

Destinasyonun yaşam süresi ile taşıma kapasitesi arasındaki ilişki

DR.MUZAFFER UYSAL
ŞEHMUS BALOĞLU

Turizm destinasyonlarının (çekim bölgesi) belli bir yaşam süresine sahip oldukları turizm literatüründe geniş ölçüde kabul edilmeye başlanmıştır. Turizm faaliyetlerinin ilk gelişim aşamalarında nisbeten destinasyonların yaşam süresi fikrine daha az karşı çıkılmaktadır. Bölgede yaşayan insanlara ekonomik kazanç sağladığından ve gelen turist sayısı az olduğundan, bu safhalarda turizmin negatif etkileri görülmemektedir. Yaşam süresi ilerledikçe, buna bağlı olarak ziyaretçilerin sayısı ve turizmin negatif etkileri görülmektedir. İdeal olanı, ziyaretçilerin sayısı, bölge insanların turizmin sağladığı yararların ve çok büyük miktardaki turist ağırlamanın yükünü ve onlarla birlikte oluşan olumsuz etkilerini artık karşılamadığının farkına varmalarından önce kısıtlanmasıdır. Böylece, turizm destinasyonlarının karşı karşıya kaldıkları merkezi soru, "ne kadar ziyaretçi yeterli?" olmaktadır ve bu da tamamen turizm destinasyonlarının taşıma kapasitesine bağlıdır.

Doxey ⁽¹⁾, bölge insanların gelişmekte olan turist sayısına karşı olan reaksiyonunu gösteren rahatsızlık indeksini (irritation index) deneysel olarak ortaya koymuştur. Ona göre bölge insanı rahatlık (euphoria) hissizlik (apathy), rahatsızlık (irritation) ve düşmanlık (antagonism) derecelerinden değerlendirilmesi bölgenin yaşam süresinin ve bölge halkının rahatsızlık düzeyinin kontrolüne merkez teşkil eder. Destinasyonun

yaşam süresi ve taşıma kapasitesi kavramları dinamik tarzda birbirleriyle ilişkilidir. Şayet taşıma kapasitesi konusu gözardı edilirse, kontrolsüz gelişmiş hedef bölgenin büyük olasılıkla ters etki yapması kaçınılmazdır. Bu makalenin amaçları şöyle sıralanabilir;⁽¹⁾ destinasyonların yaşam süresi kavramını gözden geçirmek;⁽²⁾ destinasyonların taşıma kapasitesi kavramını gözden geçirmek;⁽³⁾ ve bu iki kavramın nasıl birleştiğine ve bunların turizmin ters etkilerini azaltmak için nasıl kullanılacaklarına ilişkin öneride bulunmak.

Destinasyon yaşam süresi kavramı

Turizm destinasyonların gelişimini gösteren çeşitli çalışmalar yapılmıştır⁽²⁾. Bunlardan Cohen, Plog ve Smith, çalışmalarını ziyaretçilerin kaliteyle ilgili özelliklerini; kişilik tipi, seyahat nedeni, seyahat stili veya beklenen yararları konuları üzerinde yoğunlaştırmışlardır. Buna karşın, Cristaller'in rapor ettiği ve sonradan Butler tarafından incelenen son çalışması, ziyaretçilerin miktarındaki değişiklikleri ve ev sahipliği yapan hedef bölgenin bu sayısal değişikliklere verdiği yanıtları yansıtır. Bu yanıtlar üstyapı ve ayrıca turistleri bölgeye çeken doğal ve kültürel değerlerin gelişmesi ve değerlerinin düşmesini içerir. Bir iki çalışmaya bakıldığında, hedef bölgenin değişik derecelerden geçerken değişik turist tiplerini cezbetmesi yaşam süresi kavramının tamamlayıcı bir parçası olmaktadır.

ABSTRACT

THE SYNERGY BETWEEN A DESTINATION'S LIFE CYCLE AND ITS CARRYING CAPACITY

The concept of a tourism life cycle for destination is widely accepted. There is likely to be relatively little opposition to tourism in the initial stages of development. As the life cycle progresses however, visitation increases and concerns over adverse impacts grow. This paper reviews the destination life cycle concept, the destination carrying capacity concept, and suggests means for integrating the two concepts so that they can be used to minimize adverse impacts from tourism.

