



Araştırma makalesi, Gönderim Tarihi: 08.10.2024; Kabul Tarihi: 24.11.2024  
DOI: 10.47129/bartiniibf.1558106

## Üniversite Öğrencilerinin Turizme Bakış Açısının Belirlenmesi ve Bartın'ın Turistik Değerleriyle İlgili Farkındalıkları<sup>1</sup>

**Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ**

Bartın Üniversitesi, İİBF, Turizm İşletmeciliği Bölümü  
ayhankarakas74@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-9285-0552

**Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ASLAN**

Bartın Üniversitesi, İİBF, Turizm İşletmeciliği Bölümü  
ahmetaslan@bartin.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-4394-4573

**Lisans Öğrencisi Bedirhan Bülent ÇİÇEK**

Bartın Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü  
mutlutopall@gmail.com, Orcid ID: 0009-0000-2772-1674

### Öz

Bu çalışmanın amacı, Bartın Üniversitesi öğrencilerinin turizm algısını belirlemek, eğitim gördükleri şehirdeki turistik değerlerden haberdar olup olmadıklarını ve turistik değerleri beğenip beğenmedikleri ortaya koymaktır. Bu kapsamda 354 kişiden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. AMOS paket programında gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda öğrencilerin turizm algılarının yedi faktör altında toplandığı belirlenmiştir: Sosyo-kültürel pozitif etkiler, sosyo-kültürel negatif etkiler, ekonomik pozitif etkiler, ekonomik negatif etkiler, çevresel pozitif etkiler, çevresel negatif etkiler, turizme verilen destek şeklindedir. Analiz sonuçları, tüm faktörlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğunu göstermiştir. Öğrencilerin Bartın'ın doğal ve kültürel çekicilikleri konusunda farkındalığının yüksek olduğu, özellikle Güzelcehisar Lav Sütunları ve Amasra Kalesi gibi yerlerin simge olarak öne çıktığı tespit edilmiştir. Çalışma, turizm algısının sürdürülebilir turizm politikaları için önemli ipuçları sunduğunu ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Algısı, Kültürel Miras, Turistik Farkındalık, Üniversite Öğrencileri, Bartın

**JEL Sınıflandırması:** L83, Z32

<sup>1</sup> Bu çalışma, 1919B012311033 Başvuru Numarasıyla TÜBİTAK 2209-A projesi kapsamında desteklenmiştir.

## Determination of University Students' Perspective on Tourism and Awareness of Bartın's Touristic Values

### Abstract

The aim of this study is to determine the tourism perception of Bartın University students, to reveal whether they are aware of the touristic values in the city where they study and whether they like the touristic values. In this context, data were collected from 354 people through a questionnaire technique. As a result of confirmatory factor analysis performed in the AMOS package program, it was determined that students' tourism perceptions were grouped under seven factors: Socio-cultural positive effects, socio-cultural negative effects, economic positive effects, economic negative effects, environmental positive effects, environmental negative effects, and support for tourism. The results of the analysis showed that all factors were statistically significant and the goodness of fit values of the model were within acceptable limits. It was determined that students' awareness of Bartın's natural and cultural attractions is high, and especially places such as Güzelcehisar Lava Columns and Amasra Castle stand out as symbols. The study reveals that tourism perception provides essential clues for sustainable tourism policies.

**Keywords:** Tourism Perception, Cultural Heritage, Touristic Awareness, University Students, Bartın

**JEL Classification:** L83, Z32

### Giriş

Turizm endüstrisi günümüzde dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Akova vd., 2015). Ülkelerin ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınmasına önemli katkılar sağlayan turizm endüstrisi, aynı zamanda bölgesel kalkınmanın da en önemli unsurlarından biridir. Bu bağlamda, turistik destinasyonların sürdürülebilirliği ve gelişimi, bölgede yaşayanların turizme bakış açısı ve turistik değerlere yönelik farkındalıklarıyla yakından ilişkilidir. Bartın ili doğal güzellikleri, tarihi dokusu ve kültürel mirasıyla Karadeniz Bölgesi'nin dikkat çeken turizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Ancak bu potansiyelin yeterince değerlendirilebilmesi ve turizmin bölge halkına daha fazla katkı sağlayabilmesi için yerel halkın ve özellikle üniversite öğrencilerinin turizme olan yaklaşımlarının ve Bartın'ın turistik değerleri konusundaki farkındalıklarının ortaya konulması büyük önem taşımaktadır. Kültürel miras, bir toplumun geçmişten günümüze kadar getirdiği maddi ve manevi değerlerden oluşmaktadır. Kültürel mirasa yönelik farkındalıklarının mevcut durumu ve bu farkındalığın nasıl artırılacağı literatürde sıklıkla tartışılan konular arasındadır (Garrod ve Fyall, 2000). Önceki çalışmalara dayanarak üniversite öğrencilerinin kültürel miras hakkında bilinç düzeylerinin artırılması, kültürel mirasın korunması ve turizmin geliştirilmesi açısından stratejik bir rol oynamaktadır (McKercher vd., 2002).

Yerel halkın turizm algısı ile ilgili Antalya Konyaaltı ve Kepez ilçeleri, Bartın, Diyarbakır ve Türkiye'nin birçok ilinde çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Davras, 2016; Güneş, 2014; Karakaş vd., 2022). Öğrencilerin turizme bakış açıları ile ilgili de Ordu Üniversitesi, Bartın Üniversitesi, Karabük Üniversitesi, Kastamonu Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi öğrencileri üzerinde farklı illerde araştırmalar yapılmıştır (Çetin ve Gürgil, 2014; Unur ve Köşker, 2015; Yaşarsoy vd., 2021; Yılmaz, 2015; Zengin vd., 2018). Bartın ilinde 2012 yılında Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğrencilerine yapılan bir çalışma da mevcuttur. Fakat araştırmalarda zaman değişkeni olduğu için çalışmaların belli aralıklarla yenilenmesi bilimsel bilginin ilerlemesi için gereklidir. Bu çalışmada bundan dolayı Bartın Üniversitesinde eğitim alan önlisans ve lisans öğrencilerinin turizm olgusuna bakış açısı ve Bartın ilinin turistik değerleri hakkındaki farkındalıkları ölçülmek istenmiştir. Üniversite öğrencileri, genç nüfusun bir parçası olarak hem mevcut turizm faaliyetlerinde potansiyel birer tüketici hem de gelecekte turizm sektöründe söz sahibi olabilecek bireylerdir. Dolayısıyla onların turizme yönelik tutumları ve bölgenin turistik değerleri konusundaki bilinç düzeyleri Bartın turizminin gelişimi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Öğrencilerin turizm algısı ve eğitim gördükleri şehirdeki turistik değerlerden haberdar olup olmadıkları, turistik değerleri beğenip beğenmediği ve turizm algılarını ortaya koymak bu araştırmanın amacıdır. Bu çalışmayla birlikte, ilerleyen zamanlarda iş ve aile sahibi olup potansiyel bir turist adayı olan öğrencilerin bakış açısıyla Bartın turizmini değerlendirme imkanı ortaya çıkacaktır. Bartın turizmi politika yapıcılarına, turizm yatırımcılarına ve ilerideki araştırmacılara bu anlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 1. Literatür Taraması

