



## Kıtlık Algısının Salda Gölü Ziyaretçileri Üzerinde İncelenmesi (Studying of Scarcity Perception on Salda Lake Visitors)\*\*

\* Sevgi KANIGÜR<sup>a</sup> , Muhammed DEMİRALP<sup>a</sup> , Azize HASSAN<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Tourism Management, Ankara/Türkiye

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Tourism Management, Ankara/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:27.11.2022

Kabul Tarihi:12.03.2023

### Anahtar Kelimeler

Kıtlık algısı

Kıtlık teorisi

Salda gölü

### Öz

Tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerden biri de kıtlık algısıdır. Kıtlık algısı, miktar ve zaman bağlamında arz ve talep kaynaklı olarak gelişebilmektedir. Kıtlık algısının türlerini ve etkilerini bilmek, tüketici davranışlarını anlamayı ve yönlendirmeyi de kolaylaştırmaktadır. Turizm sektöründe de ziyaretçilerin davranışlarındaki motivasyonları belirlemek; uygun turizm politikaları geliştirebilmek ve yürütmek açısından önemlidir. Kıtlık algısı turizm açısından değerlendirildiğinde; yoğun talep gören ve doğal çekiciliğini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya olan Salda Gölü önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bu önemden hareketle gerçekleştirilen çalışmanın amacı, kıtlık algısının Salda Gölü ziyaretçileri üzerindeki etkisinin kıtlık teorisi kapsamında değerlendirilmesidir. Araştırmada nitel araştırma yöntemine başvurulmuş ve Salda Gölü ziyaretçileriyle görüşme yapılmıştır. Betimsel analiz yapılan görüşme bulgularının değerlendirilmesinde, yıllara göre Salda Gölü'nün ziyaretçi sayıları ve bölgeyle ilgili yazılı basın haberlerinden faydalanılmıştır. Görüşme bulgularına göre; katılımcıların sayısı ve ziyaret etme nedenleri arasında kıtlık algısı 2019 yılı itibarıyla artmaya başlamıştır. Kıtlık algısının en çok etkili olduğu yılın ise 2020 olduğu bulgulanmıştır. Sonuç olarak; Salda Gölü ziyaretçilerinin ziyaret nedenleri arasında hem arz hem de talep kaynaklı kıtlık algısının etkili olduğu görülmüştür.

### Keywords

Perception of scarcity

Scarcity theory

Salda Lake

### Abstract

One of the factors affecting consumer behavior is the perception of scarcity. The perception of scarcity can develop due to supply and demand in the context of quantity and time. Knowing the types and effects of scarcity perception also facilitates understanding and directing consumer behavior. To determine the motivations in the behavior of visitors in the tourism sector, it is important in terms of developing and executing appropriate tourism policies. When the perception of scarcity is evaluated in terms of tourism, Salda Lake which is in high demand and is in danger of losing its natural attractiveness, is an important example. Based on this importance, the purpose of the study is to evaluate the effect of the perception of scarcity on the visitors of Salda Lake within the scope of scarcity theory. Qualitative research method was used in the research and interviews were conducted with the visitors of Salda Lake. In the evaluation of the interview findings with descriptive analysis, the number of visitors to Salda Lake by years and the written press news about the region were used. According to the interview findings, as of 2019, the perception of scarcity began to increase in the number of participants and the reasons for visits. It has been found that the year in which the perception of scarcity is most effective is 2020. In conclusion it has been observed that the perception of both supply and demand-based scarcity is effective among the reasons for the visit of Salda Lake visitors.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: sevgi.kanigur@hbu.edu.tr (S. Kanigur)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1178

\*\*Bu çalışma 3th International Travel and Tourism Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.