

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

* Sevgi KANIGÜR^a , Muhammed DEMİRALP^a , Azize HASSAN^b

^a Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Tourism Management, Ankara/Türkiye

^b 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.

GİRİŞ

Kıtlık algısı, tüketici tercihlerini ve davranışlarını etkilemede gittikçe daha çok kullanılan pazarlama yöntemlerinden biri olmaktadır. Pazarlamacıların sıklıkla başvurduğu bu yöntem, teorik anlamda kıtlık teorisi ile açıklanmaktadır. Kıtlık algısı; pazarlamacılar tarafından bilinçli olarak oluşturulabildiği gibi mal veya hizmetin az bulunurluğu ile kendiliğinden de gelişebilmektedir.

Turizm açısından kıtlık algısı değerlendirildiğinde, uğradıkları çevresel tahribat nedeniyle destinasyon bağlamında Hasankeyf, Pamukkale, Ayder Yaylası, Salda Gölü gibi sürdürülebilirliği tehlike altında olan destinasyonlar akla gelmektedir. Özellikle Salda Gölü; Mars yüzeyine benzerliği bakımından Dünya üzerindeki iki bölgeden biri olması (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021), doğal çekiciliklerinin tehlike altında olması, ziyaretin çeşitli düzenlemelerle sınırlandırılması gibi nedenlerle ilgi çekmektedir.

Salda Gölü ile ilgili turizm kapsamındaki araştırmaların çoğunlukla; sürdürülebilirlik (Ceylan & Bulut, 2019; Kapan, 2016), aşırı turizm (Kara, Celep & Kanıgür, 2020; Yazıcıoğlu, Alphan & Onur, 2020), son şans turizmi (Kasaroğlu, 2021; Kılıç & Yozukmaz, 2020; Küçükergin & Gürlek, 2020), turist görüşleri ve deneyimleri (İnanır & Ongun, 2021; Temurçin & Tozkoparan, 2020) çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Araştırma konularının yöneliminden de anlaşılacağı üzere, bölgenin sürdürülebilirliği önem arz etmektedir.

Salda Gölü ziyaretçilerinin ziyaret motivasyonlarının belirlenmesi; bölgeye özgü etkin ziyaretçi yönetim planlarının oluşturulabilmesi ve destinasyonun sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için gereklidir. Turistlerin Salda Gölü'ne yönelik algıları ve ziyaret motivasyonlarına ilişkin olarak; bölgenin doğal tabiatının, sosyal medyanın ve Türkiye'nin Maldivleri olarak tanımlanmasının ziyaret nedenlerinde etkili olduğu, turist sayısının artmasının çevreye zarar verdiği, en çok doğal yapının bozulmasından endişe duyulduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Temurçin & Tozkoparan, 2020, s.109-110). Salda Gölü'ndeki ziyaretçi artış nedenlerinin aşırı turizm kapsamında incelendiği bir araştırmada ise doğal çekicilik, popülerlik ve fiyatların uygun olması temaları öne çıkmıştır (Yazıcıoğlu, Alphan & Onur, 2020, s.508). Salda Gölü'ne yönelik motivasyonların son şans turizmi kapsamında ele alındığı çalışmada ise "doğal yansıma", "son şans deneyimi", "destinasyonun hikayesine katılma", "kaçma ve rahatlama", "çekicilik" gibi motivasyonlar incelenmiştir. Son şans deneyimi motivasyonlar arasında üçüncü sıradadır (Küçükergin & Gürlek, 2020, s.7).

Literatürdeki çalışmalar arasında Salda Gölü ile ilgili seyahat motivasyonlarında kıtlık algısının incelendiği bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu nedenle çalışmanın temel amacı; Salda Gölü ziyaretçilerinin ziyaret nedenleri arasında kıtlık algısının rolünün belirlenmesidir. Kıtlık algısının ortaya çıkışının, ziyaretçi davranışlarına etkisinin ve nasıl yönetileceğinin anlaşılması; Salda Gölü gibi destinasyonlarda sürdürülebilir turizm yönetiminin sağlanması açısından önemlidir. Çalışmanın literatürdeki boşluğu doldurmaya ve Salda Gölü gibi destinasyonlara yönelik seyahat motivasyonlarının anlaşılmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

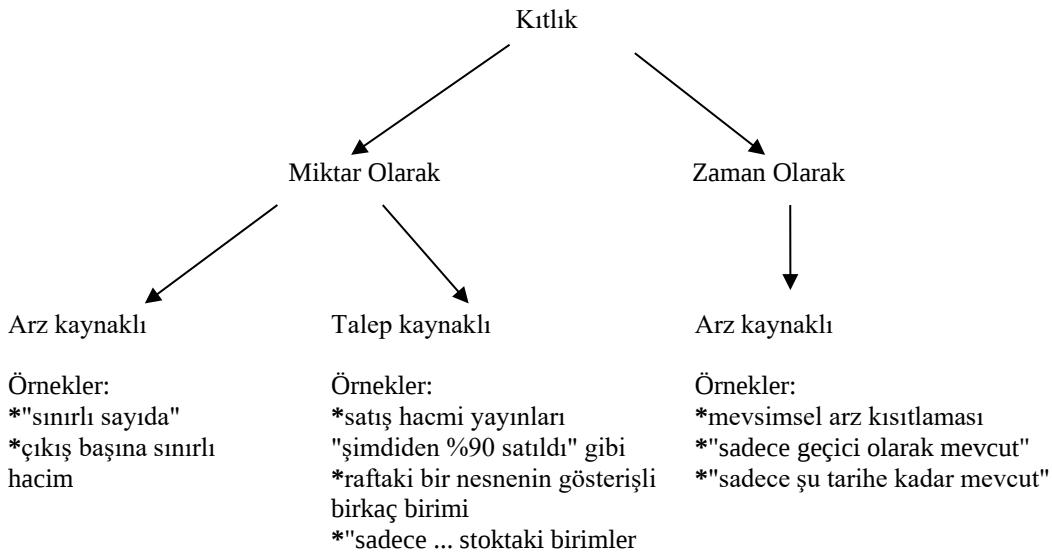
Araştırmanın kavramsal çerçevesinde öncelikle araştırma konusunu oluşturan Salda Gölü ziyaretçilerinin kıtlık algısının açıklanmasında faydalanan kıtlık teorisi ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Sonrasında Salda Gölü'ne ilişkin özelliklere, turizm potansiyeline, yasal düzenlemelere, güncel gelişmelere ve yazılı basın haberlerine yer verilmiştir.

Kıtlık Teorisi

Türk Dil Kurumu'na göre kıtlık, “kıt olma durumu, ihtiyaca yetmeyecek kadar azlık, az ve zor bulunma” olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, t.y.). Verhallen'e (1982) göre ise; kıtlık, ekonomi biliminin sınırlarını belirleyen, ekonomideki merkezi bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Verhallen, 1982, s.299). Cialdini'ye (2005) göre; herhangi bir şeye sahip olma özgürlüğü kısıtlandığında, o şey daha kıt olarak görülmekte ve daha çok istenir hale gelmektedir (Cialdini, 2005, s.298). Kıtlık, aynı zamanda bireyin bilgiyi işleme becerisinde çelişkili iki etkiye neden olmaktadır. Ürünün varlığı sınırlandığından kıtlık, “(1) bireyin bilgiyi işleme becerisine müdahale eden uyarılmayı teşvik edecek ve (2) bu bilgiyi işlemek için motivasyonu ve çabayı artıracaktır” (Suri, Kohli & Monroe, 2007, s.91). Sonuç olarak, kıtlık durumunda mal veya hizmete olan ilgi ve atfedilen değer artmaktadır.

Kıtlık, sınırlı arz veya yüksek talep kaynaklı olabilmektedir. Arzdan kaynaklı bir kıtlık “sınırlı sayıda” gibi ifadelerle dile getirilirken, sahiplerine de ayrıcalık mesajı iletmektedir. Talep kaynaklı kıtlıkta ise “yüksek talep nedeniyle neredeyse tükendi” veya “stoğumuzun %80'i şimdiden satıldı” gibi ifadeler kullanılmaktadır (Gierl & Huettl, 2010, s.225).

Kıtlık, zaman ve miktar kısıtlaması olarak iki başlıkta ele alınmaktadır. Buna göre; miktar bağlamında kıtlık derecesi satılan her ürünle, zaman bağlamında ise zamanın akışıyla artmaktadır. Miktar anlamında kıtlık arz veya talep kaynaklı olabilirken, zaman kıtlığı sadece arz kaynaklı gerçekleşmektedir (Gierl, Plantsch & Schweidler, 2008, s.46). Şekil 1'de kıtlık türleri miktar ve zaman bağlamında gösterilmektedir.



Şekil 1. Kıtlık türleri.

Kaynak: Gierl, Plantsch & Schweidler, 2008, s.46.

Ayvaz ve Alınçık'a (2018) göre kıtlığın etkisini açıklamada iki temel teori kullanılmaktadır. Bu teoriler iktisat teorisi olarak bilinen mal teorisi (commodity theory) ve psikoloji kökenli psikolojik tepki/tepkişellik (reactance theory) teorisidir (Ayvaz & Alınçık, 2018, s.4). Ustaahmetoğlu (2015) ise kıtlık kavramını açıklamada bu teorilerin yanı sıra kıtlık ilkesinden de yararlanmıştır (Ustaahmetoğlu, 2015, s.161).

