerek elde edilen bulgular açıklanmıştır. Sonuç bölümünde ise, araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilerek konaklama işletmelerine yönelik duyulan müşteri memnuniyetinin nasıl olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

2. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Memnuniyet bir bireyin, yeni karşılaştığı veya aşına olduğu bir ürüne yönelik olağan beklentilerinin karşılanması veya daha fazlasını elde etmesi olarak açıklanabilir. Birçok araştırma yüksek düzeyde memnuniyetin işletmeye karşı bir sadakat oluşturduğunu göstermektedir. Yüksek düzeyde memnuniyetin sağladığı bu sadakat, tekrar satın alma niyeti, çevredekilere tavsiye etme, fiyat duyarsızlığı, çapraz satın alım ve uzun süreli ilişki olarak işletmeye fayda sağlamaktadır (Pallas, vd., 2014:107).

Müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği müşterinin beklentileri ile ürün veya hizmeti deneyimledikten sonra ortaya çıkan farktan kaynaklanmaktadır. Müşteri bu süreçte beklentilerini ve karşılaştığı

durumu kıyaslayarak ürünü veya hizmeti farklı açılardan değerlendirerek soyut bir düşünceye sahip olmaktadır.

Müşteri memnuniyeti tipik olarak duygusal veya kavramsal karşılık olarak tanımlanmaktadır. Daha yakın müşteri memnuniyeti tanımları duygusal karşılıkları kabul etmektedir. Karşılığın odağı müşteri memnuniyetini sağlayan objeleri tanımlamakta ve belli standartlara göre performansın karşılaştırılmasını gerektirmektedir. Bu standartlar çok özelden daha genel standartlara kadar çeşitlenmektedir (Bulut, 2011:390).

Ürün istenilen yararları sunduğu ve beklentileri karşıladığı zaman müşteri memnun edilmiş olur. Memnuniyeti yüksek olan müşteri daha sonraki satın alma eylemini de aynı işletmeye yöneltir. Pazarlama için ortaya konan halkla ilişkiler, satın alma sonrası duygusal açıdan memnuniyeti sağlamayı amaçlar (Eroğlu, 2005:9-10).

Müşteri beklentilerini belirleyen ihtiyaçlar, amaçlar ve geçmiş deneyimlerdeki farklılıklar memnuniyeti etkileyen önemli kriterlerdendir. Müşteri memnuniyeti kavramı, bir tüketim deneyiminden elde edilen en son durum olsa da, aynı hizmet deneyimlerinden herkesin aynı tatmini elde etmesi gibi bir durumun oluşması çok zor olarak değerlendirilebilir. Bunun sebebinin standart bir müşteri memnuniyeti algısı bulunmaması olduğu belirtilebilir (Kılıç ve Pelit, 2004:115).

Memnun müşteri, işletmenin piyasaya sunduğu bir mal veya hizmeti satın almaya hazır müşteridir. Yeni müşteriler, işletmenin yürüttüğü pazarlama ve reklâm faaliyetlerinden daha çok, işletmenin mevcut eski müşterilerinin tavsiyelerinden etkilenme eğilimi taşır. Memnun olmayan müşteriler ise, başka müşterileri olumsuz yönde etkileyerek işletmenin yaptığı en güçlü yatırımlarının boşa gitmesine neden olur. Memnun müşteriler işletmenin çalışanları için moral kaynağıdır. Müşteri kayıpları genellikle memnuniyetsizlikten, müşteri istek ve ihtiyaçlarını tam anlayamamaktan kaynaklanmaktadır (Sandıkçı, 2007:42). İşletmeler müşteri memnuniyeti değerlendirmesi ile finansal performans arasındaki ilişkiyi belirlemek için müşteri tatmini çalışmalarına öncelik vermelidir (Jones, v.d. 2014:161).

Müşteri memnuniyetinin öneminin ortaya konulması sebebiyle son yıllarda işletmeler “müşteri odaklı” bir yönetim anlayışı sergilemektedirler. Bu tür şirketler müşterileri özelliklerine göre hedef gruplar halinde sınıflandırarak beklentileri ve istekleri belirlemek için çaba sarf etmektedir. Bu çalışmalar işletmelerin yüksek düzeyde bir müşteri memnuniyeti sağlaması açısından avantaj sağlamaktadır. Müşteri odaklı yönetim anlayışı istek ve beklentileri müşterilerin şikâyetleri sonucu ortaya çıkarmak yerine

gelecek beklentileri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Pizam ve Elis, 1999:326-327).

Müşteri memnuniyeti ile ilgili yapılan çalışmalar işletmenin içinde bulunduğu pazara yönelik farklılıklar gösterebilir. Bu çalışmada konaklama işletmelerine yönelik müşteri memnuniyeti değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, aşağıda konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyeti ile ilgili kavramsal açıklamalara yer verilmiştir.

3. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Müşterilerin istek ve beklentilerine cevap verebilen işletmeler ayakta kalabilmeyi başarabilmekte diğer işletmeler ise yok olup gitmektedir. İşletmeler müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla çeşitli stratejiler oluşturarak bu konu üzerinde önemle durmaktadır (Özgüven, 2008:652). Özellikle konaklama işletmeleri gibi hizmet üzerine faaliyet sürdüren işletmelerin finansal verilerin yanında müşterilerin memnuniyeti konusunda da bilinçli davranmaları gerekmektedir.

Turizm faaliyeti insan memnuniyetini esas amaç olarak kabul eden bir faaliyet olduğuna göre, müşteri memnuniyeti turizm alanında faaliyet gösteren tüm sektörlerin öncelikli amaçları arasındadır. Müşteri memnuniyetinin gerçekleşmesinde anahtar öneme sahip faktörlerin başlıcaları, müşterilerin otel işletmesini ilk ziyarette yeterince memnun edilmesi ve onları tekrar otel işletmesini ziyaret etmeye ikna etme ile başarılabılır (Esen, 2011:1).

Konaklama işletmelerinden hizmet satın alan müşteriler beklentilerinin yanında daha önce deneyimledikleri işletmeler ile bir kıyas yoluna da gidebilir. Müşteri memnuniyetini gerçekleştirmenin bir başka unsuru da diğer konaklama işletmeleriyle birlikte içinde bulunulan rekabet ortamında başarılı olmayla sağlanabilir. Bu açıdan işletme yöneticileri öncelikle bulundukları bölgedeki mevcut pazarda, daha sonra da ulusal ve küresel anlamda hedeflerini belirleyerek müşteri memnuniyeti açısından rekabet stratejilerini şekillendirebilir.

Müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önemli olan bir diğer nokta ise, müşteri şikâyetleridir. Müşteri şikâyetleri işletmeler açısından bir kayıp değil, aksine fırsat olarak görülmelidir. Şikâyet eden müşterinin yaşadığı sorun giderildiğinde, müşterinin kendisine verilen değeri hissederek tatmin olacağı söylenebilir. İnsan unsurunun yoğun olduğu konaklama işletmelerinde de müşteri şikâyetleri müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından son derece önemlidir.

Hizmet sektöründe çalışan yöneticiler, tüketici memnuniyetini arttırabilmek için hizmet kalitesini arttırarak, şikâyet oranını düşürmeli, bunun yanında memnun olmayan tüketicilerin şikâyetlerini bildirmesi için çaba harcamalıdır. Şikâyetini bildirmeyen tatmin olmamış tüketici, işletme için aynı zamanda bir kayıptır. Bu tüketiciler genellikle o ürünü ve işletmeyi boykot etme, çevrelerine de o olumsuz deneyimlerini aktarma eğilimine sahip olabilmektedirler (Kozak, 2007:150).

Konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması konusunda başlıca iki unsurun önemli olduğu söylenebilir. Bunlardan birincisi; işletmenin sahip olduğu olanaklardır. Olanaklar işletmenin hizmet verirken kullandıkları materyallerin (yatak, çarşaf, yemek takımları, koltuklar vb.) kalitesi ve bakımları ile ilgilidir. İşletmede bulunan mekânların (açık ve kapalı havuz, restoran, lobi, koridorlar, odalar vb.) dizaynı ve temizliği de işletmelerin olanakları kapsamında değerlendirilebilir. İkinci unsur ise; hizmet açısından büyük önem taşıyan personeldir. Personelin davranış ve tutumları, temizliği, niteliği gibi kavramlar müşteri üzerinde işletme ile ilgili olumlu bir intiba bırakmak açısından büyük önem taşımaktadır.

Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik müşteri memnuniyetinin değerlendirilmesi ile ilgili yapılan değerlendirme aşağıda yer almaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI ve YÖNTEMİ

4.1.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinden hizmet satın alan müşterilerin deneyimleri sonrası memnuniyetleri açısından işletmeler ile ilgili değerlendirmelerini ve yorumlarını incelemektir.

4.2.Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamını, Booking.com ve TripAdvisor.com web sitelerinin Van Otelleri kısmında yer alan değerlendirmeler ve yorumlar oluşturmaktadır. Bahse konu web sitelerinde yer alan bütün işletmeler değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma kapsamında toplam 15 işletme ve bu işletmelere yönelik 8 kategoriden oluşan değerlendirmelerle birlikte 459 adet ziyaretçi yorumu analize tabi tutulmuştur.

4.3.Araştırma Kısıtlılıkları

Araştırma, adı geçen web sitelerindeki belirli bir zamanda yapılan yorumları ve değerlendirmeleri incelemektedir. Yapılan inceleme işleminden sonra web sitelerinde güncelleme yapılmış olabilir.

4.4.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak, müşterilerin yazılı olarak yaptıkları değerlendirmeler ve yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu doğrultuda, Booking.com ve TripAdvisor.com web sitelerinde yer alan ve Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik değerlendirme ve yorumlar söz konusu sitelerde yer alan değerlendirme ölçeğine göre analiz edilmiştir. Bunun yanında müşterilerin yorumları da incelemeye dâhil edilmiştir. Booking.com ve TripAdvisor.com web siteleri, uluslararası bir yapıda olması, yalnızca hizmet satın alan müşterilerin değerlendirme ve yorumda bulunabilmesi, belirli ve standart bir değerlendirme sitemlerinin bulunması ve potansiyel müşterilerin işletmeler ile ilgili yorumları okuyarak aynı zamanda rezervasyon yaptırabilme seçeneklerinin bulunması sebebiyle seçilmiştir.

4.5.Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen veriler tablo olarak belirtilmektedir. Konaklama işletmeleriyle ilgili değerlendirmede ve yorumda bulunan ziyaretçilerin profili ile ilgili bilgiler de aşağıda yer almaktadır. Yapılan yorumlar incelendiğinde, yorumların 2009-2014 yılları arasında belirtilen web sitelerine eklendiği söylenebilir. Katılımcıların cinsiyetleri ile ilgili kesin bir veri bulunmazken, yorum belirten ziyaretçilerin kullanıcı isimleri incelendiğinde ise, çoğunluğun erkek müşterilerden oluştuğu belirtilebilir. Yorumda bulunan ziyaretçilerin çoğunluğunun yerli olduğu görülmektedir. Yapılan analizler neticesinde, yabancı ziyaretçilerin ise büyük bir kısmının İranlı turistlerden oluşmasının yanı sıra, Güney Afrika, İngiltere, İtalya, Belçika, İspanya, Japonya ve Almanya'dan gelen turistlerin de yorumda bulunduklarından bahsedilebilir.

Tablo 1. Katılımcıların İşletmelere Gelme Durumu

Gruplar	Kişi Sayısı
Aileler	63
Çiftler	178
Arkadaş Grupları	61
Yalnız Gezenler	120
İş	37
Toplam	459

Tablo 1 incelendiğinde konaklama işletmelerini en çok ziyaret eden bireylerin çiftler olduğu görülmektedir. “Çift” ziyaretçileri, yalnız gezen bireyler takip etmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Memnuniyet Durumları

Müşteri Değerlendirme Konuları	Memnuniyet Derecesi (0/10)
Rahatlık	8,4
Konum	7,5
Odalar	6
Hizmet Kalitesi	8
Fiyat/Fayda Dengesi	6,5
Temizlik	7,6
Personel	7,5
Olanaklar	8,2

Tablo 2’de müşterilerin ziyaret sonrasında işletmeler ile ilgili değerlendirmeleri yer almaktadır. Puanlama sistemi şu şekildedir. 0-2 = Berbat, 2-4=Kötü, 4-6=Ortalama, 6-8=Çok İyi, 8-10=Mükemmel olarak ifade edilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde en düşük puanın “6” ile “odalar”dır. Ziyaretçiler işletmelerdeki odaları ortalama olarak ifade etmektedir. Müşterilerin memnuniyet düzeyleri açısından en yüksek puanı ise 8,4 puan ile “rahatlık” unsuru almıştır. Buna göre, müşteriler konaklama işletmelerinin rahatlık açısından “mükemmel” olduklarını ifade etmektedir.

Ziyaretçilerin İşletmeler İle İlgili Yorumları

Müşteriler, Booking.com ve TripAdvisor.com web sitelerinde hizmet satın aldıkları işletmeleri puan olarak değerlendirmelerinin yanında, düşüncelerini de yorum olarak belirtmektedir. Bu yorumlar incelenerek elde edilen bulgulara aşağıda yer verilmektedir. Araştırma kapsamında, tüm işletmeler ile ilgili yapılan “ortak” yorumlara yer verilmiştir. Bunun sebebi ise, işletmelerin birine veya bir kısmına yapılan yorumun tüm işletmelerde geçerli olamayacağının düşünülmesidir.

- Müşteriler genel olarak odaların geniş ve düzenli olduğundan bahsetmektedirler. Yatakların konfor açısından rahat olduğunu, banyoların temiz ve modern olduğunu belirten ziyaretçiler, odalarda bulunan halıların eskimiş olduğu ile ilgili yorumlarda da bulunmuşlardır. Odalarla ilgili birçok ziyaretçi tarafından ifade edilen başka bir yorum ise, odalardaki

klima sorunlarıdır. Ziyaretçiler dışarısının oldukça sıcak olduğunu dolayısıyla odalarında bu sıcaktan kurtulmak istediklerini, fakat bu konuda sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir.

- İşletmelerin genel olarak şehir otelleri olmasından dolayı fiyatlarının sundukları hizmete göre oldukça uygun olduğu belirtilmektedir. İşletmelerin dekorasyonunda yer alan motiflerin ve kullanılan malzemelerin de çok sayıda ziyaretçi tarafından beğenildiği görülmektedir. İşletmelerin sahip olduğu kablosuz internet ağı müşteriler tarafından sıkça ve memnuniyetle ifade edilmektedir. Yabancı ziyaretçiler işletmeleri Batı Avrupa'daki otellerle kıyaslayarak Van'daki otellerin değer açısından daha uygun olduklarını belirtmektedirler.

- Konum açısından da işletmelerin kolay ulaşılabilir olduğu yorumlarda sıkça ifade edilmektedir. İşletmelerin transfer kolaylığı sağlaması konusunda da birçok olumlu yorum bulunmaktadır. Ulaşılabilirliğin yanında mağazalara, kahvaltı salonlarına ve caddeye yakınlık açısından da müşteriler oldukça memnun kaldıklarını belirtmektedirler. Konum açısından olumsuz olarak yalnızca manzara güzelliğinin bulunmaması konusunda duyulan rahatsızlık ifade edilmektedir.

- Personelin genel olarak temiz giyimli ve nazik olduğundan bahsedilirken, özellikle yöneticilerin iyi düzeyde yabancı dil bilmesinden duyulan memnuniyet de sıkça ifade edilmektedir. Yorumda bulunan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu personelin özellikle güler yüzlü olmasından duydukları memnuniyeti belirtmişlerdir. Yalnız gezen gezginlerin bilgilendirme konusunda işletme çalışanlarından oldukça faydalandıkları da yorumlarda sıkça belirtilmektedir. Bu ifade ve yorumların yanı sıra, personelin daha eğitilmiş olması gerektiğini ifade eden yorumlarda yer almaktadır.

