



Ezine-Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeline yönelik paydaş görüşlerinin analizi*

Analysis of stakeholder views on the tourism potential of Ezine-Çamlıca Waterfall*

Gülsu Gavas^a, Gencay Saatci Savsa^{b*}

^a Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, gulsugavas17@gmail.com, ORCID: 0009-0009-1891-1842

^{b*} Sorumlu Yazar, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, gencaysaatci@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7842-989X

* Bu çalışma TÜBİTAK 2209-A-Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2023/2 tarafından 1919B012315718 proje numarası ile desteklenmiştir.

ÖZ

Bu araştırma ile Çanakkale'de turizm faaliyetleri içerisinde yer alan paydaşların Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeline bakış açılarını belirlemek ve ilgili kurum ve kuruluşların bu destinasyonun turizm potansiyelinin geliştirilmesine yönelik sağlayacakları katkıları tespit etmek amaçlanmıştır. Çamlıca Şelalesi'nin mevcut durumu, bölgenin turizm konusunda nasıl geliştirilebileceğinin tespit edilmesi de araştırmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı kapsamında 01.07.2024-15.08.2024 tarihleri arasında 45 katılımcı ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda; bölgenin şu an için sadece yerel halk tarafından biliniyor olması, il merkezine bir saatlik uzaklıkta olup altyapı ve üstyapı bakımından yeterli derecede gelişmemiş olması turizm potansiyeli açısından engel oluşturmaktadır. Ayrıca bölgenin doğal ve kültürel varlıklarının korunarak turizme açılması gerektiği de vurgulanmıştır. Katılımcıların bölgenin gelişimine yönelik sunmuş oldukları öneriler bölgenin turizm gelişimi için izlenecek yolun belirlenmesine yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Potansiyeli, Destinasyon, Paydaş, Çamlıca Şelalesi.

ABSTRACT

This research aims to determine the perspectives of stakeholders involved in tourism activities in Çanakkale on the tourism potential of Çamlıca Waterfall and to determine the contributions of relevant institutions and organizations to the development of the tourism potential of this destination. The current situation of Çamlıca Waterfall and determining how the region can be developed in terms of tourism constitute the sub-goals of the research. Within the scope of the purpose of the study, in-depth interviews were conducted with 45 participants between 01.07.2024 and 15.08.2024. In line with the findings of the research; the fact that the region is currently only known by local people, is an hour away from the city center and is not sufficiently developed in terms of infrastructure and superstructure creates an obstacle in terms of tourism potential. It was also emphasized that the natural and cultural assets of the region should be protected and opened to tourism. The suggestions offered by the participants for the development of the region will help determine the path to be followed for the tourism development of the region.

Keywords: Tourism Potential, Destination, Stakeholder, Çamlıca Waterfall.

GİRİŞ

Günümüzde gelişen ulaşım olanakları, teknoloji, refah seviyesi ve artan boş zaman kişileri turizm etkinliklerine yöneltmiştir. Turizm etkinliklerini kullanan kişi sayısının ve çeşitliliğinin artması sonucunda alternatif turizm şekilleri ortaya çıkmış ve popülerlik kazanmıştır. Doğal ve kültürel varlığı korunmuş olan bölgeler deniz-kum-güneş turizmi dışında şehirden uzaklaşmak isteyen tüketiciler için ilgi çekici bir alternatif hâline gelmiştir. Bir bölgenin turizme kazandırılması için öncelikle bölgenin detaylı bir analizinin yapılması ve bu doğrultuda politikalarının geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Turizmin sürdürülebilirliği kapsamında bir bölgede turizm gelişimi başlanmadan önce çevre planlamasının yapılması gerekmektedir. Bir destinasyonun doğal güzellikleri ve çevresel koşulları turistler açısından tercih edilme oranını etkilemektedir. Bu nedenle bölgenin çevre kalitesi destinasyon pazarlamasında kritik bir noktadır. Turizm hareketi hava ve su kirliliğine de yol açmaktadır. Olumsuz etkilerin minimuma indirilmesi konusunda da çevre planlaması önem taşımaktadır. Planlaması yapılan bölgenin turizm hareketlerine başlaması sonucunda bölgeye birtakım ekonomik getirileri de olacaktır. Turizm istihdam sağlayarak bölgedeki iş olanaklarını artırmaktadır. Turistik oluşumlar bölgenin ekonomik kalkınmasında da etkili olmaktadır (Çeken, 2008).

Bölgenin turizme kazandırılması aşamasında paydaşlardan biri olan yerel halkın turizme desteği de önemlidir. Halkı turizmin süreçlerine dâhil etmek, kendilerini turizmin bir parçası olarak görmelerini sağlamaktadır. Ayrıca turizmin sosyokültürel etkileri turizmi destekleme eğilimini etkileyen en önemli faktörlerdendir. Yerel halkın turizme olan

tutumu bölgede sürdürülebilir bir turizm gelişimi açısından gereklidir. Turizm paydaşlarının üstlendiği roller bölgenin turistik potansiyelini değerlendirmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak açısından büyük önem teşkil etmektedir. Yerel yönetimler, çevre düzenlemeleri ve tanıtım konusunda; turizm işletmeleri, turistlerin yeme içme, konaklama, vb. ihtiyaçlarını karşılamada; sivil toplum kuruluşları, kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirlik bağlamında ve turizm sektörüne nitelikli eleman yetiştiren eğitim kurumları da sektörün gelişiminde etkin rol oynamaktadır (Suna, 2019).

Buradan hareketle bu araştırma kapsamında; Çanakkale ili turizm paydaşlarının Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeli ve turizm potansiyelinin geliştirilmesi hakkındaki düşüncelerinin ortaya konulması hedeflenmiştir. İlgili yazında söz konusu yöre ile ilgili olarak henüz bir çalışmaya rastlanmamış olması da araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu araştırma ile aynı zamanda her geçen gün daha da önemi artan sürdürülebilir bir gelişim ve kontrollü gelişen bir turizm bölgesi sağlanabilmesi adına; Çanakkale ili turizm paydaşlarının Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeli ve Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyelinin geliştirilmesi hakkındaki düşüncelerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Ayrıca bu araştırma ile Çamlıca Şelalesi'nin destinasyon olarak gelişmeye başlama aşamasında planlanması, pazarlanması ve tanıtılması sürecince paydaşların rollerine de değinilmektedir. Çünkü bir yörenin turizm faaliyetlerine başlamadan önce planlanması ve kontrollü gelişmesi, turizmden pay alan tüm kesimlerin yararına olacak bir yaklaşımdır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm, turist çekme ve turiste hizmet etme amacı güden bir sektördür. Diğer sektörlerin gelişmesine katkı sağlaması bakımından küresel bir sektör haline de gelmiştir. Turizm, bölgesel istihdam oluşturmak ve sürdürmek için çok önemli bir rol oynamaktadır. Bundan dolayı ülkeler açısından ekonomik önemi ve katkısı büyüktür. Bir bölgenin kalkınmasında ve bölgeye ait kaynakların etkili kullanımında turizm sektörünün yeri ve önemi büyüktür. Turizm sektörü farklı bölgeler arasındaki dengesizliğin ortadan kaldırılmasında fayda sağlamaktadır. Tarımsal ve sanayi kaynakları bakımından zayıf bölgeler eğer güçlü turistik etkiler barındırıyorsa, doğru yapılacak planlama ve politika uygulamaları sayesinde turizme bağlı kalkınma göstereceklerdir (Çeken, 2008: 298).

Turizm potansiyeli temelde bir yerin turist çekebilmesidir. Bir bölgede turizm çekiciliğinin oluşması için bölgenin belirli değerlere sahip olması gerekmektedir. Bölgede bulunan doğal güzellikler, tarihi alanlar, kültürel değerler vb. bu değerlere örnek gösterilebilir. Turizm potansiyelinin ortaya çıkarılabilmesi için yerel yönetimlerin, paydaşların ve bölge halkının ortak çabası gerekmektedir. Turizm potansiyeli doğru bir şekilde ortaya çıkarılmış olan bölge turizmde başarılı bir konumda yer alacaktır (Türkay, 2014).