Ekonomi teorisinin temel bir parçası olarak değerlendirilen kıtlığın; piyasa değerini/fiyatını artırırken, talebi/miktarı azalttığı, psikolojik değeri ise etkilemediği ifade edilmiştir. Ekonomistlerin kıtlığın psikolojik etkileriyle ilgili varsayımları meta teorisiyle çelişmektedir (Lynn, 1992, s.67). Meta teorisi ise; “arz, talep ve fayda

gibi geleneksel ekonomik değişkenlerin psikolojik kavramsallaştırılmasını” öne sürmektedir (Verhallen, 1982, s.320). Kıtlığın psikolojik etkileri ile ilgilenen mal/emtia teorisine göre “herhangi bir meta, mevcut olmadığı ölçüde değerlendirilecektir” (Brock, 1968; akt. Brock & Brannon, 1992, s.136). Kıtlık, bireylerin metalara yönelik tepkisini etkilemekte ve meta, kıtlığı oranında değerli ve arzulanan olarak değerlendirilmektedir (Verhallen & Robben, 1994, s.316). Meta/emtia olarak tanımlanabilen mesaj, deneyim veya nesne gibi şeylerin üç özelliğe sahip olması gerekmektedir. Öncelikle metaya sahip olmak fayda yaratmalıdır. İkinci olarak, kişiden kişiye aktarılabilirliği söz konusudur. Üçüncü olarak ise ulaşılabilir ve sahip olunabilir olmalıdır. Buna göre pazarlanabilen mal ve hizmetlerin tümü meta olarak değerlendirilmektedir. Tanıtım faaliyetleri dahi, satıcıdan tüketiciye aktarıldığı ve tüketiciye fayda sağladığı için meta olarak tanımlanabilmektedir (Lynn, 1991, s.44).

Tepki teorisine göre ise; bireylerin belirli bir davranışla ilgili özgürlükleri ortadan kaldırıldığında veya özgürlükleri tehdit altında olduğunda o özgürlüğü yeniden elde etmek için motivasyonel olarak psikolojik tepki göstermektedirler (Suri, Kohli & Monroe, 2007, s.91). Bu teori, Jack Brehm tarafından 1966 yılında yayımlanmıştır (Cialdini, 2005, s.341). Teori, seçim özgürlüğü sınırlandığında veya kontrolleri azaldığında bireylerin tepkisini açıklamak üzere oluşturulmuştur. Azlık durumunda sahip olma özgürlüğünü koruma ihtiyacı, o ürün veya hizmetin daha çok istenmesi tepkisine neden olmaktadır (Cialdini, 2005, s.291). Kişisel olarak rekabet, haz odaklı ve gösteriş amaçlı tüketim; bireyleri kıtlık durumunda daha hızlı olarak psikolojik tepki göstermeye yönlendirmektedir. Ürünün tekrar satılmayacak oluşu, ürünü alma olanağının kalmaması ve diğer tüketicilerle olan rekabet psikolojik tepkiye neden olmaktadır (Ustaahmetoğlu, 2015, s.161).

Kıtlık ilkesi bağlamında Cialdini (2005), bu ilkenin kullanımıyla ilgili dört taktik üzerinde durmuştur. Bunlar; sınırlı sayı, sınırlı süre, nadirlik ve sansür olarak tanımlanmıştır. Sınırlı sayı taktiği ile ürünün azlığı konusunda tüketici ikna edilerek, ürünün değeri artırılmaktadır. Üretim veya dağıtım gibi sebeplerle kıtlığı vurgulanan ürün, tüketici için çekici hale gelmektedir. Sınırlı süre taktiğinde ise ilgili mal veya hizmete sahip olma fırsatı için belirli bir süre tanımlanmaktadır. Böylece daha önce olmayan bir ilgi yaratılmaktadır. “Son gün” gibi zaman limiti belirtilerek karar verme süreci hızlandırılmaktadır. Nadirlik, ürünlerin nadir olduğu, tekrar üretilmesinin söz konusu olmadığı durumlarda görülmektedir. Açık artırmayla satılan ürünler bu kategoridedir. Sansür taktiği ise yasak olan şeyleri isteme ve onları değerli bulma eğiliminden yararlanmaktadır. Özgürlüğün kısıtlanmasıyla o ürün veya hizmete olan ilgi artmaktadır (Cialdini, 2005, s.286-298).

Worchel’in (1992) iletişim özgürlüğüyle ilgili çalışması sonucunda; metaya erişim engellendiğinde metaya sahip olanların sayısı ve özgürlüğün tehdit altında olmasının kişiseliliği ile metayı elde etme arzusunun arttığı görülmüştür. Buna göre kısıtlı olan metaya sahip olmak bireyi benzersiz kılmaktadır (Worchel, 1992). Benzersizliğin sebeplerinden biri; kıtlığın yüksek talep yerine düşük arzdan kaynaklanmasıdır. Kıtlığın etkileri; metanın arzu edilmesi ve elde edilme potansiyeline sahip olması gibi en az iki koşula bağlı olmaktadır. Algılanan değer, niyet ve davranışı harekete geçirmektedir (Zeithaml, 1988; akt. Eisend, 2008, s.33). Tepki teorisi kapsamında ise, özgürlüğün geri alınması için psikolojik durum tepkisi deneyimi; bireyi harekete geçirmekte, bir diğer ifadeyle motive etmektedir. Tehdit altındaki veya ortadan kaldırılan özgürlükler daha çekici olmaktadır. Kıtlık ise metaya sahip olma özgürlüğünü tehdit etmekte veya ortadan kaldırmaktadır (Worchel, 1992).

Gierl ve Huettl (2010) araştırmalarında talep veya arz kaynaklı olmak üzere iki tür kıtlığın ürün türü (gösterişçi veya göze çarpmayan tüketim malı) üzerindeki etkisini araştırmıştır. Tüketicilerin kıt ürünlere sahip olmayı

kıskanılmak, daha fazla saygı görmek gibi duygularla değerlendirdiği, ürünleri yakın çevreleriyle iletişim aracı olarak kullandığı durumlarda kıtlık, olumlu etkiler yaratmaktadır. Bu türden bireyin sosyal ihtiyaçlarına yönelik ürünler gösterişçi tüketim malları olarak görülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre; gösterişçi tüketim söz konusu olduğunda, sınırlı arz nedeniyle algılanan kıtlık, yüksek talep kaynaklı kıtlığa göre daha avantajlı görülmektedir. Yüksek talep kaynaklı kıtlıkta, sahip olmayla benzersizlik elde edilmemekte, yüksek ürün kalitesiyle ilgili ipucu olarak değerlendirilmektedir. Arz/tedarik kaynaklı kıtlıkta ise kalite etkisi yerine kişiler arası etki bulunmaktadır (Gierl & Huettl, 2010).

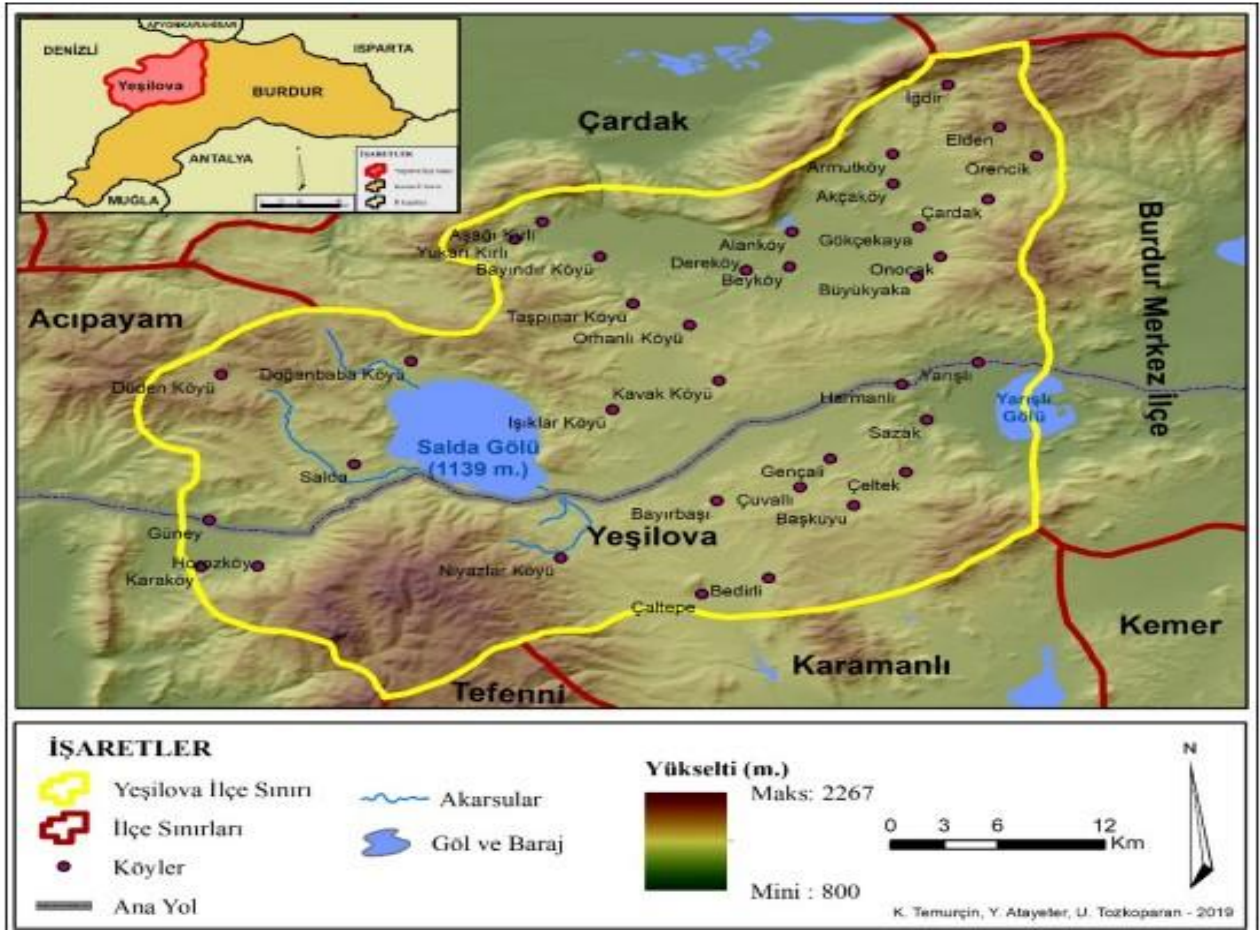
Pazarlamacılar tarafından kıtlık çekiciliği sıklıkla kullanılmaktadır. Bunun dışında arzu edilen ürünle ilgilenen kitlenin iletişimi de satın alma/sahip olma niyetindeki etkiye aracılık eden “üçüncü şahıs etkileri” olarak tanımlanabilecek ek bir algı etkisi oluşturmaktadır (Eisend, 2008, s.33). Kişisel ilerleme için motivasyonel yönelimi promosyon olan tüketiciler tarafından, arz bakımından kıt olan ürünlere sahip olmanın fırsat olarak görülme olasılığı yüksektir (Ku, Kuo & Kuo, 2012, s.542).

