



Atıf/Citation

Akengin, H., Sonakalan, S., (2020), İran'da turizm faaliyetleri. Doğu Coğrafya Dergisi 25(44), 269-284

## İRAN'DA TURİZM FAALİYETLERİ<sup>1</sup>

### Tourism Activities in Iran

Prof.Dr. Hamza AKENGİN<sup>2</sup>

Uzman Güllü SONAKALAN<sup>3</sup>



#### Öz

*Bu çalışmanın amacı İran'daki turizm faaliyetlerinin coğrafi potansiyelinin araştırılmasıdır. Araştırmanın ana amacı ve ona bağlı olarak oluşturulan 6 alt soruya cevap aranarak İran'daki turizm faaliyetleri ve coğrafi şartlar arasındaki ilişki üzerine bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışma literatür analizi ve arazi çalışması sırasında yapılan gözlemlerden elde edilen verilere dayandırılmıştır. Literatür analizi, arazi çalışması ve gözlem metotlarına dayandırılan araştırmada literatür ve sahadan elde edilen bilgiler; tarihi, güncel bilgiler ile İran İstatistik Merkezi ve Dünya Turizm Örgütü verileri ilişkilendirilerek sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. İran'ın başta doğal ve kültürel turizm bakımından olmak üzere çok önemli bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** İran, Turizm, Coğrafya, Orta Doğu.

#### Abstract

*The purpose of this study is to investigate the geographical potential of tourism activities in Iran. An evaluation was made on the relationship between tourism activities in Iran and geographical conditions by seeking answers to the main purpose of the research and 6 sub-questions created accordingly. The study was based on data obtained from literature analysis and observations made during the field study. provided information from literature analysis, field work and observation methods were correlated with historic and current information and also data from Iranian Statistics Center and World Tourism Organization to form a result. It is understood that Iran has a very important potential, especially in terms of natural and cultural tourism.*

**Keywords:** Iran, Tourism, Geography, Middle East.

<sup>1</sup> Bu çalışma "Marmara Üniversitesi Orta Doğu ve İslam ülkeleri Araştırmaları Enstitüsü, Orta Doğu Coğrafyası ve Jeopolitiği Anabilim Dalı'nda yapılan "İran'da Turizm Faaliyetleri" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

<sup>2</sup> Marmara Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, [hakengin@marmara.edu.tr](mailto:hakengin@marmara.edu.tr), ODCID: 0000-0002-0626-3819

<sup>3</sup> İstanbul Ticaret Üniversitesi, [gsonakalan@ticaret.edu.tr](mailto:gsonakalan@ticaret.edu.tr), ORCID: 0000-0001-5289-1317

## 1. Giriş

İnsanların çevrelerini görme, tanıma arzusunun sistematik hale gelmesiyle gelişen turizm faaliyetleri, günümüzde ekonomik ve sosyal kalkınma açısından büyük bir potansiyel haline gelmiştir. Tarih öncesi dönemde, insanlar yaşadıkları dönemin ortaya çıkardığı şartlar nedeni ile oldukları yerlerden başka yerlere göç etmek zorunluluğunu hissetmiştir. Ancak zaman içerisinde şartların değişmesinin bir sonucu olarak insanlar gezme, eğlenme, yeni ve tarihi yerler görme, dinlenme, alışveriş yapma, iş kaynaklı seyahat etme, öğrenme gibi nedenlere bağlı olarak, sürekli yaşadıkları yerlerden yurtiçi ve yurtdışı olmak üzere farklı yerlere seyahat ederek çeşitli sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamaktadır. 20. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel ve psikolojik değişimler bireylerin alışkanlıkları ve ihtiyaçlarını etkilemiş, değiştirmiş ve çeşitlendirmiştir. Özellikle de devletlerin ekonomik faaliyetlerini sürdürdürebilmelerinde ödemeler dengesi yönünden etkisi gittikçe artan ve bunun doğal bir sonucu olarak uluslararası düzeyde gittikçe yaygınlaşan bir turizm hareketi ortaya çıkmıştır (Usta, 2001, s. 1). İnsanların yeni yerler görmek, farklı kültürlerle ait bir takım tecrübeleri yaşamak, sağlık, inanç, çöller, ormanlar, farklı canlılar, aşılması güç sıradağlar ve doğal alanlardan oluşan mekânları görmek üzere istekte buldukları ve bu isteklerine cevap veren turizm faaliyetlerine katıldıkları görülmektedir.

Turizmin doğrudan ya da dolaylı etkilerinin ekonominin her alanında hissedilmesi, gelişmiş veya gelişmekte olan hemen her ülkede teşvik edilmesine yol açmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için geçmişte olduğu gibi günümüzde de turizm sektörünün ekonomideki önemi artarak devam etmektedir. Turizmin ekonomide önemli bir faaliyet haline gelmesinin başlıca nedeni, dünyada hızla büyüyen ve gelişen bir sektör olarak dinamik bir yapısının varlığıdır. Devamlı gelişen bir sektörün varlığı doğal olarak bu sektörün ülke ekonomilerine katkılarını da beraberinde getirmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nın 2020 yılında dünya turizm gelirlerinin 2 trilyon dolar civarında olacağını öngörmüştür. Ancak 2019 yılı son aylarında ortaya çıkan ve bütün dünyayı etkileyen COVID-19 salgını UNWTO'nun 2020 de dahil olmak üzere uzun süre bu öngörülerin gerçekleşmeyeceğine işaret etmektedir. Dolayısıyla günümüz pandemi şartlarının bütün dünyayı etkisi altına almış olması, sadece turizm gelirlerini değil, ekonomik faaliyetlerin tamamını olumsuz etkileyeceği, öngörülerin gerçekleşmeyeceğine işaret etmektedir. Gelişmiş ülkeler turizm sektörünün gelir etkisinden yararlanmayı hedeflerken, gelişmekte veya az gelişmiş olan ülkeler ise bu sektörün getireceği döviz ile yeni istihdam alanları oluşturabilme potansiyelinden yararlanmayı hedeflemektedir. Özellikle iklim ve doğal manzaralar dışında gelire dönüşüreceği başka doğal kaynağı olmayan gelişmemiş ülkeler için turizm büyük öneme sahiptir. Uzun yıllardır göstermiş olduğu gelişme hızı nedeniyle turizmin 21. yüzyılın en büyük ekonomik faaliyetlerinden biri olacağı yönünde tahminler yapılmaktadır. Nihayetinde turizm sektörünün gelişim süreci bunu doğrulamaktadır (Özgüç, 2017, s. 3-7).

Turizm birçok ülkenin ekonomisi içerisinde önemli bir paya sahiptir. Turizm, bir yanda insana hizmet ederken, diğer yandan insan emeği ile gelişen bir faaliyet alanıdır. Uluslararası turizm, 2015 yılında dünyanın ihracat ürünleri içinde %6'lık bir paya sahip iken, 2016 yılında bu payı %7'ye çıkararak son beş yılda dünyadaki toplam ticaret hacminden daha hızlı büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Uluslararası turist sayıları incelendiğinde turist sayısının 1950'de 25 milyon iken, 2000 yılında 674 milyonun üzerine ve 2016 yılında ise 1,2 milyara ve 2018 yılında ise %5'lik bir büyüme ile 1,4 milyara çıktığı görülmektedir. 2019 yılı geçici verileri dikkate alındığında yaklaşık 1,5 milyara ulaşan turist sayısı ile bir önceki yıla oranla %3'lük bir artış olmuştur (UNWTO, 2020). Dünyadaki destinasyonların kazandırdığı toplam turizm gelirleri 1950, 2000, 2016 ve 2019 yıllarında sırasıyla 2, 495 ve 1,220 ve 1,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2019). Turizm sektörü dünya Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYİH)'sının %10'una, küresel ticaretin %7'sine ve her 10 iş yerinden de birine tekabül etmektedir (Urban Strategy Partners, Aralık 2017, s. 3).

Turizmin istihdam yaratma potansiyeli göz önüne alındığında yerel, bölgesel ve ulusal dengesizliğin giderilmesinde de etkili olacağı düşünülebilir (Özgüç, 2017, s. 174). Birçok insan ve organizasyon turizm aktiviteleri içindeki topluluğun bir parçasıdır. Bir ülkenin ekonomik gelişimi bize bu turizm aktivitelerindeki parçalar hakkında bilgi verir (Reece, 2010, s. 2). Turizm yaygın bir ekonomik etkinliktir. Bu ekonomik etkinlik zamanla bir endüstri haline dönüşmüştür. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı yükseldikçe üretim ve hizmet sektörü turizm endüstrisinden etkilenir (Yarcan, 2006, s. 10).

Dünyada turist sayısının en fazla olduğu bölge Avrupa'dır. Dünya turizminde ulusal sınırları geçen yıllık toplam turist sayısının yaklaşık 710 milyon kişisini Avrupalı turistler oluşturmaktadır. Avrupa'yı 314 milyon turist ile Asya ve Pasifik, 216 milyon turist ile Amerika, 67 milyon turist ile Afrika ve 60 milyon turist ile de Orta Doğu takip etmektedir (UNWTO, 2019). Dünyanın en önemli tatil bölgelerinden biri olan Akdeniz bölgesinde yer alan devletlerden, özellikle İspanya ve İtalya gibi ülkelerin ekonomik gelişmelerinde turizm gelirlerinin payı yüksektir. UNWTO'nun 2015, 2016, 2017 ve 2018 yıllarına ait verilerine göre dünya turizmi içinde en fazla pay alan ülkeler Fransa, ABD, İspanya, Çin, İtalya, İngiltere, Almanya, Meksika, Tayland ve Türkiye'dir.