Prof. Dr. Muzaffer Uysal, Virginia Polytechnic Institute and State University'de profesördür. Şehmus Baloğlu, aynı üniversitede doktora öğrencisidir.

Geniş ölçüde kabul edilen bu çalışma Butlere aittir ve temel şeklini deneysel olarak doğrulayan birçok alan çalışmaları rapor edilmiştir⁽³⁾. Bu çalışma, destinasyonların yaşam süresini altı dereceye ayırmakta ve yaşam süresinin her aşamasında sahip olduğu özellikleri nicelik olarak açıklamaktadır. Sözü edilen bu aşamalar şöyle sıralanabilir: Keşfetme (exploration), katılım (involvement), gelişme (development), mahafaza (consolidation), doyum ve durgunluk (saturation or stagnation) ve düşüş (decline).

Butler, keşif aşamasını bölgeyi ziyaret eden küçük miktardaki bir turist grubu ile karakterize ederek tarif eder. Prog, bu insanların genellikle maceracı, kendinden emin, meraklı, gayretli ve sürprizleri seven çevre merkezli (allocentric) tipe benzemesi gerektiğini önermektedir. Smith, bu grubu keşifçi, yüksek kalitede, ve nadir bulunan turistler olarak önerirken, Cohen de onları araştırmacılar (explorers) ya da başıboş turistler (drifters) olarak sınıflandırmaktadır. Bu aşama sırasında gelen turistlere hitap eden yerli halkla olan ilişkilerin düzeyi yüksek olmaya eğilim gösterirken, turistlerin hedef bölgeye olan fiziksel ve sosyal etkileri en alt düzeyde bulunmaktadır.

Katılım sırasında ise, destinasyon artan ziyaretçi miktarına karşı ek yapılar sağlayarak cevap verir. Turizm sezonu belirginleşmeye başlar, fakat ziyaretçiler ve yerliler arasındaki ilişki yüksek düzeyde kalır ve ziyaretçilerin özellikleri değişmez. Doxey'e göre evsahibi toplum, "rahatsızlık" düzeyinde iken turizmin oluşturduğu ekonomik potansiyelin farkındadır. Direkt ekonomik yararlarına ek olarak, ziyaretçilerin bölgeye gelmesi onların katılımı olmaksızın mali açıdan yapılabirliği olmayan ve yerli halkın da kullanabileceği sağlık, eğlence ve kültürel alanlardaki konfor yatırımlarının genişletilmesine öncülük edebilir.

Üçüncü aşama olan gelişme safhası, turizmin bir anda hızla gelişerek yörede

yaşayan insan sayısı, turistin hedef bölgeye akın etmesi şeklinde ortaya çıkar. Destinasyon popüler olduktan sonra ziyaretçilerin özellikleri değişmeye ve Smith'in kitlemsi (inceipient mass), Cohen'in "institutionalized tourist" ya da Plog'un orta merkezli "midcentrics" tanımlamalarına benzemeye başlar. Bu insanlar ne macera ararlar ne de seyahatten korkarlar. Bu aşamada yeni tesislerin büyük çoğunluğu yabancılar tarafından oluşturulduca, yerli halkın katılımı ve gelişmenin denetimi azalır. Destinasyonun fiziksel görüntüsünde değişiklik oluşur ve bu değişimler bölge halkı tarafından olumlu karşılanmaz. Ev sahipleri ve turistler arasındaki ilişki daha resmi bir hale dönüşür. Yerli halk turistleri kabul ederken, onları kâr etmenin hedefi olarak görmeye başlar.

Muhafaza aşamasında, gelen turistlerin toplam sayısının halen artıyor olmasına rağmen, bu sayıdaki artma oranı düşer. Tipik olarak, gelen turistler ruhsal merkezli (psychocentric) özellikler gösteren kitle veya charter turisti niteliğindedir⁽⁵⁾. Bu tür turistler risk almaktan kaçındıklarından dolayı alışık oldukları hedef bölgelere gitmeyi tercih ederler. Bu sırada hedef bölgenin ekonomisinin büyük bölümü turizme dayanmıştır ve esas pazarlama çalışmaları turizm sezonunun uzatılması çalışmalarına yönelmiştir ve değişik hedef pazarların yöreye çekilmesine hizmet eden büyük zincirler bölgede yatırım yapmışlardır. Bölge halkının büyük bir bölümü, ki bunlar büyük olasılıkla turizm endüstrisi ile ilişkisi olmayan insanlardır, Doxey'in tarif ettiği rahatsızlık düzeyine ulaştıklarında, gelen turist sayısına ve bölgedeki turizm işletmelerine tepki göstermeye başlarlar.