- Yiyecek-içecek servisi açısından işletmelerin genel olarak başarılı olduğu yönünde yorumlar bulunurken, ziyaretçilerin özellikle kahvaltı konusunda daha fazla beklentilerinin olduğu görülmektedir. Yöresel kahvaltı yerine, daha çok klasik turist kahvaltısı olarak adlandırılan açık büfe kahvaltıdan rahatsız olduğunu bildiren ziyaretçi sayısı oldukça fazladır. Oda servisi açısından işletmelerin başarılı olduğunun sıkça belirtildiği de söylenebilir.

- Müşteriler karşılaştıkları teknik sorunlarının çözümünün uzun süre alması konusunda birçok şikâyetle bulunmaktadır. Yöneticilere konuyla ilgili bilgi verdiklerini, fakat tatmin edici bir sonuç alamadıklarını da belirtmektedirler.

- Yabancı müşteriler işletmelerden genel olarak memnun olduklarını belirtirken, çoğunlukla gürültü konusundan ve yabancı dil bilen personelin azlığından sorun yaşadıklarını ifade etmektedirler.

- Yorumlar genel olarak incelendiğinde yıldız sayısı düştükçe şikâyetlerin arttığı ve memnuniyet düzeyinin de daha düşük olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin olanaklar açısından düşük yıldızlı otellerden çok fazla beklentilerinin olmadığı, fakat hizmet ve odaların temizliği açısından sorun yaşadıkları çok sayıda yorumda ifade edilmektedir.

- Yorumda bulunan ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun hizmet satın aldıkları işletmeleri tavsiye ettikleri belirtilebilir. Ayrıca, ziyaretçilerin tekrar satın alma niyetleri olduğu da yorumlardan anlaşılmaktadır.

- Ziyaretçilerin hizmeti deneyimlemeden önce beklentilerinin düşük olduğu ve karşılaştıkları hizmeti beklemedikleri de yorumlarda sıkça ifade edilmektedir.

Booking.com ve TripAdvisor.com web siteleri üzerinde yapılan inceleme sonucunda elde edilen verilere ilişkin sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

5. SONUÇ

Bilindiği gibi, müşteri memnuniyeti özellikle emek yoğun işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Emek yoğun bir yapıda faaliyetlerini sürdüren konaklama işletmelerinin yaşamlarını sürdürmesinin müşteri memnuniyetiyle doğru orantılı olduğu düşünülebilir. Konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması konusunda dikkat edilmesi gereken birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurların hizmet kalitesi, fiyat-hizmet dengesi, nitelikli personel istihdamı, temizlik, rahatlık ve ulaşılabilirlik gibi kavramları ifade ettiği belirtilebilir.

Bu araştırma Van ilinde faaliyet gösteren ve Booking.com ve TripAdvisor.com web sitesinde yer alan konaklama işletmelerin hizmet satın alan müşterilerin memnuniyeti açısından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için söz konusu web sitelerinde yer alan değerlendirmeler ve yorumlar içerik analizi yardımıyla incelemeye alınmış ve çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında dikkat çeken sonuçlar aşağıda sıralanmıştır:

- Söz konusu işletmelerden hizmet satın alan müşterilerin genel olarak deneyimledikleri konaklama sonrasında memnun oldukları görülmektedir. Özellikle ulaşılabilirlik ve personelin tutum ve

davranışları konusunda çok sayıda müşteri işletmeden memnun ayrılmıştır.

- Konaklama işletmelerinin genelinde odaların geniş ve düzenli olmasından kaynaklanan memnuniyet, müşterilerin zamanının büyük bir kısmını burada geçirmesinden dolayı önemlidir.
- Konaklama işletmelerinin genelde “oda-kahvaltı” konseptinde hizmet vermesinden dolayı yiyecek-içecek açısından kahvaltı menüsü ve menüde bulunan yiyeceklerin kalitesi önemli görülmektedir. Söz konusu işletmelerden hizmet satın alan müşterilerin kahvaltı konusunda daha fazla beklentilerinin olduğu belirtilebilir.
- Araştırmada dikkat çeken diğer bir nokta ise, çok sayıda yabancı ziyaretçinin işletmeden genel olarak memnun ayrılması, fakat personelin yabancı dil bilgisi konusunda yetersiz olmasından rahatsızlık duymasıdır.
- Personelin genel olarak ilgili, nazik ve temiz giyimli olması müşterilerin memnuniyet düzeylerini artıran ve kendilerini değerli hissetmesini sağlayan bir unsur olarak dikkat çekmektedir.
- Müşterilerin büyük bir çoğunluğunun ziyaret öncesi beklentisinin düşük olmasının da memnuniyet düzeyinin yüksek olması sonucunun ortaya çıkmasına neden olduğu belirtilebilir. Bu sonuca göre, Van’da faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik olumsuz/düşük bir imaj algısının bulunduğu söylenebilir.
- Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde, hizmet satın alan müşteriler konaklama işletmelerinden memnun ayrılmışlardır. Bunun sonucunda, tekrar satın alma eğilimlerinin görülmesiyle birlikte, konaklama öncesinde fikir edinmek isteyen bireylere işletmeleri tavsiye etmektedirler.
- Araştırma sonucunda ortaya çıkan, dikkat çeken ve önemli görülen diğer bir nokta ise, işletmelerin yıldız sayısı düştükçe, müşteri memnuniyetinin azaldığının ve şikâyetlerin arttığının görülmesidir. Bu sonuç hizmet kalitesinin konaklama işletmelerinin sınıflandırmasına göre giderek düşüş yaşandığını göstermektedir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde, Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin müşteri memnuniyeti açısından genel olarak başarılı olduğu söylenebilir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması kadar sürdürülebilir bir memnuniyetin sağlanması da işletmeler açısından

önemlidir. Bu açıdan, işletmelerin müşteri beklentilerini ve şikâyetlerini dikkate alarak, zayıf yönlerini geliştirmeleri ve işletmenin tüm faaliyetlerinde standart bir hizmet kalitesi sağlamaları müşteri memnuniyetinin sürdürülmesi bakımından büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

- Bulut, Y. (2011). “Otellerde Müşteri Memnuniyeti ve Bir Uygulama (Samsun Örneği)”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 4(18), 389-403.
- Eroğlu, E. (2005). “Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli”, **İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme Dergisi**, Nisan 2005 C:34 Sayı:1 Sayfa 7-25.
- Esen, S.S. (2011). “Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Ve Etnosentrizmin Müşteri Memnuniyet Düzeyleri Üzerindeki Etkisi (Alanya İlçesi Örneği)”, **KMÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi**.
- Jones, M.A.; Taylor, V.A. ve Reynolds, K.E. (2014). The Effect of Requests for Positive Evaluations on Customer Satisfaction Ratings, *Psychology and Marketing*, 31(3): 161–170.”
- Kılıç, İ. ve Pelit E. (2004). “Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, 15(2), 113-124.
- Kozak, M. (2007). “Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikâyetlerini Bildirme Eğilimleri”, **Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 14 (1), 137-151.
- Özgüven, N. (2008). “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, **Ege Akademik Bakış Dergisi**, 8(2), 651-682.
- Pallas, F.; Groening, C. ve Mittal, V. (2014). Allocation of Resources to Customer Satisfaction and Delight Based on Utilitarian and Hedonic Benefits, *Journal of Research in Marketing*, 2(1), 106-112.
- Pizam, A. ve Elis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.
- Sandıkçı M. (2007), “Müşteri Memnuniyeti Ölçülmesi ve Sandıklı Hüdai Kaplıcasında Bir Alan Araştırması”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, 9(11), 39-53.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞGÖRENLERDEKİ NEPOTİZM ALGISININ ÖRGÜT BAĞLILIĞINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Songül ÖZER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, VAN

e-posta: songulduz@yyu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, Van’ daki konaklama işletmelerinde işgörenlerdeki nepotizm algısının işgörenlerin örgüte yani işletmeye olan bağlılıkları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Diğer bir ifadeyle Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki işgörenlerin nepotizm algılarının bulundukları işletmeye olan bağlılıklarını ne derece etkilediği ölçülmüştür. İşgörenlere uygulanan anketler sonucunda nepotizmin işgörenler üzerinde olumsuz etkileri olduğu yani işgörenlerdeki nepotizm algısı arttıkça işletmeye olan bağlılıklarının azaldığı sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla işgörenlerin işletmeye olan bağlılıkları azaldıkça daha iyi koşullarda iş fırsatlarını değerlendirmeleri kaçınılmazdır. Bu da işletmelerde personel devir hızının artmasına ve işletmelerin kalifiye elemanlarını kaybatmasına sebebiyet verecektir.