Salda Gölü

Salda Gölü, Burdur’un Yeşilova ilçesinde “37°29’- 37°33’ kuzey enlemi ile 29°37’- 29°41’ doğu boylamı” koordinatlarında yer almaktadır (Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği [TMMOB], 2020, s.5). Türkiye’nin önemli sulak alanlarından biri olan Salda Gölü; Burdur’a 64 km uzaklıkta (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021), Yeşilova ilçesine ise 4 km mesafededir (T.C. Burdur Valiliği, 2021; Tanır, 2011, s.47). Burdur Kapalı Havzası içinde bulunan (TMMOB, 2020, s.7) göl, 184 metre derinliğinde olup 44 km²’lik alana sahiptir (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021).

Salda Gölü, Türkiye’nin en derin göllerinden biri olarak; temiz, berrak, alkali nitelikli suyuyla tektonik bir göldür (T.C. Burdur Valiliği, 2021; T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021). Suyunun magnezyum açısından zengin olması nedeniyle de kumsalları beyaz renktedir (T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021).

Flora ve fauna bakımından biyoçeşitliliği yüksek olan Salda Gölü Tabiat Parkı, aralarında endemik türler de bulunan yaklaşık 301 bitki türüne (sucul ve karasal), 38’i su kuşu olmak üzere 110 kuş türüne, tilki, yaban tavşanı ve domuzu gibi memelilere, 4 balık türüne ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca kızılçam, karaçam, ardıç gibi ağaçlardan oluşan orman ekosistemine sahiptir (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021). Uluslararası Doğayı Koruma Birliğinin (International Union for Conservation of Nature-IUCN) kriterlerini belirlediği “Önemli Doğa Alanı ve Önemli Kuş Alanı” olarak, ulusal ve uluslararası öneme sahip endemik türleri barındırmaktadır (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı Su Yönetimi Genel Müdürlüğü, 2019, s.81). Şekil 2’de Salda Gölü ve bulunduğu Yeşilova ilçesinin konumu ile topografik görünümü yer almaktadır.



Şekil 2. Salda Gölü ve çevresinin topografik görünümü.

Kaynak: Temurçin, Atayeter & Tozkoparan, 2019, s.42.

Salda Gölü'nün en önemli özelliği; geniş mikrobiyal çeşitliliğinin olması, en eski fosillerin özelliğine sahip, hidromanyezit içeriği olan stromatolit oluşumlarının görülmesidir. Bununla ilgili süreçlerin incelenmesiyle yaşamın ortaya çıkışı ve gelişimi konusunda önemli bilgiler elde edileceği düşünülmektedir (Balcı, Demirel & Kurt, 2018, s.36; T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021). Ayrıca yüzey özellikleri bakımından Mars gezegeninin özelliklerini taşıyan Dünya'daki iki bölgeden biri olarak tanımlanmaktadır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021; T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı Su Yönetimi Genel Müdürlüğü, 2019, s.81). Mars gezegenindeki karbonat içeren kayalar ve Salda Gölü'ndeki hidromanyezit içeren stromatolit oluşumlar birbiriyle yakınlık göstermektedir (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021). Mars gezegenindeki Jezero krateriyle benzer yapıya sahip olması nedeniyle Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi (National Aeronautics and Space Administration-NASA) tarafından araştırılan Salda Gölü'nün; Mars'ın ve Dünya'nın 3,5 milyar yıl öncesindeki haline ışık tutabileceği düşünülmektedir (<https://tr.sputniknews.com.tr>). Uluslararası araştırmalara konu olan Salda Gölü'nün ekolojik olarak farklı ve yegane özelliklerinin olması da titizlikle korunması gerektiğinin göstergelerindendir.

Salda Gölü Tabiat Parkı içerisinde göl turizmi, kuş gözlemciliği, doğa yürüyüşü, yüzme, kamp ve karavan turizmi, yelkencilik, su altı dalış, piknik, bisiklet sporu, fotoğrafçılık gibi faaliyetler yapılmaktadır (T.C. Burdur Valiliği, 2021; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021). Ayrıca Salda Turizm Merkezi içerisinde, uzunlukları 500-1600 metre arasında

değişen beş piste sahip, yılın dört ayında karla kaplı olan Salda Kayak Merkezi bulunmaktadır (T.C. Burdur Valiliği, 2021). Bu anlamda kış turizmi için de uygun bölgelerden biridir.

Salda Gölü ve çevresi 1989 yılında I. Derece Doğal Sit Alanı olarak tescil edilerek koruma altına alınmış, sonrasında 1992 yılında ise bazı mahalleleri II. Derece Doğal Sit Alanı olarak tescillenmiştir. Salda Gölü, Bakanlar Kurulu'nun 21 Ağustos 2006 yılında aldığı karar ile Turizm Merkezi ilan edilmiştir (T.C. Burdur Valiliği, 2021). Alanın bir bölümü 2011 yılında Tabiat Parkı olarak tanımlanmıştır (Ceylan & Bulut, 2019, s.82). Son olarak, Salda Gölü; Resmi Gazete'de yayımlanan "15 Mart 2019 tarih ve 30715 sayılı" Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Özel Çevre Koruma Bölgesi ilan edilmiştir (<https://www.resmigazete.gov.tr>). Özel Çevre Koruma Bölgesi olmasıyla Turizm Merkezi statüsü kalkan Salda Gölü ve çevresinin bir kısmının da Tabiat Parkı statüsünde olması nedeniyle bölge, farklı Bakanlıkların yönetim alanı içerisine girmektedir. Bu durum da alanla ilgili olarak bütüncül bir yönetim yaklaşımının benimsenmesini ve yürütülmesini zorlaştırmaktadır (Ceylan & Bulut, 2019, s.87).

Salda Gölü'nün 2019 yılında Özel Çevre Koruma Bölgesi olarak ilanından sonra, 15 Ekim 2020 tarihinden itibaren Beyaz Adalar plajında suya giriş yasaklanmıştır. Göl çevresinde dumansız hava sahası oluşturulmuş, 7/24 kamera sistemi ile alanın kesintisiz izlenmesi sağlanmıştır. Yeşilova Halk Plajında göl çevresindeki mevzuata uymayan yapılar kaldırılmış ve 700-800 metreye kadar hiçbir yapıya izin verilmemesi kararı alınmış, atık suların toplanması için proje tamamlanmıştır (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2021). Su kalitesinin iyileştirilmesi için takibi, kıyıya araç girişinin ahşap bariyerlerle engellenmesi, alanda ziyaretçilerin ihtiyaçları için doğaya uyumlu ünitelerin yapılması, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-UNESCO) Dünya Mirası Geçici Listesi için çalışmaların sürdürülmesi ve NASA'nın Mars ile ilgili araştırmalarına katkı sağlayacak gölün mikrobiyal ekolojisine yönelik üniversitelerle yürütülen çalışmalar da bölgeyle ilgili diğer gelişmelerdir (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2022).

Salda Gölü'nün 2010'lu yılların sonlarında sosyal medyada yoğun olarak paylaşılmasıyla ziyaretçi sayısında artış görülmüştür. Aynı zamanda Antalya-Denizli gibi turistik yerlerin ve tur şirketlerinin güzergâhında yer alması da ziyaretçi sayısının artışında etkili olmuştur (Temurçin, Atayeter & Tozkoparan, 2019, s.45). Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan verilere göre son yıllardaki yaklaşık ziyaretçi sayıları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Burdur İli, Yeşilova İlçesi Salda Gölü ziyaretçi istatistikleri.