Orta Doğu ülkeleri, son yıllarda petrol ürünleri fiyatlarındaki iniş çıkışlardan fazlasıyla etkilenmiştir. Ülkelerin mevcut ekonomik yapıları petrol üzerine kurulmuş ve petrole alternatif olarak ekonomilerini destekleyerek kurulmuş olan düzeni devam ettirecek farklı gelir kaynağının olmaması, bu ülkeleri kimi zaman önemli ekonomik sorunlarla karşı karşıya getirmektedir. Bu durum Orta Doğu ülkelerini stratejik ve politik değişikliklere götürmektedir. Dünya turizm verilerinde olduğu gibi Orta Doğu turizm verilerinde de bölgesel olarak çok farklılıklar olduğu görülmektedir. UNWTO 2018 rakamlarına göre Orta Doğu'ya yönelik turistik hareketlilikte %5 artış gerçekleşmiş, bu faaliyete katılan turist sayısı 60 milyona ulaşmış ve bölgede 73 milyar dolar turizm geliri oluşmuştur (UNWTO, 2019).

UNWTO, İran'ı turizm göstergeleri ve sahip olduğu coğrafi konumu itibarıyla Asya-Pasifik ülkeleri arasında görmektedir. Arap kökenli nüfusunun olmaması İran'ı Orta Doğu'dan ayırırken, inanç bakımından Müslüman nüfusa sahip olması ve konumu itibarıyla de Güney Asya'dan ayrılmaktadır. Doğal olarak İran Orta Doğu ve Güney Asya arasında bir geçiş alanı oluşturmaktadır. İran turizmi incelenirken her iki bölgeye ait karakteristik özelliklerin de göz önünde bulundurulması önemlidir. UNWTO'nun 2012 yılı raporlarına göre İran'ın artan nüfusu ve geliri ile Orta Doğu'nun gelecek 20 yılda hızla büyüyen turizm pazarı olacağı öngörülmüştür. Orta Doğu ve Asya-Pasifik bölgelerindeki turizm pazarı üzerine yapılan araştırmalar da turizm pazarının giderek genişleyerek, önemini arttıracığı ileri sürülmüştür (Özcan, 2017, s. 6). 2018 yılı UNWTO verilerine göre İran turist sayısında %5 ve gelirlerinde ise %4'lük bir artış olmuştur. Ancak 2019 yılında ABD'nin tekrar ambargo uygulamaya başlaması, 2019 yılının son aylarında dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinde en fazla etkilenen ülkelerden birinin İran olması, İran'ın turizmine yönelik beklentilerin zayıflamasına yol açmıştır.

## 2. Amaç Yöntem Malzeme

### Araştırmanın Konusu ve Amacı

İran turizm potansiyeli ile coğrafi şartları arasındaki ilişkinin analiz edilmesi kapsamında araştırmanın amacı; İran'daki turizm faaliyetleriyle fiziki ve beşerî coğrafi şartlar arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır;

1. İran turizm potansiyeli ile doğal şartlar arasındaki ilişki nasıldır?
  - İklimin, bitki ve hayvan varlığının, hidrografik unsurların ve yapısal (jeolojik) özelliklerin turizme etkisi nasıldır?
2. İran turizm potansiyeli ile sosyo-kültürel yapı arasında nasıl bir ilişki vardır?
3. Turizmin İran ekonomisine etkisi nasıldır?
4. İran turizm potansiyelini nasıl değerlendirmektedir?
5. İran-Türkiye turizm ilişkileri nasıldır?
6. İran turizmini olumsuz etkileyen faktörler nelerdir?

### Araştırmanın Yöntemi ve Malzeme

Bu çalışma hem nitel araştırma hem de nicel araştırma teknikleri kullanılarak karma desenli olarak tasarlanmıştır. Literatür çalışması ile kütüphane araştırmasından elde edilen veriler analiz edilerek hem yorumlanmış, hem de sayısal veriler yorumların desteklenmesinde kullanılmıştır. Arazi çalışması sırasında gözlemlerden elde edilen bilgileri ile literatür ilişkilendirilmiştir. Sahadan elde edilen bilgiler tarihi, güncel bilgiler ile İran İstatistik Merkezi ve Dünya Turizm Örgütü verileri ilişkilendirilerek sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın literatür çalışmasında incelenen ve kullanılan kaynaklar Urban Strategy Partners'in "Turizm ve Kentler Raporu", UNWTO'nun "Tourism Highlights", World Travel and Tourism'in "Travel, Tourism, Economic Impact; İran", IMF'nin "İran Ülke Değerlendirmesi", İran Haritacılık Kurumu'nun "İran Milli Atlası, Turizm", İran Turizm Kurumu'nun "İran'da Turizmin Durumu" raporlarıdır. Özellikle UNWTO ve İran Turizm Kurumu verileri kullanılarak İran turizm potansiyeli sayısal olarak ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmaların genelinde internet kaynaklarından da yararlanılmıştır.

Araştırma konusu ve çalışmanın sınırları ile içeriğini belirlemesinden sonra<sup>4</sup>, yerinde gözlem için alan çalışması amacıyla 21 Nisan 2015/10 Mayıs 2015 tarihleri arasında İran'a gidilmiştir. Kaynaklardan elde edilen bilgiler çerçevesinde bir arazi gözlem rotası oluşturulmuştur. Bu rota doğrultusunda daha önceden iletişimde

<sup>4</sup> İran tarihi üzerine çalışmaları bulunan Prof. Dr. Osman Gazi ÖZGÜDENLİ ile çalışmanın sınırları ve içeriğini belirlemesi konusunda görüşülmüş ve uyarıları araştırmanın çerçevesinin belirlenmesinde yönlendirici olmuştur.

olunan İranlı Parinaz SEYEDHAJ eşliğinde; Tahran, İsfahan, Yezd, Şiraz, Meşhed, Persapolis vilayetleri konaklamalı bir şekilde dolaşarak arazi gözlemleri yapılmış, notlar alınmış, fotoğraflar çekilmiştir. Ayrıca saha çalışması sırasında yerel halk ve turist rehberlerinden gelen turist grupları hakkında bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Yapılan seyahat esnasında hem gezilen yerlerdeki görevlilerden hem İran'da birkaç turizm acentesinden tarihi yerlerdeki tahmini turist oranları hakkındaki fikirleri ve gözlemleri alınmıştır.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Çalışmanın konusu İran'daki turistik faaliyetler ile coğrafi şartlar arasındaki ilişkilerin araştırılması olmasıyla birlikte arazi çalışmasında Tahran, İsfahan, Yezd, Şiraz, Meşhed ve Persapolis vilayetlerinde gerçekleştirilen gözlemlerle elde edilen bilgi ve veriler ancak bu vilayetlerle sınırlı kalmıştır. Araştırma esnasında özellikle İran Turizm Kurumu'nun bilgi paylaşımına yanaşmaması, bilgi paylaşımında sınırlı olmaları ve özellikle ülkeye girişi yapan turistler ve turistik yerlere yapılan ziyaretlerle ilgili verilere ulaşmanın çok zor olması çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

### **3. Bulgular**

Araştırmanın amaç ve konu kısmında da belirtildiği gibi bu aşamaya kadar verilen bilgiler ve çizilen çerçeve ışığında ve daha önceki bölümlerde detaylı bir şekilde belirlenen ana amaç ve ona bağlı olarak oluşturulan 6 alt soru benzer sorular birleştirilerek kategorize edilmiştir. Oluşturulan alt sorulara cevap aranarak İran'daki turizm faaliyetlerinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu çerçevede araştırma soruları ile ilgili yapılan bilgi toplama ve değerlendirmelerden hareketle her bir araştırma sorusu ile ilgili bulgular aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

#### **İran Turizm Potansiyeli ile Fiziki-Doğal Şartlar Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular**

İran'ın yeryüzü şekilleri batısı ve kuzeyindeki dağ sıraları dışında yaygın bir şekilde plato ve ovalardan oluşmaktadır. Ülkede çok geniş alan kaplayan Deşt-i Lut ve Deşt-i Kebir gibi çöllerin varlığı ülke iklimini, dolayısıyla da turizmin aylara göre dağılımını etkilemektedir. Ülkede yaz döneminde aşırı sıcak ve kış döneminde de aşırı soğuk hava koşulları gözlenmektedir. İran'a gelen turistlerin yıl içindeki dağılımı dikkate alındığında yılın en sıcak ayları olan Temmuz ve Ağustos ile yılın en soğuk ayları olan Ocak ve Şubat aylarında turist sayısındaki azalma dikkat çekmektedir. Ülkede turizmin en canlı olduğu dönemler havaların daha serin ve ılık olduğu Nisan, Mayıs, Eylül ve Ekim aylarıdır. Foto 5'te yer alan Darbend özellikle sıcaklıkların arttığı dönemlerde hem İranlı yerli turistler hem de yabancı turistler açısından yoğun talep görmektedir. Dağlık alanda akan suyun üzerinde ve kenarında gelişen restoran, çay bahçeleri, motel, otel gibi konaklama ve yeme içmeye yönelik hizmetler ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.

İklim değişikliğinden kaynaklanan yaz dönemindeki aşırı sıcaklar turizm sektöründe, özellikle iş amaçlı yapılan turizm çeşidinin yanındaki eğlence turizmindeki seyahatlerin daha kısa olmasına neden olmaktadır. Bu seyahatlerin kısa olmasına bağlı olarak, ülkeye bırakılan döviz miktarlarında da düşüş olduğu görülmektedir. Yaz sıcaklıklarının çok yüksek olduğu bölgelerde hava sirkülasyonu kullanılarak yapılan havalandırma sistemleri (Foto 3, meydanın sağ tarafındaki kule) de turistik cazibe oluşturma potansiyeline sahiptir.