Bölge hitap edebileceği en yüksek rakamına, doyum veya durgunluk aşamasında ulaşır. Destinasyon, iyi kurulmuş bir imaj olmasına rağmen artık popüler değildir. Kapasite düzeyleri, yöre halkı

Butler, destinasyonların yaşam süresini altı dereceye ayırmakta ve yaşam süresini her aşamasında sahip olduğu özellikleri nicelik olarak açıklamıştır.

nın ters etkileri fark etmesinin artması ve rahatsızlık indeksindeki düşmanlık düzeyine erişilmesi ile birlikte sınıra varmış veya geçmiş olmaktadır. Bölge halkı, turistleri sahip oldukları pek çok sorunun kaynağı olarak görüp, turisti istismar eder ve düşmanlık göstermeye başlar.

En son olan düşüş aşamasında bazı ziyaretçilerin destir asyonu halâ ziyaret etmesine rağmen, ziyaretçi sayısı durgunluk aşamasındayken çok daha az miktardadır. Örneğin, eğer hedef bölge kalabalık şehir merkezlerine yakın ise uzun tatillerden daha çok hafta sonu tatilleri ya da günlük geziler için cazip hale gelebilir. Otellerin apartman kompleksi, emeklilik evleri ya da sağlık evlerine dönüştürülmesiyle turizm tesislerinin diğer kullanım alanları ortaya çıkar. Bölge halkının, kendi çevrelerinin değiştirilmesine kendilerinin izin verdiğini anlamaları ve şimdi de kendi çevrelerinin bir daha asla aynı olmayacağı gerçeğini öğrenerek, bu ortamda yaşamaları gerektiğini anlamalarıyla turizm rahatsızlığı en son düzeyine erişir. Bu aşamada bölgeye gelen turistler daha önceki yıllarda kabul edilenlerle karşılaştırıldığı zaman, bu turistlerin çok değişik ve genellikle daha az arzu edilen türde olduğu ortaya çıkar. Nadir durumlarda, destinasyon turizm fonksiyonunu tamamen kaybedebilir. Düşüş aşamasındaki diğer bir alternatif bölgeyi yeniden canlandırır. Bu durumda, destinasyon ya daha önce turizme entegre etmediği bozulmamış doğal kaynaklarını kullanır ya da turistleri değişik türde cezbedecek yeni alanlara yatırım yapmaya başlar.

Destinasyon taşıma kapasitesi kavramı

Ulusal parkları, ormanları ve diğer halkla ya da özel açık hava eğlence yerlerini kullanan ziyaretçilerin sayısındaki süregelen artışlar, rekreasyon literatüründe taşıma kapasitesi ile ilgili olarak

çok sayıda araştırma yapılmasını teşvik etmiştir.

Rekreasyonel taşıma kapasitesinin en geniş şekilde kabul edilen ilk tanımı, Lime ve Stankey tarafından geliştirilmiştir⁽⁶⁾. Bu tanımlamaya göre; rekreasyonel taşıma kapasitesi, belli bir zaman içerisinde belli bir düzeyde gelişmiş bölgenin ne fiziksel ne de ziyaretçinin tecrübesine zarar vermeden kullanılma özelliğidir. Rekreasyon araştırmacıları çalışmalarını sosyal taşıma kapasitesi üzerine yoğunlaştırmışlardır. Bu nedenle, rekreasyon ile ilgili taşıma kapasitesi fikrini hedef bölgelere adapte etmek için kavrama iki yönde ilave yapmak gerekir. Birincisi, hedef bölgeler arzulanan yöresel aktivitelerden tolerans vermeden turistlerin geliş amaçlarını gerçekleştirmeleri demek olan ekonomik taşıma kapasitesi ile ilgilenmek zorundadırlar⁽⁷⁾. Bu durum uzun zamandan beri ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayan yöresel işyerlerinin dışarıdan gelen daha büyük organizasyonlara doğru el değiştirmesini içermesi gibi, daha yaygın olarak; "yeni yapılacak olan hediye eşya dükkanları, restoranlar, oteller ve araba park yerlerine yer bulmak için bölgeye hitap eden işyerlerinin sahip olduğu arazinin tahsis edilmesi demek olabilir⁽⁸⁾. Bu durum, turizmin bölge halkı üzerindeki etkisini ortaya çıkarır. Yani, taşıma kapasitesi kavramının ikinci unsuru yörede yaşayanların endişelerinin etkisini içerir. Bunun anlamı, destinasyonun taşıma kapasitesinin tesbit edilmesi, turistlerin tutumu kadar ev sahibi halkın tutumu ile de ilgilidir⁽⁹⁾. Anlaşıyor ki, her destinasyonun sınırlı olan arz kaynakları aynı zamanda ev sahibi halkın olumlu ve arkadaşça davranışlarını ve konukseverliğini de kapsamaktadır⁽¹⁰⁾.