Turizm olayı doğal, kültürel ve yapay kaynakların kullanımı ile meydana gelen sosyal, kültürel ve ekonomik bir olaydır. Bu kaynakların doğru bir şekilde kullanımı destinasyonun sürdürülebilirliği için büyük önem taşımaktadır. Bu sürdürülebilirliği sağlamak ise destinasyon paydaşlarının bir ilişki ağı içerisinde olmalarını gerektirmektedir. Özellikle yerel yönetimlerin planlama aşamasında, tüm paydaşların iletişim hâlinde olması önemlidir (Suna, 2019). Destinasyon bölgesinin paydaşları, turizm arzını ve talebini, turizm planlamasını, turizmin etkilerinin yönetimini, insan kaynakları ve araştırmaları gibi konuları da içine alarak turizmin gelişimini birçok yönden etkilemektedir. Paydaşlar sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada araçsal olduklarından, paydaşların görüşleri, etkili paydaş katılım stratejilerinin geliştirilmesi için çok önemlidir (Sayılır, 2021).

Turizm sektörünün hizmet yoğun olması, döviz girdisi sağlaması, cari açığa olan olumlu etkisi, yüksek oranda iş gücüne ihtiyaç duymasına neden olmaktadır. Bu yüzden dünya ekonomisinde ülkelerin ihtiyaç duyduğu temel sektörler arasındadır. Belirli bölgelerde gelişen turizm olanakları sayesinde yapılan yatırımlar ve altyapı olanakları artmaktadır. Gelişen bu olanaklar kişilerin turizme daha fazla ilgi duymasına, yeni girişimlerle ekonomik gelir seviyelerinin artışına ve bölgenin kültürel gelişiminin devamlılığına sebep olmaktadır. Ayrıca bir bölgede gelişen turizm olanakları çarpan etkisiyle diğer bölgeleri ve sektörleri etkilemektedir. Turizmden elde edilecek gelirler ve bölgeye sağlayacağı en üst düzeydeki faydanın oluşturulması için sadece bölgeyi yöneten kurum ve kişilerin stratejik ve doğru kararları almasını beklemek pek doğru değildir. Turizmin toplumsal yapıya uygun bir şekilde geliştirilmesi ve tüm kesimler için en yüksek faydanın sağlanabilmesi, tüm bölge inisiyatiflerinin ve yerel aktörlerin birlikte katılımı ile sağlanabilir (Türkay, 2014: 90).

Destinasyonların paydaşları olarak sayılabilecek bu aktörler arasında; konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, destek hizmet işletmeleri, tur operatörleri, seyahat acentaları, eğitim veren kurumlar, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, yerli ve yabancı turistler ve yerel halk bulunmaktadır (Suna, 2019: 24; Sayılır, 2021).

Tüm bu paydaşların birlikte uyum içinde çalışmaları destinasyon pazarlama faaliyetlerinin bütünlük içerisinde ve başarılı olabilmesi açısından önem arz etmektedir. Böylelikle tüm paydaşlar kendi üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirerek destinasyonun yönetimine, politikalarının oluşturulmasına, geliştirilmesine ve planlamasına da katkıda bulunabilirler (Benedetti, Çakmak ve Dinnie, 2011: 113; Sayılır, 2021). Destinasyon bölgesindeki tüm paydaşların belli bir sistematiğe ve eş güdümlü bir çalışma içerisinde olmaları sayesinde turizm endüstrisinin çok iyi sonuçlar verdiği görülmektedir. Bu sebeple paydaş algısı destinasyon bölgesinin gelişmesi için atılacak adımlarda ön bilgi sağlaması açısından yüksek öneme sahiptir (Ekin ve Ören, 2012: 137).

Buradan hareketle; araştırmanın konusunu, Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeline yönelik paydaş görüşlerinin incelenmesi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın ana problemi "Çanakkale bölgesindeki turizm paydaşlarının Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeline bakış açıları nasıldır?" olarak belirlenmiştir. Araştırmanın alt problemleri ise; "Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeli nedir?" ve "Bu bölgede turizmin gelişmesi için neler yapılmalıdır?" sorularıdır. Araştırmanın ana ve alt amaçları doğrultusunda; turizm paydaşlarının Çamlıca Şelalesi turizm potansiyeline bakış açılarını belirlemek ve bu destinasyon için sürdürülebilir bir turizm gelişiminin oluşabilmesine katkı sağlamak hedeflenmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda da söz konusu destinasyonun mevcut durumu ortaya konmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırma kapsamında; Çanakkale ili turizm paydaşlarının Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeli ve turizm potansiyelinin geliştirilmesi hakkındaki düşüncelerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Ayrıca, şelalenin bir turizm destinasyonu olarak gelişim sürecinde, paydaşların planlama, pazarlama ve tanıtım aşamalarındaki rolüne de değinilmektedir. Bölgenin turizm faaliyetlerine başlamadan önce doğru bir şekilde planlanması ve kontrollü bir şekilde geliştirilmesi, tüm paydaşlar için faydalı bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır.

Araştırmanın evrenini Çanakkale yerel ve merkezi yönetim temsilcileri, akademisyenler, Çanakkale turizmini temsil eden tüm özel sektör temsilcileri, Sivil Toplum Kuruluşları temsilcileri ve yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmanın amacına göre Çanakkale'de turizm konusunda söz sahibi ve yönlendirici etkiye sahip resmî kurum, sivil toplum kuruluşları, özel sektör temsilcileri ve yerel halktan oluşan kişiler seçilmiş ve bu kişilerle yapılandırılmış ve açık uçlu sorulardan oluşan mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakat sırasında katılımcılara Çamlıca Şelalesi'nin destinasyon olarak potansiyeli, turizm geliştirilirken dikkat edilmesi gereken unsurlar, Çamlıca Şelalesi'nin tanıtılması ve pazarlanması gibi konularda hangi paydaşların nasıl roller üstlenmesi gerektiği hakkında sorular yöneltilmiştir.

Çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma, insanların deneyimlerinden yola çıkarak bireysel ve toplumsal olay ve olguların temelde yer alan niteliklerini açıklamak amacıyla, araştırmacının insanları doğal yaşam alanlarında gözlemlediği, olay ve olguların oluşma süreçlerini incelemek için yürüttüğü çalışmalar bütünüdür (Creswell, 2013). Çalışmada nitel araştırma yöntemi olan derinlemesine mülakat yöntemi tercih edilmiştir. Derinlemesine mülakat yöntemi; üzerinde araştırma yapılan konuyu bütün yönleri ile kapsayan ve katılımcılara genellikle açık uçlu sorular sorularak detaylı yanıtlara ulaşılmasını mümkün kılan, yüz yüze görüşme şeklinde gerçekleştirilerek bilgi toplanmasını sağlayan bir veri toplama yöntemidir (Tekin, 2006: 101). Nitel araştırma, insanların söylediklerinden alıntılar yapma, bu alıntıları doğrulama ve anlamlarını yorumlamayı içermektedir. Nitel veriler üç ana kaynaktan elde edilmektedir: (1) derinlemesine ve açık uçlu görüşmeler; (2) doğrudan gözlemler ve (3) yazılı belgeler. Görüşmeler, bireylerin yaşadıkları deneyimler, görüşler, duygular ve bilgi birikimlerine dair doğrudan alıntılar sunmaktadır (Patton, 2014: 55). Bu çalışmada, örneklem kasıtlı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Kasıtlı örnekleme, araştırmacının, araştırmasının hedeflerine en hızlı ve en uygun şekilde ulaşmasını sağlayacak katılımcıları seçerek çalışmasına dâhil etmesidir (Kozak, 2017: 118).