Ülke sahip olduğu iklimatik özellikleri nedeniyle orman bakımından zengin değildir. Genel olarak çöl görünümünde olmuş olsa da bitki örtüsü bakımından belli bir çeşitlilik arz etmektedir. Bitkileri koruma programı çerçevesinde düzenlenmiş olan İran Milli Flora Araştırma Bahçesi ülkenin en büyük bitki araştırma merkezidir. İran hayvan türleri açısından oldukça zengin bir ülkedir. Kuzey Avrasya, Afrika, Hint, Asya ve İran cinsleri gibi birçok hayvan cinsine ve doğal melezleşme ürünün olan katışık türler denen cinse sahiptir. İran'ın bu açıdan çok değerli bir mirası bünyesinde barındırmaktadır (Vista ara Kültür Müessesesi-İraniya, 2015, s. 78). İran sahip olduğu eko turizm çeşitliliği geliştirip değerlendirirse turistlerin ülkeye girişlerinde artış meydana gelecektir. İran'ın koruma altına aldığı Milli Park ve Komishlou Yaban Hayatı Sığınağı, Paband Milli Parkı, Sarigol'un Milli Parkı gibi yerler turizmin gelişmesinde etkili olmaktadır. Bitki örtüsü ve hayvan varlığı bakımından geniş bir çeşitliliğe sahip olmasının coğrafi bir çekicilik oluşturmaktadır. Buraların uluslararası arenada tanıtımı ve reklamının yapılması turizmi çeşitlendirecektir.

İran'ın kuzeyinde yer alan Hazar Denizi (Hazar Gölü) kıyıları özellikle İslam Devrimi öncesi turizm açısından çok canlı bir dönem geçirmiştir. Günümüzde ise kıyı turizmi, daha çok temiz ve yeşil alanlarla ilgili manzara arayışında olan turistlerin tercihi şekline dönüşmüştür. Özellikle İran'ın güney kıyıları yaz turizmi açısından oldukça önemlidir. Hem yerli turistlerin, hem de komşu devletlerden gelen yabancı turistlerin en çok tercih ettiği yerler arasında Fars Körfezi'nde yer alan ve iklim bakımından çekiciliği olan Kış Adası, Keşm Adası ve Hürmüz Adası kıyıları, deniz tatilinin yapıldığı lokasyonlar arasındadır. Özellikle İranlı ve Ortadoğulu turistler arasında Kış Adası "Küçük Dubai" olarak adlandırılmaktadır. Ülkede ayrıca tuzlu suları ve uzun sahili ile yer alan

Urmiye gölü turistler için özellikle de sağlık açısından çamur tedavisinin yapıldığı yerler olarak tercih edilmektedir.

İsfahan'ın turizmde bir cazibe merkezi olmasını sağlayan önemli unsurlardan biri Zayende nehridir. Zagros Dağlarından çıktıktan sonra güneydoğu yönünde akarak sularını Gavhuni Bataklığına boşaltan Zayende Nehri ülkede turizm potansiyelini arttırmıştır. Nehir, üzerindeki Urgan Köprüsü, Kelle Köprüsü, Zamanhan Köprüsü, Flavercan Köprüsü, Marnan Köprüsü, Baba Mahmud Köprüsü, Siyose Köprüsü, Haco Köprüsü, Desti Köprüsü, Şehristan Köprüsü, Verzene Köprüsü gibi köprülerle de fonksiyonu ve mimari estetiği ile İsfahan'ın önemli bir turizm destinasyonu olmasına katkıda bulunmaktadır (Honarfar, 1376, s. 32). İsfahan'da yer alan yeraltı su dağıtım sistemleri ve bu sistemlerin yerleşim birimleri arasında evden eve su taşınması ve bu su dağıtım sisteminin aynı zamanda hava sirkülasyonu sağlayacak şekilde kurulmuş olması, çöl ikliminin etkili olduğu ülkeyi cazip hale getirmektedir. Bu yeraltı su dağıtım sistemi kuru bir havanın etkisinde olan ev ve yerleşim birimlerinde nispeten serin bir hava sirkülasyonu sağlanmaktadır.

Yer kabuğunun jeolojik geçmişinin kanıtları olan yer şekilleri turizmin çekici unsurları arasındadır ve yer şekilleri jeomorfolojik miras olarak tanımlanmaktadır (Doğaner, 2001, s. xi). İran'ın kuzeybatı bölümü, jeolojik mirasını tanımlayan oluşumlar ve jeolojik özellikler bakımından zengindir ve dünya birçok yerinden turist çekmektedir. Kuzeybatı İran'ın büyük kısmı kuarterner de dâhil olmak üzere bir senozoik volkanik arazilerin yayılım alanıdır. Bu arazi Kuzeybatı İran'a farklı doğal jeolojik özellikler katmış ve önemini arttırmıştır. Ana jeolojik özelliklerden bazıları Sahand Volkanı, Urmiye gölü, tuz yatakları, traverten çökelleri, kireçtaşı mağaraları, tektonik yapılar ve senozoik omurgalı fosillerdir. Sahand Yanardağı, çeşitli litostratigrafik kesitleri, erozyon süreçleri, kanyonlar, nehirler, şelaleler ve tafoni sonucunda tüfte gelişen koniler gibi birçok farklı jeolojik özellik içerir (Ghaz, Ólafsdóttir, Tongkul, & Ghazi, 2013, s. 1-4). Urmiye Gölü ve Sahand Volkanı en çok turist çeken alanlardır. İran'da ve aynı zamanda Ortadoğu'daki ilk jeopark olan "Qeshm Island Geopark" 2006-2012 yılları arasında Global Geopark Network (GGN)'ün bir üyesidir. Yapılan araştırmalar sanatçılar ve jeologların da dâhil edildiği atölye tesisleriyle donatılmış jeoparkların çoğunun yerel ekonomiye katkısı olacağını göstermektedir (Farsani, Coelho, Costa, & Amrikazemi, 2014). 2011 yılında 18 Mart'tan 3 Nisan'a kadar devam eden Nevruz Bayramı kutlamaları için 8 bin turist Keşm Jeoparkı'nı ziyaret etmiştir (Handcrafts and Tourism Organization, 2011). Keşm Jeoparkı 2017 yılında UNESCO Küresel Jeopark ağına dahil edilmiştir<sup>5</sup>.

### **İran Turizm Potansiyeli ile Sosyo-Kültürel Yapısı Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular**

Coğrafi kaynaklar, turizm varlığına ve gelişmesine yön verebilecek fonksiyonel turizm bölgelerinin ortaya çıkmasında rol oynamaktadır (Akova, 2012, s. 5). İran'ın, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) listesine girmiş dini, kültürel, tarihi ve doğa turizmi alanlarında 20 adet destinasyonu bulunmaktadır. İran ulaşımı özellikle havayolu taşımacılığı turizm açısından yeterli potansiyele sahip olmadığından, havayolları mevcut filosunu genişletmektedir. Bunun yanında İran uçuşlarında uluslararası havayolu şirketlerinde de artış görülmektedir. Orta Doğu ülkelerinden gelen turistlerin yanında, batı ülkelerinden gelen turist sayılarında da artış olduğu anlaşılmaktadır. İran'ın mevcut yabancı turizmi, yerli turizm oranla çok düşüktür. İran ekonomisinden yerli turizmin etkisi daha yüksektir. İran'ın var olan turizm altyapısı turist oranla yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle konaklama tesislerinin (otel, apart otel, pansiyon vb.) ve restoranlarının hem kalitesinin hem de kapasitesinin iyileştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca İran'da turizm üzerine yeterince eğitilmiş kadronun olmaması da turizm gelişmesinin önündeki etkenlerden biri olmaktadır (Heydarzadegan & Arslan, 2010, s. 116).

İran'ın insanlık tarihinde binlerce yıllık bir geçmişinin olması insani ve toplumsal ihtiyaçların karşılanması için çarşı, saray, köprü, cami gibi tarih, kültür ve sanat değerlerinden oluşan binlerce yıllık birikimin günümüze gelmesine zemin hazırlamıştır.

Coğrafi ve kültürel farklılıklar öteden beri insanların dikkatini çekmekte turizmi gündeme getirmektedir. Turizm mekânı ve kültürü etkilemekte aynı zamanda kültürden ve mekândan etkilenerek tüm dünyaya yayılan bir hareket olarak önem kazanmaktadır. Son yıllarda fiziki ve beşerî coğrafyayı; turizmin çeşitli yönleriyle (turizm çevre-kültür ve dağılım ilişkileri) birleştiren turizm coğrafyası beşerî coğrafya içinde kendine önemli bir yer edinmeye başlamıştır (Emekli, 2006, s. 52). Coğrafi konumu itibarıyla İran, sosyo-kültürel yapısı olarak kozmopolit bir ülkedir. İran, tarihsel bakımdan birbirinden farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış, semavi dinlerin ve (Foto 1'de yer alan İmam Humeyni Türbesi) mezheplerin yayıldığı, kıtalararası ticaret ve seyahat yollarının geçtiği, farklı kültürlerin bir araya geldiği ve başka yerlere intikal ettiği bir kavşak noktayı

<sup>5</sup> <https://tr.mehrnews.com/news/1864497/%C4%B0ran-%C4%B1n-Ke%C5%9Fm-Jeopark%C4%B1-na-UNESCO-dan-onay>

oluşturmaktadır. Bu konumu itibariyle İran oldukça köklü sosyo-kültürel değişimlere uğramıştır. Foto 2'de yer alan Özgürlük Kulesi İran'ın başkenti Tahran'da yer almakta olup turistler için cazibe merkezlerinden biridir.