### 1.1. Kültürel Miras ve Turizm Algısı

Kültürel miras, bir toplumun geçmişten günümüze taşıdığı maddi ve manevi değerlerin bütünüdür ifade eder ve bu mirasın korunması, tanıtılması ve sonraki nesillere aktarılması büyük bir öneme sahiptir (Smith, 2006). Kültürel miras unsurlarının farkında olmak bireylerin tarihsel ve kültürel değerlerine sahip çıkmasını sağlayarak yerel ve ulusal kimliğin korunmasına katkıda bulunur (Graham vd., 2016). Özellikle turizm bağlamında kültürel miras destinasyonları turistler için cazibe merkezi oluşturmakta ve turizm gelirlerini artırarak ekonomik kalkınmaya destek olmaktadır (Timothy ve Boyd, 2003). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel mirasın turizm sektörüyle olan ilişkisini kavramaları ve bu mirasa yönelik farkındalıklarının yüksek olması turizm sektörünün gelişimi açısından kritik bir faktördür (Chen ve Chen, 2010). Üniversite öğrencilerinin kültürel miras farkındalıkları üzerine yapılan çalışmalar, genç nüfusun bu değerleri tanıması ve koruma bilincine sahip olmasının gelecekte bu mirasın sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağını göstermektedir (Poria vd., 2003). Bu bağlamda yapılan çalışmalar, kültürel miras farkındalığının çeşitli demografik faktörler (yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi) ve coğrafi etkenlerle değişiklik gösterebileceğini ortaya koymuştur. Özellikle öğrencilerin yerel kültürel mirasa olan ilgileri ve farkındalık düzeyleri bölgesel turizmin gelişimine ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğine önemli katkılar sunabilir (Hughes ve Carlsen, 2011).

Yaşarsoy vd. (2021) yaptıkları çalışmada, Kastamonu'da turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel miras farkındalıklarının genel olarak ortalamanın üzerinde olduğunu göstermiştir. Katılımcılar, Kastamonu'nun en bilinen turistik yerleri arasında Atatürk ve Şerife Bacı Anıtı, Kastamonu Kalesi ve Saat Kulesi gibi tarihi ve doğal güzellikleri öne çıkarmıştır. Ayrıca, şehri turistik bir destinasyon olarak tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Ancak, yaş gruplarına göre farkındalık düzeyinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Katılımcılar, Kastamonu turizminin gelişmesi için tanıtım faaliyetlerinin artırılmasını, etkinliklerin çoğaltılmasını ve altyapı yatırımlarının hızlandırılmasını vurgulamışlardır. Özellikle Pompeipolis Antik Kenti ve Taşköprü gibi tarihi yerlerin tanıtımı için geziler düzenlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Festivallerin ve etkinliklerin sayısının yetersiz bulunması da turizmde gelişim için önemli bir eksiklik olarak öne çıkmıştır. Şehrin turizmdeki gelişimi adına kamu ve özel sektör iş birliğiyle tanıtım, yatırım ve restorasyon çalışmalarının önemine dikkat çekilmiştir. Balıkesir ilinde yapılan başka bir çalışmada Yıldız (2022) üniversite öğrencilerinin Balıkesir'in turizm potansiyeline dair algıları ve turizm deneyimlerinin incelendiği sonuçlar öne çıkmaktadır. Öğrenciler, Balıkesir'in turistik yerlerini genellikle arkadaş veya akraba tavsiyesi ve internet aracılığıyla öğrendiklerini belirtmişlerdir. Balıkesir'in en bilinen turistik yerleri arasında Ayvalık ve yöresel tatlısı hoşmerim dikkat çekmektedir. Öğrenciler, Balıkesir'in turizm potansiyeline sahip olduğunu, ancak altyapı, tanıtım, eğlence olanakları ve tesis sayısının artırılması gerektiğini düşünmektedirler. Ayrıca, turistik aktivitelere katılma süreçlerinde maddi yetersizlikler, zaman eksikliği ve ders yoğunluğu gibi sorunlarla karşılaştıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin Balıkesir'in turistik çekiciliklerini olumlu algıladıkları, ancak gelişmişlik düzeyine daha düşük oranda katıldıkları tespit edilmiştir. Araştırma, turizm bilincinin yerel halk arasında artırılması gerektiğini ve Balıkesir'in tanıtımına yönelik daha etkin çalışmalar yapılması gerektiğini önermektedir. Ek olarak, gençlerin ilgisini çekecek çeşitli spor ve festival etkinliklerinin tanıtımının yapılmasının turizme katkı sağlayacağı vurgulanmıştır.

Uluslararası öğrenciler üzerine yapılan çalışmada Çetin vd. (2012) öğrencilerin Türkiye'nin başlıca turistik değerlerini, özellikle İstanbul'daki destinasyonları diğer şehirlere kıyasla daha çok tercih ettikleri ve Türkiye'nin doğal ve kültürel zenginliklerini takdir ettikleri görülmüştür. Türk halkının misafirperverliğini olumlu bulan öğrenciler, turistlerle yerli halk arasında kültürel etkileşimlerin yaşandığını ve bu etkileşimlerin Türk kültürüne merak uyandırdığını belirtmişlerdir. Ayrıca, turizme yönelik olumsuz tutumların Türkiye'nin turizm potansiyeline zarar verebileceğini düşünmektedirler. Ancak öğrencilerin, turistlerle dil konusunda zorluk yaşayıp yaşamadıkları, Türkiye'nin turizm değerlerini yeterince kullanıp kullanmadığı ve turizmin yerel kültürel kimliği nasıl etkilediği gibi konularda net bir fikre sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. Afyonkarahisar şehrinin turistik değerlerinin üniversite öğrencileri tarafından nasıl algılandığı ve bilinirlik düzeylerinin incelendiği çalışmada Sandıkcı vd. (2018) şehirde uzun süre yaşayan ve farklı şehirleri görme imkânı bulan öğrencilerin şehirdeki turistik yerlere dair bilgi seviyelerini ortaya koymuştur. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, Afyonkarahisar'ın sembolü olarak en çok bilinen turistik yerler Afyon Kalesi ve Kocatepe Şehitliği olmuştur. Afyon Kalesi'nin şehrin merkezinde bulunması, öğrenciler tarafından sürekli görülmesi bilinirliği artıran başlıca faktörlerden biri olarak öne çıkmıştır. Kurtuluş