	BEYAZ ADALAR* (araç girişine göre)	TABİAT PARKI (Doğa Koruma ve Milli Parklar VI. Bölge Müdürlüğü)	BELEDİYE, DOĞANBABA ve DİĞER PLAJLAR (Tahmini)	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI
2018	292.000	97.730	300.000	689.730
2019	879.905	122.592	254.370	1.256.867
2020	563.640	145.059	84.650 (Belediye)	793.349
2021 (Ocak-Ekim)	92.620	231.102	14.150 (Halk Plajı)	337.872

Kaynak: Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, kişisel görüşme, 02 Aralık 2021.

*Beyaz Adalar verileri: Salda Köyü Muhtarlığı (2018), Yeşilova Köylere Hizmet Götürme Birliği (2019, 2020) & Emlak Yönetim (2021)

Tablo 1’de de görüldüğü üzere; COVID-19 salgınının başladığı 2020 yılına kadar Salda Gölü’nün ziyaretçi sayısında yüksek oranda artış yaşanmıştır. Salgın sürecinde yaşanan kısıtlamalar ile Salda Gölü ve çevresine yönelik yapılan düzenlemeler ziyaretçi sayısında düşüşe neden olmuştur. Ancak hem uluslararası bilinirliği ve önemi hem de ekolojik özellikleri nedeniyle Salda Gölü yazılı ve görsel medyada, akademik çalışmalarda sürekli olarak konu edilmektedir. Bu nedenle Salda Gölü’ne yönelik ilgi süreklilik göstermektedir. Tablo 2’de bu çalışmanın konusuyla ilgili olan ve yazılı basında yer alan Salda Gölü’ne yönelik haber içeriklerine yer verilmiştir. Haber sayıları ise Salda Gölü ile ilgili tüm haberleri göstermektedir.

Tablo 2. Salda Gölü ile ilgili yazılı basın haberleri.

Yıl	Haber Sayısı	Haber İçeriği
2015	187	Salda’ya yoğun ilgi, çevre sorunlarına dikkat çekmek için bisiklet şenliği ve nü fotoğraf çekimi gibi etkinlikler, bölgenin cazibesinin artması
2016	334	Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi internet sitesinde bölgenin tanıtımının yapılması, Mars’a benzerliği, Türkiye’deki Maldivler, düzenlenen turlarla ziyaretçileri çekmesi, New Scientist dergisinin Mars ve Salda benzerliği haberi, turist beklentisi, Salda’nın beyaz kumsalının kararı
2017	494	Gölet tehdidi, su seviyesinin çekilmesi, Türkiye’deki Karayipler, Lavanta Deresi projesine ziyaretçi akını, turistlerin ilgi odağı, Türkiye’nin Maldivleri, bayram tatili turlarında en çok tercih edilen yerlerden olması, gelin ve damatların fotoğraf mekanı, Şahika Ercümen’in dalışı, yaz döneminde yaklaşık 250 bin kişilik ziyaret, artan ilgi, Mars’ın sırrının yok olma tehlikesi, Saldivler
2018	945	Salda Gölü Tabiat Parkı’na 2017’de 70 bin ziyaretçi, gölde kuraklık endişesi, insan baskısına karşı alan yönetim planı hazırlanması isteği, Saldivler’e 500 bin turist beklentisi, lavanta bahçeleri ve Salda’da fotoğraf tutkusu, tur operatörlerinin gözdesi, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı’nın (BAKA) sosyal medya fenomenleri ve bloggerlar ile tanıtım turu, gölde haftasonu ziyaretçi yoğunluğu, gölün ününün hızla yayılması, turizmcilere tanıtım turu, gölde haftalık 30-40 bin ziyaretçi, artan turist sayısı nedeniyle altyapı ve tesis ihtiyacı, bayramda yerli turist akını, kirlilik, çöp alarmı, tanıtımın etkili olması, yaz sezonunda 300 bin ziyaretçi
2019	2425	Salda’da Millet Bahçesi yapılacağı, millet bahçesi yapımına tepkiler, Burdur turizm noktalarında 2018 ziyaretçi sayılarında önemli artış, Kayadibi Göleti’nin göldeki endemik balık türlerinin yaşamını tehdit etmesi, Salda Gölü’nün Özel Çevre Koruma Bölgesi olarak ilanı, Salda için Uzungöl’deki betonlaşma endişesi, Salda’ya yoğun ilgi, Rus turist akını, gölde devam eden çekilme, ziyaretçi yoğunluğuyla yaşanan çevre sorunları, göle ziyaretçi akını, çamurıyla ünlenmesi, ilçe nüfusunun 7 katı turist ağırlaması, 2018’deki Burdur’a gelen turistlerin % 65’inin Salda ziyareti, günde 30 bin ziyaretçi, turist rekoru, yıl sonuna kadar 1 milyon turist beklentisi, bayram tatili yoğunluğu, Emine Erdoğan’ın ziyareti, ziyaretçi sayısının 800 bini geçmesi, ziyaretçi sayısının sınırlandırılması isteği, turizm merkezi statüsünün kaldırılması, sonbaharda da yoğun ilgi, imarlaşma endişeleri, 2019 yılında 1,5 milyona yakın ziyaretçi sayısı
2020	1744	2019’da Burdur gündeminde en çok konuşulan Salda, 2019’da sosyal medyada en çok konuşulan 7. konu olarak Salda Gölü, göle rekor ilgi, 2019’da sadece Salda Gölü’ne 1 milyon 400 bin ziyaretçi, 2020’de de talep görecektir rotalardan Salda Gölü, doğal alanların tehdit altında olması, bölgenin koronavirüs önlemleri nedeniyle ziyarete kapatılması (Nisan), karantina sürecinde kirliliğin azalması, Salda Gölü’nde 7/24 kamera sistemi kurulması, Salda’da iş makineleriyle katliam, bölgede tahribat, gölün ziyarete açılması (Haziran), ziyaret yasağının kalkmasıyla ziyaretçi yoğunluğu, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliğinden (TMMOB) gölet, maden ocakları ve turizm baskısı uyarısı, Salda Gölü’nde sigara yasağı, NASA’dan Mars görevinden önce Salda’yı inceledikleri açıklaması, Salda’nın bilimsel önemi, Burdur Valisi’nin çağırısı, bayram yoğunluğu, Mars’a benzerliğin ziyaretçi yoğunluğu, Türkiye’deki en iyi fotoğraf çekilebilecek yerlerden, hafta sonu yoğunluğu, tedbirlerin kademeli olarak artırılması, beyaz kumlar ve stramatolitlere insan tehdidiyle Salda Gölü’nün özelliğini yitirme durumu, Salda’ya 4 ayda 600 bin ziyaretçi, Beyaz Adalar’da göle ve plaja giriş yasağı (15 Ekim), yasağa rağmen devam eden ilgi, kuraklıktan dolayı çekilme
2021	1269	Salda’nın suyunda çekilmeler, 2020’de yaklaşık 800 binin üzerinde ziyaretçi, sulak alanların tehdit altında olması, NASA’da Salda paylaşımı, gölde kuruma, Salda için UNESCO başvurusu, Mars’taki yaşam için Salda verilerinin kullanılması, Salda’nın uluslararası ünü, Salda’ya yılda 570 bin ziyaretçi sınırı, ziyaretçi artışının gölü yok etme tehlikesi, göle ziyaretçi ilgisi, Salda’da kirlilik, endemik bitkilerin tehlikede olması, Salda’ya yerli ve yabancı ziyaretçi akını, bayram tatili yoğunluğu, ziyaretçi yoğunluğu nedeniyle gölde çekilme ve balçık oluşumu, su altı zenginliği, NASA’dan Salda Gölü’nün Mars’ın milyarlarca yıl önceki haline benzetildiği paylaşım, Salda’ya kuraklık uyarıları

Kaynak: Araştırmacılar tarafından Ajans Press’ten maille alınan yazılı basın verilerine göre oluşturulmuştur. (05 Ocak 2022)

Haberlere bakıldığında; bölgeye ilginin ve ziyaretçi yoğunluğunun 2018 yılından itibaren hızla arttığı, 2019'da ise bölgenin en yüksek ziyaretçi sayısına ulaştığı görülmektedir. Aynı şekilde Salda Gölü ile ilgili en çok haber de 2019 yılında yapılmıştır. 2020 yılında ise salgın nedeniyle genel seyahat kısıtlamalarının uygulanması, alanın ziyarete kapatılması ziyaretçi ve haber sayısında düşüşe neden olmuştur. Buna rağmen bölgeye yönelik merak ve ilgi azalmamıştır. Ziyaret yasağının kalkmasıyla birlikte tekrar ziyaretçi yoğunluğu yaşanmıştır. 2021 yılında ise yoğun ziyaretler sonucu oluşan çevresel problemler nedeniyle ziyaretçi sınırlamasına gidileceği kararı alınmıştır.

Önemli bir sulak alan olan Salda Gölü ve çevresinin yıllar içerisinde artan popülerliğinde; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi internet sitesinde tanıtımının yapılması, Mars ve Salda benzerliği, Türkiye'nin Maldivler'i olarak tanımlanması, lavanta bahçeleriyle anılması, fotoğraf mekânı olarak tercih edilmesi, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın (BAKA) sosyal medya fenomenlerini ve bloggerları bölgeye getirerek dijital platformlarda paylaşılmasını sağlaması, turların tercih ettiği yerlerden olması, birçok tatil destinasyonunun güzergâhında bulunması, bisiklet festivali, fotoğrafçılık ve dağcılık gibi kulüplerin bölgedeki etkinlikleri, gölde gerçekleştirilen dalış rekorları, politikacıların ziyaretleri, NASA'nın Salda paylaşımları, çevrecilerin bölgeyle ilgili endişeleri ve bölgede yapılan düzenlemeler etkili olmuştur.