**Foto 1:** İmam Humeyni Türbesi Dış Görünüm, Tahran



**Foto 2:** Özgürlük Kulesi (Azadi Kulesi), Tahran



İran'a karşı uygulanan ekonomik yaptırımlar ve devletin yönetim şekli İran toplumu üzerinde daha çok kendi içine kapanık diye tabir edilebilecek yaşam tarzına sahip olmasına neden olmuştur. Çünkü İran'da sosyal ve kültürel anlamda yönetim şekli gereği birçok sınırlamalar bulunmaktadır. Yabancı şirketlerin ülkede varlık gösterememeleri, İranlı vatandaşların Avrupa ülkelerine girişlerde yaşadıkları sorunlar, internet kullanımı, uydu kanallarının kullanımı konusundaki sınırlılıklar, kıyafette var olan çeşitli zorunluluklar gibi bazı uygulamalar örnek gösterilebilir. Ülkede var olan bu atmosfer özellikle de Avrupa kökenli turistler İran'a karşı mesafeli oldukları için pek fazla tercih etmemektedirler.



Foto 3: Yazd Meydanı, Yazd



Foto 4: Bazaar Girişi ve Kayseriye Kapısı, İsfahan

Foto 4'te yer alan Bazaar İsfahan'a gelen turistlerin alışveriş yapmak için tercih ettikleri önemli yerlerdendir. Bazaarın İran ekonomisine katkısı yüksek niteliktedir. Kendilerini İran'ın sosyo-kültürel yapısına daha yakın gören ülkelerin (Arap ve Müslüman vatandaşlar) İran'a daha çok geldikleri gözlenmiştir. İran'ın Müslüman bir ülke olması, özellikle bu ülkeye gidecek Müslümanların beslenme, ibadet gibi temel ihtiyaçlarının temini bakımından olumlu bir etkidir. İran'ın güvenli bir ülke oluşu, turistlerin can ve mal güvenliği bakımından

önemli bir cazibe noktasıdır. Çalışmanın genel çerçevesinde de belirtildiği üzere İran sosyo-kültürel yapısı bakımından zengin bir ülke olduğu için bu durum turizm potansiyeli bakımından önemlidir. Ülke alt yapı, fiziki ve hizmet kalitesi şartları bakımından ve en önemlisi de tanıtım olarak kendini geliştirdikçe turistlerin ülkeye olan rağbetinin artacağı öngörülmektedir.



**Foto 5:** Darbend Sedirlerden Görünüm, Tahran

### **İran Turizm Potansiyeli ile Ekonomisi Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular**

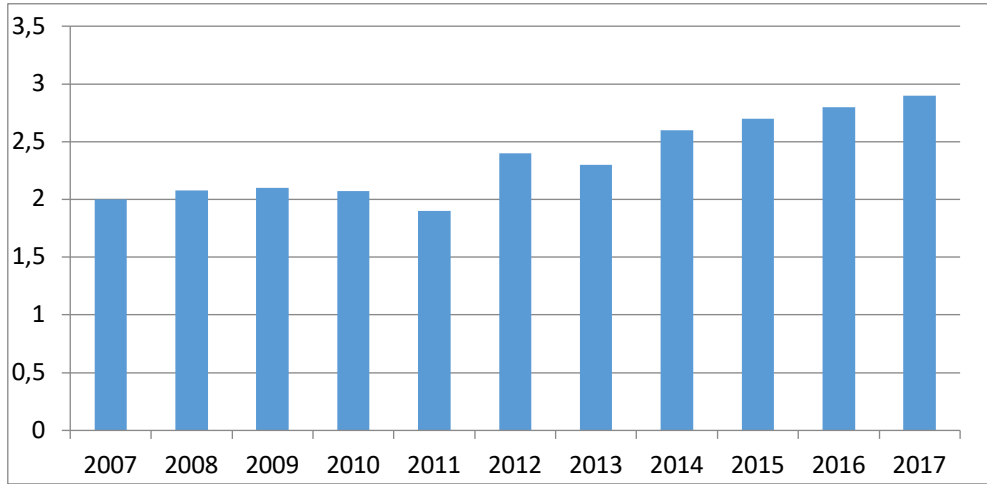
Dünyada turizmdeki olumlu gelişmelere rağmen İran'da özellikle 2015 yılına kadar olan dönemde ülkede var olan olumsuzluklardan dolayı turizmde pek bir canlanma görülmemiştir. Turistik gelişmelerin yavaş gelişmesinin sebepleri arasında İran'a uygulanan ambargo ve ülkenin yönetim şeklinin dışarıya kapalı olması gösterilebilir. Bunun yanında çeşitli araştırmalar son yıllarda İran'a yönelen ekonomik yatırım ve turizm talebinin oldukça çeşitli olduğunu ve gelen turistlerin tarihi-kültürel yerleri görmek istemelerinin yanında dağ ve spor turizmi, tabiat manzarası ve film-festival etkinliklerine katılım sağlamak gibi taleplerinin de bulunduğunu ortaya koymuştur.

İran devletinin yaşamış olduğu değişimler ve dışa açılma süreci ülkedeki turist sayısının artmasını da beraberinde getirmektedir. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK)'nin 2016 yılı raporuna göre, İran'da 2014 yılında 5 milyon civarında olan turist sayısı UNWTO raporu 2018 yılı geçici verilerine 7,295 milyon ve 2017 yılı net geliri 4,402 milyar dolar olmuştur. 2025 yılında 20 milyona çıkacağı öngörülmüştür. İran'ın Uranyum zenginleştirme faaliyetleri konusunda Uluslararası Atom Enerjisi Kurumu ile anlaşma sağlanması ve bu gelişmeye bağlı olarak ülkeye uygulanan ambargonun kaldırılması ile ülkeye iş amaçlı girişlerde artışlar yaşanacaktır. Dolayısıyla bu durum turizm konusundaki öngörülerin gerçekleşme ihtimalini artıracaktır. Ancak ABD'nin 2019 yılından itibaren tek taraflı İran'a yönelik ambargo uygulamaya başlaması turizm konusunda hedeflerin gerçekleşme ihtimalini zayıflatmıştır.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 2017 raporuna göre; İran turizm gelirlerinin %92,3 tatil ve eğlence maksatlı faaliyetlere bağlı olarak oluşurken, %7,7'si iş sebebi ile oluşan faaliyetlere bağlıdır. Aynı raporda 2027 yılı için tatil ve eğlence maksatlı yapılan seyahatlerde %2,3 artış, iş sebebiyle yapılan seyahatlerde ise %6,8 artış oranları öngörülmektedir. İran Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYİH)'sı üzerinde %37,7'lik dilim doğrudan turizmden, %40,5'lik dilimi dolaylı turizmden kaynaklanırken kalan %21,8 ise diğer yollardan ortaya çıkan kaynakları içermektedir (WTTC, March 2017, s. 6).



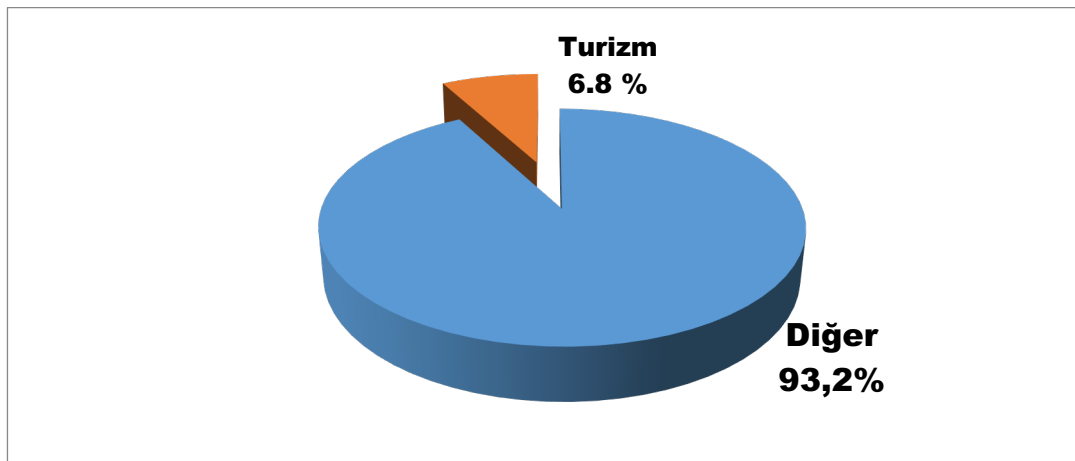
Tahran Uluslararası Turizm Fuarı (TİTE) 6-9 Şubat 2017 tarihleri arasında Tahran Uluslararası Fuar Merkezi'nde 10'uncu kez gerçekleştirilmiştir. 2014 ve 2015 yıllarında Türkiye'ye gönderdiği turist sayısında önemli oranda artış kaydedilen İran pazarında 2016 yılında az da olsa düşüş yaşanmıştır. 2018 yılında ise turist sayısı 2 milyonun üzerine çıkarak yeniden bir artış yaşanmıştır. 2020 yılı Ocak-Mart dönemi verileri incelendiğinde 289 bin İranlı turistin Türkiye'ye giriş yaptığı anlaşılmaktadır (T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2020). Bu bağlamda Türkiye'ye gelen İranlı turist sayısında azalma yaşanmasının temel sebebinin COVID-19 olduğu belirtilebilir. Gerek nüfusu gerekse de turizm potansiyeli ile dikkat çeken İran pazarındaki dengelerin değerlendirildiği Tahran Turizm Fuarı'nda, fuara katılan Türk turizmcilerin ortak görüşü; tüzükte yer alan uçuş izinleri konusundaki yaşanan belirsizliğin çözüme kavuşması durumunda İran pazarında artış yaşanacaktır. Ancak uçuş izinleri konusundaki belirsizliğin devam etmesi Türk turizmcilerin de endişelerini artırmaktadır (TURSAB, 2017, s. 1).