Savaşı ile özdeşleşen Kocatepe Şehitliği de şehrin sembolü olarak bilinmektedir. Afyonkarahisar'ın pazarlama çalışmalarında hedef kitlenin ihtiyaçlarına uygun tanıtım stratejilerinin belirlenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Özellikle turizm açısından önemli olan Frig Vadisi, ulaşım ve hizmet eksiklikleri nedeniyle yeterince ziyaret edilmemektedir.

Deniztaş (2019) Süleyman Demirel Üniversitesi ve Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Yalvaç Kılıçarslan Yerleşkesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin, yaşadıkları ilçenin yerel ve kültürel turizm değerlerine ilişkin farkındalık düzeylerini incelemiştir. Araştırmanın bulguları, öğrencilerin yerel ve kültürel turizm değerlerine karşı farkındalıklarının düşük olduğunu göstermektedir. Özellikle öğrenciler, yöresel mahalle fırınlarında üretilen ürünlere aşina olup bunları tüketirken, el sanatları gibi diğer yöresel ürünler hakkında bilgi sahibi değildirler. Ayrıca, el sanatları ürünlerini satın alma gibi bir tutumları da olmadığı gözlemlenmiştir. Ankete verilen cevaplar, ilçenin yerel ve turistik değerlerinin yeterince tanıtılmadığını ve öğrencilerin bu değerlere yönelik ilgilerinin artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Özdemir'e (2024) göre öğrenciler, Nevşehir'de turizmin olumlu bir şekilde algılandığını ve bu büyümenin kentin kültürel mirasına ve ekonomik durumuna olumlu bir şekilde katkıda bulunacağını düşünüyorlar. Öğrencilerin çoğu, bölgeye turizmin gelişmesinin çeşitli faydalar getireceğine inanıyor. Turizmin yerel gelir ve döviz kazancının artışı, ekonomik çarpan etkisi, istihdam fırsatlarının yaratılması ve altyapının iyileştirilmesi dahil olmak üzere çeşitli avantajlar sağladığı bilinmektedir. Bu avantajlar, bölgenin ekonomik refahı için önemli bir rol oynar ve turizmin büyüme ve kalkınmayı teşvik etme potansiyeline sahiptir. Turizmin artması, Nevşehir'in zengin tarihi ve kültürel mirasının daha fazla insana tanıtılmasına da yardımcı olur. Yerel halkın refah seviyesi yükselir ve bölgenin kültürel değerleri korunur. Öğrencilerin turizme bakış açıları farklı yönlerden ve farklı üniversite öğrencileri üzerinde çalışılmıştır. Kardeş ve Kınır (2017) Sakarya Üniversitesi öğrencilerini kış turizmine bakış açısını, Büyükşalvarcı vd. (2017) Konya ilindeki üniversite öğrencilerinin inanç turizmine bakış açısını, Ayaz vd. (2012) Tokat ve Sivas ilindeki turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açılarını, Güneş ve Alagöz (2018) Erzincan Üniversitesi öğrencilerinin, Karaca Yılmaz vd. (2017) Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinin, Mancı (2019) Şanlıurfa ilindeki üniversite öğrencilerinin, Yaşarsoy (2021) Kastamonu Üniversitesi öğrencilerinin kültürel miras tutumları üzerine araştırmalar yapmışlardır. Bartın ili özelinde öğrencilerin kültürel miras veya şehrin turistik çekiciliklerine yönelik algılarına dair araştırma bulunmamaktadır.

## 1.2. Bartın Turizmi

Sular şehri Bartın olarak anılan ilde Amasra ilçesi ön plana çıkmaktadır. Yaz aylarında turist sayısı artmaktadır ve özellikle Bartın'a yakın illerden yaz aylarında deniz turizmi amacıyla yerli ve yabancı turistler destinasyona gelmektedir. Deniz turizmi imkanı Amasra, İnkumu, Çakraz, Hatipler, Güzelcehisar, Mugada, Bozköy, Çakrazşeyhler, Göçkün, Terkehatipler, Kızılkum, Kuruçayı, Kapısu gibi yerlerde mevcuttur. Bu sahillerin çoğunluğunda büfe, kafe, WC ve duş imkanları bulunmaktadır fakat iklim özelliklerinden dolayı sezon geç açılmaktadır. Son yıllarda iklim

değişikliğinden dolayı turizm sezonu Eylül ayı sonuna kadar uzasa da Temmuz-Ağustos ayları deniz turizmi için en uygun aylardır. İlde kültür turizmi ve doğa turizmi diğer önemli turizm türleri olarak ortaya çıkmaktadır (Çetin ve Gürgil, 2014; Emir, 2022; Emir, 2012; Kılıçoğlu, 2018). Bartın Kent Müzesi, Kemal Samancıoğlu Etnoğrafya Müzesi, Kurtuluş Savaşı Şehitler Müzesi ve Amasra Arkeoloji müzesi ilin kültürel, etnografik değerleri ve arkeolojik buluntuların sergilendiği yerlerdir. Amasra ilçe merkezi Amasra Kalesi, Şapel, Fatih Camii, Kemere Köprü, Roma döneminden kalma Bedesten, Kuşkayası yol anıtı ile kültür turizmi açısından da öne çıkmaktadır. Bartın'ın tarihi ahşap evleri sivil mimarinin en eski örneklerini barındırmaktadır ve bu yapıların bazıları turistik işletme, restoran ve konak olarak hizmet vermektedir. Dervişoğlu Hanı ve Taşhan şehir merkezinde ayakta kalan hanlardır, fakat bu hanların tamamen turistik amaçla kullanıldığı söylenemez. Bu hanlar koruma kullanma dengesi gözetilerek, turistik amaçlı çay evi, restoran, kafe, hediyelik eşya dükkanları ve kitapçı gibi kültürel bir ortama dönüştürülebilir (Çetin ve Gürgil, 2014; Karakaş vd., 2016).