Yöntem

Araştırmada kıtlık algısının Salda Gölü ziyaretçileri üzerindeki etkisi kıtlık teorisi kapsamında incelenmiştir. Araştırmada konunun kavramsallaştırılması için öncelikle Salda Gölü ve kıtlık teorisi ile ilgili ikincil kaynaklar incelenmiştir. İkincil kaynaklar olarak; konuyla ilgili kitap, makale, internet siteleri, kurum ve kuruluşların istatistikleri, raporları ve yazılı basın haberleri değerlendirilmiştir. Daha sonra birincil kaynaklardan yararlanmak üzere; nitel araştırma yöntemine başvurulmuş ve Salda Gölü'ne giden katılımcılarla görüşme yapılmıştır.

Araştırmanın evrenini Salda Gölü'ne giden ziyaretçiler oluşturmaktadır. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda görüşmeler, kamu görevlilerinden Salda Gölü'ne gitmiş olan 20 kişinin katılımıyla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler araştırmacılarından biri tarafından 2022 yılının Ocak ayında yapılmıştır. Katılımcıların sayısı, araştırma sorularına alınan cevaplarda doygunluğa ulaşılmasıyla belirlenmiştir.

Araştırmanın temel sorusu; "Kıtlık teorisi bağlamında kıtlık algısı Salda Gölü ziyaretçilerini motive etmekte midir?" olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda katılımcılara iki soru yöneltilmiştir. Görüşme soruları şunlardır:

1-"Salda Gölü'ne ne zaman gittiniz?"

2-"Salda Gölü'ne neden gittiniz?"

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Araştırmada geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması için; görüşmenin bizzat yapılması, katılımcılardan doğrudan alıntılara yer verilmesi, bulguların ve sonuçların tutarlılığı, bulguların amaca uygun olarak değerlendirilmesi, genelleme konusundaki engellerin belirtilmesi gibi hususlar dikkate alınmıştır (Arıkan, 2017, s. 92-93; Yıldırım & Şimşek, 2005, s.256-257).

Bulgular

Araştırmada katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler Tablo 3'te ziyaret tarihlerine göre listelenmiştir. Katılımcılara öncelikle Salda Gölü'nü ziyaret ettikleri tarih sorulmuştur. Sonrasında ise ziyaret nedenlerine dair soruya verdikleri cevaplar, tabloda ham veri olarak sunulmuştur.

Tablo 3. Görüşme bulguları.

Ne Zaman Gittiniz?		Salda Gölü'ne Neden Gittiniz?
1	2018	Türkiye'de Maldivler başlıklı birkaç habere denk gelmiştim. Arkadaşlarımla bu haberi paylaşmamın sonucunda, tatile giderken rotamızı değiştirip Salda Gölü'nü de görmek istedik. Gittiğimizde biraz hayal kırıklığına uğradık fakat yeni bir yer keşfettiğimizi hissettiğimiz için mutlu olduk.
2	2018	Tatil dönüşümde Burdur üzerinden giderken mola verdiğim tesiste Salda Gölü sohbetlerine şahit oldum, merak ettiğim için biraz yolumu uzatmak pahasına görmek istediğim için uğradım.
3	2018	Burdur'da gerçekleştirilen bir organizasyon çerçevesinde yarım gün turistik gezi düzenlenmesi sayesinde Salda Gölü'nü gezdim. Oldukça etkileyiciydi. Zaten sonrasında çevremde gitmeyen kimse kalmadı ve epey popüler oldu.
4	2018	Basında birkaç haber gördükten sonra yeni yerler görme merakım nedeniyle gerçekleştirdiğim seyahat rotama ekledim. Yaz tatilim için yola çıktığımda yarım güne yakın zaman geçirdim ve benim için keyifli bir ziyaret oldu.
5	2019	Sosyal medya hesabımda bulunan birçok arkadaşımın gittiğini gördüm. Paylaşılan fotoğraflar çok etkileyiciydi. Bu nedenle yaz tatilim esnasında dönüş yolumu biraz uzatarak Salda Gölü'nü ziyaret ettim.
6	2019	İşim nedeniyle Burdur ziyaretim esnasında hazır gelmişken merak duygumu da gidermek için Salda Gölü'ne uğradım.
7	2019	İş seyahatim esnasında Burdur üzerinden geçerken, biraz boş zamanım vardı, son zamanlarda popüler olması nedeniyle Salda Gölü'ne gittim.
8	2019	Sosyal çevremde sürekli güzel bir şekilde anlatılması ve Maldivlere olan benzerliğinin anlatılması nedeniyle tatile giderken anlatıldığı gibi olup olmadığını merak ettiğim için uğradım.
9	2019	Antalya tatilimin dönüşünde çocuklarım çok ısrar ettiği için onları kırmamak adına Salda Gölü'ne uğradım. Merakımızı gidermiş olduk.
10	2019	Tatilimizi planladığımızdan erken bitirmemiz gerekti. En azından yolumuzun üstünde uzun zamandır merak da ettiğimiz Salda Gölü'nü bildiğimiz için merakımızdan dolayı uğradık.
11	2019	Sosyal medyada gördüğümüz fotoğraflar bizi çok etkilemişti. Hafta sonu günü birlik bir seyahat ayarlayarak görme fırsatımız oldu.
12	2019	Sürekli günübirlik ya da farklı bölgelere yapılan turlara katılıyorum. Salda gölüne de tek gece konaklamalı bir organizasyon düzenlenince merakımı gidermek için gittim. Keyifli bir tur oldu.
13	2019	Çok fazla popüler olması nedeniyle ilerde tahribat nedeniyle göremeyiz düşüncesiyle tatil yolumuzu uzatarak ailecek uğradık. Gerçekten de anlatılanlardan daha güzel bir ortam ile karşılaştık. İlerde tekrar gitmeyi düşünüyoruz.
14	2019	Sosyal medyada birkaç arkadaşımın paylaşımında görüp çok etkilenmişim. Düşünüm sonrası fotoğraf çekimi için gittim. Fotoğraflarda görülenden çok daha güzel bir yer olduğunu keşfettim. Ayrıca fotoğraf çekimi için en çok tercih edilen yerlerden biri olduğunu da öğrenmiş oldum.
15	2019	Sürekli karşıma fotoğraflar çıkıyordu. Arkadaş ortamında da sıklıkla bahsedilmesi nedeniyle çok merak etmişim. Bu nedenle tatile çıkarken Salda Gölü üzerinden bir rota çizdim. Mevsim nedeniyle biraz sıcaktı fakat doğası gerçekten de Maldivlere çok benziyordu.
16	2020	Son zamanlarda sürekli haber ve sosyal medya paylaşımına denk gelmeye başladık. Pandemi nedeniyle de uzun süreli tatil yapamayacağımız için ve tahribata uğrayarak bir daha göremeyebiliriz düşüncesiyle ailecek günübirlik görmeye gittik.
17	2020	Koruma alanı olarak ilan edilmesinin ardından, ziyaretçilere kapatılabilir endişesiyle yaz tatiline giderken uğradım.
18	2020	Koruma alanı olarak ilan edilmesi nedeniyle bir daha göremeyiz ve ziyaretçi girişi kısıtlanabilir düşüncesiyle tatil planımızı genişleterek, ertelediğimiz bir planı gerçekleştirdik. Gördüğümüz tablo bizi çok etkiledi ve daha önceden geçerken uğramadığımız için pişmanlık hissettik. Çünkü popüler olduktan sonra biraz çevresel olarak zarar gördüğü yetkililer tarafından bize söylendi.
19	2020	Pandemi nedeniyle kısa süreli tatil ayarlamaları yapmaya başladım. Salda gölü de rotalarımın birisiydi. Kalmadan keyifli vakit geçirilebilecek yer olarak düşündüğüm gibi bir deneyim yaşadım.
20	2020	Ülkemizde popüler olan yerlerin çevresel ve doğal görünümünde bozulma yaşandığını düşündüğüm için geç olmadan, Kaş tatilimden erken ayrılarak görmek istedim. Salda Gölü gerçekten çok etkileyiciydi. Bu zamana kadar korunabilmiş olması beni çok şaşırttı. Umarım uzun zaman boyunca korunabilir.

Katılımcıların 4'ü Salda Gölü'nü 2018 yılında, 11'i 2019 yılında, 5'i ise 2020 yılında ziyaret etmiştir. Bu dağılıma göre, katılımcıların çoğunluğu olan %55'inin Salda Gölü'nü 2019 yılında ziyaret ettiği görülmektedir.