**Kaynak:** Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) Raporu 2017

**Grafik 1:** Turizmin İran Ekonomisine Direk Katkısı (%)

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 2017 verileri ile oluşturulan Grafik 1 incelendiğinde, İran'da turizm sektörünün ülkenin GSYH'nın sağladığı direkt katkıda 2007-2009 yıllarında artış yaşanmıştır. 2011 yılında bu artış %2,0'ın altına inerek düşmüştür. 2012 yılında %2,5'e yakın bir artış görülmektedir. 2014-2017 yılları arasında düzenli bir artış dikkati çekmektedir. 2016 yılında %3,0 civarında bir oranla ekonomi içindeki en fazla payını almıştır. Turizmin İran ekonomisindeki toplam payı 2016 yılında %7,8 iken 2017 yılında bu oranın %7,9'a çıktığı görülmektedir (WTTC, March 2017, s. 7). Grafik 2'de görüldüğü gibi WTTC 2020 raporuna göre 2019 yılında toplam ekonomi içerisindeki bu oran %6,8 olmuştur (WTTC, 2020).



**Kaynak:** Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 2020

**Grafik 2:** Turizmin İran Ekonomisi İçindeki Toplam Payı (%)

**Tablo 1: Orta Doğu Ülkelerinde Uluslararası Turist Girişleri**

Uluslararası Turist Girişleri								
Ülkeler	(1000)				Değişiklik (%)			Oran (%)
	2010	2014	2015	2016*	14/13	15/14	16*/15	2016*
<b>Ortadoğu</b>	<b>55.442</b>	<b>55.267</b>	<b>55.622</b>	<b>53.567</b>	<b>8.7</b>	<b>0.6</b>	<b>-3.7</b>	<b>100</b>
Bahreyn	995	838	1.200	-	-21.6	43.2	-	-
Türkiye	31.364	39.811	39.478	-	5.3	-0.8	-	-
Mısır	14.051	9.628	9.139	5.258	5.0	-5.1	-42.5	9.8
Irak	1.518	-	-	-	-	-	-	-
<b>İran</b>	<b>2.938</b>	<b>4.967</b>	<b>5.237</b>	<b>4.942</b>	<b>4.2</b>	<b>5.4</b>	<b>-5.6</b>	<b>1.6</b>
Ürdün	4.207	3.990	3.761	3.858	1.1	-5.7	2.6	7.2
Kuveyt	207	198	182	-	-35.4	-8.1	-	-
Lübnan	2.168	1.355	1.518	1.688	6.3	12.1	11.2	3.2
Libya	-	-	-	-	-	-	-	-
Umman	1.441	1.611	1.897	-	15.7	17.8	-	-
Filistin	522	556	432	400	1.9	-22.3	-7.4	0.7
Katar	1.700	2.826	2.930	2.906	8.2	3.7	-0.8	5.4
Suudi Arabistan	10.850	18.260	17.994	18.049	15.8	-1.5	0.3	33.7
Suriye	8.546	-	-	-	-	-	-	-
BAE	7.432	13.200	14.200	14.910	32.1	7.6	5.0	27.8
Yemen	1.025	1.018	367	-	2.8	-64.0	-	-

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü Raporu, Temmuz 2017

Tablo 1'de verilen Orta Doğu ülkelerindeki turist oranları incelendiğinde Lübnan ve Umman (her ikisi de +%11), bir yıl önceki güçlü sonuçları takiben 2016 yılında turist gelişinde çift haneli büyüme göstermiştir. Dubai ve Birleşik Arap Emirliği, %5'lik bir artış kaydederken, Ürdün'ün (%3) bir yıl önce gösterdiği zayıf performansında iyileşme olduğu yükselmeye başladığı dikkat çekmektedir. Bölgedeki ortalama (%-4) güvenlik olayları ve bazı piyasa kaynakları tarafından verilen olumsuz seyahat tavsiyeleri nedeniyle Mısır'daki (%-42) civarında keskin düşüşe sebep olduğu görülmektedir. İran'da 2015 yılında %5,4 olan oran 2016 yılında %-5,6 oranında düşüş olduğu görülmektedir. Ancak, önemli tanıtım çalışmalarının ardından ve kış mevsimlerinde Avrupa pazarlarına denk gelen yılsonunda girişler toparlanmaya başladığı görülmektedir (UNWTO, August 2017). UNWTO 2019 raporu verilerine göre; 2017-2018 yıllarında BAE %0,8, Ürdün %8, Mısır %36,8 ve İran %49,9 oranında büyüme göstermiştir.

**Tablo 2: Orta Doğu Ülkelerinde Uluslararası Turist Harcamaları**

Uluslararası Turist Harcamaları					
(US \$ Million)					Oran (%)
Ülkeler	2010	2014	2015	2016*	2016*
<b>Orta Doğu</b>	<b>55.150</b>	<b>53.556</b>	<b>58.168</b>	<b>57.595</b>	<b>100</b>
Bahreyn	1.362	1.197	-	-	-
Türkiye	22.585	29.552	26.616	18.743	4.2
Mısır	12.528	7.208	6.065	2.645	4.6

Irak	1.660	2.489	4.060	2.423	4.2
<b>İran</b>	<b>2.438</b>	<b>3.841</b>	<b>3.868</b>	-	-
Ürdün	3.585	4.375	4.065	4.044	7.0
Kuveyt	290	369	499	599	1.0
Lübnan	7.995	6.523	6.857	6.824	11.8
Libya	60	-	-	-	-
Umman	780	1.376	1.540	-	-
Filistin	667	603	452	-	1.1
Katar	584	4.591	5.035	5.411	9.4
Suudi Arabistan	6.712	8.238	10.130	11.096	19.3
Suriye	6.190	-	-	-	-
BAE	8.577	15.221	17.481	19.496	33.9
Yemen	1.161	1.026	100	-	-

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü Raporu, Temmuz 2017

\* 2016 yılı tahmini veriler

Tablo 2’de yer alan veriler dikkate alındığında Orta Doğu’daki uluslararası turizm gelişmelerinin 2016 yılında %4 oranında düştüğü tahmin edilmektedir. Orta Doğu’daki turizm faaliyetlerinde, bazı ülkelerdeki yüksek büyümenin diğer ülkelerdeki düşüşleri telafi etmek için yeterli olmadığı sonuçları elde edilmiştir. Orta Doğu 2015’ten itibaren reel olarak %2’lik bir düşüş ile turizm gelirlerinde 58 milyar ABD doları ile (%5) pay kazanmıştır. Orta Doğu, 2016 yılında 54 milyon uluslararası turisti ile dünyadaki turist oranının toplamının %4’ünü misafir etmiştir. (UNWTO, August 2017). UNWTO 2019 yılı raporu verilerine göre Orta Doğu bölgesinin dünya turizmi içindeki payı 60 milyon ve geliri de 73 milyar dolar olmuştur.

### **İran’ın Turizm Potansiyelini Nasıl Değerlendirdiğine İlişkin Bulgular**

İran’ın turizm gelişimini, potansiyelini ve bu potansiyelini nasıl değerlendirdiğini araştırmak ülkenin uçsuz bucaksız büyüklüğü, kendine özgü politik yapı modeli, dış dünyaya karşı kapalı oluşu, hazır veri eksikliği, veri tabanlarının geliştirilmesine önem verilmemesi ve turizm bilincinin eksikliğinden dolayı oldukça karmaşık ve zordur.

İran’da turizm ile ilgili kurumlar tarihsel süreçte sürekli bir değişime uğramıştır. Hâlihazırda turizm sektörü üzerinde karar veren birden fazla merkez bulunmaktadır. İran İslam Cumhuriyeti’nin, ekonomik çalışmaları geliştirme ve petrol dışı kaynaklardan döviz geliri elde etme amaçlı politikalarının uygulanması doğrultusunda, ülkenin yabancı turistleri cezbetme konusundaki yüksek potansiyeli göz önünde bulundurularak, “Seyahat ve Ziyaret İşleri Yardımcılık Havzası” ve “İran Gezicilik ve Turizm Merkezleri” kurulmuş ve bunlar 1997 yılında birleştirilmiştir. Günümüzde ülkenin iç ve dış turizm işleri İslami Kültür ve Geliştirme Bakanlığı’nın yan kuruluşundan biri olan “İran Turizm Kurumu” (Sazman-ı İrangerdi ve Cihangerdi)’nin denetimi altında yürütülmektedir (Gharamaleki, 2005, s. 26). Ancak bu kurum devlet tekelinde olmasına rağmen, devlet hiyerarşisinde önemli bir yere sahip olmadığından, turizmi geliştirmeye yönelik yasalar ve kanunların yürürlüğe girme güvencesi bulunmamaktadır.

İran devleti özellikle son dönemde, turizm potansiyelinin farkına varmış olup, bu potansiyeli avantaja çevirebilmek için konaklama alanındaki kaliteyi arttırmak üzerine çalışmalar başlatmıştır. Konaklama sadece yerli turiste yönelik olduğundan, kapasite ve hizmet bakımından yetersiz kalmaktadır. Yabancı turistlerin ülkeye girişlerinin artması ve turizmin dünyada bir sektör haline gelmesiyle, İran devleti turizm alanındaki iyileştirmelere yönelik politikaları öncelikle başlatarak kapasiteyi arttırmayı hedeflemektedir. Ülkede 4 ve 5 yıldızlı otel sayısı 2015-2016 yılları arasında 112 adet iken devlet bunu 2025 yılında 400’e çıkarılmasını planlamaktadır.