Çalışmanın amacı kapsamında 01.07.2024-15.08.2024 tarihleri arasında, randevu taleplerine olumlu dönüş yapan 45 katılımcı ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Çalışma içerisinde bu kişilerin isimleri yerine etik kurallar gereği “Katılımcı” ibaresi kullanılmıştır. Araştırma verileri katılımcılarla yapılan derinlemesine mülakatlardan elde edilmiştir. Mülakat yöntemiyle, katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilir ve belirli bir konuya ilişkin görüş ve gözlemleri ayrıntılı bir şekilde elde edilmeye çalışılır (Kozak, 2017: 89). Mülakat formu, literatür taraması ve turizm alanında üç öğretim üyesinin görüşleri doğrultusunda, 10 adet yapılandırılmış ve beş adet demografik olmak üzere toplam 15 sorudan oluşmaktadır. Mülakat formu için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Rektörlüğü Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Komisyonu’nun 09.05.2024 tarih ve 07/25 sayılı kararı ile onay alınmıştır. Mülakatlardan elde edilen veriler deşifre edilmiş, MAXQDA analiz yazılımı yardımıyla içerik analizi yapılmıştır. Belirli bir alanın mevcut durumu ve gelecekteki gelişim eğilimlerini kavrayabilmek için, genellikle ilgili literatürü inceleyerek ve bulguları derleyerek içerik analizi yöntemi tercih edilir (Ban ve Mahmud, 2023: 20). İçerik analizi; sözlü, yazılı veya görsel iletişim ağlarındaki mesajları analiz etme yöntemidir. Nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi, olguları tanımlamaya ve ölçmeye yarayan bir sistematik ve nesnel bir araç olarak tanımlanmaktadır (Elo ve Kyngas, 2008). İçerik analizi herhangi bir kaydedilmiş iletişimin içeriğini incelemeye odaklanır ve bu iletişim biçimi yazılı metinlerden (kitaplar, dergiler) görsel öğelere (televizyon programları, reklamlar) kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. İçerik analizinin amacı, istatistik veriler kullanılarak elde edilen verilerin yorumlanmasını sağlamaktır (Koçak ve Arun, 2006). Araştırmacılar, içerik analiziyle belirli kelimelerin, temaların ya da kavramların varlığını, anlamlarını ve ilişkilerini ölçebilir veya inceleyebilirler. Bu yöntem, özellikle metinler ve anlatılar üzerinden sosyal etkileşimleri analiz etmek için kullanışlıdır (Sallan Gül ve Kahya Nizam, 2021: 182). Betimsel analiz ise; görüşme ve gözlem sonucunda elde edilen verilerin düzenlenerek ve yorumlanarak okuyucuya sunulmasıdır. Betimsel analizde, veriler daha önceden saptanmış olan temalara göre sınıflandırılmakta, özetlenmekte ve yorumlanmaktadır. Ayrıca, betimsel analiz derinlemesine bir analiz gerektirmezken, içerik analizi elde edilen verileri derinlemesine incelemektedir ve bu verileri tanımlayan kavram ve temalara ulaşılmasına da olanak sağlamaktadır (Karataş, 2015: 70). Betimsel analiz, toplanan verileri belirli bir çerçeve doğrultusunda düzenleyip yorumlayarak tanımlama sürecidir. İçerik analizinde veriler, temalar ve kodlar oluşturularak ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 243).

BULGULAR

Katılımcılara ait demografik bulgular aşağıdaki Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Belge Adı	Cinsiyet	Medeni Hal	Eğitim	Paydaş	Çalışma Süresi
Katılımcı 1	Kadın	Bekâr	Doktora	Ezine MYO	25 yıl
Katılımcı 2	Erkek	Evli	Yüksek Lisans	GMKA	14 yıl
Katılımcı 3	Erkek	Evli	Lisans	Wilusa Tur	8 ay
Katılımcı 4	Kadın	Bekâr	Yüksek Lisans	Wilusa Tur	1 yıl
Katılımcı 5	Kadın	Evli	Yüksek Lisans	Wilusa Tur	2 yıl
Katılımcı 6	Erkek	Evli	Ortaöğretim	Kolin Otel	5 yıl
Katılımcı 7	Kadın	Bekâr	Lisans	Kolin Otel	1 yıl
Katılımcı 8	Erkek	Evli	Yüksek Lisans	Helen Otel	9 yıl
Katılımcı 9	Kadın	Bekâr	Lisans	Kolin Otel	2 yıl
Katılımcı 10	Kadın	Bekâr	Ortaöğretim	Hilton Otel	3 yıl
Katılımcı 11	Erkek	Evli	Ortaöğretim	Helen Otel	22 yıl
Katılımcı 12	Kadın	Bekâr	Lisans	Helen Otel	7 yıl

Katılımcı 13	Erkek	Evli	Lisans	Helen Otel	6 yıl
Katılımcı 14	Erkek	Evli	Lisans	ÇATOD	3 yıl
Katılımcı 15	Erkek	Evli	Lisans	ÇATOD	3 yıl
Katılımcı 16	Kadın	Bekâr	Doktora	Ezine MYO	12 yıl
Katılımcı 17	Erkek	Bekâr	Doktora	Ezine MYO	9 ay
Katılımcı 18	Kadın	Evli	Doktora	Ezine MYO	7 yıl
Katılımcı 19	Kadın	Evli	İlköğretim	Yerel Halk	11 yıl
Katılımcı 20	Erkek	Evli	İlköğretim	Yerel Halk	5 yıl
Katılımcı 21	Kadın	Evli	Lisans	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 22	Erkek	Evli	İlköğretim	Yerel Halk	6 yıl
Katılımcı 23	Erkek	Evli	Ortaöğretim	Yerel Halk	2 yıl
Katılımcı 24	Kadın	Bekâr	Lisans	Yerel Halk	3 yıl
Katılımcı 25	Erkek	Evli	İlköğretim	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 26	Erkek	Evli	Lisans	Yerel Halk	2 yıl
Katılımcı 27	Kadın	Bekâr	Önlisans	Yerel Halk	1 yıl
Katılımcı 28	Erkek	Bekâr	Lisans	Yerel Halk	3 yıl
Katılımcı 29	Kadın	Bekâr	Ortaöğretim	Yerel Halk	6 yıl
Katılımcı 30	Erkek	Bekâr	Lisans	Yerel Halk	2 yıl
Katılımcı 31	Erkek	Evli	İlköğretim	Yerel Halk	25 yıl
Katılımcı 32	Erkek	Evli	Ortaöğretim	Yerel Halk	7,5 yıl
Katılımcı 33	Kadın	Bekâr	Önlisans	Yerel Halk	3 ay
Katılımcı 34	Kadın	Evli	Ortaöğretim	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 35	Kadın	Bekâr	Lisans	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 36	Kadın	Bekâr	Önlisans	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 37	Erkek	Bekâr	Lisans	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 38	Kadın	Evli	Lisans	Yerel Halk	3 yıl
Katılımcı 39	Kadın	Evli	Önlisans	Yerel Halk	4 yıl
Katılımcı 40	Kadın	Bekâr	Ortaöğretim	Yerel Halk	8 ay
Katılımcı 41	Erkek	Bekâr	Önlisans	Yerel Halk	Çalışmıyor
Katılımcı 42	Kadın	Evli	İlköğretim	Yerel Halk	8 yıl
Katılımcı 43	Erkek	Bekâr	Yüksek Lisans	Yerel Halk	6 yıl
Katılımcı 44	Kadın	Bekâr	Ortaöğretim	Yerel Halk	3 ay
Katılımcı 45	Kadın	Evli	Ortaöğretim	Yerel Halk	9 ay

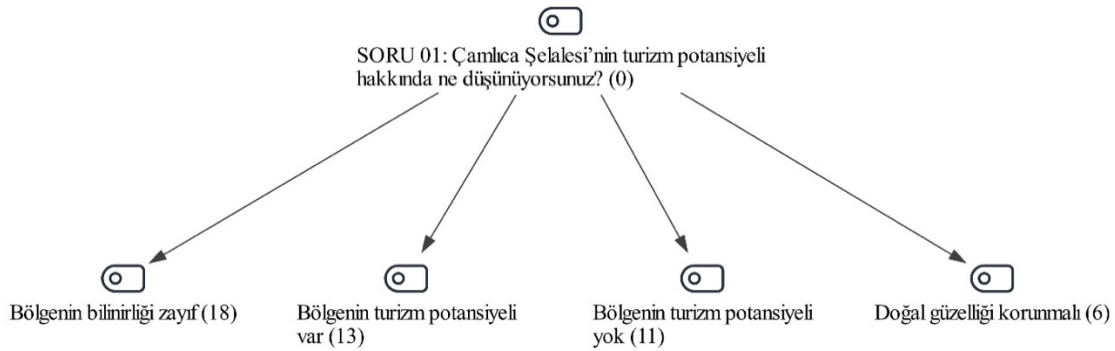
Tablo 1'deki verilere göre, görüşme yapılan paydaşların 24'ü kadın ve 21'i erkektir. Bulgulara göre katılımcıların çoğunluğu üniversite eğimi almış, özel sektör çalışanı ve yerel halktan oluşmaktadır.

Mülakat sorularına verilen cevaplar analiz edildiğinde belli başlı temaların ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlar; bölgenin turizm potansiyeli, yöresel ürünlerin tanıtımda kullanılması, tanıtım ve geliştirme önerileri, bölgenin turizme kazandırılmasının olumlu ve olumsuz etkileri ile paydaşların rolleri üzerinedir.