Şüphesiz ki, bölge halkı arasında değişik tolerans düzeyleri olacaktır. Örneğin ticari kazançlarını tamamen gelen ziyaretçilerden elde eden yerli halkın gös-

Ulusal parkları, ormanları ve diğer halkla ya da özel açık hava eğlence yerlerini kullanan ziyaretçilerin sayısındaki süregelen artışlar, rekreasyon literatüründe taşıma kapasitesi ile ilgili olarak çok sayıda araştırma yapılmasını teşvik etmiştir.

terdiği hoşgörü, ekonomik açıdan onlara bağlı olmayan yerli halktan çok daha fazla olabilir ⁽¹¹⁾.

Ev sahibi halkın tutumlarıyla ilgili olarak destinasyonun taşıma kapasitesinin değerlendirilmesi konusundaki öneriler iki ayrı düşüncede toplanır ⁽¹³⁾. Birincisine göre, destinasyonun ne kadar miktardaki ziyaretçiyi kaldırabilecek kapasitede olduğunun bölge halkı tarafından olumsuz etkileri hissedilmeden önce belirlenmesi gerekmektedir. Bu sebepten dolayı kapasite, ne kadar turist bölgeye çekilebileceğinden çok, ne kadar turistin arzu edilebileceği olarak tanımlanır. İkinci düşünce ise, destinasyonun taşıma kapasitesinin belirlenmesinin ancak ziyaretçi sayısının düşmeye başladığı düzeyden itibaren önem kazandığını savunur. Çünkü ziyaretçiler belli kapasitelerin geçildiğini algırlar ve böylece destinasyonun ziyaretçileri çekmesi ve memnun etmesi artık son bulur.

Destinasyonun taşıma kapasitesi, beklenmeyen bir kötüleşme düzeyi oluşmadan önce belli bir zaman süresince desteklenebilecek ziyaretçi miktarı olarak tanımlanabilir. Bu kötüleşme ya da ekolojik etki alanları şöyle sıralanabilir: (1) fiziksel ya da ekolojik çevre; (2) ziyaretçinin deneyimleri; ya da (3) ev sahibi halkın ziyaretçileri kabul etmesi. Beklenmeyen büyük bir miktarda ziyaretçilerin ortaya çıkmasıyla oluşan kalabalıkla veya fiziksel ya da ekolojik çevrede meydana gelen kötüleşmesinin fark edilmesiyle birlikte bölge halkının ziyaretçilere karşı olan tutumları olumsuzlaşır. Böylece, ziyaretçiler destinasyonda daha fazla rahat edemediklerinden, deneyimlerinin düzeyi tahmin edilmeyen bir şekilde kötüye gider. Bölge halkının turistlere karşı hoşgörüsü beklenmeyen bir şekilde düşmüş olduğunu gösterir ⁽¹³⁾. Butler'in ⁽¹⁴⁾ altı safhaya ayırdığı destinasyon yaşam süresi kavramı, fiziksel, ekolojik, sosyal ve ekonomik etkilerde oluşan değişikliklerle bu deği-

şikliklerin büyüklüğü, yönü ve yapısının evsahibi halkın rahatsızlık indeksi'nde ne zaman kabul edilmeyen düzeye ulaşabildiğini belirler.