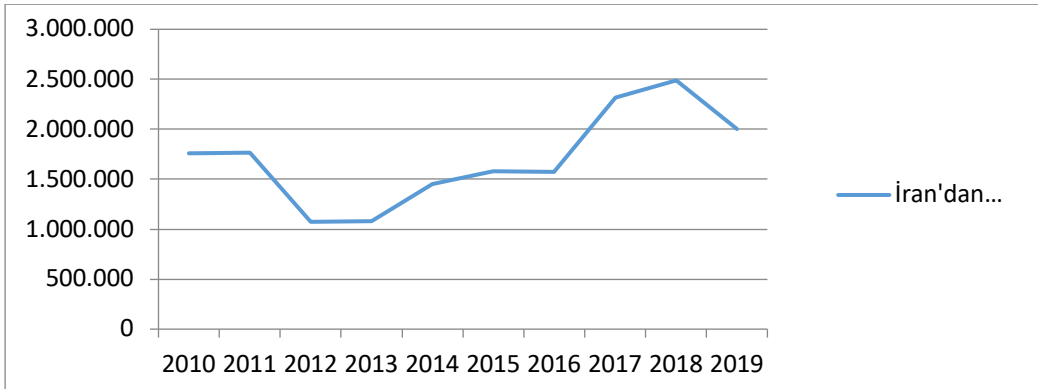
İran turizm verileri, İran’daki turizmin şu anda yabancı turistlerden ziyade yerel turistlere dayandığını göstermektedir. Ancak İran yetkilileri, 20 yıl içinde yabancı turist sayısında 20 milyon ziyaretçiye ulaşmayı hedeflemektedirler. Bu hedefe ulaşmak için 2005 yılında “20 Yıllık Bir Görünüm Planı” başlatılmıştır. Bunun yanında turizm sektörünün gelişmesi için 2015 yılına kadar devam eden “İran’da Turizmi Kalkındırma Milli Programı” projesi gibi çeşitli çalışmalar yürütmeye başlatılmıştır. İran, turizm sektöründeki geliri arttırmak için çeşitli ülkelerle vize muafiyeti anlaşmaları imzalamış ve şu anda karmaşık olan vize işlemlerini basit bir hale getirmeye yönelik sistemsel çalışmalar yapmaktadır. Tüm bunlarla beraber İran devletinin de turizm alanında

göstermiş olduğu çabalar sonucunda 21-21 Aralık 2015 tarihinde Nijer tarafından düzenlenen İslam İşbirliği Örgütü Turizm Bakanları İslam Konferansı dokuzuncu oturumunda alınan kararlarla "Tebriz 2018 Politikası" ile İslam ülkelerinin turizm şehri seçilmiştir. Böylece İran turizm destinasyonlarının kapılarının uluslararası arenaya açmanın fırsatını yakalamış olmaktadır.

Genel anlamda İran'ın turizm sektöründe sahip olduğu destinasyonları çok iyi değerlendirdiği söylenemez. Bunun altında ekonomide ilk sırayı petrol ve doğalgazın alması gibi etkenler yatmaktadır. Ekonomik döngüsünü bunlar üzerinden sağladığı için turizm sektörüne çok yatırım yapmadığı gözlenmektedir. Ancak son yıllarda turizm odaklı politikalara yöneldiği görülmektedir.

### Türkiye-İran Turizm İlişkisine Dair Bulgular

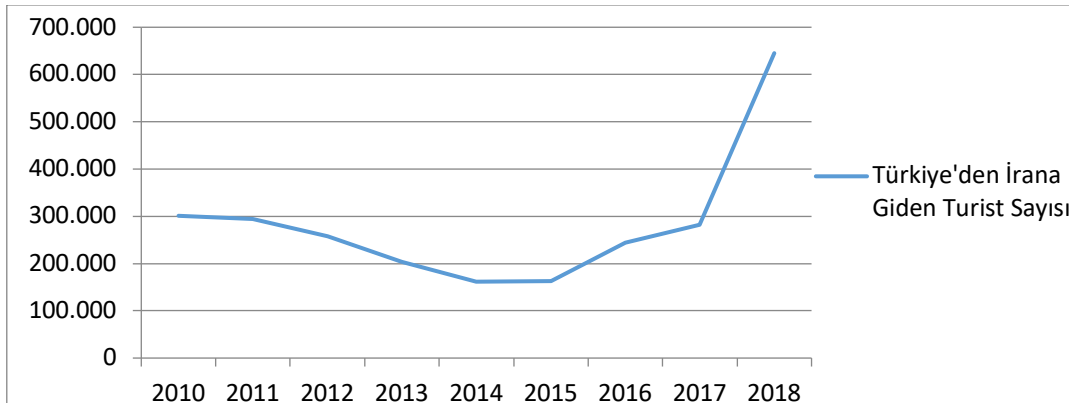
İran'dan Türkiye'ye her yıl önemli oranda turist gelmektedir. Önümüzdeki dönemde siyasi gerginliğin azalması, İran'da doğacak ekonomik iyileşmeler ve diplomatik alanda alınacak seyahat özgürlükleri turistlerin mobilitelelerini artıracaktır. Bu durum turizm sektörüne önemli ölçüde yansıtacak ve Türkiye bundan olumlu etkilenecektir. İran turizm pazarı açısından Türkiye önemli bir destinasyondur. Türkiye'nin; özellikle dışa açık moderniteyi temsil eden bir yapıya sahip olması, bu bağlamda oldukça etkilidir. Bu anlamda İranlı gençlerin ve ailelerin ilgisini çekmektedir. Bu ilgi, elde edilen kişi başı gelir ile de desteklendiğinde ortaya oldukça önemli bir tablo çıkmaktadır (Özcan, 2017, s. 11-12).



**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

**Grafik 3:** İran'dan Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (2010-2019)

TUİK verilerine göre oluşturulan Grafik 3 incelendiğinde, Türkiye'ye gelen İranlı turistlerin sayısı 1,5 milyonun çok üzerinde olduğu görülecektir. 2011 yılından sonra ise bu sayı da ciddi bir azalma gözlenmiştir. 2012 yılında 1 milyon civarına gerileyen bu oranlar, 2014 yılında bir yükselişe geçtiği ve 1,5 milyon civarına yakın olduğu görülmektedir. 2016 yılında Türkiye'de yaşanan darbe girişimi nedeniyle İranlı turist sayısındaki artış negatife dönmüştür. 2017-2018 yıllarında ise İranlı turist sayısında son sekiz yılın en yüksek artışı gerçekleşmiş ve 2,5 milyona yakın İranlı turist Türkiye'ye gelmiştir (TUİK, 2017). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2019 yılı verilerine göre Türkiye'ye gelen İranlı turist sayısı 2 milyonun üzerindedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019).



**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK)

**Grafik 4:** Türkiye'den İran'a Giden Turist Sayısı (2010-2018)



Grafik 4'te yer alan TÜİK verilerine göre; İran'a giden Türk vatandaşlarının sayısı 2010 yılında son yılların en fazla sayısını oluşturmuş 300 bin kişiyi aşmıştır. Sonraki yıllarda ciddi oranda düşüşle grafik negatif yönlü olmuştur. 2014 yılında Türkiye'den İran'a giden turist sayısı 163 binin üzerinde seyrederken 2017 yılında bu sayının neredeyse %50'ye yakın bir artışla yükseldiğini görülmektedir. 2017 yılında İran'a giden turist sayısının 280 bin aştığı (TÜİK, 2017), TÜİK 2018 yılı verilerine göre İran'a giden Türkiyeli turist sayısı 645 binin üzerine çıkmıştır.

Turizm sektöründen maksimum faydanın sağlanabilmesi için İran'la olan ikili ticari ve ekonomik ilişkilerin önümüzdeki dönemde geliştirilmesine odaklanılmalıdır. İran'da turizm yatırımlarının şekillenmesinde dünyada önemli bir yere sahip olan Türkiye turizm teşkilatlanması, önemli bir rol model olabilir. İran, bu anlamda sadece dış turizm talebi olarak görülmemelidir. Aynı zamanda İran, Türk turizm yatırımcısının çift taraflı kâr elde edebileceği bir destinasyondur.

### **İran Turizmini Olumsuz Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular**

İran turizmi zengin bir potansiyele sahip olmuş olsa da, bu potansiyelin gelişmesini olumsuz etkileyen birtakım faktörler bulunmaktadır. Turizm kaynaklarının zenginliğine rağmen, İran'ın, uluslararası turizm pazarında, özellikle bölgedeki benzer komşu ülkelerle karşılaştırıldığında, çok küçük bir pazar payına sahiptir.

İran'da turizm sektörünün gelişmesi ile ilgili düşünüldüğünde jeopolitik konumu hem geliştirici hem de engelleyicidir. İran jeopolitik konumu tarihsel süreçlerde önemli ticaret yollarının geçiş noktası, önemli medeniyetlerin yaşadığı alan bakımından avantajlar sağlamış olsa da günümüzde bu durumu dezavantajlar da oluşturmuştur. Özellikle İran çevresinde yaşanan başta siyasi olmak üzere tüm olaylar ve bu olaylara karşı İran'ın içe kapanık bir devlet politikası geliştirmesi olumsuz etkileri daha da arttırmıştır.