Katılımcıların çoğunluğu Çamlıca Şelalesi'nin doğal güzelliği sebebi ile yüksek turizm potansiyeli taşıdığını ama altyapı düzenlemelerine ve yoğun tanıtım sürecine ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Bölgeye ait, Ezine peyniri, domates, zeytin/zeytinyağı gibi yöresel ürünlerin tanıtımda kullanılabileceği genel olarak ortaya çıkan görüşler arasındadır. Bölgenin yollarının düzeltilmesi, sosyal medya tanıtımları, acentelerin tur programlarına dâhil edilmesi ve doğa sporlarına yönelik aktivitelerle turizmin geliştirilebileceği belirtilmiştir. Turizm vasıtasıyla istihdam ve ekonomik kalkınmanın geleceği ama doğal çevrenin de bozulacağı endişesi belirtilmiştir. Tüm bu süreçlerin içerisinde yerel yönetim, turizm acenteleri ve Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün iş birliği yapması gerekliliği de son olarak belirtilen genel fikirler arasındadır.

SORU 1: Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeli hakkında ne düşünüyorsunuz?

Katılımcılar genel olarak bölgenin turizm potansiyelinin geliştirilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Katılımcıların "Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyeli hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 1'deki kod haritası oluşmuştur.



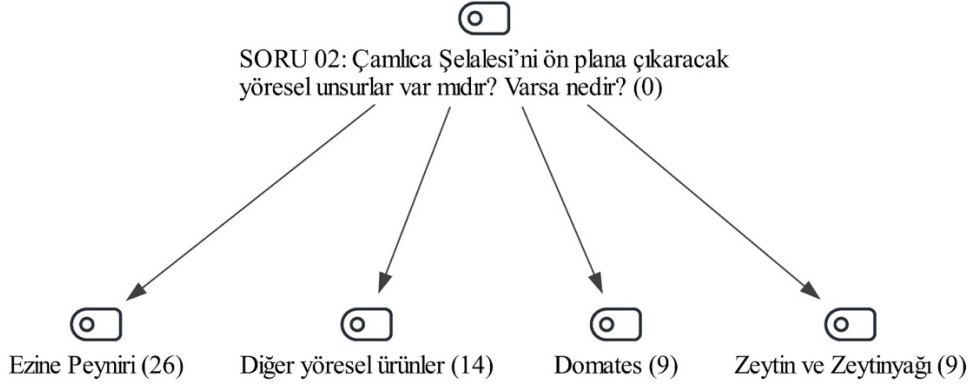
Şekil 1. Soru 1 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcılar bölgenin turizm potansiyeli hakkında farklı görüşler bildirmişlerdir. Katılımcıların %64'ü ya bölgeyi bilmemektedir ya da bölgenin bilinmediğini belirtmektedir. Katılımcıların %28'i bölgenin belli bir turizm potansiyeli olduğunu, doğal bir çekicilik alanı oluşturduğunu ve turizm potansiyelinin geliştirilebileceğini belirtmişlerdir. Bunun yanında katılımcıların %13'ü ise bölgenin yeterli turizm potansiyeline sahip olmadığını ve doğal güzelliğinin korunarak bölgede çalışma yapılması gerektiğini belirtmiştir.

K5, K6 ve K22 "Arazilerin büyük çoğunluğu halka ait olduğundan pek fazla turizm potansiyeli olduğunu düşünmüyorum", "Konum ve toplam alanından dolayı düşüktür" ve "Bölge çok bilinmeyen bir konumda olduğundan pek fazla değil" sözleri ile bölgenin neden turizm potansiyeline sahip olmadığını anlatmak istemişlerdir. Buna karşın K2, K18 ve K35 "Eğer yapılan çalışmalar yeterli düzeyde olursa geliştirilebilir", "Çok güzel bir doğaya sahip. Geliştirilmesi faydalı olacaktır" ve "Harika bir doğası var, mutlaka turizme kazandırılmalı" şeklindeki sözleri ile bölgenin güzelliğinden ve taşıdığı turizm potansiyelinden bahsetmektedir.

SORU 2: Çamlıca Şelalesi'ni ön plana çıkaracak yöresel unsurlar var mıdır? Varsa nelerdir?

Katılımcılar genel olarak coğrafi işaretli yöresel ürünlerin kullanılmasının bölgeyi ön plana çıkarabileceğini belirtmişlerdir. Katılımcıların "Çamlıca Şelalesi'ni ön plana çıkaracak yöresel unsurlar var mıdır? Varsa nedir?" sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 2'deki kod haritası oluşmuştur.

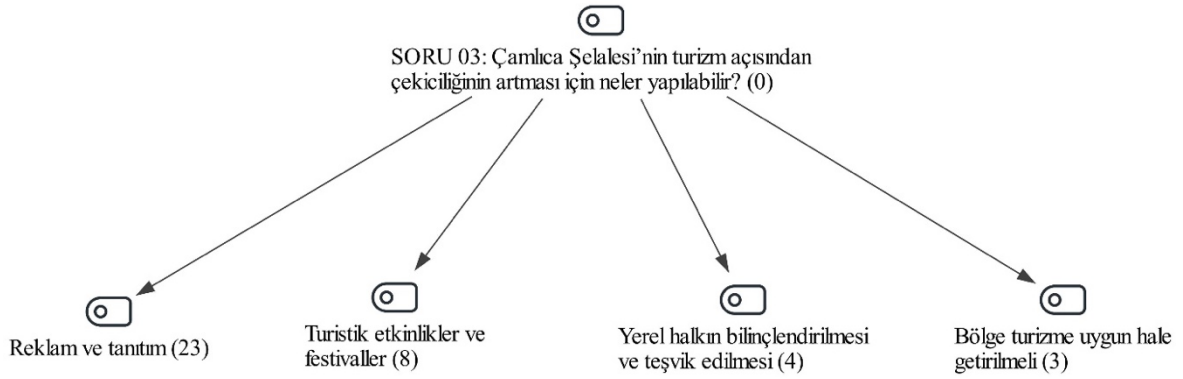


Şekil 2. Soru 2 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcılar Çamlıca Şelalesi'nin ön plana çıkarılmasında özellikle Çanakkale bölgesine ait coğrafi işaretli Ezine peyniri, Kösedere domatesi, zeytin ve zeytinyağının kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Bunların yanında yine yöreye ait peynir helvası, süt ve süt ürünleri, köy ekmeği, bölgenin doğal ve geleneksel ürünlerinin Çamlıca Şelalesi'nin tanıtımında etkili olabileceğini belirtmişlerdir.

SORU 3: Çamlıca Şelalesi'nin turizm açısından çekiciliğinin artması için neler yapılabilir?

Katılımcılar bu soruda genel olarak yolların düzeltilmesinin ve tanıtımın öneminden bahsetmişlerdir. Katılımcıların "Çamlıca Şelalesi'nin turizm açısından çekiciliğinin artması için neler yapılabilir?" sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 3'teki kod haritası oluşmuştur.



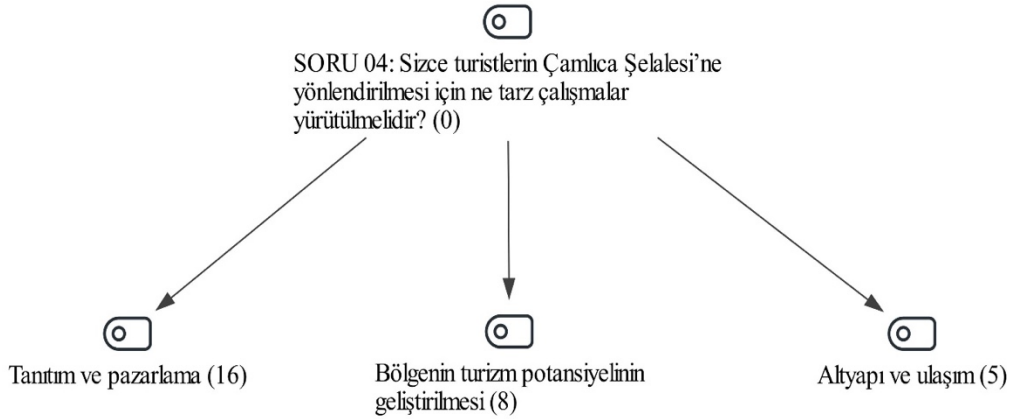
Şekil 3. Soru 3 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Bölgenin çekiciliğinin artması için katılımcılar, altyapı ve üstyapı düzenlemeleri ile bölge turizme hazırlanırken ay zamanda ciddi bir reklam ve tanıtım planlaması yapılması gerekliliğini belirtmişlerdir. Sosyal medyanın tanıtım gücünün kullanılmasını, Çamlıca Şelalesi'ni tanıtan broşürlerin hazırlanıp acentelere dağıtılmasını, bölgeye tur programlarının düzenlenmesini, festivaller gibi etkinliklerin organize edilmesini ve doğa yürüyüşleri tarzında doğa sporları aktivitelerinin düzenlenmesini önermektedirler. Tüm bu planlama ve çalışmaların bölgenin tanınırlığı ve ziyaretçi sayısını arttıracığını düşünmektedirler.