Ulus ilçesi ekoturizm imkanları ile ön plana çıkmaktadır. Ulus ilçesinin Karabük-Bartın yoluna yakın olması tur programlarına dahil edilmesini kolaylaştırabilir. Ulus ilçesi Drahna Vadisi, Ulukaya Şelalesi, Uluyayla, Gezen Yaylası, Ardıç Yaylası, Kocagöz Konağı Etnoğrafya Müzesi, Aşağıköy-Yukarı Alpi seyir terası, zipline imkanı, Ağaköy Ziyaretçi Merkezi ile doğa turizmi tutkunlarını beklemektedir. Bartın Merkez'e bağlı Arıt köyü ve civar köylerinde de trekking gibi doğa turizmi imkanları bulunmaktadır. Zoni Yaylası ziyaretçi merkezi, seyir terası ve satış alanları oluşturulmuş, fakat faaliyete geçirilmemiştir. Amasra Gürcüoluk Mağarası turistik olarak hizmete açılmış fakat yeterli talebi henüz oluşmamıştır. İlde yapılan doğa turizmi aktivitelerinde en önemli eksiklik yeterli konaklama imkanlarının olmaması olarak göze çarpmaktadır. Çoğunlukla kırsaldaki kadınların satıcılık yaptığı Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı) ve şehir içine kadar teknelerin girmesine imkan veren Bartın Irmağı turistik açıdan değerlendirilmeyi beklemektedir. Tarihi Bartın Şehir Hamamı faal olarak hizmet vermektedir. Bartın işi tel kırma, yazmacılık, Amasra Çekiciler çarşısı, taş sac (ekmek pişirmek için) turistlerce tercih edilen Bartın'a özgü unsurlardır (Çetin ve Gürgil, 2014; Emir, 2012; Turoğlu ve Özdemir, 2005; Uyar Oğuz ve Karakaş, 2019).

## 2. Yöntem

Bu çalışma, Bartın Üniversitesi öğrencilerinin turizme bakış açılarını ve Bartın'ın turistik değerleri hakkındaki farkındalıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu çalışmada, Bartın Üniversitesinde eğitim gören önlisans ve lisans öğrencilerinin turizm olgusuna bakış açısı ve Bartın ilinin turistik değerleri hakkındaki farkındalıkları ölçülmek istenmiştir.

### 2.1. Evren ve Örneklem

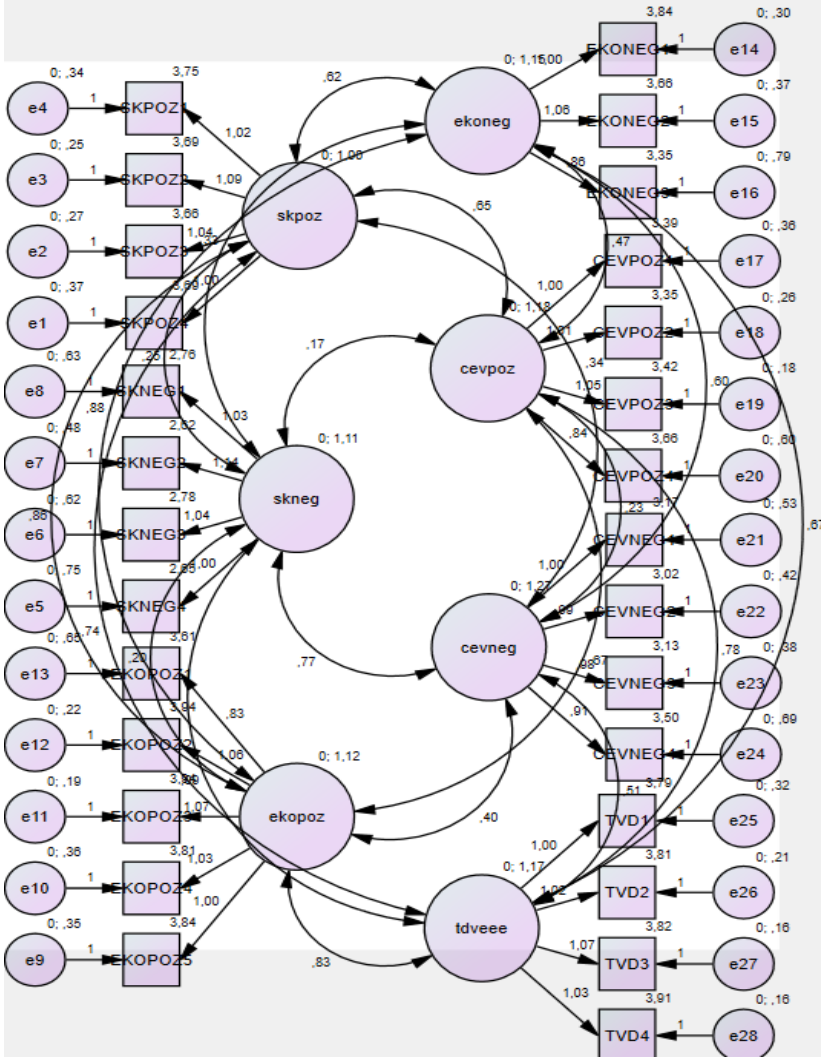
Bu çalışma betimsel bir araştırmadır ve nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Hazırlanan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik ve kişisel bilgiler bulunmaktadır. İkinci bölümde öğrencilerin turizm algısı ile ilgili ölçek

bulunmaktadır. Üçüncü bölümde de öğrencilerin Bartın ilinde yer alan turistik çekiciliklerden haberdar olup olmadığı ile ilgili sorular bulunmaktadır. Turizm algısı ile ilgili sorular için Güneş (2014) ve Zengin vd. (2018)'in çalışmalarındaki turizm algısı ölçeğinden faydalanılmıştır. Bu ölçek 28 ifadeden oluşan 5'li likert tipi, 7 boyuttan oluşan, geçerlik ve güvenilirliği bu çalışmalarla ortaya konulmuş bir ölçektir. Ölçekte bulunan ilk 8 soru "turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif ve negatif etkilerini" ölçmektedir. 9. sorudan 16. soruya kadar "turizmin algılanan ekonomik pozitif ve negatif etkilerini" ölçmektedir. 17. sorudan 24. soruya kadar "turizmin algılanan çevresel pozitif ve negatif etkileri" ölçülmektedir. 25'ten 28. Soruya kadar "turizmin gelişimine verilen destek" ölçülmektedir. Turizm farkındalığı için Bartın ilindeki turistik noktaları öğrencilerin ne kadar bilip bilmediği "İsmini bile duymadım", "İsmini duydum", "Gördüm", "Beğenmedim", "Beğendim" ve "Simge olmalı" seçeneklerinin olduğu bir çoktan seçmeli bir forma dönüştürülmüştür. Bu seçenekler Bahtiyar Karadeniz vd. (2018)'in çalışmasından uyarlanmıştır. Veriler yüz yüze ve online yöntemler ile toplanmıştır.