Salda Gölü'nü ziyaret etme nedenleri sorulduğunda; seyahat rotasında olması, merak ve ilgi duyulması, tekrar veya hiç ziyaret edememe ihtimali, iş, turistik gezi, fotoğraf çekimi gibi nedenlerin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 2018 yılında ziyaret edenler çoğunlukla; Salda Gölü ile ilgili haber ve duyurular neticesinde merak ve ilgi duyarak ziyaretlerini gerçekleştirmişlerdir. 2018 yılında ziyaret eden 1 katılımcı turistik bir gezi sayesinde bölgeyi görme fırsatı yakaladığını ifade etmiştir. 2019 yılında yapılan ziyaretlerin nedenleri çeşitlilik göstermiştir. Araştırma kapsamındaki katılımcıların en çok ziyareti gerçekleştirdiği 2019 yılında ise; sıklık dağılımına göre en çok ziyaret nedenleri merak ve ilgi, iş seyahati olmuştur. Ayrıca fotoğraf çekimi, kıtlık algısı ve güzergah üzerinde olması gibi nedenlerle de ziyaret edilmiştir. Salda Gölü, 2020 yılında ise sıklık dağılımına göre en çok kıtlık algısı nedeniyle ziyaret edilmiştir. Sadece 1 katılımcı turistik gezi amacıyla ziyaret gerçekleştirdiğini dile getirmiştir.

Katılımcıların kıtlık algısına yönelik ifadeler; 2019 yılındaki ziyaretçi tarafından “Çok fazla popüler olması nedeniyle ilerde tahribat nedeniyle göremeyiz düşüncesiyle” ve 2020 yılındaki ziyaretçiler tarafından “Pandemi nedeniyle de uzun süreli tatil yapamayacağımız için ve tahribata uğrayarak bir daha göremeyebiliriz düşüncesiyle”, “Koruma alanı olarak ilan edilmesinin ardından, ziyaretçilere kapatılabilir endişesiyle”, “Koruma alanı olarak ilan edilmesi nedeniyle bir daha göremeyiz ve ziyaretçi girişi kısıtlanabilir düşüncesiyle”, “Ülkemizde popüler olan yerlerin çevresel ve doğal görünümünde bozulma yaşandığını düşündüğüm için geç olmadan” şeklinde dile getirilmiştir.

Bulgularda da görüldüğü üzere; ziyaretçilerdeki kıtlık algısı, 2019 yılından itibaren oluşmaya başlamıştır. Salda Gölü ve çevresinin bu yıllarda daha da popülerleşmesi neticesinde kontrolsüz ziyaretçi akınına uğraması, yoğun turistik baskı nedeniyle yaşanan çevresel bozulmalar da kıtlık algısının oluşmasında etkili olmuştur. Türkiye’de Uzungöl, Ayder Yaylası gibi turistik bölgelerde yaşanan olumsuz gelişmeler, bireylerde benzer sonuçlarla karşılaşma endişesi yaratmıştır. 2020 yılında ise ziyaret nedenleri arasında tekrar veya hiç görememe endişesi gibi kıtlık algısıyla ziyaret etme motivasyonu artmıştır.

Sonuç ve Tartışma

Kıtlığın etkisi, kıtlık bilgisinin türü ve ürün türüne göre değişmektedir. Gösterişçi tüketimde arz nedeniyle niceliksel bir kıtlık mesajı önerilirken, göze çarpmayan tüketim ürünlerinde zaman bağlamında kıtlık mesajı tavsiye edilmektedir (Gierl, Plantsch & Schweidler, 2008, s.59). Ku, Kuo ve Kuo (2012) tüketicilerin korunma/önleme (prevention) ve tanıtım/yükselme (promotion) gibi motivasyonel yönelimlerinin talep ve arz kaynaklı kıtlığa yönelik duyarlılıklarına etkisini araştırmıştır. Tanıtım/yükselme odaklı tüketiciler için arz kaynaklı kıtlık, daha fazla statü ve benzersizlik sağlamaktadır ve bu tüketicilerin eğilimleri bu yöndedir. Korunma/önleme odaklı tüketiciler ise arz kaynaklı kıtlık yerine talep kaynaklı kıtlığı tercih etmektedirler (Ku, Kuo & Kuo, 2012). Mittone ve Savadori’ye (2009) göre ise; kıtlık, sosyal veya kültürel bir faktörün aracılığı olmaksızın da tüketici tercihi üzerinde olumlu bir çekicilik sağlamaktadır (Mittone & Savadori, 2009, s.454).

Salda Gölü'nü ziyaret etme ile ilgili kıtlık algısı değerlendirildiğinde ise; hem arz hem de talep kaynaklı gelişebildiğini söylemek mümkündür. Arz kaynaklı kıtlık algısı; hem turistik bir ürün olarak gösterişçi/lüks tüketim bağlamında hem de tüketiciler açısından benzersizlik, ayrıcalık odaklı turistler bağlamında öne çıkmaktadır.

Bölgenin doğal güzelliklerini bozulmadan görme ve bu fırsattan mahrum kalmama motivasyonuna sahip korunma/önleme odaklı tüketiciler açısından ise talep kaynaklı kıtlık etkili olmaktadır. Bu doğrultuda Küçükergin ve Gürlek'in (2020) çalışmasında yer alan "son şans deneyimi" motivasyonu miktar olarak talep kaynaklı kıtlık algısı ile ilişkilendirilebilir.

Cialdini'ye (2005) göre; potansiyel bir kaybetme durumu, karar verme üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bireyler kaybetme ihtimali söz konusu olduğunda, kazanma ihtimaline göre daha fazla motive olmakta ve harekete geçmektedirler (Cialdini, 2005, s.285). Turizm açısından bakıldığında bu anlayışın yansımaları son şans turizminde açıkça görülmektedir. Son şans turizmi; turistlerin risk altındaki bölgeleri yok olmadan önce görmek, deneyimlemek arzusuyla gerçekleştirdikleri turizm türü olarak ifade edilmektedir (Lemelin, Dawson, Stewart, Maher & Lueck, 2010). Salda Gölü ve çevresi de son şans turizmi kapsamında incelenen bölgelerden biridir (Kılıç & Yozukmaz, 2020; Küçükergin & Gürlek, 2020).

Ulusal ve uluslararası düzeyde öneme sahip olan Salda Gölü ile ilgili literatürde birçok disiplinde yapılmış akademik çalışma yer almaktadır. Salda Gölü ve çevresindeki kirlilikle ilgili yapılan çalışmalarda, kirliliğin antropojenik kaynaklı olduğu; endüstriyel, tarımsal ve evsel faaliyetlerin etkisiyle geliştiği ifade edilmektedir (Çaldırak, Kurtuluş, Canoğlu & Tunca, 2017; Oruçoğlu & Beyhan, 2019). Benzer şekilde başka bir çalışmada ise azalan su seviyesinin ve kirliliğin Salda Gölü ve çevresi için önemli bir tehdit oluşturduğu, yapılaşma ve insan kaynaklı faktörlere karşı tehditlerin belirlenerek, tedbir alınması gerektiği vurgulanmıştır (Kazancı, Girgin & Dügel, 2004). Bir başka çalışmada; Salda Gölü aşırı turizm kapsamında incelenerek bölgedeki iki plajın fiziksel taşıma kapasiteleri belirlenmiş, diğer taşıma kapasitelerinin de hesaplanmasıyla ziyaretçi yönetim planı yapılmasının ve ekosistemin korunmasının önemi üzerinde durulmuştur (Kara, Celep & Kanıgür, 2020). Bu çalışmalardan da anlaşılabileceği üzere, bölgenin sürdürülebilirliği için özellikle insan kaynaklı etkilere yönelik tedbirlerin alınması gerekmektedir. Bölgeye yönelik ziyaretlerin nedenlerinin anlaşılması; sürdürülebilirlik için farkındalık oluşturulması, alınacak tedbirler ve destinasyon yönetimi açısından yol gösterici olacaktır.

Bu araştırmada yoğun turistik ziyarete uğrayan ve çevresel kirlilik tehdidi altında olan Salda Gölü'nün ziyaret edilme nedenleri arasında kıtlık algısının rolü belirlenmeye çalışılmıştır. Görüşme bulguları, bölgenin özellikle popülerleşmesi sonrasında doğal çekiciliklerini yitirme ihtimali, yapılacak düzenlemeler için kısıtlamaların getirilmesi gibi kıtlık algısı oluşturabilen nedenlerle ziyaret edilmesinde artış göstermektedir. Bu anlamda Salda Gölü ve çevresi için literatürdeki çalışmalara dayanarak, arz ve yoğun talep kaynaklı bir kıtlık algısı görülmektedir.

Gierl, Plantsch ve Schweidler'ın (2008) kıtlıkla ilgili miktar ve zaman olarak belirledikleri ayırıma dayanarak; bölgenin korunması amacıyla belirli bölgelere, belirli zamanlarda getirilen sınırlamalar ve Salda Gölü'nün Mars yüzeyine benzerliği ile Dünya'daki iki bölgeden biri olması (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021) miktar olarak arz kaynaklı kıtlık algısına bir örnek oluşturmaktadır. Bununla beraber Salda Gölü gibi yoğun turistik talebe maruz kalan destinasyonlarda antropojenik baskının zaman içerisinde çevre üzerinde yarattığı tehdit ve bozulmaların yarattığı endişe ise bölgenin sürdürülebilirliğinin tehlike altına girmesi nedeniyle miktar olarak talep kaynaklı bir kıtlık algısı ortaya çıkarmaktadır. Zaman içerisinde bölgenin doğal çekiciliklerini yitireceği düşüncesi ise zaman olarak arz kaynaklı bir kıtlık algısına yol açmaktadır. Miktar olarak talep kaynaklı kıtlık ve zaman olarak arz kaynaklı kıtlık algıları arasında karşılıklı sebep-sonuç ilişkisi olduğu görülmektedir.