Taşıma kapasitesi kavramının destinasyonun yaşam süresi çerçevesinde uygulanmaya konulması

"Taşıma kapasitesi" teriminin turizm çerçevesinde kullanılmasına karşı çıkan üç önemli düşünce ve bulunmaktadır. İlk olarak Wall ⁽¹⁵⁾, devir (cycle) kavramının hedef bölgelerin ve kapasitelerinin zamanla değişmeye eğilimli olduğunu ima etmesine rağmen, taşıma kapasitesine sabit bir sınırın ima edildiğine dikkat çekmiştir. İkinci olarak, taşıma kapasitesi tek yönlü bir kavrama delalet eder, halbuki bu makale taşıma kapasitesi terimi kritik dönüm noktalarının belli sayısal değerlerle tanımlanabileceğini ve ölçülebileceğini önermektedir. Fakat dikkat çekildiği üzere destinasyonların doğal bir kapasiteleri yoktur. Ziyaretçilerin miktarı, kabul edilebilen faaliyetleri ve ziyaretçilerin deneyimlerinin kalitesi yönetim ve planlama amaçlarına göre değişebilir ⁽¹⁶⁾.

Kullanma haddinin rekreasyon araştırmacıları tarafından sağlam deneysel çalışmalarla araştırılmasına rağmen, literatür tarayıcıları, ne kesin çizgilerle belirlenmiş bir rakamın, ne de arzulanan bir düzeye erişmek için kesin bir rakama ulaşmayı sağlayan bir metodun şimdilik ortaya çıkmadığı sonucuna varmışlardır ⁽¹⁷⁾. Sosyal taşıma kapasitesinin sonuçları belirgin değildir. Ziyaretçilerin yoğunluğunun ve kalabalığın artmasının onların deneyimlerinin azalması ve yanlış yöne kayması olduğu varsayımı üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Fakat, deneysel araştırmalar kullanma düzeyleri ile ziyaretçilerin tatmin düzeyleri arasında bir ilişki olduğunu sağlam bir şekilde doğrulayamamıştır.

Rekreasyon ortamının aksine, turizm çerçevesinde turistlerin sayısal fazlalığı

Şüphesiz ki, bölge halkı arasında değişik tolerans düzeyleri olacaktır. Örneğin ticari kazançlarını tamamen gelen ziyaretçilerden elde eden yerli halkın gösterdiği hoşgörü, ekonomik açıdan onlara bağlı olmayan yerli halktan çok daha fazla olabilir.

daha çok olumlu olarak algılanmasından dolayı kullanma haddinin kullanılabilirliği turizmde daha da zorlaşmaktadır. Başka insanların varlığı çevreye, atmosfere ve hedef bölgeye olan ilgiye ya da hedef bölgedeki belli çekiciliklere önemli etkilerde bulunmaktadır. Örneğin, el değmemişliği arayan bir turist, eğer bölgede başkalarını görürse deneyiminin yeterince iyi olmadığına inanabilir. Aynı zamanda, plaja giden bir insan büyük bir kalabalık görmezse deneyimi büyük miktarda beğenini yitirebilir. Yoğunlukla (bölgeye düşen kişi miktarı) kalabalık (çok fazla insanın algılanması) arasında çok büyük bir fark bulunmaktadır⁽¹⁸⁾. Buradan insanların mutlak sahipleri ve ziyaretçiler tarafından nasıl değerlendirildiğinin önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. İki durumdan biri ortaya çıktığı zaman olumsuz bir değerlendirmenin oluştuğu önerilmektedir. Şayet yoğun kalabalık (density crowding) varsa olumsuz değerlendirmenin kaynağı insan sayısı ve / veya diğer insanların kişiye olan fiziksel mesafesidir. İkinci durum, davranışsal kalabalık (behavioral crowding), başkalarının ve davranışlarının bölge halkı ve ziyaretçilerin sosyal ve psikolojik amaçlarına ulaşmalarıyla çakıştığı zaman ortaya çıkan koşulları temsil eder. Böylece diğer insanların mevcudiyetine olan anlayış azalır.

Rekreasyon araştırmalarının kapasite sınırlarını belirleyecek belli parametreleri ortaya koyamaması, iki soruya gündeme getirmektedir. İlk olarak, kullanma limitinin kavramlaştırılmasının herhangi bir yararı var mıdır? Wall⁽¹⁹⁾ yararları olduğuna şu koşullar altında inanmaktadır. Şayet kavramın kullanılması turizm planlamacıları ve yöneticilerini çevresel konulara, bölge halkı ve misafirlerin deneyimlerinin kalitesine daha fazla önem vermeye ve planlamacıları ve yöneticileri daha uygun amaç ve hedef belirlemeye teşvik ediyorsa, bu kavramı yararlı bir amaca hizmet eder. Ayrıca, bu kavram sağduyuya sahiptir ve

destinasyon yaşam süresi kavramının tamamlayıcı bir parçasıdır.