Araştırmanın evrenini Bartın Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır ve veri toplama aracı olarak anket tekniği uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin seçilmesinin sebebi bu öğrencilerin devam oranlarının daha fazla olması ve genelde il dışından gelmiş olmasıdır. Ölçekteki ifade sayısının beş veya on ile çarpılması, evreni temsil edecek uygun örneklem büyüklüğünü vermektedir (Bryman & Cramer, 2001). Sonuç olarak, araştırma modelini ve varsayımlarını değerlendirmek üzere tasarlanan ankette 28 ifade yer almıştır. Evren için kabul edilebilir minimum örneklem büyüklüğünün en az  $28 \times 10 = 280$  anket olduğu tespit edilmiştir. Çalışmaya 360 kişi katılmış, ancak altı anket eksik doldurulduğu için değerlendirme dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak, öğrencilerden toplanan 354 anketin evreni yeterince yansıttığı söylenebilir. Evrene ulaşmak zor olduğu için veriler kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve AMOS istatistik paket programı kullanılmıştır. Veriler 12 Mart- 12 Mayıs 2024 tarihinde çevrimiçi ve yüz yüze olarak anket tekniğiyle toplanmıştır. Çalışmanın uygulanabilmesi için gerekli olan etik kurul izni, Bartın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 2023-SBB-0744 protokol numaralı kararıyla alınmıştır.

## 2.2. Bulgular

Şekil 1'de turizm algısı ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör isimleri; Sosyo-kültürel pozitif etkiler (1), sosyo-kültürel negatif etkiler (2), ekonomik pozitif etkiler (3), ekonomik negatif etkiler (4), çevresel pozitif etkiler (5), çevresel negatif etkiler (6), turizme verilen destek (7) şeklindedir. Amos paket programında yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen model Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1: Faktör Analizi Sonucu

Doğrulamalı faktör analizinde modelin doğruluğunu test etmek için öncelikle gözlenen değişkenlerin t-değerlerinin anlamlılık düzeyi kontrol edilmelidir. Gözlenen t değeri 1,96'yı geçerse 0,05 düzeyinde ve 2,56'yı geçerse 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010). Öğrencilerin turizm algısını ölçmek için yapılan doğrulamalı faktör analizinin standart yük ve t değerleri Tablo 1'de verilmiştir.



**Tablo 1:** Doğrulamalı Faktör Analizi Standart Yük ve t- değerleri

<b>Faktörler</b>	<b>Std. Yükler</b>	<b>t değeri</b>
<b>Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler</b>		
Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	0,870	21,608
Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	0,909	23,418
Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	0,895	22,745
Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	0,854	Sabit
<b>Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler</b>		
Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	0,806	15,712
Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	0,864	16,971
Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	0,813	15,867
Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	0,772	Sabit
<b>Ekonomik Pozitif Etkiler</b>		
Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	0,736	17,076
Ekonomik kazanç sağlamaktadır.	0,923	26,213
Yerel ekonomiyi desteklemektedir.	0,933	26,868
Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	0,876	23,318
Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	0,874	Sabit
<b>Ekonomik Negatif Etkiler</b>		
Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	0,891	Sabit
Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	0,882	21,821
Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	0,718	15,842
<b>Çevresel Pozitif Etkiler</b>		
Doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	0,876	Sabit
Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	0,907	24,832
Çevre bilincini arttırmaktadır.	0,936	26,432
Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	0,762	17,880
<b>Çevresel Negatif Etkiler</b>		
Çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	0,840	Sabit
Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	0,865	20,077
Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	0,874	20,399
Kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.	0,776	17,032
<b>Turizme Verilen Destek</b>		
Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	0,886	Sabit
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	0,923	27,326
Turizm gelişimini destekliyorum.	0,945	29,034
Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	0,941	28,691

Genel olarak model uyum iyiliğinin değerlendirilmesinde kullanılan istatistikler Ki-kare ( $\chi^2$ ), GFI, CFI ve RMSEA'dır (Aytaç ve Öngen, 2012). Ölçeklerin DFA modellerinde, model uyumunu test etmek amacıyla; Ki Kare ( $\chi^2/sd$ ), iyilik uyum indeksi (Goodness of Fit Index, GFI), karşılaştırmalı uyum indeksi (Comparative Fit Index, CFI) ve yaklaşık ortalamaların karekökü (RMSEA) indislerinden yararlanılmıştır. Uyum iyiliği değerleri Tablo 2'de verilmiştir. Tablo 2'deki uyum iyiliği değerleri incelendiğinde tamamının kabul edilebilir uyum içerisinde yer aldığı görülmektedir.

**Tablo 2:** Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Ölçüsü	Değer	Yorum	Kaynak
$\chi^2/sd$	2,875	Kabul Edilebilir Uyum	(Şimşek, 2007; Meydan ve Şeşen, 2011)
RMSEA	0,073	Kabul Edilebilir Uyum	(Şimşek, 2007; Meydan ve Şeşen, 2011)
CFI	0,936	Kabul Edilebilir Uyum	(Şimşek, 2007; Meydan ve Şeşen, 2011)
GFI	0,846	Kabul Edilebilir Uyum	(Şimşek, 2007; Meydan ve Şeşen, 2011)
NFI	0,906	Kabul Edilebilir Uyum	(Şimşek, 2007; Meydan ve Şeşen, 2011)

Ayrıca Tablo 3'te turizm algısı ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ,94 olarak tespit edilmiş olup yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

**Tablo 3:** Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Cronbach's Alpha Değeri	İfade Sayısı
Turizm Algısı Ölçeği	0,949	28

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bilgilerine Tablo 4'te yer verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun kadınlardan (%61) oluştuğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük bölümünün fakültede (%67) eğitim alan öğrencilerden oluştuğu, gelir durumları bakımından incelendiğinde çoğunluğunun orta gelirli (%74), çoğunluğunun 2. Sınıf (%52) öğrencilerden oluştuğu ve son olarak büyük bölümünün Bartınlı olmadığı (%76) tespit edilmiştir.

