

Aşırı Turizm Sorununa Çözüm Olarak Pazarlamama Stratejileri Kullanılabilir Mi? Pamukkale Örneği (Using De-Marketing Strategies to Cope With Overtourism Problem Case Study of Pamukkale)

Derya ÇETİNOĞLU^a Selma MEYDAN UYGUR^b

^a Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye. derya.cetinoglu@hbv.edu.tr

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye. selma.meydan@hbv.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Aşırı/ Ölümsüz turizm Pazarlamama Stratejisi Gönderilme Tarihi 21 Mayıs 2020 Revizyon Tarihi 9 Ağustos 2020 Kabul Tarihi 10 Eylül 2020 Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Amaç – Bu çalışma, destinasyon boyutunda aşırı turizm sorununa çözüm olarak pazarlamama stratejilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Destinasyonların taşıma kapasitelerinin aşımı sonucunda meydana gelen tahribatların önüne geçebilmek ve destinasyonların sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için pazarlamama stratejileri kullanılabilir. Pamukkale travertenleri yeri doldurulamayacak eşsiz bir doğa harikasıdır. Her yıl binlerce ziyaretçinin kullanımı sonucunda fiziksel yapısında zaman içinde meydana gelen olumsuz değişimlerle karşı karşıya kalmış ve eski haline dönüştürülebilmesi için çok fazla uğraşılması gerekmiştir. Bu nedenle çalışmada örnek olarak alınmıştır. Yöntem – Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan örnek olay ve doküman analizi tekniği kullanılmıştır. 1991 yılında düzenlenen “Pamukkale Özel Çevre Koruma Bölgesinin Koruma Amaçlı İmar Planı”, “Pamukkale Özel Çevre Koruma Bölgesi Yönetim Planı 2020- 2024” ve Pamukkale’ye gelen ziyaretçi sayısı (2014-2019) göz önüne alınarak değerlendirilmeler yapılmış ve uygulanan pazarlamama stratejileri değerlendirilerek önerilerde bulunulmuştur. Bulgular – Pazarlamama stratejilerinden; travertenlere gelen ziyaretçi sayısındaki artış nedeniyle giriş ücretlerinde artış-fiyatlama stratejisi, turnike sistemi ile sınırlı sayıda ziyaretçi kabul edilmesi -sınırlı kullanım ve belirli saatlerde ziyarete açılması -zamansal kısıtlama stratejilerinin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Tartışma – Pamukkale travertenlerinin aşırı turizme maruz kalmasının en önemli nedeni, destinasyona belirli bir dönemde ziyaretçi yoğunluğunun olması ve destinasyonun bilinçsiz kullanımınıdır. Diğer bir ifadeyle ziyaretçi yönetim sisteminin uygulanmamasıdır. Destinasyonun kullanımıyla ilgili gerekli uyarıların ziyaretçilere aktarılmasıdır. Destinasyonu ziyarete gelen ziyaretçiler alanı nasıl kullanmaları gerektiği hakkında bilgi sahibi olmamaları, araç park yeri konusunda yaşanan sorunlar ve kanalizasyon sorunu gibi birçok sorun yaşamaktadırlar. Belirtilen sorunların ortaya çıkmasındaki temel neden, planlama ve yönetim konusunda eksiklikler olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda destinasyonlara sürdürülebilir planlama ve yönetim sisteminin oluşturulması ve uygulanması önerilmektedir. Sürdürülebilir destinasyon planlama ve yönetim sisteminin oluşturulmasında pazarlamama çeşitlerinin uygulanması önerilmektedir. Bunlardan ilk olarak genel pazarlamama, karşı pazarlama ve seçici pazarlamama çeşitlerinin destinasyon üzerindeki aşırı talebin engellenmesine yöneliktir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Overtourism Demarketing strategies Received 21 May 2020 Revised 9 August 2020 Accepted 10 September 2020 Article Classification: Research Article	Purpose – This paper aims to, reveal the demarketing strategies as a solution to the extreme tourism problem in terms of destination. Demarketing approach is used in order to prevent destruction and corruption because of over using facilities of a destination and reaching its carrying capacities. Travertine of Pamukkale is a unique destination which welcomes thousands of visitors each year that pushes the limits of carrying capacities. This alarming situation needs preventive and corrective steps to be taken with serious efforts. This is the reason to chose Pamukkale as the sample of this research. Design/methodology/approach – This paper is built with qualitative methods including case study and document analysis techniques. Datas gathered from “Pamukkale Özel Çevre Koruma Bölgesinin Koruma Amaçlı İmar Planı (Regional Special Environmental Protective Plan of Pamukkale in 1991)”, “Pamukkale Özel Çevre Koruma Bölgesi Yönetim Planı (Special Environmental Protect Region Management Plan of Pamukkale 2020-2024)” and visitor numbers of Pamukkale district in 2014-2019. Findings – Due to increasing in number of visitors, increasing-price strategy is used in the destination. In addition to that, pay gate system for entrance with limited number, and restrictions about time such

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Çetinoğlu, D., Meydan Uygur, S. (2020). Aşırı Turizm Sorununa Çözüm Olarak Pazarlamama Stratejileri Kullanılabilir Mi? Pamukkale Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 3008-3026.

as accepting visitors only for specific time of days are other applications of demarketing which is used in Pamukkale destination.

Discussion – The most important reason why Pamukkale travertines are exposed to excessive tourism is the density of visitors to the destination during in a certain period and the unconscious use of the destination. In other words, the visitor management system cannot be implemented. The necessary warnings about the use of the destination are not transmitted to visitors. Visitors who come to the destination have many problems, such as not knowing how to use the space, problems with car parking, and a sewer problem. It is understood that the main reason for the emergence of the mentioned problems are deficiencies in planning and management. In this context, it is proposed to create and implement a sustainable planning and management system for destinations. In creating a sustainable destination planning and management system, it is recommended to apply marketing types. First of these, general marketing, counter-marketing and selective marketing varieties are aimed at preventing excessive demand on the destination.