Anahtar Kelimeler: Van, Nepotizm, Örgütsel Bağlılık, Konaklama İşletmeleri.

GİRİŞ

Hayatın her gün farklı bir yönünü yakalama eğiliminde olan, bu anlamda, hareketlilik kavramıyla özdeşleşen ve turist kimliğine bürünen pek çok insan, gezmek, görmek, eğlenmek, dinlenmek ve öğrenmek gibi bilinen amaçlarla güdülenerek psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamaya çalışmaktadır. Belirtilen amaçlar doğrultusunda hareketliliği anlam kazanan insanoğluna, ekonomik ve sosyal anlamda geniş olanaklar sunan bu olgu, turizm olarak adlandırılmaktadır.

Özel sektörde, özellikle konaklama işletmelerinde, işletme sahip ve yöneticileri örgüt içindeki kilit pozisyonlara eş, dost, tanıdık ya da akrabasını getirmektedir. Yapılan bu araştırmada Van ilinde bu durumun daha da belirgin olduğu sonucuna varılmıştır. İşgörenlerin anket formundaki sorulara verdikleri cevaplar ve yaptıkları açıklamalardan; adil olmayan bu durumun diğer işgörenler üzerinde son derece rahatsız edici olduğu sonucuna varılmıştır. İşgörenler arasında ortaya çıkan adaletsizlik, işgörenlerin üyesi oldukları işletmeye olan bağlılıklarını ve performanslarını olumsuz etkilemektedir.

Bu çalışmaya başlamadan önce yapılan araştırma sonucunda Van’ da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde işgörenlerdeki nepotizm algısının işletmeye olan bağlılıkları üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik herhangi bir çalışma yapılmadığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda Van’ daki konaklama işletmelerindeki yöneticilerle yapılan görüşmeler sonucunda kalifiye elemanı işletmede uzun süre tutamama ve işgörenlerin işletmeyi sahiplenmeme ve en önemlisi işgörenlerin işletmeye olan bağlılıklarındaki sorunların sebeplerini araştırmak amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Çalışma, üç kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın ilk kısmında nepotizm kavramı ve örgütsel bağlılık kavramını içeren teorik bilgiye yer verilmiştir. İkinci kısımda çalışmanın yöntemine değinilmiştir. Üçüncü kısımda ise, Van’ da faaliyet gösteren konaklama işletmeleri çalışanları üzerinde yapılan uygulamaya yer verilmiştir.

1. NEPOTİZM KAVRAMI

Nepotizm kavramı, Türkçede zaman zaman kayırmacılık kavramı ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak kayırmacılık kavramı nepotizm kavramından daha geniş kapsamlıdır ve bünyesinde farklı türleri bulundurmaktadır. Bunlar arasında, nepotizm tanımında yer alan akraba kayırmacılığının ötesinde eş-dost, arkadaş, hemşeri, aynı okullu olmak, aynı siyasi görüşe sahip olmak gibi benzerlikleri esas alan kayırmacılık biçimleri ön plana çıkmaktadır (Asunakutlu ve Avcı, 2010: 96). Literatürde tanıdık, eş-dost kayırmacılığı için daha çok “kronizm” terimi; siyasal ve dinsel kayırmacılık için “patronaj”; iktidara ve seçmen kesimine yönelik kayırmacılık için ise “klientelizm” terimi kullanılmaktadır (Aközer, 2003: 16-17). Sonuç olarak nepotizm kavramı, kişinin kendi güç ve otoritesini kullanarak kendi aile fertleri ve akrabaları için yeteneklerine bakılmaksızın istihdam olanağı sağlanması durumunu ifade etmektedir. Kayırmacılıkta ise, kişinin kendi akraba ve aile fertleri dışından bağı olan kişilere de fayda yaratması söz konusudur (Asunakutlu ve Avcı, 2010: 97). Bu çalışmada nepotizm kavramı, genel anlamda kayırmacılık anlamında kullanılmıştır.

2. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMI

Literatürde bağlılık kavramının farklı biçimlerde kullanılması, örgütsel bağlılık kavramı ile ilgili birçok farklı tanımlamaların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Örgütsel bağlılık ile ilgili birçok tanımlama yapılmasına karşın en çok kabul gören tanımlama Porter, Mowday ve Steers’e ait olan tanımdır. Bu tanıma göre örgütsel bağlılık, işgörenin örgütün amaç ve değerlerini kabul etmesi, bu amaçlara ulaşmak için çaba sarf etmesi ve örgütteki varlığını devam ettirme arzusudur (Mercan, 2006: 10).

Örgütsel bağlılık üzerine yapılan birçok çalışma ve tanımlama, bağlılığın tutumsal, davranışsal ya da çoklu bağlılık şeklinde ayrıldığı temeline dayanmaktadır (Çöl, 2004:7). Bağlılık ile ilgili birbirinden farklı

sınıflandırmalar yapmak mümkünse de literatürde özellikle üç sınıflandırma türü ön plana çıkmaktadır. Bu üç önemli sınıflandırma; tutumsal bağlılık, davranışsal bağlılık ve çoklu bağlılık şeklinde ortaya konulabilir (İnce ve Gül, 2005: 26).

3. YÖNTEM

Uygulamalı bir nitelik taşıyan bu çalışmada, işgörenlerin nepotizm algılarını ölçmeye yönelik hem Ford ve McLaughlin (1985) hem de Abdalla vd. (1998) tarafından insan kaynakları yöneticilerine yönelik geliştirilen ancak Asunakutlu ve Avcı (2009) tarafından işgörelere yönelik olarak uyarlanan ve 14 adet kapalı uçlu 5’li Likert tipi ifadeden oluşan anket formu kullanılmıştır. İşgörelerin örgüte olan bağlılıklarını ölçmek için ise Allen ve Meyer (1990) tarafından geliştirilen ve Selvi (2011) tarafından Türkçeye uyarlanan 26 adet kapalı uçlu 5’li Likert tipi ifadenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Çalışmada anket yöntemi ile toplanan verilerin bilgisayar ortamında analizlerinin yapılması için PASW 18.0 for Windows programından faydalanılmıştır. Ayrıca işgörellerdeki nepotizm algısı ile örgüte olan bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ölçmek için ise Korelasyon Analizi (Pearson Korelasyon Katsayısı) kullanılmıştır.

4. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞGÖRELERDEKİ NEPOTİZM ALGISININ ÖRGÜTE OLAN BAĞLILIKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Bu çalışma ile Van’ da faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki nepotizmin işgörellerin örgüte olan bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır.

Ayrıca Van’ da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sahip ve yöneticilerini nepotizmin örgütsel bağlılığı ne şekilde etkilediğine yönelik bilgilendirmek ve yönlendirmek hedeflenmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçekler uygulanırken, katılımcıların ölçekteki ifadeleri samimi bir şekilde cevapladıkları, verilerin analizinde

kullanılan istatistikî yöntemlerin amaca uygun olarak seçildiği ve katılımcıların vermiş oldukları cevapların geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmıştır.