**Tablo 4:** Katılımcıların Demografik Bilgileri

Cinsiyet	n	%	Kaçıncı Sınıftasınız?	n	%
Kadın	215	61	1.Sınıf	105	30
Erkek	139	39	2.Sınıf	185	52
<b>Akademik Birim</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	3.Sınıf	30	8
Fakülte	236	67	4.Sınıf	34	10

MYO	118	33			
<b>Gelir Durumunuz</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Bartınlı mısınız?</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Düşük	72	20	Evet	86	24
Orta	263	74	Hayır	268	76
Yüksek	19	6			

Tablo 5'te katılımcıların Bartın'da yer alan turistik çekiciliklerle ilgili farkındalıklarına yer verilmiştir. Buna göre, turistik çekiciliklerden Ulus Kocagöz Konağı (%71), Ulus Kumluca Ardeş Yaylası (%70) ve Ulus Yukarı Alşı Seyir Terası-Zipline (%70) oranlarıyla farkındalığı en düşük çekicilikleri oluşturmaktadır. Bu çekiciliklere ek olarak öğrenciler, Tekkeönü Kalesi ve Yeraltı Galerisi, Halilbey Camii ve Ulus Kemerli Mağarası %70'e yakın oranlarla "ismini bile duymadım" seçeneğini işaretlemiştir.

En çok ziyaret edilen yerleri ise sırasıyla Amasra Plajı (%78), İnkumu Plajı (%77) ve Bartın Şadırvan (%77) oluşturmaktadır. Öğrencilerin ziyaret ettiği yerlerden en çok beğendikleri çekicilikler ise İnkumu Plajı (%62), Amasra Plajı (%56) ve Amasra Kalesinden (%51) olmaktadır.

**Tablo 5:** Bartın İlinin Doğal ve Kültürel Çekicilikleri ve Öğrencilerin Farkındalıkları

Çekicilik	İsmini bile duymadım		İsmini duydum		Gördüm		Beğenmedim		Beğendim		Simge olmalı	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ağaç Tüneli ve Koca Kavlak Anıt Ağacı	206	58	95	27	53	15	1	0,3	46	13	6	2
Ahatlar Tabiat Parkı	152	43	157	44	45	13	2	0,6	39	11	4	1
Amasra Arkeoloji Müzesi	39	11	167	47	148	42	6	2	124	35	18	5
Amasra Bedesten (Roma Dönemi Kalıntıları)	105	30	132	37	117	33	7	2	86	24	24	7
Amasra Boztepe Adası-Ağlayan Ağaç	83	24	74	21	197	55	21	6	146	41	30	9
Amasra Çekiciler Çarşısı	84	24	95	27	175	49	5	1	144	41	26	7
Amasra Fatih Camii	111	31	122	35	121	34	5	1	96	27	20	6
Amasra Gürcüoluk Mağarası	191	54	119	34	44	12	-	-	37	11	7	2
Amasra Kale İçi Şapel	165	47	110	31	79	22	2	0,6	64	18	13	4
Amasra Kalesi	20	6	90	25	244	69	4	1	179	51	61	17
Amasra Kemere Köprüsü	31	9	78	22	245	69	13	4	178	50	54	15
Amasra Kuşkayası Yol Anıtı	119	34	119	34	114	32	4	1	81	23	31	9

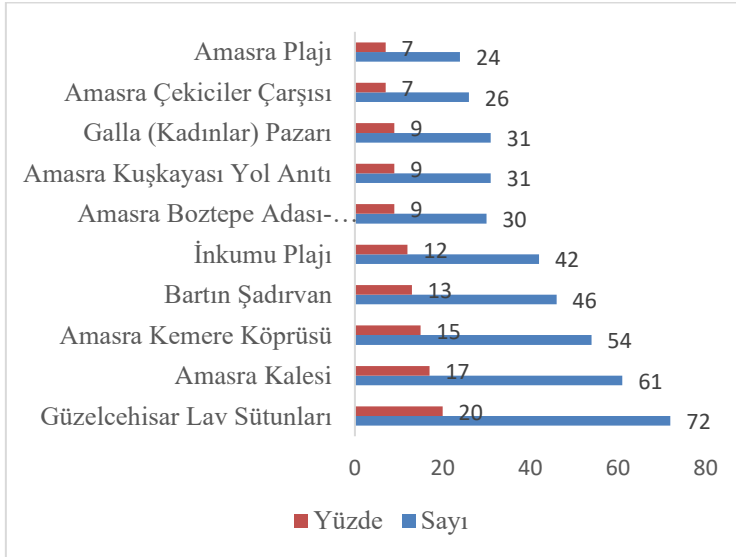
Üniversite Öğrencilerinin Turizme Bakış Açısının Belirlenmesi  
ve Bartın'ın Turistik Değerleriyle İlgili Farkındalıkları