Diğer taraftan, kavramın kullanılabilirliği sınırlıdır. Çünkü kavram basit olmaktan çok kompleks ve çok yönlüdür. Bu demektir ki, her yaşam süresi safhasında, kavramın farklı yönleri belirleyici unsurdur. Örneğin, keşif safhasında bölge halkının turisti kabullenmesinden daha çok yeterli tesisin olmaması belirleyici unsurdur. Çünkü ağırlanabilecek turist sayısını o belirlemektedir. Gelişme safhasında, ekonomik kullanım haddi (economic use limitation) belirleyici kriterdir, çünkü bu aşamada bölge halkı dışarıdan gelip yeni tesisler kurmak isteyenlere karşı koyabilir. Durgunluk aşamasında, bölge atıl kapasiteye sahip olabilir, fakat bölge halkının turistlere olan düşmanlığı veya ekolojik çevrenin bozulması belirleyici unsur olabilir.

Belli bir destinasyonun düşme sürecine girmesi, genellikle onun ortaya çıkan yeni bölgelerle rekabet edememesine bağlanır⁽²⁰⁾. Bu düşüş bölgenin aşırı kullanılmasından ortaya çıkan ekolojik bozulmayı yansıtan psikolojik bir durum olabilir. Alternatif olarak, bölgenin algılanmasında ortaya çıkan değişiklikleri yansıtan psikolojik bir durum olabilir. Bu tanımlama kullanım haddinin sosyal ve ekonomik yönlerini gözardı etmektedir. Ziyaretçiler tarafından algılanan sosyal kullanım haddinin aşılması bölgenin kalabalık olduğu imajını verir; bölge halkının sosyal ve ekonomik kapasitelerinin aşılması, konuksever olmayan bir kafa yapısının ortaya çıkması ve rahatsızlık indeksi'nin artmasına neden olur. Her iki durumda belli bir bölgenin gözden düşmesine katkıda bulunur.

Eğer kullanım haddi kavramının yararlı olduğuna inanılıyorsa, o zaman akla ikinci soru gelmektedir: Turizm yöneticileri kullanım haddini nasıl belirleyeceklerdir? Rekreasyon literatürüne göre bu belirleme kesin parametreleri tespit etmeye çalışmaktan çok bölgede meydana gelen değişiklikleri sürekli takip

Kullanma haddinin rekreasyon araştırmacıları tarafından sağlam deneysel çalışmalarla araştırılmasına rağmen, literatür tarayıcıları, ne kesin çizgilerle belirlenmiş bir rakamın, ne de arzulanan bir düzeye erişmek için kesin bir rakama ulaşmayı sağlayan bir metodun şimdilik ortaya çıkmadığı sonucuna varmışlardır

etmekle yapılmalıdır. Oluşturulacak bir "izleme programı" aşağıda belirtilen hususlardaki değişiklikleri takip etmelidir:

1. Bölgede bulunan atraksiyonların ekolojik durumu;
2. Otel, motel, tatil köyü, parklar ve kültürel merkezler gibi tesislerin kapasite ve kullanım oranları;
3. Altyapının kalitesi;
4. Bölge halkı içerisindeki çeşitli grupların rahatsızlık indeksi;
5. Ziyaretçilerin tatmin düzeyleri;
6. Ziyaretçilerin profili ve para harcamaları biçimleri; ve
7. Mahalli işletmelerin dışarıdan gelen işletmelere olan oranı.

Bu faktörlerin izlenmesiyle elde edilen sonuçlar turizmin etkisini (tourism impact statement) ortaya çıkarır. Bu sonuçlar yıllık olarak gözden geçirilmeli ve rapor edilmelidir. Bu bütün içinde incelendiğinde bu faktörler, ziyaret düzeyinin bölge halkı ve ziyaretçiler tarafından kabul edilen sınırların içinde veya dışında olduğuna dair bir fikir verir. Eğer ziyaretçi sayısı arttırılmak isteniyorsa, kamu yatırımlarının, özel yatırımların teşvik edilmesi, yasal düzenlemelere başvurulabilir veya pazarlama teknikleri uygulanabilir.