Katılımcılardan K8 "Öncelikle yolları düzeltilmeli", K4 "Sosyal ağlar üzerinden tanıtımı yapılabilir", K24 "Acentelerin turlarına eklenmeli", K39 "Bölgeye yönlendirici kampanyalar düzenlenmeli", K42 "Köy halkının da katılımının olduğu etkinlikler düzenlenmeli" ve K13 "Dağ yürüyüşü rotası haline getirilebilir" şeklinde tüm bu çekiciliği arttırıcı faaliyetleri özetlemişlerdir.

SORU 4: Sizce turistlerin Çamlıca Şelalesi'ne yönlendirilmesi için ne tarz çalışmalar yürütülmelidir?

Katılımcılar bu soruda yine genel tanıtımın ve ulaşım sorunlarının çözümünün öneminden bahsetmişlerdir. Katılımcıların “Sizce turistlerin Çamlıca Şelalesi’ne yönlendirilmesi için ne tarz çalışmalar yürütülmelidir?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 4’teki kod haritası oluşmuştur.



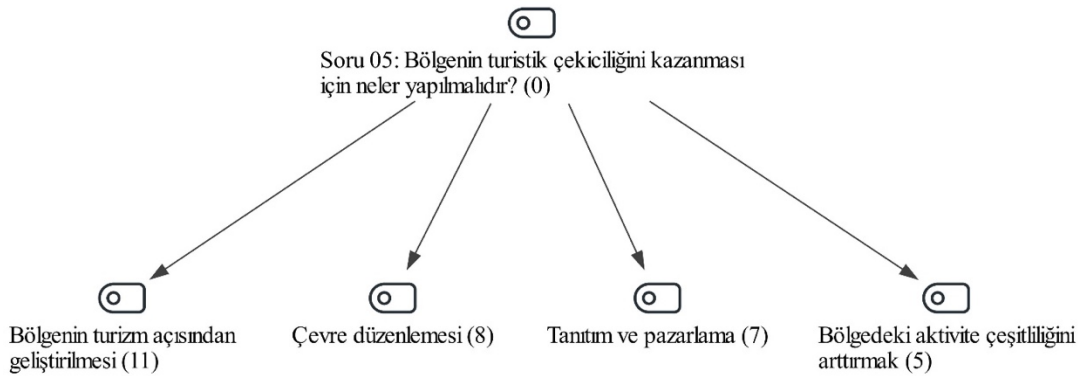
Şekil 4. Soru 4 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcılar turistlerin yönlendirilmesi için sosyal medya üzerinden bölgenin bir sayfasının oluşturulması, otellere ve acentelere broşürler bırakılması gibi tanıtım faaliyetlerinin yapılmasını önermektedir. Bunun yanında yolların düzeltilmesinin, doğaya zarar vermeden etkinliklerin düzenlenmesinin, şelale için turlar düzenlenmesinin, doğa yürüyüş rotalarının planlanmasının, yerel el sanatları ürünlerinin sergilendiği ve satıldığı işletmelerin açılmasının ve kafe tarzı hizmet işletmelerinin teşvik edilmesinin bölgeye turistlerin yönlendirilmesini kolaylaştıracağını düşünmektedirler. Tüm bu önerilerin yanında bölgenin bilinirliğinin azlığı sebebi ile bu konuda fikir belirtmeyen katılımcıların oranı %33 ile dikkat çekmektedir.

Katılımcıların bu fikirlerini desteklemek için söyledikleri şu şekilde belirtilebilir: K2 “Sosyal medyada bölgenin sayfası olabilir”, K17 “Otellere gelen misafirlere bölge hakkında bilgi verilmeli”, K28 “Altyapı ve üstü yapı geliştirme çalışmaları yapılmalı”, K31 “Özellikle şelale ön plana çıkarılarak turlar düzenlenebilir”, K40 “Yöresel ürünlerin satıldığı dükkânlar ya da stantlar kurulabilir”, K45 “Bölgeye kafe tarzı dükkânlar açılmalı” ve K30 “Doğaya zarar vermeden tanıtım yapılmalı”.

Soru 5: Bölgenin turistik çekiciliğini kazanması için neler yapılmalıdır?

Katılımcılar bu soruda çevre düzenlemesi ve bölgenin turizm için geliştirilmesi gerekliliğinden bahsetmişlerdir. Katılımcıların “Bölgenin turistik çekiciliğini kazanması için neler yapılmalıdır?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 5’teki kod haritası oluşmuştur.



Şekil 5. Soru 5 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

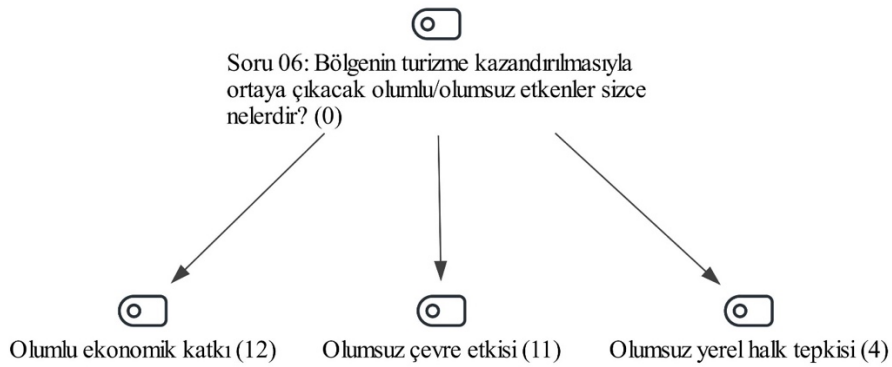
Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde bölgenin çekiciliğinin arttırmak için öncelikle doğal güzelliğinin korunmasının ve bölge tanıtımının önemli olduğu düşüncesi ön plana çıkmaktadır. Özellikle doğaseverlerin ilgisini

çekmek için etkinlikler düzenlenebileceğini, yöresel ürün pazarlarının kurulabileceğini, yol çalışmalarının yapılarak erişimin kolaylaştırılabileceğini, piknik ve kamp alanlarının yapılabileceğini, fotoğraf çekimi için tanıtımının yapılabileceğini, acentelerin tur programlarına dâhil edilebileceği belirtilirken tüm bunlar için halkın desteğinin ve onayının alınmasının önemini vurgulamışlardır.

Katılımcıların bölgenin turistik çekiciliğini kazanması hakkındaki sözleri şu şekilde belirtilebilir: K4 “Doğaseverlerin ilgisini çekecek etkinlikler düzenlenebilir”, K11 “Kamp sevenler için kamp alanı düzenlenebilir”, K14 “Piknik yapmak isteyenler için masalar ve mangallar konulabilir”, K24 “Fotoğraf çekmeyi sevenler için uygun bir doğası var. Sevenler buraya yönlendirilebilir”, K35 “Doğaya zarar vermeden çevre düzenlemesi yapılmalı”, K42 “Acenteler tarafından tur rotalarına eklenebilir”, K26 “Tesis kurulmalı ve tesiste yerel halk istihdam edilmeli”.

SORU 6: Bölgenin turizme kazandırılmasıyla ortaya çıkacak olumlu/olumsuz etkenler sizce nelerdir?

Katılımcılar bu soruda ekonomik kalkınma ve çevresel etkilerden bahsetmişlerdir. Katılımcıların “Bölgenin turizme kazandırılmasıyla ortaya çıkacak olumlu/olumsuz etkenler sizce nelerdir?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 6’daki kod haritası oluşmuştur.