KARAKAŞ & ASLAN & ÇİÇEK

Çekicilik	İsmi bile duymadım		İsmi duydum		Gördüm		Beğenmedim		Beğendim		Simge olmalı	
Amasra Plajı	21	6	56	16	277	78	51	14	200	56	24	7
Arıt Zoni Yaylası	234	66	94	27	26	7	-	-	21	6	5	1
Aya Nicolas Kilisesi (Kültür Evi)	207	59	110	31	37	10	6	2	25	7	6	2
Balamba Tabiat Parkı	75	21	123	35	156	44	19	5	127	36	10	3
Bartın Irmağı-Gazhane Parkı	76	22	71	20	207	59	26	8	164	46	14	4
Bartın Irmağı-Yalı Boyu	37	10	59	17	258	73	70	20	170	48	18	5
Bartın Kemal Samancıoğlu Etnoğrafya Müzesi	163	46	117	33	74	21	5	1	63	18	6	2
Bartın Kent Müzesi	48	14	146	41	160	45	11	3	127	36	22	6
Bartın Su Terazisi	143	40	106	30	105	30	9	3	77	22	19	5
Bartın Şadırvan	27	7	56	16	271	77	47	13	178	50	46	13
Bartın Şehir Hamamı	72	20	164	46	118	34	25	7	80	23	13	4
Bozköy Plajı	149	42	145	41	60	17	4	1	48	14	8	2
Çakraz Plajı	80	23	173	49	101	28	10	3	80	23	11	3
Delikşile Plajı	222	63	114	32	18	5	1	0,3	14	4	3	0,8
Dervişoğlu Hanı	199	56	119	34	36	10	3	0,8	28	8	5	1
Edu Derda Türbesi	217	61	83	24	54	15	4	1	42	12	8	3
Galla (Kadınlar) Pazarı	98	27	77	22	179	51	28	8	120	24	31	9
Gergece Şelalesi	202	57	119	34	33	9	4	1	23	7	6	2
Göçkün Plajı	194	55	20	6	21	6	19	5	104	29	17	5
Güzelcehisar Lav Sütunları	47	13	132	37	175	50	6	2	97	27	72	20
Halilbey Camii	241	68	89	25	24	7	3	0,8	17	5	4	1
Hatıpler Plajı	194	55	107	30	53	15	9	3	39	11	5	1
İbrahimderesi Gürleyik Göletleri	259	73	80	23	15	4	2	0,6	9	3	4	1
İbrahimpaşa (Orta) Camii	216	61	95	27	43	12	1	0,3	35	10	7	2
İnkumu Plajı	18	5	65	18	271	77	9	3	220	62	42	12
Kapısuyu Plajı	177	50	137	39	40	11	4	1	32	9	4	1
Kızılkum Plajı	165	46	133	38	56	16	6	2	43	12	7	2
Kurucaşile Gölderesi Şelalesi	160	45	154	44	40	11	3	0,8	32	9	5	1
Kurucaşile Plajı	109	31	191	54	54	15	5	1	43	12	6	2
Mugada Plajı	94	27	151	42	109	31	19	5	82	23	8	2
Mustafa Kemal Atatürk ve Şehitlerimiz Müzesi	130	37	152	43	72	20	3	0,8	58	16	11	3
Şadırvan Camisi (Aşağı Cami)	65	18	99	28	190	54	22	6	155	44	13	4

Çekicilik	İsmi bile duymadım		İsmi duydum		Gördüm		Beğenmedim		Beğendim		Simge olmalı	
Taşhan	172	49	92	26	90	25	10	3	66	19	14	4
Tekkeönü Kalesi ve Yeraltı Galerisi	243	69	87	25	24	6	1	0,3	18	5	5	1
Tekkeönü Plajı	225	64	99	28	30	8	1	0,3	25	7	4	1
Ulus Drahna Vadisi	222	63	104	29	28	8	2	0,6	17	5	9	3
Ulus Kemerli Mağarası	238	67	95	27	21	6	2	0,6	13	4	6	2
Ulus Kocagöz Konağı	251	71	87	25	16	5	1	0,3	10	3	5	1
Ulus Kumluca Aksu Şalesi	232	66	97	28	25	7	3	0,8	19	5	3	0,8
Ulus Kumluca Ardiç Yaylası	248	70	88	25	18	5	1	0,3	13	4	4	1
Ulus Kumluca Gezen Yaylası	239	68	99	28	16	5	2	0,6	9	3	5	1
Ulus Ulukaya Şalesi	180	51	124	35	50	14	1	0,3	37	11	12	3
Ulus Uluyayla	211	60	119	33	24	7	1	0,3	20	6	3	1
Ulus Yukarı Alpi Seyir Terası-Zipline	248	70	91	26	15	4	1	0,3	11	3	3	1

Tablo 5’te yer alan öğrencilerin turizm farkındalıklarına ilişkin “simge olmalı” seçeneğini işaretlen öğrencilerin seçtiği ilk 10 çekicilik Şekil 2’de verilmiştir. Buna göre, öğrencilerin en çok simge olmalı dediği çekiciliklerden en çok Güzelcehisar Lav Sütunları (%20), Amasra Kalesi (%17) ve Amasra Kemere Köprüsü (%15) ön plana çıkmıştır.



Şekil 2: Katılımcıların Simge Olmalı Dediği İlk 10 Çekicilik Grafiği

## Sonuç ve Öneriler

Bartın üniversitesinde öğrenim gören önlisans ve lisans öğrencilerinin şehrin doğal ve kültürel turizm çekiciliklerine ilişkin farkındalıklarını ölçmek amacıyla 354 öğrenciye anket uygulanmıştır. Sonuç olarak, bu çalışma kapsamında Bartın üniversitesi öğrencilerinin turizm algıları doğrulayıcı faktör analiziyle (DFA) incelenmiştir. Elde edilen bulgular göre, turizm algısı ölçeği yedi farklı faktör altında şekillenmiştir: sosyo-kültürel pozitif ve negatif etkiler, ekonomik pozitif ve negatif etkiler, çevresel pozitif ve negatif etkiler ve turizme verilen destek. DFA sonuçlarına göre tüm faktörlerin standart yük değerleri ve t-değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir sınırlar içinde yer alıp modelin yeterli uyum gösterdiği tespit edilmiştir.

Çalışma sonuçları, turizmin bölgesel sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerinin hem pozitif hem de negatif yönlerinin öğrenci algıları üzerinde belirgin olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanında, çevresel etkilerde de benzer bir çift yönlü algı söz konusudur. Turizme verilen destek faktörü ise oldukça güçlü pozitif bir yükle modele katkı sağlamıştır. Turizm algısı ölçeğinin güvenilirliği yüksek olup öğrencilerin turizm algılarını ölçme noktasında geçerli bir ölçek olduğu kanıtlanmıştır. Öğrencilerin Bartın ili doğal ve kültürel çekicilikleriyle ilgili farkındalık düzeyleri de değerlendirilmiş ve bu bağlamda, özellikle Güzelcehisar Lav Sütunları, Amasra Kalesi ve Amasra Kemere Köprüsü gibi çekiciliklerin "simge olmalı" görüşüyle öne çıktığı gözlenmiştir. Bu bulgular, yerel turizm destinasyonlarının öğrenciler nezdinde farkındalığının artması ve bu çekiciliklerin simge statüsüne kavuşmasının turizm gelişimine olumlu katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, bu çalışma, turizm algısının hem olumlu hem de olumsuz yönlerini ortaya koyarak, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesine yönelik önemli ipuçları sunmaktadır.