Kamu yatırımlarının alt ve üstyapının zenginleştirilmesi yoluyla daha fazla ziyaretçi akımına neden olunabilir. Yine kamu yatırımı sermaye projelerinin yanı sıra turizm eğitimi, bölgenin güzelleştirilmesi veya tanıtım faaliyetlerinin arttırılması şeklinde geliştirici programları da kapsayabilir. Özel yatırımlar kamu yatırımlarını destekleyebilir veya onların yerine geçebilir. Bu da hükümetlerin izlediği turizm ve teşvik politikasıyla desteklenebilir.

Eğer amaç ziyaret düzeyini aşağı çekmek ise, çeşitli yatırım programları yürütmeye konabilir. Burada hükümetin

görevi çevre ve bölgeyi koruma kanunlarının oluşturulması ve turizmi geliştirme politikalarının düzenlenmesi gibi kontrol ve yürütme faaliyetleridir.

Kanuni yoldan oluşturulan kontrol faaliyetleri pazarlama stratejileri ile desteklenebilir. Buradaki pazarlama stratejileri turist sayısını azaltmaya yöneliktir (demarketing). Bu strateji, bölgeyi teşvik etmemeyi veya bölge içindeki daha az ziyaret edilmiş alternatif alanların tanıtımını yapmayı kapsar. Dağıtım stratejisi ise charter veya planlı uçuşların sayısını azaltmak şeklinde olabilir. Ürün stratejisi, yani konaklama tesislerinin sayısını azaltmakla mümkün olabilir.

Sonuç

Ürünün yaşam süresi geleneksel pazarlama çerçevesinde "uygun bir işletme stratejisini belirlemede en önemli faktör"⁽²¹⁾ olarak kabul edilebilir. Bu düşünce şekli destinasyonun yaşam süresi çerçevesinde aynı ölçüde yaygın görünmektedir. Ortaya çıkan en önemli karar aşaması daha fazla veya farklı ziyaretçilerin bölgeye gelmelerini teşvik etmek şeklindedir.

Bu konuya hitap etmek şu faaliyetleri gerektirir: Birincisi, kullanım haddinin çok yönlü bir kavram olduğunu idrak etmek. İkincisi, bu yönlerin herbirinde meydana gelen değişiklikleri takip edecek kapsamlı bir izleme programını uygulamaya koymak. Üçüncüsü, bölgedeki tüm çıkar gruplarının konuyu açık bir şekilde tartışmaları için izleme programının sonuçlarını sansür etmeden bir tabana yaymak.

İzleme programının uygulamaya konulması iki nedenden ötürü kamu ve özel turizm makamlarınca onaylanmayabilir. Birincisi, kamu ve özel sektör daha çok ekonomik büyüme ve gelişmeyle ilgilendikleri için turizmin meydana getireceği negatif etkilere kayıtsız kalırlar. İkincisi, bir izleme programının ortaya konulması para ve yatırım gerekti-

Belli bir destinasyonun düşünme sürecine girmesi genellikle onun ortaya çıkan yeni bölgelere rekabet edememesine bağlanır. Bu düşünüş bölgenin aşırı kullanılmasından ortaya çıkan ekolojik bozulmayı yansıtan psikolojik bir durum olabilir.

rir. Halbuki, resmi turizm makamları ve özel sektör buna ayrılacak paranın tanıtıma harcanmasını onaylayabilir. Bu kısa vadeli ve reaktif bir düşünüş biçimidir. "Turizm alanlarının işletilmesinden, planlamasından ve geliştirilmesinden sorumlu insanların tavırlarında bir değişim olması gereklidir. Turizm bölgeleri sonsuz ve zamansız değildir, bu nedenle sınırlı ve yenilenmeyen kaynaklar olarak idrak edilmeli ve işlem görmelidir." (22). Turizm olayı içindeki özel ve kamu kesimi bir turizm bölgesinin kısa vadeli ekonomik kazançlardan daha çok uzun vadede istikrarının korunmasına merkez teşkil ettiklerinden, bu makalede irdelenen prensiplere sahip çıkmalıdırlar. Bilinmelidir ki, etkin ve sağlıklı bir turizm gelişimi ancak ve ancak turizmden etkilenen bütün grupların (kamu ve özel sektör, bölge insanı ve turist) katılımı ve çıkarlarının korunmasıyla mümkündür. Bu da kamu sektörü, özel sektör ve bölge halkının işbirliği ve yardımlaşması sayesinde gerçekleşir. □