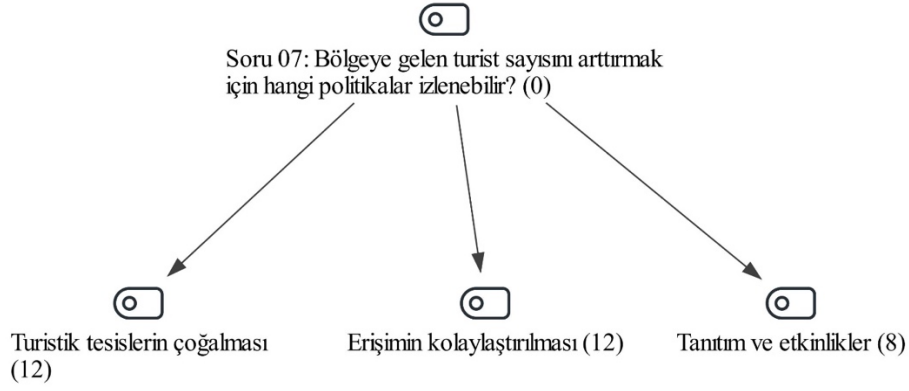
Şekil 6. Soru 6 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcılara göre bölgenin turizme açılmasının hem olumlu hem de olumsuz sonuçları olabilir. Olumlu fikir belirtenlerin oranı %27, olumsuz fikir belirtenlerin oranı %33, fikir belirtmeyenlerin oranı ise %40’tır. Olumlu anlamda baktığımızda katılımcılara göre; turizm sebebi ile çevrenin altyapısının düzeleceği, yolların yapılacağı ve hem ziyaretçilerin gelmesi hem de işletmelerin kurulması ile ekonomik kalkınma etkisi olacaktır. Aynı zamanda yerel halk için istihdam anlamında olumlu bir sonuç doğuracağını düşünmektedirler. Ancak bu olumlu etkilerin yanında katılımcılar; doğal çevrenin bozulabileceği, halkın gelişmeleri hoş karşılamayabileceğini ve çevre kirliliğinin oluşabileceğinden endişe etmektedir.

Katılımcıların bu konu hakkındaki dikkat çeken düşünceleri şu şekildedir: K29 “Halk ekonomisine katkı sağlar”, K17 “Yollar düzeliş ulaşım kolaylaşacaktır”, K36 “Halkın bölgeye açılacak olan tesislerde çalışma durumu söz konusu olduğunda istihdam kolaylığı olacaktır”, K4 “Bölgenin fazla tercih edilmesi halk tarafından hoş karşılanmayabilir”, K10 “Halk bölgenin turizme kazandırılmasına onay vermeyebilir”, K16 “Doğanın bakirliği bozulacaktır”.

SORU 7: Bölgeye gelen turist sayısını arttırmak için hangi politikalar izlenebilir?

Katılımcılar bu soruda yine bölgenin turizme uygun hâle getirilmesinin gelen turist sayısını da arttıracığını belirtmişlerdir. Katılımcıların “Bölgeye gelen turist sayısını arttırmak için hangi politikalar izlenebilir?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 7’deki kod haritası oluşmuştur.



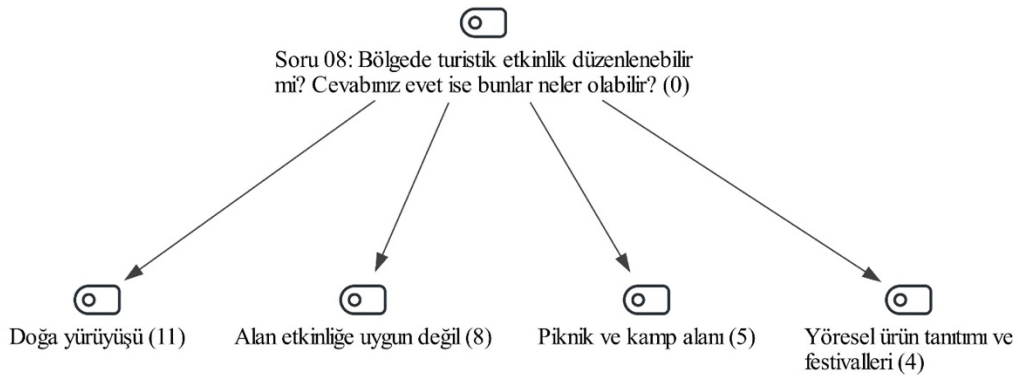
Şekil 7. Soru 7 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcılar bu soruya verdikleri yanıtlarda da öncelikli ilgilenilmesi gereken konuyu altyapı ve yolların düzeltilmesi şeklinde belirtmişlerdir. Bunların yanında bölgeye açılacak konaklama ve yeme içme tesislerinin de bölgeye gelecek turist sayısını arttıracığını belirtmişlerdir. Bölgenin tanıtım faaliyetlerinin arttırılmasının da turist sayısını arttıracığı belirtilmiştir. Bölgenin yerel kültürünün turistlere gösterilmesinin, doğa yürüyüşlerinin organize edilmesinin önemi vurgulanırken turizm alanında eğitilmiş kişilerin bölgede aktif olmasının faydalarına değinilmiştir.

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri şu şekildedir: K2 “Öncelikle ulaşımı kolaylaştırılmalı”, K4 “Turizm sektöründe çalışan eğitilmiş kişiler bölgede aktif rol oynayabilir”, K9 “Karayolları tarafından ulaşım yolu düzeltilmeli”, K11 “Yerel kültür unsurları turistlere yansıtılmalı”, K25 “Yeme içme tesisleri açılabilir”, K43 “Bölgeye doğa yürüyüşleri düzenlenebilir”.

SORU 8: Bölgede turistik etkinlik düzenlenebilir mi? Cevabınız evet ise bunlar neler olabilir?

Katılımcılar bu soruda genellikle doğa sporlarına yönelik etkinliklerden bahsetmişlerdir. Katılımcıların “Bölgede turistik etkinlik düzenlenebilir mi? Cevabınız evet ise bunlar neler olabilir?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 8’deki kod haritası oluşmuştur.



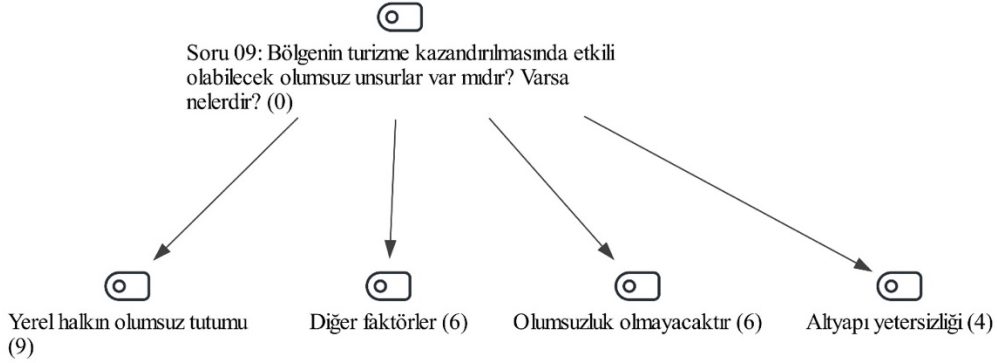
Şekil 8. Soru 8 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde bölgede; kültürel etkinlikler, festivaller, doğa sporları ile ilgili etkinlikler, piknik ve kamp aktivitesi, fotoğraf çekme gibi etkinlikler önerilmektedir. Bunun yanında alanın dar ve etkinlikler için elverişsiz olduğunu düşünen katılımcılar öncelikle bu alanın etkinliklere uygunluğu ile ilgili olarak yetkililerin bir rapor çıkarmasını tavsiye etmektedir.

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri şu şekildedir: K1 “Alan çok dar, etkinlik düzenlenmesi zor olacaktır”, K3 “Yöresel ürünlerin sergilendiği festivaller düzenlenebilir”, K5 “Kamp yapmayı sevenler için uygun alanlar oluşturulabilir”, K17 “Fotoğraf çekmeyi sevenler için etkinlikler olabilir”, K24 “Çevresinde yetişen doğal bitkilerle alakalı etkinlikler olabilir”, K34 “Detaylı bir rapor çıkarılarak karar verilmeli”.

SORU 9: Bölgenin turizme kazandırılmasında etkili olabilecek olumsuz unsurlar var mıdır? Varsa nelerdir?