Ziyaretçi sayıları açısından değerlendirildiğinde, Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021) verilerine göre en çok ziyaretçi 2019 yılında görülmektedir. Bu araştırma kapsamında yapılan görüşmede de katılımcılar en çok 2019 yılında ziyaret gerçekleştirmiştir. 2020 yılında ise bölgedeki ziyaret yasağı (Nisan-Haziran) ve salgın döneminde getirilen seyahat kısıtlamaları nedeniyle ziyaretçi sayısı azalmıştır. Ancak ziyaret yasağı kalktığında bölgede yeniden ziyaretçi yoğunluğu yaşanmıştır. Hem salgın hem de bölgenin korunması amacıyla getirilen kısıtlamalar arz kaynaklı bir kıtlık algısına yol açmıştır. Kısıtlamalar sonrasında görülen yoğun talep, bölgeyle ilgili kıtlık algısının ziyaretçileri motive ettiğini göstermektedir.

Bölgeyle ilgili haberlerde çevre sorunlarına 2015 yılından itibaren yer verildiği, çevreyle ilgili haberlerin ziyaretçi sayısının artmasıyla ve bölgede yapılan düzenlemelere dair endişelerle yoğunlaştığı görülmektedir. 2018 yılından itibaren bölgenin tanınırlığı artmıştır. 2019 yılına ait ziyaretçi sayıları da bunun göstergesidir. Yazılı basında ise 2019 yılında, bölgenin Özel Çevre Koruma Bölgesi olarak ilan edilmesi, doğal alanın tehdit altında olduğu, Salda Gölü'nün çekiciliklerini yitireceği, ziyaretçi sayısının sınırlandırılması önerisi haberleri görülmektedir. Kasaroğlu (2021) tarafından yapılan araştırmada ise Salda Gölü ile ilgili 2012 ve 2021 yılları arasındaki ulusal gazete haberleri incelenmiştir. Araştırmada belirlenen “yok olma” kodunun 2019 yılında, “yapılaşma ve tahribat” kodunun 2019 ve 2020 yıllarında, “kuraklık” kodunun ise 2020 ve 2021 yıllarındaki haberlerde yoğun olarak yer aldığı görülmüştür (Kasaroğlu, 2021, s.31).

Bu araştırmada yapılan görüşmelerde katılımcıların ziyaret etme nedenleri arasında 2019 yılından başlayarak, 2020 yılında ise yüksek oranda kıtlık algısı yer almıştır. Yıllara göre ziyaretçi sayıları, bölgeyle ilgili yazılı basındaki haberler ve bu çalışmada yapılan görüşmelerin bulgularına göre; bölgenin popülerleşmesiyle ziyaretçi sayısının ve çevresel tahribatın arttığı görülmektedir. Salda Gölü ve çevresiyle ilgili yazılı basındaki haberlere göre; kuraklık ve kirlilik tehlikesinin gölde uzun zamandır var olduğu ve çeşitli etkinliklerle farkındalık oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Ancak bölgenin doğal güzellikleri, Mars gezegeniyle benzerlikleri ve bunları öne çıkaran tanıtım çalışmaları; popülerliğini ve artan ziyaretçi sayısı ile çevresel bozulmayı hızlandırmıştır. Benzer şekilde Temurçin ve Tozkoparan'ın (2020) çalışmasında da artan ziyaretçi sayısının çevreye zarar verdiği ifade edilmiştir.

Sonuç olarak; küresel olarak etkisi artarak devam eden iklim değişikliği çerçevesinde Salda Gölü'nün doğasının korunmasına yönelik sürdürülebilir turizm politikaları ortaya çıkarılmalıdır. Yazılı ve dijital medyada yer alan haber yoğunluğu göz önüne alındığında turizm hareketlerine katılacak kişilerin daha bilinçli seyahat etmeleri için farkındalık oluşturulması önem arz etmektedir. Kıtlık algısı nedeniyle yaşanabilecek yoğun seyahat hareketleri bölgeye doğrudan ve dolaylı olarak birçok zarar vereceği için, Paris İklim Antlaşması'nın getirdiği yükümlülükler de göz önüne alınarak olası negatif çevresel etkiler en aza indirilmelidir. Ayrıca ulaşım sektörü kaynaklı sera gazı salınımı da dikkate alınarak bölgeye ziyaretlerin araç sayısını neredeyse sıfıra indirerek gerçekleştirilmesine yönelik planlama yapılmalıdır. Bu çerçevede Salda Gölü ziyaretçileri için ziyaretçi yönetim planı oluşturulması bölgenin doğal dokusunun en az zarar göreceği şekilde mevcut durumunun korunmasını sağlayacaktır.

Bölgeyle ilgili ileride yapılacak araştırmalarda; bu araştırmanın bulguları, kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen katılımcılardan elde edildiğinden sonraki araştırmaların doğrudan alanda yapılmasıyla daha geniş bir örneklem grubuna erişme fırsatı olacaktır. Bu anlamda daha genellenebilir sonuçlar elde edilmesi mümkündür. Ayrıca korunan alanlarda kıtlık algısının hem talep hem de çevresel etkilerinin araştırılması literatüre ve uygulamada ilgili bölgeye dair düzenlemelerin tüm paydaşlara uygun olarak yapılmasına katkı sağlayacaktır.

Beyan

Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Arıkan, R. (2017). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. (3.Basım), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ayvaz, İ. & Alınacak, Ü. (2018). Pazarlama iletişiminde kullanılan kıtlık taktiklerinin tüketiciler üzerindeki etkisi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(35), 1-19. <https://doi.org/10.30976/susead.365211>.
- Balcı, N., Demirel, C. & Kurt, M. A. (2018). Salda Gölünün jeomikrobiyolojisi ve güncel stromatolit oluşumunda mikrobiyal etkiler. *Yerbilimleri*, 39(1), 19-40.
- Brock, T. C. & Brannon, L. A. (1992). Liberalization of commodity theory. *Basic And Applied Psychology*, 13(1), 135-144. https://doi.org/10.1207/sl5324834basp1301_11
- Ceylan, S. & Bulut, İ. (2019). Salda Gölü özel çevre koruma bölgesinde turizm baskısı, koruma ve sürdürülebilirlik. *Türk Coğrafya Dergisi*, (73), 79-89. <https://doi.org/10.17211/tcd.637091>.
- Cialdini, R. B. (2005). *İknanın Psikolojisi*. (Çev. Yalım, F.). MediaCat Yayınları.
- Çaldirak, H., Kurtuluş, B., Canoğlu, M. C. & Tunca, E. (2017). Assessment of heavy metal contamination and accumulation patterns in the coastal and deep sediments of lake Salda, Turkey. No. 12A/2017, *Fresenius Environmental Bulletin*, 26, 8047-8061.
- Eisend, M. (2008). Explaining the impact of scarcity appeals in advertising: The mediating role of perceptions of susceptibility. *Journal of Advertising*, 37 (3), 33-40. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367370303>
- Gierl, H. & Huettl, V. (2010). Are scarce products always more attractive? The interaction of different types of scarcity signals with products' suitability for conspicuous consumption. *International Journal of Research in Marketing*, 27, 225-235. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.02.002>
- Gierl, H., Plantsch, M. & Schweidler, J. (2008) Scarcity effects on sales volume in retail. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18 (1), 45-61, <https://doi.org/10.1080/09593960701778077>
- <https://tr.sputniknews.com.tr/20210219/nasa-icin-saldada-arastirma-yapan-prof-dr-balci-bu-gol-marsin-35-milyar-yil-onceki-halini-1043849678.html> Erişim tarihi: 20 Aralık 2021.
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/03/20190315.htm> Erişim tarihi: 02 Aralık 2021.
- İnanır, A. & Ongun, U. (2021). Yeşilova Salda'yı ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1028-1041.
- Kapan, K. (2016). *Development and Sustainability of The Tourism in Lake Salda and its Environs*. C. Avcıkurt, M. S. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan & N. Tetik (Eds.). Global Issues and Trends in Tourism içinde (s.700-707). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.

- Kara, V. M., Celep, M. & Kanıgür, S. (2020). Aşırı turizm kapsamında Salda Gölü'nün fiziksel taşıma kapasitesinin belirlenmesi. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 4, 79-92.
- Kasaroğlu, K. (2021). Ulusal yazılı medyada Salda Gölü'nün son şans destinasyonu olarak değerlendirilmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5 (Özel Sayı), 19-37.
- Kazancı, N., Girgin, S. & Dügel, M. (2004). On the limnology of Salda Lake, a large and deep soda lake in southwestern Turkey: Future management proposals, *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, 14(2), 151-162.
- Kılıç, B. & Yozukmaz, N. (2020). A conceptual review of last chance tourism: The case of Turkey. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68 (3), 322-335.
- Ku, H. H., Kuo, C. C. & Kuo, T. W. (2012). The effect of scarcity on the purchase intentions of prevention and promotion motivated consumers. *Psychology and Marketing*, 29 (8), 541-548. <https://doi.org/10.1002/mar.20541>
- Küçükergin, K. G. & Gürlek, M. (2020). 'What if this is my last chance?': Developing a last-chance tourism motivation model. *Journal Of Destination Marketing And Management*, 18, 100491. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100491>
- Lemelin, H., Dawson, J., Stewart, E. J., Maher, P. & Lueck, M. (2010). Last-chance tourism: The boom, doom, and gloom of visiting vanishing destinations. *Current Issues in Tourism*, 13 (5), 477-493. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500903406367>
- Lynn, M. (1991). Scarcity effects on value: A quantitative review of the commodity theory literature. *Psychology & Marketing*, 8 (1), 43-57.
- Lynn, M. (1992). Scarcity's enhancement of desirability: The role of naive economic theories. *Basic and Applied Social Psychology*, 13 (1), 67-78.
- Mittone, L. & Savadori, L. (2009). The scarcity bias. *Applied Psychology: An International Review*, 58 (3), 453-468. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2009.00401.x>
- Oruçoğlu, K. & Beyhan, M. (2019). Göller bölgesi göllerinde ağır metal kirliliğinin değerlendirilmesi. *Bilge Uluslararası Bilim ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1020. <https://doi.org/10.30516/bilgesci.449984>
- Suri, R., Kohli, C. & Monroe, K. B. (2007). The effects of perceived scarcity on consumers' processing of price information. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 35, 89-100. <https://doi.org/10.1007/s11747-006-0008-y>
- T.C. Burdur Valiliği. (2021). Salda turizm merkezi. <http://www.burdur.gov.tr/salda-turizmmerkezi> Erişim tarihi: 10 Aralık 2021.
- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2022, 18 Mayıs). Bakan Murat Kurum'dan Salda Gölü paylaşımı. <https://csb.gov.tr/bakan-murat-kurum-dan-salda-golu-paylasimi-bakanlik-faaliyetleri-34118> Erişim tarihi: 23 Ağustos 2022.

- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2021). Salda Gölü. <https://www.saldagolu.gov.tr/saldagolu/> Erişim tarihi: 09 Aralık 2021.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). Salda Gölü. <https://burdur.ktb.gov.tr/TR-155115/salda-golu.html> Erişim tarihi: 09 Aralık 2021.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü. (2021). Salda Gölü Tabiat Parkı. <https://bolge6.tarimorman.gov.tr/Menu/31/Tabiat-Parklari> Erişim tarihi: 08 Aralık 2021.
- T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı Su Yönetimi Genel Müdürlüğü. (2019, 22 Kasım). Burdur Havzası nehir havza yönetim planı stratejik ÇED taslak kapsam belirleme raporu. https://www.tarimorman.gov.tr/SYGM/Belgeler/Burdur%20Havzas%C4%B122.11.209/Burdur%20Havzas%C4%B1%20Nehir%20Havza%20Y%C3%B6netim%20Plan%C4%B1%20Haz%C4%B1rlanmas%C4%B1%20Projesi_%20Stratejik%20C3%87ED%20Taslak%20Kapsam%20Belirleme%20Raporu.pdf Erişim tarihi: 03 Aralık 2021.
- Tanır, M. (2011). Burdur il tanıtım rehberi. T. C. Burdur Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. <https://docplayer.biz.tr/23488938-Burdur-il-tanitim-rehberi-mehmet-tanir-hazirlayan-il-kultur-ve-turizm-muduru.html> Erişim tarihi: 10 Aralık 2021.
- Temurçin, K., Atayeter, Y. & Tozkoparan, U. (2019). Salda Gölü ve çevresinin turizm potansiyeli ve Yeşilova İlçesi'nin sosyo-ekonomik yapısına etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(47), 40-63. <https://doi.org/10.35237/sufesosbil.604016>
- Temurçin, K. & Tozkoparan, U. (2020). Yerli turistlerin Salda Gölü'ne yönelik görüşlerinin değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (1), 97-115.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (t.y.). Kıtlık. Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim tarihi: 10 Aralık 2021.
- Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği (TMMOB). (2020). Salda Gölü raporu. http://www.tmmob.org.tr/sites/default/files/tmmobsaldagoluraporu_1.pdf Erişim tarihi: 09 Aralık 2021.
- Ustaahmetoğlu, E. (2015). Satın alma niyeti üzerinde ürün kıtlık mesajları, algılanan kalite ve algılanan değer etkisi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 157-177.
- Verhallen, T. M. M. (1982). Scarcity and consumer choice behavior. *Journal of Economic Psychology*, 2, 299-322.
- Verhallen, T. M. M. & Robben, H. S. J. (1994). Scarcity and preference: An experiment on unavailability and product evaluation. *Journal of Economic Psychology*, 15, 315-331.
- Worchel, S. (1992). Beyond a commodity theory analysis of censorship: When abundance and personalism enhance scarcity effects. *Basic And Applied Social Psychology*, 13 (1), 79-92. http://dx.doi.org/10.1207/s15324834basps1301_7
- Yazıcıoğlu, İ., Alphan, E. & Onur, M. (2020). Aşırı turizm kapsamında Tripadvisor yorumları üzerine nitel bir inceleme: Salda Gölü örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Special Issue (4), 505-522.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (5.Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Studying of Scarcity Perception on Salda Lake Visitors

Sevgi KANIGÜR

Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Ankara/Türkiye

Muhammed DEMİRALP

Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Ankara/Türkiye

Azize HASSAN

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Türkiye

Extended Summary

One of the factors affecting consumer behavior is the perception of scarcity. The perception of scarcity can develop due to supply and demand in quantity and time. Knowing the types and effects of scarcity perception also facilitates understanding and directing consumer behavior. Determining the motivations in the behavior of visitors in the tourism sector is important in terms of developing and carrying out 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. It attracts attention because it is one of the two regions on Earth in terms of its similarity to the surface of Mars (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021), its natural attractions are in danger, and the visit is limited by various regulations.

Most of the research within the scope of tourism related to Lake Salda has been done on sustainability (Ceylan & Bulut, 2019; Kapan, 2016), overtourism (Kara, Celep & Kanıgür, 2020; Yazıcıoğlu, Alphan & Onur, 2020), last chance tourism (Kasaroğlu, 2021; Kılıç & Yozukmaz, 2020; Küçükergin & Gürlek, 2020), tourist opinions and experiences (İnanır & Ongun, 2021; Temurçin & Tozkoparan, 2020). As can be understood from the orientation of the research subjects, the sustainability of the region is important.

Determining the visit motivations of the visitors of Salda Lake, it is necessary to create effective visitor management plans specific to the region and to ensure the destination's sustainability. Regarding the perceptions and motivations of tourists towards Salda Lake, it has been concluded that the nature of the region, social media, and the definition of Türkiye as the Maldives are effective in the reasons for visiting, the increase in the number of tourists harms the environment, and the most concern is the deterioration of the natural structure (Temurçin & Tozkoparan, 2020, pp.109-110). In a study examining the reasons for the increase in visitors to Salda Lake within the scope of overtourism, the themes of natural attractiveness, popularity and affordable prices drew attention (Yazıcıoğlu, Alphan & Onur, 2020, p.508). In the study, in which the motivations for Salda Lake were handled within the scope of last chance tourism, motivations such as "natural reflection", "last chance experience", "joining in the story of the destination", "escape and relaxation", "fascination" were examined. Last chance experience ranks third among motivations (Küçükergin & Gürlek, 2020, p.7).

Among the studies in the literature, no study examining the perception of scarcity in travel motivations related to Salda Lake could be found. Therefore, the main purpose of the study is determine the role of scarcity perception among the reasons for visiting Salda Lake visitors. Understanding the emergence of scarcity perception, its impact

on visitor behavior and how to manage, it is important in terms of ensuring sustainable tourism management in destinations such as Salda Lake. It is expected that the study will fill the gap in the literature and contribute to the understanding of travel motivations for destinations such as Salda Lake.

A 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 year and the written press news about the region were used.

According to the findings, the perception of scarcity started to be among the reasons for the the participants' visit in 2019 and increased even more in 2020. With the popularization of the region, it is seen that the number of visitors and environmental damage has increased. Similarly, in the study of Temurçin and Tozkoparan (2020), it was stated that the increasing number of visitors harms the environment.

It is seen that environmental problems have been included in the news about the region since 2015, and the news about the environment has intensified with the increase in the number of visitors and concerns about the regulations made in the region. Since 2018, the recognition of the region has increased. The number of visitors in 2019 is also an indicator of this.

Based on the distinction that Gierl, Plantsch, and Schweidler (2008) determined as scarcity-related quantity and time, the limitations imposed on certain regions at certain times to protect the region, and Salda Lake being one of the two regions in the world with its similarity to the surface of Mars (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı 6. Bölge Müdürlüğü, 2021) constitute an example of the perception of supply-based scarcity in terms of quantity. However, in destinations subject to intense touristic demand such as Lake Salda, the concern created by the threat and deterioration of the environment over time caused by the anthropogenic pressure creates a perception of demand-based scarcity in terms of quantity, as the sustainability of the region is endangered. The thought that the region will lose its natural attractiveness over time leads to a perception of supply-based scarcity in time. It is seen that there is a mutual cause-effect relationship between perceptions of demand-based scarcity in quantity and supply-based scarcity in time.

In conclusion, within the framework of global climate change, sustainable tourism policies for the protection of the nature of Salda Lake should be revealed. Considering the intensity of news in print and digital media, it is important to raise awareness for people who will participate in tourism movements to travel more consciously. Since the intense travel movements that can be experienced due to the perception of scarcity will cause much direct and indirect damage to the region, possible negative environmental effects should be minimized by taking into account the obligations brought by the Paris Agreement.

In future research on the region; since the findings of this study were obtained from the participants determined by the convenience sampling method, it will be an opportunity to reach a wider sample group by conducting the next research directly in the field. In addition, researching both the demand and environmental effects of the perception of scarcity in protected areas will contribute to the literature and implementation of the regulations regarding the relevant region in accordance with all stakeholders.