Bir taraftan İran İslam Devrimi (1979), İran-İrak Savaşı (1980-1988), on yıl süreyle Körfez'de turizme darbe vururken, diğer yandan da 1991'de yaşanan Körfez Savaşı krizi turizmin beklenen gelişmesini durdurmuştur. Ancak İran için daha da önemli olan köktendinci yönetim tarzının dış turizme olanak vermemesidir (Özgüç, 2017, s. 381). 2003'te ABD'nin Irak'ı işgali ile bölgede değişen dengeler, 2015 yılına kadar İran'a uygulanana ambargo uygulamaları ülkeye yabancı özellikle de Avrupalı turistlerin girişini ciddi anlamda etkilemiştir. Ambargoların kaldırılması ile İran ve batılı ülkeler arasındaki ilişkiler de olumlu yönde ilerlemeye başlamıştır. Ancak 2018'den itibaren yeniden Amerika ambargosu söz konusu olunca ve ABD-İran arasındaki ilişkilerin yeniden gerilmesi artan turist sayısını olumsuz etkileyecektir.

İran ile Batı arasındaki süregelen gerginlikler (Bahae, Perez-Batres, Pisani, Miller ve Saremi, 2014) uluslararası turizm endüstrisini ciddi biçimde etkilemiştir. Bu gerginlikler ülkelerin vatandaşlarına İran'a giriş yapmaları durumunda güvenliklerinin tehdit altına gireceğine dair uyarılar yapmasına neden olmaktadır. Bunun sonucunda da turistler İran'dan uzak durma yoluna gitmektedir.

İran devletinin asıl ekonomik gelir kaynağını petrol ve doğalgaz olarak görmesi, bunların dışında kalan turizm sektörüne ayırdığı finansman kaynağının yeterli olmaması ve ayrıca ayrılan bütçenin de doğru ve yerinde kullanılmaması turizmin gelişmesinin önündeki engeller arasındadır. İran devletinin turizme bakış açısı (ülke genelinin gelir kaynağı olarak görmemesi ve sosyo-ekonomik açıdan değerlendirmemesi gibi) turizmin gelişmesinin önünde engel teşkil etmektedir. Devletin özellikle sadece turistlerin yoğun geldiği Tebriz, Tahran, Meşhed, Horasan gibi kalkınmış eyaletlere odaklanması ve buralardaki tesislerin olanaklarını geliştirmeye çalışması turizme bakış açısının göstergesidir. Ayrıca İran yönetim şeklinin de giyim-kuşam konusunda bazı zorunlulukları getirmesinden dolayı yabancı turistlerin ülkeye girişleri konusundaki soru işaretlerini arttırmakta ve seyahat tercihleri arasında yer vermemelerine neden olmaktadır.

İran turizminde tanıtımın yeterli olmaması da turizm potansiyelini olumsuz etkileyen faktörler arasındadır. Özellikle turizm araçlarının (tur operatörleri ve seyahat acenteleri gibi) İran turizmini tanıtım çabaları, batı kitle iletişim araçları tarafından uluslararası turizm pazarına yansıtılan olumsuz imaj nedeniyle engellenmektedir. Aynı zamanda güvenlik sorunlarına aşırı dikkat çekmeye eğilimli bir imge olan batı kitle iletişim araçları özellikle kültürel, dini kaynaklar ve turistik yerler açısından ülkenin ziyaretçilerine sunabileceği gerçek turistik kaynaklar ve deneyimlerin büyük bir kısmını gölgede bırakmaktadır. Başta yerli turistlerin olmak üzere yabancı turistlerin kendi hakları ile ilgili bilgilere sahip olmamaları turizm şirketleri tarafından suiistimal edilmektedir. İran turizm altyapısı uluslararası standartlarda geniş bir turist kitlesine hitap edecek ve onlara yeterli gelecek düzeyde değildir. Turizmin gelişiminin sağlanmasının önemli araçlarından biri de turistik hizmetlerdir. Bu hizmetlerin hepsi birbirini tamamlamaktadır. Birinin eksikliği diğerini de etkilemektedir. Özellikle konaklama, yeme-içme ve alışveriş konusundaki hizmetler gelişme göstermemiştir. Lisanslı konaklama tesislerinin varlığı da yeterli bulunmamaktadır.

Turizm ulaştırmasında coğrafi mekâna (kara, su, hava) ihtiyaç olduğu için hem ulaşım coğrafyası hem de turizm coğrafyası kapsamında araştırmalara konu olmaktadır. En başta; turistlerin yaşadığı yerler ile tatile gittiği yerleri (destinasyonlar) birbirine bağlayan ulaşım güzergâhları turizm coğrafyasının önemli konularından biridir (Baykal-Soykan, 2015, s. 58). Turizm ulaşım sistemlerine bağlı olarak gelişme göstermiş ve turizmin gelişimi de ulaşımı canlandırmıştır (Doğaner, 2012, s. 1). Bu bağlamda değerlendirildiğinde İran turizmini olumsuz etkileyen bir başka neden uluslararası ulaşımın yetersiz ve çok pahalı olmasıdır. Tabi bunun yanında şehir içi ulaşımın çok ucuz olması da özellikle yerli turizmi olumlu etkileyen faktördür. İran'da su, elektrik, yol gibi altyapının çok gelişmemiş olması turizmi olumsuz etkileyen faktörler arasındadır. İran'da internet kullanımının sınırlı olması, uydu kanallarının yasaklanmış olması bir diğer etken olarak gösterilebilir. Yabancı turistlerin internet üzerinden otel rezervasyonu ve ödeme yapamaması, İran'da kredi kartlarının geçerli olmaması gibi etkenlerin de turizmin gelişmemesinde rol oynadığı görülmektedir.

Doğal, tarihi, sosyal, kültürel ve estetik değerlerin korunması ve geliştirilmesi konusunda sürdürülebilir bir turizm politikası bulunmamaktadır ve bu değerler yeterince korunmamaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi ve bu pazarda rekabet gücünün artarak devam edebilmesi için profesyonel yönetim kadrosunun olmasını gerektirmektedir.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

İran Asya, Orta Doğu ve Avrupa ülkeleriyle ticaret yollarının kesiştiği bir konumdadır. Dolayısıyla tarihe tanıklık etmiş birçok devletin kültürünü ve tarihini barındırmaktadır. Bu nedenle de farklı kültürleri ve tarihleri harmanlayarak kendi kültürünü şekillendirmiştir. Zengin tarihi ve kültürel varlıklarına ek olarak, İran muhteşem fiziksel, doğal ve ekolojik çeşitliliğe de sahiptir.

İran, dünya turizm haritasında kendine özgü bir yer tutmasına rağmen, turizm gelişiminde büyük zorluklarla karşı karşıya kaldığı anlaşılmaktadır. İran 2000'den fazla turistik cazibeye sahip olmasına rağmen, bu turistik cazibelerin tanıtılmasını sağlayacak finansman ve uygun veri kaynağının olmaması ülke turizminin gelişmesini engellemektedir.

Orta Doğu ülkeleri içinde turizm potansiyeli yüksek olan çok sayıda ülke bulunmaktadır. Özgüç'ün de belirttiği gibi Orta Doğu'da turizmi geliştirmek için yatırımlarını turizmi geliştirmeye göre planlayan ülkeler; Mısır, İsrail ve Lübnan ile Ürdün'dür. Orta Doğu ülkeleri içerisinde tarihi ve kültürel çeşitlilik bakımından en fazla turizm destinasyonuna sahip ülkelerden birisi de İran'dır.

İran'ın tarihi geçmişi, farklı inançlar ve kültürlere ait birçok değeri barındırmaktadır. İran'da Meşhed, İsfahan, Yazd ve Tahran birçok inanca ait tarihi eserleri ve kutsal mekanlarıyla ülkenin en fazla turist çeken turizm merkezlerindedir. İran tarihi çok eskilere dayanan antik şehirleri korumuştur ve bu antik şehirlerin çevrelerindeki altyapı tesislerini de gün geçtikçe geliştirmektedir. Tahran, Persepolis, Yazd, Tebriz önemli turizm merkezleri arasında olup turizme katkı sunmaktadırlar.

Hemen hemen her yıl İran'da düzenlene film ve sinema festivalleri İran turizmi açısından oldukça önemlidir. İran sineması dünyada kendini kanıtlamış bir başarıya sahiptir. İran sinemasını bilen ve merak eden yönetmenler ve sinemaseverler İran'da düzenlenen festivallere ilgi göstermekte ve katılmaktadırlar. İran sineması aracılığı ile İran'ın kültürel ve tarihi zenginlikleri dünyaya tanıtılmaktadır.

İran'ın tarihî, kültürel, jeolojik, jeomorfolojik ve iklimik özelliklerinin sağladığı avantajlar, ülkedeki doğal turizm çeşitliliğine katkıda bulunmuştur. Zengin kültürel mirasla birlikte bu olağanüstü doğal turizm potansiyelindeki çeşitlilik yerel ekonomiyi çeşitlendirmek ve kırsal kalkınmayı güçlendirmek için gerekli olan jeoturizm ve jeopark gelişimi için değerli bir temel oluşturmaktadır.

İran'ın ekonomi politikası petrol ve doğalgaz endüstrisinden büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu nedenle, turizmdeki kamu politikaları çok karmaşık kültürel, sosyal, ekonomik ve özellikle politik şartlarla ilişkilidir. İran devletinin politik yapısı ve uygulamaları yine turizm geliştirme mekanizmalarını etkilemektedir. İran devletinin merkezileşmesi ve bürokrasisinin özellikleri, devletin dış politikalarının turizmin gelişimine nasıl engel olduğu araştırmalarda açıkça ortaya çıkmaktadır. Hemen her konuda olduğu gibi turizm politikaları; politik ortamın, değerlerin, ideolojilerin ve karar alma süreçlerinin gücünün bir ürünüdür.