Kaynakça

- 1) G.V. Doxey, "When enough's enough: The Natives are Restless in Old Niagara", *Heritage Canada*, Sayı: 2, No: 2, 1976, s. 26-27.
- 2) E. Cohen, "Toward a Sociology of International Tourism", *Social Research*, Sayı: 39, 1972, s. 164-182; S. C. Plog, "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity", *Cornell H.R.A. Quarterly*, Sayı: 14, No: 4, 1974, s. 55-58; V. L. Smith, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, (Second Edition), University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989, s. 11-16; W. Christaller, "Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions - Underdeveloped Countries - Recreation Areas", *Papers of the Regional Science Association*, Sayı: 12, 1963, s. 95-105; R. W. Butler, "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution : Implications for Management of Resources" *Canadian Geographer*, Sayı: 24, s. 5-12, 1980.
- 3) C. Stansfield, "Atlantic City and the Resort Cycle", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 5, 1978, s. 238-251; D. Nash, "The Rise and Fall of an Aristocratic Tourist Culture: Nice, 1763-1936", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 6, 1979, s. 61-75; S. L. Richardson, "A Project Life Cycle Approach to Urban Waterfronts: The Recitalization of Galveston", *Coastal Zone Management Journal*, Sayı: 14, No: 1 ve 2, 1986, s. 21-45; G. R. Hovinen, "Visitor Cycles: Outlook for Tou-

rism in Lancaster Country", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 9, No: 4, 1982, s. 565-583.

- 4) Butler, op. cit., Ref. 2.
- 5) Smith, Cohen ve Plog, op. cit., Ref. 2.
- 6) D. W. Lime ve G. H. Stankey, "Carrying Capacity: Maintaining Outdoor Recreation Quality" in *Recreation Symposium Proceedings*, Northeastern Forest Experiment Station USDA Forest Service, 1971, s. 174-184.
- 7) A. Mathieson ve G. Wall, *Tourism : Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, New York, 1982, s. 21.
- 8) İbid.
- 9) J. A. Mazanec ve W. Alkier, "Tourism Planning in Highly Developed Mountain Areas: Recommended Methodology", *Tourism Recreation Research*, Sayı: 9, No: 2, 1984, s. 7-13.
- 10) K. Cooke, "Guidelines for Socially Appropriate Tourism Development in British Columbia", *Journal of Travel Research*, Sayı: 21, No: 1, 1982, s. 22-28.
- 11) P. S. Thomason, J. L. Crompton ve B. D. Kamp, "A Study of The Attitudes of Impacted Groups Within a Hosst Community Toward Prolonged Stay Tourist Visitors", *Journal of Travel Research*, Sayı: 17, No: 3, Kış, 1978, s. 2-7.
- 12) A. M. O'Reilly, "Tourism Carrying Capacity-Concept and Issues", *Tourism Management*, Sayı: 7, No: 4, 1986, s. 254-258.
- 13) B. Martin ve M. Uysal, "An Examination of the Relationship Between Carrying Capacity and the Tourism Lifecycle: Management and Policy Implications", *Journal of Environmental Management*, 31: 327-333, 1990; Op. cit. Ref. 7.
- 14) Butler, op. cit., Ref. 2.
- 15) G. Wall, "Cycles and Capacity: A Contradiction in Terms", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 10, No: 2, 1983, s. 268-270.
- 16) İbid.
- 17) R. H. Becker, A. Jubenville ve G. W. Bumett, "Fact and Judgment in the Search for a Social Carrying Capacity", *Lelsure Sciences*, Sayı: 2, No: 4, 1984, s. 475-486.
- 18) C. A. Gunn, *Tourism Planning*, Taylor and Francis, New York, 1988, s. 122.
- 19) Wall, op. cit., Ref. 13.
- 20) Butler, op. cit., Ref. 5.
- 21) C. W. Hofer, "Towards a Contingency Theory of Business Strategy", *Academy of Management Journal*, Sayı: 18, Aralık 1975, s. 784-810.
- 22) Butler, op. cit., Ref. 2.

Ürünün yaşam süresel geleneksel pazarlama çerçevesinde "uygun bir işletme stratejisini belirlemede en önemli faktör" olarak kabul edilebilir.