Konaklama işletmelerinde işgörenlerin nepotizm algılarının varlığı, örgüte olan bağlılıklarını azalttığı düşünülmektedir. Diğer bir ifade ile konaklama işletmelerinde nepotizmin işgörenlerin örgüte olan bağlılıkları üzerinde anlamlı negatif bir etki oluşturduğu düşünülmektedir. Bu nedenle nepotizmin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığının belirlenmesi yararlı olacaktır.

Van’ daki konaklama işletmelerinde işgörenlerdeki nepotizm algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin belirlenmesinde Korelasyon Analizi (Pearson Korelasyon Katsayısı) kullanılmıştır.

Aşağıdaki tabloda nepotizm ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon katsayıları verilmiştir.

Nepotizm İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Katsayıları

Ölçek		Örgütsel Bağlılık
Nepotizm	R	-,127
	P	0,035
	N	145

r = Korelasyon katsayısı

p = Alpha değeri ($p < 0,05$)

n = Kişi sayısı

Tablo’ daki bulgulara göre nepotizm ile örgütsel bağlılık arasında ters orantılı ($r=-0,127$) %12.7’lik istatistiksel olarak anlamlı ($p=0,035$) bir ilişki söz konusudur. Diğer bir ifade ile nepotizm ile örgütsel bağlılık arasında negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani işgörenlerin nepotizm algısı arttıkça örgüte olan bağlılıkları düşmektedir. Çalışmanın amacı

doğrultusunda ileri sürülen “Van’ daki konaklama işletmede var olduğu düşünülen nepotizmin işgörenlerin örgüte olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır” varsayımını doğrulamıştır. Bu bulgular, nepotizmin örgütsel bağlılık üzerinde olumsuz yönde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Diğer bir ifade ile işgörenlerdeki nepotizm algısı arttıkça işgörenlerin örgüte olan bağlılıkları azalmaktadır denilebilir.

SONUÇ

Birçok toplumda ve özellikle Türk toplum yapısında akrabayı, eşidostu, tanıdığı kayırmak, nitelik ve nicelik sahibi olmayan kişileri, kişisel ilişkilerinden dolayı koruyup kollamak, onlara öncelik vermek gibi güdülerin bulunması, kurumsallaşmamış işletmelerde yönetim kargaşasına sebep olmaktadır. Bu süreçler, örgüt içinde kutuplaşma, hatta ilerleyen süreçte örgütün parçalanmasıyla sonuçlanabilmektedir.

Genel olarak, konaklama işletmelerinde işgörenlerin nepotizm algısının olumsuz sonuçları olduğu saptanmıştır. İşletmelerde nepotizm arttıkça işgörenlerin örgüte olan bağlılıkları azalmakta, personel devir hızı artmakta ve kalifiye eleman bulmak konusunda işletmeler zorluklar yaşamaktadır. Bu durumu engellemek için, yöneticilerin öncelikle, işgörenler arasında eşit şartlar sağlamaları gerekmektedir. Bu amaçla doğru ücret politikaları uygulanabilir, işgörenlerin işletmenin kaynaklarından eşit şekilde yararlanmaları sağlanabilir, yetki, kayırılan personele değil de, bilgi, beceri ve kabiliyetleri ile hak eden personele devredilebilir. Bu gibi koşullar sağlandıktan sonra, işgören işletmeyi daha çok benimseyip daha iyi performans gösterebilir. Böylelikle personel devir oranı düşer ve işletme için maddi kârlılık arttığı gibi işini iyi bilen, işletmeye yıllarını vermiş deneyimli işgörenlerin nepotist uygulamalarla zarar görmeleri ve işletmeden ayrılmaları engellenebilir. Böylece işletmeler, kurumsallaşmaya doğru ilerler. Bu durumun da, işletmeler için önemli bir rekabet avantajı oluşturması açısından katkı sağlaması beklenebilir.

KAYNAKÇA

- Aközer, M. (2003). *Kamuoyu Gözüyle Kamuda Yolsuzluk*. Görüş Dergisi, Aralık, sf:14-23.
- Asunakutlu, T. ve Avcı, U. (2010). *Aile İşletmelerinde Nepotizm Algısı ve İş Tatmini Üzerine Bir Araştırma*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Cilt:15, Sayı2, sf:93-109.
- Çöl, G. (2004). *Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Benzer Kavramlarla İlişkisi*. İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi. Cilt:6, Sayı:2, Sıra:9, sf:4-11.
- İnce, M. ve Gül, H. (2005). *Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık* Konya: Çizgi Kitapevi.
- Mercan. M. (2006). *Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Yabancılaşma ve Örgütsel Vatandaşlık*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Afyonkarahisar.

11.ÇALIŞTAYIN HİKÂYESİ

Van geçmişte turizmi gerek çekicilikler ve gerekse turist sayısı bakımından gerçekleştirmiş ve/veya diğer bir ifadeyle turizm geçmişi olan bir ildir.Ancak bugün geldiği nokta itibarı ile bir takım sorunlarla karşı karşıyadır. Bu durum, turizm değerleri açısından bu denli zengin bir il için kabul edilebilir değildir. Buradan hareketle Van'ın turizmde geldiği noktadan daha aydınlık bir geleceğe taşınmasında üniversite olarak kayıtsız kalinamazdı. Bu bağlamda Üniversitemiz rektörü Sayın, Prof. Dr. Peyami Battal'ın girişimleri ve sektör temsilcileriyle yapmış olduğu görüşmeler neticesinde bir çalıştay yapılmak suretiyle bu sorunların ele alınması ve bir şekilde katkı sunulması amaçlanmıştır. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Peyami Battal'ın başkanlığında ilgili öğretim üyeleriyle gerçekleştirilen toplantı sonucunda bir çalıştay yapılması kararı alınmıştır.

Tarih: 23.09.2013

Konu: Van'da Turizm Çalıştayı Düzenlenmesi Hk.

Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Faruk Alaeddinoğlu Turizm Coğrafyası alanında çalışmaları bulunmaktadır, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümü öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Meryem Samırkaş Turizm Ekonomisi üzerine çalışmaları bulunmaktadır, Edebiyat Fakültesi Rus Dili ve Edebiyatı ABD öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Nükhet Eltut Kalender Turizm Meslek Yüksekokulu Turizmve Otel İşletmeciliği Önlisans Programı'nda Rusça derslerini okutmaktadır, Öğr. Gör. Sedat Şahin ve Öğr. Gör. Songül Düz Turizm İşletmeciliği ve Yüksekokulu Müdür Yardımcılığı görevini yürütmektedirler.

Doç. Dr. Faruk Alaeddinoğlu başkanlığında 23.09.2013 tarihinde saat 11:00'de Edebiyat Fakültesi Toplantı Salonu'nda yapılan toplantıya Yrd. Doç. Dr. Meryem Samırkaş, Yrd. Doç. Dr. Nükhet Eltut Kalender, Öğr. Gör. Sedat Şahin ve Öğr. Gör. Songül Düz katılmışlardır.

Toplantının Amacı; Van ilinde turizmi canlandırmak ve Van'ı cazibe merkezi haline getirebilmektir.