Katılımcılar bu soruda genellikle altyapı sorunları ile halkın turizme onay vermeyebileceğinden bahsetmişlerdir. Katılımcıların “Bölgenin turizme kazandırılmasında etkili olabilecek olumsuz unsurlar var mıdır? Varsa nelerdir?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 9’daki kod haritası oluşmuştur.



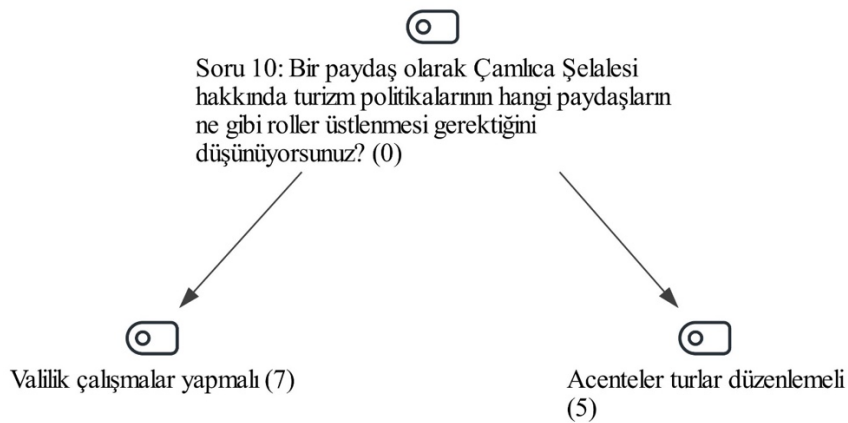
Şekil 9. Soru 9 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Bölgenin turizme kazandırılması aşamasında çıkabilecek olumsuzluklar katılımcılara göre özellikle altyapı yetersizliği ve halkın onay vermemesi şeklinde yoğunlaşmaktadır. Bunların dışında iklimsel değişimlere bağlı olarak şelalenin suyunun azalması ve çevre bozulması gibi olumsuz unsurlar da belirtilmektedir. Bölge için uygulanacak politikaların yetersiz kalabileceği, halkın özel arazileri ile ilgili işlemlerde onay alınamayabileceği ve kültürel uyum konularında sorun olabileceği de belirtilmektedir. Bunun yanında katılımcıların %13’ü sorun olmayacağını düşünürken, %45’i fikir belirtmemeyi tercih etmiştir.

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri şu şekildedir: K3 “Halk onay vermeyebilir”, K4 “Kültürel çakışmalar yaşanabilir”, K6 “Şelale belli bir zaman sonra kuruyabilir”, K9 “Turizm politikaları bölge için yeterli olmayabilir”, Katılımcı 22 “Çevresinde halka ait araziler var, bundan dolayı izinleri alınamayabilir”, K32 “Altyapı yetersiz kalabilir”, K40 “Alan yetersiz kalabilir”, K18 “Zorluklarla karşılaşılabilir ama engel teşkil edeceğini sanmıyorum”.

SORU 10: Bir paydaş olarak Çamlıca Şelalesi hakkında turizm politikalarının hangi paydaşların ne gibi roller üstlenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

Katılımcılar bu soruda Kaymakamlığın ve belediyenin öncü rol oynaması gerektiğinden bahsetmişlerdir. Katılımcıların “Bir paydaş olarak Çamlıca Şelalesi hakkında turizm politikalarının hangi paydaşların ne gibi roller üstlenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevapları kodlandığında Şekil 10’daki kod haritası oluşmuştur.



Şekil 10. Soru 10 Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Katılımcılar özellikle Kaymakamlığın öncülüğünde bölgede iyileştirici altyapı ve çevre düzenlemelerinin yürütülmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün ve belediyenin tanıtıcı faaliyetler konusunda çalışmalar yapması gerektiğini belirtirken tüm bu ortakların birlikte yapacağı çalışmaların öneminden bahsetmişlerdir. Acentelerin turlar düzenleyerek turistlerin bölgeye ulaşımını ve deneyimini sağlamalıdır.

Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri şu şekildedir: K3 "Valilik ve Kaymakamlık koordineli çalışarak bölgede çalışmalar yapmalı", K6 "Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından tanıtımı yapılmalı", K11 "Acenteler bölgeye geziler düzenlemeli", K16 "Belediye tarafından iyileştirme çalışmaları başlatılmalı".

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyelini ve bu potansiyelin değerlendirilmesine yönelik paydaş görüşlerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Araştırma bulguları, Çamlıca Şelalesi'nin doğal güzellikleri ve kültürel değerleri ile önemli bir turistik çekim merkezi olma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Paydaşların görüşleri doğrultusunda, bölgenin turizme kazandırılması sürecinde dikkat edilmesi gereken bazı önemli noktalar belirlenmiştir.

Öncelikle, bölgenin doğal ve kültürel varlıklarının korunarak turizme açılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda, yerel yönetimlerin çevre düzenlemeleri ve tanıtım faaliyetleri konusunda aktif rol alması gerekmektedir. Yerel yönetimlerin, yerel halkın yaşadığı sorunların belirlenmesi ve gerekli önlemlerin alınması konusunda en yetkili birim (Brokaj, 2014) olmasından dolayı planlama faaliyetlerinde önemi büyüktür. Turizm işletmeleri, turistlerin yeme içme, konaklama gibi ihtiyaçlarını karşılayarak bölgenin turistik çekiciliğini artırabilir. Aynı zamanda turizm işletmeleri yerel halkta mevcut olan işsizliğin azaltılmasına ve yerel kaynakların korunmasına da katkı sağlamaktadır (Portolan, 2013). Sivil toplum kuruluşları ise kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının hayata geçirilmesi konusunda önemli katkılar sağlayabilir. Ayrıca, turizm sektörüne nitelikli eleman yetiştiren eğitim kurumlarının da bölgenin turizm potansiyelinin değerlendirilmesinde etkin rol oynaması gerekmektedir. Benzer olarak Çevik (2016) de çalışmasında Antalya ili Konyaaltı kıyı bandının turizm potansiyelini ve bu potansiyelin sürdürülebilirliğini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma, Konyaaltı kıyı bandının doğal ve kültürel zenginliklerinin turizm açısından değerlendirilmesi üzerine odaklanmaktadır. Konyaaltı kıyı bandının turizm potansiyelinin değerlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm stratejilerinin geliştirilmesinin, bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınmasına önemli katkılar sağlayacağı sonucuna varılmıştır.

Bölgede turizm faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte, bölgenin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağlanacaktır. Turizm, istihdam olanaklarını artırarak bölgedeki işsizlik oranını düşürebilir ve devlet gelirlerine de olumlu etkilerde bulunabilir. Aynı zamanda turistler için destinasyon seçiminde alışveriş olanaklarının bulunması da destinasyonu tercih edilebilir kılmaktadır (Warnaby and Davies, 1997). Ayrıca, turistik oluşumlar bölgenin ekonomik gelir seviyesinin artmasına ve kültürel gelişiminin devamlılığına katkı sağlayacaktır. Ünal (2023) da yürüttüğü çalışmada Kırklareli ilinin Demirköy ilçesinin kırsal turizm potansiyelini ve yerel halkın turizme yönelik algısını incelemiştir. Araştırmada, Demirköy ilçesinin turizm potansiyeli SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats/Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler) analizi ile değerlendirilmiş ve karşılaşılabilecek sorunlar belirlenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda yerel halkın kırsal turizme olan desteği ve turizmin ekonomik imkânları artıracağı ortaya çıkmıştır.

Çevre planlaması, turizmin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Çamlıca Şelalesi'nin doğal güzelliklerinin korunması ve çevresel koşullarının iyileştirilmesi, bölgenin turistler tarafından tercih edilme oranını artıracaktır. Turizm faaliyetlerinin hava ve su kirliliği gibi olumsuz etkilerinin minimuma indirilmesi için çevre planlamasının, altyapı ve üstyapı olanaklarının titizlikle yapılması gerekmektedir. Fırıncı (2018) çalışmasında Bursa ilinde yer alan Uluabat Gölü'nün turizm potansiyelini ve sürdürülebilir turizm açısından önemini incelemiştir. Araştırma sonucunda gölün turizm potansiyelinin yüksek olduğu ancak turizmin geliştirilebilmesi için altyapı çalışmalarına ihtiyaç duyulduğu sonucuna varılmıştır. Yine Yıldız (2022) çalışmasında, Kaş'taki kırsal turizm kaynaklarını, yerel halk ve

turistlerle yapılan anketler ve görüşmeler yoluyla incelemiştir. Sonuç olarak, yerel yönetimlerin ve turizm sektörünün iş birliği yaparak, altyapı yatırımları ve tanıtım faaliyetlerine öncelik vermesi önerilmektedir.