İran'da bir yandan petrol üzerine kurulu politik ekonominin ve kayıt dışı ekonomik sektörlerin gelişmesinin, bir yandan da İran'daki siyasal iktidarın ve devletin yönetiminin birleşmesi, özel bir ekonominin kurulmasını sağlamıştır. Bir makro sistem olarak toplum ve siyaset, İran'daki petrol endüstrisi tarafından oldukça etkilenmiş ve şekillenmiştir. Dolayısıyla, bir alt sistem olarak turizm, bu ekonominin ve petrol temelli siyasetin etkisi altındadır.

Bir taraftan İran'daki sosyo-kültürel yapının İran turizmine olumsuz etki yaptığı görüşü mevcut iken diğer tarafta da bunun olumsuz bir etki olmadığı yaklaşımları mevcuttur. Turizm literatüründe turistlerin kararlarını varış noktalarındaki sosyo-kültürel koşulların belirlediği bilinmektedir. Birçok potansiyel destinasyona rağmen, yabancı turistler Orta Doğu ülkelerindeki turizmin, eğlence veya eko turizm türleriyle çok gelişme göstermediğine inanmaktadır. Suudi Arabistan, Mısır ve İran gibi ülkelerin çoğu kültürel, tarihi ve inanç turizmi ile hizmet sunmaktadır. Bu ülkelerle kıyaslandığında İran'ın kültürel, tarihi ve inanç turizmi yanında doğal faktörlerin şekillendirdiği turistik cazibelere de sahiptir. Küresel turizmde yeni eğilimleri takip etmek ve uluslararası turistlere, ülkedeki güvenlik ve güvenlik standartları hakkında doğru bilgileri ulaştırmanın yollarını bulmak, turistlere sunabileceği devasa turizm deneyimleri portföyüne sahip olduğunu göstermek durumundadır.

İran'ın altyapısının yabancı yatırımlar ile yenilenmesi, İran'ın uluslararası ticaret normları ve standartları benimsemesi ve Batı ile İran arasındaki ticaret hacminin artması her iki taraf adına önemli kazançlar sağlayacaktır. Ayrıca İran'da turizm sektöründe yatırım yapan Türk yatırımcılara 50% vergi indirimine olduğu da gözden kaçırılmamalıdır. İstikrara kavuşmuş İran, Türkiye için ciddi bir ticari kazanç anlamına da gelebilir. Turizm ve ticaret arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır. Yeni bir pazarda riskleri göze alan Türk yatırımcı için iş imkânı sağlayabilir ve var olan ticari ilişkiler de turizme katkı sağlayabilir. İran-Türkiye arasında turizm ilişkilerinin gelişmesi ticareti hızlandırıp turizmi daha da canlandıracağı öngörülmektedir.

Sahip olduğu avantajları turizmde verimli bir şekilde kullanmaya başlayan İran'a gelen turist sayısı her yıl değişkenlik göstermektedir. ABD'nin İran'a uyguladığı ekonomik yaptırımların kaldırılması ile İran turizm faaliyetlerinde ve turizm gelirlerinde artışlar meydana getireceği öngörülmektedir. Birçok ülkeyle yapmış olduğu ve yapacağı anlaşmalarla iş birlikleri ülkenin dış ülkelerde tanıtılmasında faydalı olacaktır; bu durum, ülkeye gelen turist sayısının artışında da etkili olacaktır. Ülkenin turizmden elde ettiği gelirler arttıkça, ekonomik refah düzeyi de artmış olacaktır ve yurtdışına çıkan yerli turist sayısında da artış sağlanacaktır. İran turizminin uluslararası sisteme entegre olması turizm potansiyeli değerlendirilmesini sağlayacak bu vesile ile de önemli bir gelir ve istihdam kaynağı oluşturacaktır.

İran turizminin gelişimi ve var olan potansiyelinin değerlendirilmesine ilişkin başlıca önerilerimiz:

1. İran'da turizm faaliyetlerinin geliştirilebilmesi için öncelikle turist kaynağı olarak düşünebilecek gelişmiş ülkelerde İran'a yönelik can güvenliği tehlikeli ülke anlayışını değiştirmek için gerekli adımların atılması, tanıtımların yapılması,
2. Tarihi ve kültürel destinasyonlara sahip olan İran'da, bu kaynakların korunması ve tanıtılması için İran devletince uygun politikaların yürütülmesi ve temel planlamaların yapılması,
3. Turizmin başarılı ve sürdürülebilir olması için, planlama ve yönetim, turizm kaynaklarının güncel bilgi ve anlayışının yanı sıra, jeolojik ve kültürel mirasın birçok yönüne yani bütüncül bir bakış açısına dayandırılması,
4. İran turizminde gelişmenin yaşanması için öncelikle yol, su, elektrik ve iletişim ile ilgili altyapının iyileştirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bunlarla birlikte turizm hizmetlerinde de uluslararası standartları yakalaması gerekmektedir.
5. Konaklama, restoran ve alışveriş gibi hizmetlerde kalitesinin arttırılmalıdır. Gittikçe küreselleşen dünyada internet kullanımı, internet üzerinden ihtiyaçların giderilmesi çok yaygındır. İran'da da özellikle otel rezervasyonlarının ve ödemelerinin internetten yapılabilir olmasının İran turizmine ciddi bir ivme kazandıracaktır.
6. İran'ın var olan turizm altyapısı turist oranla yetersiz kalmaktadır. İran turizminde yabancı turistlerin özellikle restoranlarda ve gezi esnasında en çok karşılaştığı sorunlardan biri de kendi dilinin çok bilinmemesi ve tercümelerin yanlış yapılmasıdır. Turizm sektöründe çalışan personellerinin İngilizce, Fransızca, Almanca, Japonca gibi dil becerilerini geliştirmeleri İran turizminin gelişimi bakımından önemlidir.
7. İran sahip olduğu büyük kültürel ve dinsel mirasın tanıtımını yapabilirse, inanç turizmi açısından uluslararası turistlerce cazip hale gelebilir.
8. İran sahip olduğu eko turizm çeşitliliğini geliştirip, tanıtımını yapma yolunda faaliyetlerinin artırırsa eko turizme yönelik turist girişlerinde artış meydana gelecektir.
9. Hukuki açıdan da zaf noktası olan güvenlik konusunda yerli ve yabancı turistleri kapsayan yasal düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

#### Kaynakça

- Özcan, C. C. (2017). İran ve Türkiye Turizm İlişkisi. *İRAN*.
- Özgüç, N. (2017). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*. İstanbul: Babil Kitabevi.
- Akova, İ. (2012). *Turizm Coğrafyası*. Anadolu Üniversitesi.

- Baykal-Soykan, F. (2015). Uluslararası Turizm Ulaştırmasının Akış Yönü ve Dağılımı. *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2), 56-68.
- DEİK; TİM. (2016). *Ambargo Sonrası İran Ekonomik ve Ticari Etki Analizi Projesi*.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Doğaner, S. (2012). Türkiye Ulaşım Sistemleri ve Çevre İlişkileri. *Coğrafya Dergisi*(6), 1-25.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Farsani, N., Coelho, C., Costa, C., & Amrikazemi, A. (2014). Geo-knowledge Management and Geoconservation via Geoparks and Geotourism. *Geoheritage*, 6, 185-192. doi:10.1007/s12371-014-0099-7
- Gharamaleki, M. R. (2005). *İran'da Turizmin Gelişimi ve İran'ın Doğu Azerbaycan Eyaletinde Bulunan Otel Personelinin Performans Değerlendirmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi*. İstanbul.
- Ghaz, J. M., Ólafsdóttir, R., Tongkul, F., & Ghazi, J. M. (2013). Geological Features for Geotourism in the Western Part of Sahand Volcano, NW Iran. *Geoheritage*(5), 23-34.
- Handcrafts and Tourism Organization . (2011). *Iran Cultural Heritage*.
- Heydarzadegan, P., & Arslan, M. (2010). Merağa İli (İran) Turizm Potansiyelinin A'WOT Analizi ile Değerlendirilmesi. *Ormacılık Dergisi*, 107-117.
- Honarfar, L. (1376). *Familiarity With Historical City Of Esfahan*. Esfahan.
- Reece, W. S. (2010). *The Economics of Tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, 67-75.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019, Ekim). *yigm.ktb.gov.tr*. <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/63642,turizm-istatistikleri-2019-icerepdf.pdf?0> adresinden alındı
- T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı. (2020). <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/72808,turizmistatistikleri2020-lupdate20052020pdf.pdf?0> adresinden alındı
- TUİK. (2017). *Türkiye İstatistik Kurumu Raporu*.
- TURSAB. (2017). *Tahran Uluslararası Turizm Fuarı Değerlendirme Raporu*. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği .
- UNWTO. (2019). *International Tourism Highlights*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> adresinden alındı
- UNWTO. (2020). *International Tourism Highlights*. <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng> adresinden alındı
- UNWTO. (August 2017). *Tourism Highlights*. World Tourism Organization. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (Temmuz 2015). *Annual Report*. World Tourism Organization.
- Urban Strategy Partners. (Aralık 2017). *Turizm ve Kentler Raporu*. Londra.
- Usta, Ö. (2001). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Vista ara Kültür Müessesesi-İraniya. (2015). *İran'ın Bitki Örtüsü*. Tahran.
- WTTC. (2020). *Economic Impact*. Ekim 2020 tarihinde <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> adresinden alındı
- WTTC. (March 2017). *Travel&Toruism, Economic Impact Iran*. Worl Travel and Toruism Council. United Kingdom: World Travel and Toruism Council .
- Yarcan, Ş. (2006). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.