Toplantıda yapılması hedeflenen çalıştay için sunulan öneriler;

1) Üniversitenin ilgili alanlarında çalışma yapan öğretim üyelerinden ve Valilik başta olmak üzere, diğer kurum / kuruluşlarda çalışan personelden destek alınabilir ve sonucunda çalıştay raporu hazırlanır, ancak tek taraflı çalışmaların yararı olmayacağından mutlaka sektördeki işletmecilerle işbirliği yapılması gerekir,

2) Mevcut bir hedef pazar olmadığı için hedef pazarının belirlenmesi gerekmektedir,

3) Valilik, Sektör Temsilcileri, Belediye, Sivil Toplum Örgütleri, Yerel Basın mensupları Üniversitemiz Rektörü Prof. Dr. Peyami Battal'ın desteği ile davet edilerek ön çalıştay yapılabilir,

4) Sektör işletmecilerinin öneri ve sorunları dinlenerek Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nden taleplerinin öğrenilmesi üzerine işbirliği yapılarak çalışmaya başlanabilir,

5) Turizm acenteleri ve tur operatörleri ile de işbirliği yapılması gerekmektedir,

6) Uzman görüşü açısından çalıştay için sekretarya gerekmektedir,

7) Çalıştaya yönelik yapılacak olan toplantıların haftalık periyotlar izlenmesi gerekmektedir, bu nedenle değerlendirme toplantılarının Salı günlerisaat 13:00'da Edebiyat Fakültesi Toplantı Salonu'nda yapılması kararlaştırılmıştır,

8) Düzenleme Komitesi üyelerinin toplantıya katılan öğretim üyelerinden oluşması yeterli olacaktır,

9) Çalıştay için Danışma Kurulu oluşturulması gerekmektedir, bu kurulda yer alacak kişiler sadece Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nden değil, farklı kurum ve kuruluşlardan da katılımcılar kabul edilebilir,

10) Yayın Kurulu ve Editörler belirlenmesi gerekmektedir,

11) Çalıştay için öngörülen en erken tarih Kasım 2013 olabilir,

12) Düzenleme Kurulu üyeleri dâhil çalıştaya katılanlar veya desteklemek isteyen diğer kişiler bildiri sunabilir.

13) Düzenleme Kurulu üyeleri arasında görev dağılımı yapılması gerekmektedir.

14) Toplantıda sunulan önerilerin kabul edilmesinin ardından Düzenleme Kurulu üyeleri arasında görev dağılımı yapılmıştır. Buna göre;

15) Çalıştay koordinatörü Doç. Dr. Faruk Alaeddinoğlu olarak belirlenmiştir,

16) İletişim ve toplantı organizasyonları konusunda Öğr. Gör. Songül Düz,

17) Dijital ortamda veri paylaşımı konusunda Öğr. Gör. Sedat Şahin,

18) Çalıştay için çalışma konuları ve akademisyenlerin belirlenmesi konusunda Yrd. Doç. Dr. Meryem Samırkaş,

19) Bütün toplantı tutanaklarının kayıt altına alınması konusunda Yrd. Doç. Dr. Nükhet Eltut Kalender görevlendirilmiştir.

24.09.2013 tarihinde saat 15:00'da İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne konuya ilişkin ziyarette bulunulmasına karar verilmiş olup, Valilik ile yapılacak görüşme için Öğr. Gör. Songül Düz randevu talebinde bulunacaktır.

Toplantıya katılacak paydaş kurumların başta Valilik olmak üzere, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, DAKA, VANTSO, VATBO, Sektör Temsilcileri, Güvenlik Güçleri'nden oluşması öngörülmüştür.

Toplantı saat 12:30'da sona ermiştir.

Tarih: 02.10.2013

Konu: Çalıştay ile İlgili Paylaşım ve Değerlendirme Hk.

02.10.2013 tarihinde Çalıştay Düzenleme Kurulu üyelerinin Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Peyami Battal'ı makamında ziyareti sonucunda aşağıdaki kararlar alınmıştır:

1) Çalıştay için mekân olarak Yüzüncü Yıl Üniversitesi Cengiz Ant iç Kültür Merkezi uygun görülmüştür,

2) Turizm konusunda uzman davet edilecek misafirlerin belirlenmesi

3) Çalıştay sonucu elde edilen sonuçların ve verilerin toplanarak eylem planı hazırlanması uygun görülmüştür,

4) Çalıştayın Kasım ayının son haftası için gün belirlenmesi uygun görülmüştür,

5) Yüzüncü yıl Üniversitesi Senatosu ile VANTSO arasında yapılacak olan toplantıda çalıştay konusunun gündeme getirilmesi önerilmiştir,

6) Turizm Araştırma Merkezi kurulabilmesi için çalışmalar yapılması önerilmiştir.

Toplantı saat 16:05'de sona ermiş olup, Düzenleme Kurulu üyelerinin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde değerlendirme toplantısı yapması kararlaştırılmıştır.

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 16:15'de gerçekleştirilen değerlendirme toplantısında;

1) 08.10.2013 tarihinde yapılacak olan haftalık toplantıya kadar kimlerin çağrılı konuşmacı olarak davet edileceğine karar verilmesi gerektiği,

2) Yine aynı tarihe kadar çalıştay konu başlıklarının belirlenmesi gerektiği,

3) Çalıştayın kesin tarihinin sektör temsilcileri ile görüşülmesi gerektiği,

4) Çalıştay için oturum sayısı ve program belirlenmesi gerektiği konuları tartışılmıştır.

Toplantı saat 17:00'da sona ermiştir.

Tarih: 02.10.2013

Konu: Çalıştay için Taslak Program Belirlenmesi

Toplantı, Edebiyat Fakültesi Toplantı Salonu'nda saat 13:30'da başlamış olup, toplantının temel konusu "Çalıştay Programı"nın belirlenmesi, konu başlıklarının ve alt konu başlıklarının tespit edilmesidir.

Buna göre;

1) Çalıştay için program üzerinde tartışılmıştır,

2) Çağrılı konuşmacıların turizm alanında çalışma yapmış deneyimli akademisyenlerden, diğerlerinin sektör temsilcilerinden, TURSAB üyelerinden, seyahat acentaları işletmecilerinden, otelcilerden birer kişi olmasına karar verilmiştir,

3) Çalıştay tarihi olarak 5-6 Aralık 2013 tarihinin uygun olduğuna karar verilmiştir,

4) Çalıştayın ilk gününde üç oturum yapılarak "Van'da Turizm Sektörü" konusu ve altbaşlıklarının tartışılmasına,

5) Çalıştayın ikinci gününde "Van'ın Turizm Değerleri ve İmajı", "Alternatif Turizm Çalışmaları" konuları ile alt başlıkların tartışılmasına ve öğleden sonraki oturumda çalıştay raporunun açıklanmasına,

6) Çalıştayın üçüncü gününde hava şartları el verir ise teknik gezi düzenlenmesine,

7) Çalıştaydaki her bir oturum için sekretarya ve oturum başkanı belirlenmesine,

8) Çalıştaydaki temel oturumların I. Gün öğleden sonra ve II. Gün sabah yapılmasına,

9) Sekreteryaya için Araştırma Görevlisi ve Lisansüstü Eğitim yapan öğrencilerin seçilmesine,

10) Oturum başkanlarının belirlenmesine,

11) Detaylı çalıştay programının oluşturulmasına,

12) Hazırlanan programın oturum başkanları ile katılımcılara gönderilmesine,

13) SWOT analizinin dışına çıkılmasına,

14) İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden sektör temsilcilerinin listesinin alınmasınadair görüşme yapılmasına,

15) 25.10.2013 tarihi için VANTSO, VATBO, DAKA ve Belediye'den randevu alınmasına ve randevu alınması halinde aynı gün öğleden sonra değerlendirme toplantısı yapılmasına,

16) 25.10.2013 tarihine kadar Öğr. Gör. Sedat Şahin'e mail aracılığıyla belirlenen program alt başlıklarının gönderilmesine, Öğr. Gör. Sedat Şahin tarafından düzenleme yapılarak aynı gün içerisinde yapılacak olan toplantıda programın son halinin oluşturulmasına

karar verilmiştir.

Toplantı 15:30'da sona ermiştir.

Tarih: 25.10.2013

Konu: Paydaşlarla Çalıştaya İlişkin Yapılan ve Yapılacak Görüşmeler Hk.

Yüzüncü Yıl Üniversitesi tarafından tahsis edilen araç ile sabah 10:00'da ilk olarak VANTSO'ya gidilerek Genel Sekreter Yrd. Cengiz Aras ile görüşülmüş olup, yapılacak olan çalıştaya paydaş olarak her türlü desteği sağlamaya hazır oldukları konusunda olumlu neticeler alınmıştır.

Öğleden sonra 13:30'da DAKA Genel Sekreteri Emin Yaşar Demirci ile görüşme sağlanmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda DAKA'nın çalıştaya paydaş olarak katılmaya ve her türlü desteğisağlamaya hazır oldukları görülmüştür.