Yerel halkın turizm desteği, bölgenin turizme kazandırılması sürecinde kritik bir faktördür. Halkın turizm süreçlerine dâhil edilmesi, kendilerini turizmin bir parçası olarak görmelerini sağlayacak ve turizmi destekleme eğilimlerini artıracaktır. Turizmin sosyokültürel etkileri de göz önünde bulundurularak, yerel halkın turizme olan tutumunun olumlu yönde geliştirilmesi hedeflenmelidir.

Sonuç olarak, Çamlıca Şelalesi'nin turizm potansiyelinin doğru bir şekilde değerlendirilmesi, bölgenin ekonomik ve kültürel kalkınmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Paydaşların iş birliği içinde çalışarak sürdürülebilir turizm uygulamalarını hayata geçirmesi, bölgenin turizmde başarılı bir konuma gelmesini sağlayacaktır. Benzer olarak Kalaycıoğlu (2017), Wondirad, Tolkach ve King (2020), Arısoy (2021) ve Özdemir (2023) de çalışmalarında, yerel yönetimlerin ve turizm sektörünün iş birliği yaparak paydaş bilinci oluşturmalarını ve geliştirmelerini, turizm faaliyetlerini desteklemelerini ve sürdürülebilir turizm stratejileri geliştirmelerini önermektedir. Kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği yaparak tanıtım faaliyetlerine ve altyapı yatırımlarına öncelik verilmesi gerekliliği sonuçlarına ulaşmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda Çamlıca Şelalesi ile ilgili öneriler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Çamlıca Şelalesi çevresinde belirli rotalar oluşturularak rehberli doğa yürüyüşleri ve trekking turları düzenlenebilir. Bu turlar, bölgenin doğal güzelliklerini keşfetmek isteyen turistler için cazip olacaktır. Ayrıca doğa yürüyüşleri esnasında bölgenin florası hakkında bilgi verilebilir.
- Yıl boyunca düzenli olarak kültürel etkinlikler planlanabilir. Yerel sanatçılar ve zanaatkarlar desteklenerek etkinliklere katılımları teşvik edilebilir. Yerel halkın katılımıyla düzenlenecek festivaller, el sanatları sergileri gibi kültürel etkinlikler, turistlerin bölgenin kültürel değerlerini tanımalarına olanak sağlayacaktır.
- Çevre dostu konaklama ve turizm faaliyetleri ile bölgenin doğal güzellikleri korunarak turizme kazandırılabilir. Bungalovlar ve kamp alanları gibi çevre dostu konaklama seçenekleri oluşturulabilir. Ayrıca doğa koruma projeleri ve çevre eğitim programları düzenlenebilir.
- Profesyonel ve amatör fotoğrafçılar için özel turlar düzenlenerek, bölgenin doğal ve kültürel güzellikleri fotoğraflanabilir. Fotoğrafçılık turları için rehberler eşliğinde belirli rotalar oluşturulabilir. Ayrıca fotoğraf yarışmaları ve sergiler düzenlenerek bölgenin tanıtımı yapılabilir.
- Yerel el sanatları, gıda ürünleri ve diğer yerel ürünlerin tanıtımı ve satışı için haftalık ya da aylık pazarlar kurulabilir, yerel ürünlerin sergilendiği festivaller düzenlenebilir. Ayrıca turistlere yönelik atölye çalışmaları düzenlenerek yerel ürünlerin yapımı öğretilir.
- Turizm sektörüne nitelikli eleman yetiştirmek amacıyla yerel eğitim kurumları ile iş birliği yapılarak eğitim programları düzenlenebilir. Turizm eğitimi veren liseler ve yüksekokullar haricinde turizm ve otelcilik alanında eğitim veren kurslar ve sertifika programları düzenlenebilir. Ayrıca staj ve işbaşı eğitim programları ile öğrencilerin sektörde deneyim kazanmaları sağlanabilir.
- Yerel halk ve turistler için çevre bilincini arttırmaya yönelik kampanyalar ve etkinlikler düzenlenebilir. Çevre temizliği etkinlikleri, geri dönüşüm projeleri ve çevre eğitimi seminerleri düzenlenebilir.
- Bölgenin doğal yapısına uygun butik oteller, bungalovlar ve kamp alanları gibi konaklama tesisleri inşa edilebilir. Konaklama tesisleri inşa edilirken çevre dostu malzemeler kullanılabilir. Ayrıca turistlerin konforunu artıracak hizmetler sunulabilir.
- Yerel mutfağın tanıtılması amacıyla gastronomi turları düzenlenerek, turistlere bölgenin lezzetleri tanıtılabilir. Yerel restoran ve üreticilerle iş birliği yapılarak gastronomi turları düzenlenebilir. Ayrıca yemek atölyeleri ve tadım etkinlikleri düzenlenebilir.
- Gelecekte yapılacak olan çalışmalar için araştırmacılar farklı destinasyonları benzer yönden inceleyebilirler. Farklı destinasyonların da karşılaştırmalı analizleri yapılabilir.

KAYNAKÇA

Arısoy, N. Ö. (2021). Kamu kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının Şanlıurfa'nın turizm potansiyeline bakışı. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

- Ban, S. & Mahmud, S. N. D. (2023). Research and trends in socio-scientific issues education: a content analysis of journal publications from 2004 to 2022. *Sustainability*, 15(15), 11841. <https://doi.org/10.3390/su151511841>.
- Benedetti, J., Çakmak E. & Dinnie K. (2011). The competitive identity of Brazil as a dutch holiday destination. *Place Branding and Public Diplomacy*, 7(2), 107-115. doi:10.1057/pb.2011.10.
- Brokaj, R. (2014). Local government`s role in the sustainable tourism development of a destination. *European Scientific Journal*, 10(31), 103-117.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. New York: Sage.
- Çeken, H. (2008). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(2), 293-306.
- Çevik, R. (2016). Antalya ili Konyaaltı kıyı bandı turizm potansiyelinin incelenmesi ve turizm alanlarının sürdürülebilirliği bağlamında değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Ekin, Y. & Ören, V. E. (2012). Turizm paydaşlarının turizm deneyiminden tatmin düzeyleri ve turizme yönelik genel tutumları üzerine betimleyici bir araştırma: Antalya örneği. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1),133-148.
- Elo S. & Kyngas, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115. doi: 10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x
- Fırıncı, G. İ. (2018). Uluabat Gölü'nün turizm potansiyeli. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Kalaycıoğlu, O. (2017). Balıkesir ili yerel yöneticilerinin turizme ve Balıkesir turizm potansiyeline bakış açıları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Koçak, A. & Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28. doi: 10.18094/si.51496.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayın teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, N. B. (2023). Isparta destinasyonunun alternatif turizm potansiyelinin paydaşlar bakış açısı ile değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. New York: Sage Publications.
- Portolan, A. (2013). Impact of the attributes of private tourist accommodation facilities onto prices: a hedonic price approach. *European Journal of Tourism Research*, 6(1), 74-82.
- Sallan Gül, S. & Kahya Nizam, Ö. (2021). Sosyal bilimlerde içerik ve söylem analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 181-198. doi:10.30794/pausbed.803182.
- Sayılır, E. (2021). Destinasyon pazarlaması kapsamında paydaş analizi: Çanakkale ili örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Suna, B. (2019). *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- Türkay, O. (2014). Destinasyon yönetimi yönetimbilim bakış açısıyla işlevler, yaklaşımlar ve araçlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, Ş. (2023). Demirköy (Kırklareli) ilçesinin kırsal turizm potansiyeli ve yerel halkın turizme bakışı. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Warnaby, G. & Davies, B. (1997). Commentary: cities as service factories? Using the servuction system for marketing cities as shopping destinations. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 25(6), 204-210.

Wondirad, A., Tolkach, D. & King, B. (2020). Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management*, 78, 1-21.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2021). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, T. (2022). Antalya ili Kaş ilçesi kırsal turizm potansiyeli ve geliştirme stratejisinin belirlenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.