Saat 15:30'da Belediye Başkan Yardımcısı Gülbahar Orhan ile Edebiyat Fakültesi, Toplantı Salonu'nda çalıştay hakkında görüşme yapıp, paydaş olarak çalıştaya destek verecekleri anlaşılmıştır.

28.10.2013 tarihinde saat 13:30 için VATBO'dan randevu alınmıştır.

Tarih: 30.10.2013

Konu: Çalıştay Programına İlişkin Detayların Oluşturulması Hk.

Edebiyat Fakültesi’nde yapılan toplantı saat 15:30’da başlamış ve gündem konusu “Çalıştay Programına İlişkin Detayların Oluşturulması” olmuştur.

Yapılacak olan çalıştay için oturum sayısının, oturum başkanlarının, sunulacak bildiri sayısının ne olması gerektiği, Turizm sektörü üst temsilcilerinden Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÛRSAB, TUROFED ve POYDile görüşülmesi gerektiği gibi hususlar tartışılmıştır.

Ayrıca, her bir oturum sonunda “Hedef Belirleme Grubu” oluşturulup oluşturulmamasının ve çalıştayın ikinci gününün sonunda “Çalışma Grubu Şeması”nın oluşturulması gerekliliğinin pozitif ve negatif yönleri ele alınmıştır.

Bu durum sonucunda, oturum çalışmalarına ortalama 12kişinin katılabileceğine katılımın şu şekilde olması gerektiğine, (Yüzüncü Yıl Üniversitesi’nden en az 3 (üç), STK’dan en az 3 (üç), Valilikten en az 1 (bir), Van Büyükşehir Belediyesi 2 (iki), DAKA’dan en az 1 (bir), VANTSO’dan en az 1 (bir), VATBO’dan en az 1 (bir), Belediye’den en az 1 (bir) katılımcı olmak üzere toplam en az 13 (onüç) kişinin salonlarda oturuma katılabileceğine karar verilmiştir.

Tarih: 05.11.2013

Konu: Çalıştay Programına İlişkin Detayların Oluşturulması Hk.

Edebiyat Fakültesi’nde saat 13:30’da başlayan toplantıda çalıştay süresince oturum salonlarında görev alacak sekreteryaya duyulan ihtiyaç gündem konusu olmuştur. Buna göre;

1) Çalıştayda görev alacak sekreteryaya üyeleri için öncelikle “gönüllülük” esas olacağına,

2) Sekreteryaya üyelerinin en az Yüksek Lisans ve Doktora Programı öğrencilerinden olması gerektiğine,

3) Sekreteryaya için en az 10 (on) kişinin görev alması gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Ayrıca, sekreteryaya için İİBF’den ;

- 1) Mustafa Torusdağ,
- 2) İbrahim Polat,
- 3) Halise Battal,
- 4) Eşref Teker,
- 5) Elham Arıtürk,

- 6) Hülya Onay,
- 7) Utku Anadol Koyun,
- 8) Hyeok Jeong (Harun Can)'ın
Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü'nden ise;
- 9) Arş. Gör. Ramazan Okudum,
- 10) Arş .Gör. Funda Altan
- 11) Bahtiyar Aydın
- 12) Hakan Turus,
- 13) Abdurrahim Gira,

14) Jaehon Joi'nin görevlendirilmesinin uygun olduğuna karar verilmiştir.

Toplantıda 05-06 Aralık 2013 tarihinde yapılacak olan çalıştay için Cengiz Andıç Kültür Merkezi'nin tahsisi konusunda Rektörlük Makamı'na talep yazısı yazılmıştır.

Çalıştayın ikinci günü sabah oturumunun 135 dakika olması ve iki ayrı oturum olması teklifi sunulmuş olup, düzenleme kurulu üyelerince teklif kabul edilmiştir.

Çalıştay için “Van İli Turizm Strateji Eylem Planı” kapsamında periyodlar belirlenmesi gereği üzerinde durulmuş ve 3ay-6ay-1yıl-5yıl olmak üzere hedef program oluşturulması kararlaştırılmıştır.

Tarih: 12.11.2013

Konu: Çalıştay Davetli Listesinin Belirlenmesi Hk.

Edebiyat Fakültesi'nde 13:30'da yapılan toplantıda çalıştaya katılacak taraf ve paydaşlara gönderilecek olan davetiyelerin içeriği görüşülmüştür.

Çalıştay Düzenleme Kurulu tarafından daha önce belirlenen 5-6 Aralık 2013 tarihinde İzmir'de Turizm Fuarı yapılacağı gerekçesiyle tarafların belirtilen tarihlerde Van'da bulunamayacaklarını bildirmeleri üzerine çalıştayın ileri bir tarihe ertelenmesi gündeme gelmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda 19-20 Aralık 2013 tarihinin çalıştay için uygun bir tarih olduğu kanısına varılmıştır. Buna göre;

1) Davetiyelerin hazırlanarak Prof. Dr. Peyami Battal'ın imzasına sunulmasına,

2) Kültür ve turizm Bakanlığı'ndan İrfan  nal ile yapılan görüşmeler neticesinde Bakanlığın Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü'ne, Yatırım ve İşletme Genel Müdürlüğü'ne, Tanıtım ve Pazarlama Genel Müdürlüğü'ne çalıştaya ilişkin detaylı program ve davetiyelerin gönderilmesine,

3) T RSAB'dan Başaran Ulusoy ile yapılan görüşme neticesinde T RSAB adına şahsına davetiye gönderilmesine,

4) Turizm Yazarları Derneği'ne davetiye gönderilmesine karar verilmiştir.

Tarih: 19.11.2013

Konu:  alıştay Davetiyelerine İlişkin İçerik Oluşturulması Hk.

Edebiyat Fakültesi'nde 13:30'da başlayan toplantıda davetiye örneklerinin formatları oluşturularak, kurum, kuruluş ve şahıslara gönderilmek üzere davet metinleri hazırlanmıştır. Hazırlanan davetiyelerin ilgililere ulaştırılmasını takip etmek üzere Öğr. Gör. Sedat şahin ve Öğr. Gör. Songül Düz görevlendirilmiştir.

 alıştay için yeni tarih olarak belirlenen 19-20 Aralık 2013 tarihi için Yüzüncü Yıl Üniversitesi Cengiz Andiç Kültür Merkezi'nin tahsisi hususunda gerekli yazışmaların yapılmasına karar verilmiştir.

Ayrıca toplantıda  alıştay için afiş tasarlanması, tasarlanan afişin basım ve ilanı, afişin Yüzüncü Yıl  niversitesi web sayfasında yayınlanması konusundaki öneriler görüşülmüş olup, bu konu ile Öğr. Gör. Sedat şahin'in ilgilenmesi konusunda fikir birliği sağlanmıştır.

Toplantı saat 14:30'da sona ermiştir.

Tarih: 10.12.2013

Konu:  alıştay Süresince Gerekli Olacak Teknik Destek Hk.

Edebiyat Fakültesi'nde saat 12:30'da yapılan toplantıda  alıştay için belirlenen tarihlerde ihtiyaç duyulacak teknik personel ve ikram servis personeli gündem konuları olmuştur. Ayrıca,  alıştayın yapılacağı salonlarda kullanılmak üzere toplam 3 (  ) adet kamera temin edilmesi hususunda Eğitim Fakültesi Fakülte Sekreteri Mehmet Aras ile g r ş lm ştir.

 alıştay salonları için yazı tahtası, dosya, isimlik, kalem, tahta kalemi ve tahta silgisi temin edilmesi konusunda Öğr. Gör. Sedat şahin ve Öğr. Gör. Songül Düz görevlendirilmiştir.

Öğr. Gör. Sedat Şahin'in hazırlamış olduğu çalıştay afişinin Düzenleme Kurulu üyelerince kabul edilmiş olup, afişlere DAKA'nın logosunun eklenmesine, ortalama 50 (elli) adet afiş bastırılmasına ve ilan gerekli duyuruların yapılması ile yine Öğr. Gör. Sedat Şahin'in ilgilenmesine karar verilmiştir.

Çaldıran Belediye Başkanlığı'na, Çaldıran Kaymakamlığı'na, Mersin Erdemli Turizm MYO Müdürü Öğr. Gör. Erdem Daşçı'ya ve Iğdır ve Adilcevaz'da bulunan Turizm MYO'larına ivedilikle davetiye gönderilmesinin gerekliliği konusunda ortak karar alınmıştır.

Çalıştay için oturma salonlarında yer alacak katılımcıların, oturma başkanlarının ve sekreteryası üyelerinin belirlenmesi konusunda Yrd. Doç. Dr. Meryem Samırkaş ve Yrd. Doç. Dr. Nükhet Eltut Kalender görevlendirilmiştir.

Çalıştay için sekreteryası üyeleri ile görüşme ve bilgilendirme toplantısı yapılmasına ilişkin görevi Yrd. Doç. Dr. Meryem Samırkaş ve Yrd. Doç. Dr. Nükhet Eltut Kalender üstlenmiştir.

Çalıştay katılımcı listeleri oluşturulduktan sonra isimliklerin hazırlanarak basımının sağlanması konusunda Arş. Gör. Ramazan Okudum ve Bahtiyar Aydın görevlendirilmiştir.

Tarih: 17.12.2013

Konu: Çalıştay İçin Sekreteryası Üyeleri ile Ön Hazırlık Çalışması Hk.

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü'ne ait Seminer Salonu'nda saat 10:30'da Yrd. Doç. Dr. Meryem Samırkaş, Yrd. Doç. Dr. Nükhet Eltut Kalender ve sekreteryası üyeleri bir araya gelmişlerdir. Toplantının amacı, sekreteryası üyelerine turizm konusunda genel bilgiler vermek, çalıştay esnasında katılımcılar tarafından kullanılacağı düşünülen turizm terminolojisi ve çalıştaya katılacak kurum / kuruluş isimleri hakkında bilgi vermek, çalıştay sürecinde katılımcıların görüş, sorun ve önerilerine yönelik not alma tekniklerine ilişkin ön çalışma gerçekleştirmek olmuştur. Sekreteryası üyelerine çalıştay, genel turizm kavramı, turizm terminolojisi, çalıştay süresince sekreteryası üyelerine düşen görev ve sorumluluklar ile not alma teknikleri konularında uygulamalı çalışma yürütülmüş ve toplantı saat 12:00'da sona ermiştir.

Tarih: 17.12.2013

Konu: Çalıştay İçin Son Hazırlıkların Yapılması Hk.

Cengiz Andiç Kültür Merkezi'nde saat 12:30'da toplanılarak salonların temizliği, salonlardaki eksik masa, sandalye ve masa örtülerinin temininin sağlanması, salonların düzeni ile ilgilenilmiş olup, fuaye düzeninin oluşturulması sağlanmıştır.

Tarih: 18.12.2013

Konu: Çalıştay İçin Eksiklerin Giderilmesi ve Son Hazırlıkların Tamamlanması Hk.

Cengiz Andiç Kültür Merkezi'nde saat 12:30'da eksiklerin tespiti ve son hazırlıkların tamamlanması amacı ile toplanılmıştır.

1) Yapılan toplantıda sekreteryaya üyelerince çalıştay katılımcılarına sunulmak üzere yaka kartlarının hazırlıkları tamamlanmıştır,

2) Çalıştay oturumlarını kayda almak üzere salonlara uygun açılar ile kameralar yerleştirilmiş ve gerekli kontroller yapılmıştır,

3) Oturum salonlarının kapılarına katılımcı listeleri asılmıştır,

4) Oturumlar esnasında katılımcıların not alabilmeleri amacıyla hazırlanan dosyaların (dosya kâğıdı, çalıştay programı ve kalemten oluşmaktadır) masalara yerleştirilmesi işlemi gerçekleştirilmiştir,

5) Çalıştay açılış ve oturum salonları için çiçek siparişleri verilmiştir,

6) Çalıştay süresince oturum salonlarında ihtiyaç duyulacağı öngörülen yazı tahtası, tahtakalem ve silgileri uygun görülen yerlere yerleştirilmiştir,

7) Fuaye alanına ikram için gerekli semaver, bardak, tabak vs. malzemelerin getirilerek düzenlenmesi sağlanmıştır,

8) 19 Aralık 2013 tarihinde çalıştayda sunulmak üzere ikramlıkların sabah erken saatte alınarak çalıştayın yapılacağı Cengiz Andiç Kültür Merkezi fuayesine getirilmesine karar verilmiştir.

Bütün eksikliklerin giderilmesinin ve hazırlıkların tamamlanmasının ardından toplantı 19 Aralık 2013 Perşembe günü sabahı Cengiz Andiç Kültür Merkezi'nde çalıştay katılımcılarını karşılamak üzere buluşma kararı alınması, çalıştaydan olumlu sonuçlar elde edilebilmesi ve çalıştayın düzenlenme amacına hizmet edebilmesi dilek ve temennileri ile sona ermiştir.

12.KATILIMCI LİSTESİ

MODERATÖRLER:

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Doç. Dr. Menaf TURAN

KATILIMCILAR

Abdullah Tunçdemir (Ayonis Turizm Yönetim Kurulu Üyesi)

Bülent SARALOĞLU (Bukla Turizm Kurucusu-TURSAB Temsilcisi)

Harun ÖRNEK (Daka Planlama Uzmanı):

Kemal ATIŞ (İl Kültür Turizm Müdürlüğü Temsilcisi)

Mehmet EMİN Toktaş (VATBO Temsilcisi)

Murat BEYAZ (VANTSO Yönetim Kurulu Üyesi)

Murat TÜRKOĞLU (Büyük Urartu Oteli Yönetim Kurulu Üyesi)

Nazmi KOZAK (Anadolu Üniversitesi Öğretim Üyesi)

Özal DENİZ (Grand deniz Turizm)

Songül DÜZ (Yüzüncü Yıl Üniversitesi Öğretim Görevlisi)

Umut AKAY (Rescate Hotel Yönetim Kurulu Üyesi)

Ziya TÜRK (Gazeteci-Ada Palas Oteli Temsilcisi)

Emel BAYLAN (YYÜ Öğretim üyesi)

Doç Dr. Şevket ALP

Yrd.Doç.Dr. Meryem SAMIRKAŞ

Yrd. Doç.Dr. Nükheth ELTUT KALENDER

Yrd. Doç.Dr. Zeki DUMAN

Yrd. Doç.Dr. Metin ÇELİK

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Ferhat ÖZKAN (Turizm Bakanlığı)

Oktay AKSOY (Elite World Otel)

Yasemin GÜNGÖR (Akdamar Otel)

Şule Gökırmak (Rescate Yön. Kur. Başkan)

Ömer ARVASI (DAKA)

Zeki ÇOBAN (Van İl Turizm Müd.)

Davut TATLI (Van İl Turizm Müd.)

Harika (Kelebek Turizm)

SEKRETARYA:

Halise BATTAL

Hülya ONAY

Eşref TEKER

Elham ARITÜRK

Utku ANADOL KOYUN

Hakan TUNUS (YYÜ Coğrafya ABD Yüksek Lisans Öğrencisi)

Ramazan OKUDUM (YYÜ Coğrafya ABD Arş. Gör.)

Arş. Gör. Funda Altan(YYÜ Coğrafya ABD Arş. Gör.)

13.FOTOĞRAFLAR









VAN TURİZMİ GELECEĞİNİ ARIYOR ÇALIŞTAY KİTABI

2013



Şerefiye Mah. Cumhuriyet Cad. 943. Sok. No:1 65140 İpekyolu / Van



Tel : (0432) 215 65 55 (pbx) / Faks : (0432) 215 65 54 - (0212) 381 79 93



E-mail : bilgi@daka.org.tr / Web : www.daka.org.tr



www.facebook.com/doguanadolukalkinmaajansi
www.twitter.com/DAKA_org_tr