Bu çalışmada belirlenen sosyo-kültürel pozitif ve negatif etkiler ile ekonomik pozitif ve negatif etkiler, literatürde yer alan benzer çalışmalarda üniversite öğrencileri ve yerel halkın turizmin bölgesel etkilerine yönelik görüşlerini desteklemektedir. Örneğin, Davras (2016) ve Yıldız (2022) çalışmalarında, öğrencilerin turizmin ekonomik katkılarını takdir ettiğini, ancak sosyo-kültürel açıdan bazı olumsuz etkilerin (kültürel yozlaşma gibi) var olduğunu belirlemiştir. Bu durum, Bartın Üniversitesi öğrencilerinin turizmin ekonomik kazanç sağladığı ancak sosyo-kültürel açıdan bazı riskler taşıdığına dair algıları ile örtüşmektedir. Çalışmanın bulgularında öğrencilerin turizme güçlü bir destek verdiği görülmektedir. Bu durum, Zengin vd. (2018) ve Özdemir (2024)'in çalışmalarında da gözlemlenen bir durumdur. Gençlerin turizmi destekleme eğiliminde olduğu ve turizmi hem bölgesel kalkınma hem de kültürel mirasın korunması açısından faydalı gördüğü tespit edilmiştir. Öğrencilerin Bartın'daki önemli doğal ve kültürel çekiciliklerden bazılarını simge olarak gördükleri tespit edilmiştir. Yaşarsoy vd. (2021) ve Sandıkcı vd. (2018)'nin çalışmalarında da gençlerin yerel kültürel mirasa ve turistik değerlere yönelik farkındalıklarının geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Bu çalışma ile Bartın Üniversitesi öğrencileri özelinde, ileride iş ve aile sahibi olup, potansiyel bir turist adayı olan ve hali hazırda ziyaretçi olan öğrencilerin bakış açısıyla Bartın turizmini değerlendirme imkanı ortaya çıkacaktır. Bartın turizmi politika yapıcılarına, turizm yatırımcılarına ve ilerideki araştırmacılara bu anlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bartın Valiliği, Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü gibi kamu kuruluşları, Bartın'ın turistik değerlerini özellikle üniversite öğrencileri ve genç nüfus arasında tanıtmak için çalışmalar yapabilir. Üniversite öğrencilerine yönelik rehberli tur organizasyonları ve ücretsiz ziyaret günleri düzenlenerek yerel çekiciliklere olan farkındalık artırılabilir. Turistik tesisler ve işletmeler, öğrencilere indirimli giriş ücretleri veya paketler sunarak Bartın'daki çekiciliklerin daha fazla ziyaret edilmesini sağlayabilir. Bu durum, hem gençlerde Bartın'a yönelik olumlu bir algı oluşturabilir hem de işletmelerin karlılığını artırabilir.

Sonuç olarak, Bartın'ın turistik değerlerinin tanıtımında üniversite öğrencileri potansiyel turizm elçileri olarak değerlendirilmeli, öğrencilere şehirdeki turistik yerlere ücretsiz turlar düzenlenerek bu elçilik rolü desteklenmelidir. Bu sayede öğrenciler hem eğitim sürecinde hem de mezuniyet sonrasında şehir hakkında olumlu deneyimlerini paylaşarak şehrin turizm potansiyelinin artmasına katkıda bulunabilirler. Bu çalışma Bartın Valiliği, Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bartın ilindeki belediyeler, Ticaret Sanayi Odası, seyahat acenteleri için öğrencilerin Bartın turizmi hakkındaki bilgi ve farkındalıklarından yola çıkarak eksik yönlerini görme ve kültür elçileri olan öğrencilere yönelik tanıtım faaliyetlerini gözden geçirme imkanı sunacaktır. İleride yapılacak çalışmalar yaş, cinsiyet, sosyoekonomik durum gibi demografik faktörlerin turizm algısı üzerindeki etkilerini inceleyen ayrıntılı çalışmalar yapılabilir. Özellikle öğrencilerin farklı demografik özelliklerinin turizm farkındalıklarına ve çevre bilincine etkisi araştırılabilir. Ayrıca, üniversite öğrencilerinin turizm algılarını farklı bölgelerde karşılaştıran çalışmalar yapılabilir. Bu kapsamda Bartın ile benzer turistik destinasyonların karşılaştırılmasıyla turizm stratejilerinin bölgesel farklılıkları nasıl etkilendiği ortaya koyabilir.

**Etik Beyanı: Çalışma için Bartın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 2023-SBB-0744 protokol numaralı kararıyla etik kurul onayı alınmıştır.**

**Katkı Oranı Beyanı: Çalışmada tüm yazarların katkısı eşittir.**

**Çıkar Çatışması Beyanı: Makalenin yazar/yazarlarının, çalışma kapsamında herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur.**

### **Kaynakça**

Akova, O., Yasar, A. G., Aslan, A., & Cetin, G. (2015). The relationship between organizational culture and the environmental management perception of employees: A research on green star hotels. *Research Journal of Business and Management*, 2(2), 169-184.

- Aytaç, M., ve Öngen, B. (2012). Doğrulamalı faktör analizi ile yeni çevresel paradigma ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi. *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 5(1), 14-22.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M., ve Türkmen, F. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 103-112.
- Bahtiyar Karadeniz, C., Sarı, S., ve Kabacık, M. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Ordu İlinin Doğal ve Kültürel Turistik Çekiciliklerine İlişkin Farkındalık ve Deneyimleri. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 667-684.
- Büyüksalvarcı, A., Şapcılar, M. C., Altınışik, İ., ve Şimşek, Ç. (2017). Turizm Öğrencilerinin İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açuları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (14), 42-61.
- Chen, C. F., ve Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31(1), 29-35.
- Çetin, T., Karakuş, U., ve Aksoy, B. (2012). Yabancı uyruklu öğrencilerin turizm ve Türkiye'nin turizm değerlerine ilişkin algıları. *Uşak üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 5(3), 180-196.
- Çetin, T., ve Gürgil, F. (2014). Üniversite öğrencilerinin Bartın'ın Doğal ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıkları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 255-274.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (Vol. 2). Ankara: Pegem akademi.
- Davras, G. M. (2016). Göller Bölgesindeki Yerel Halkın Sosyo-Demografik Özelliklerinin Turizm Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 127-148.
- Deniztaş, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Yalvaç'ın Yerel Ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıklarının İncelenmesi. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 19-31.
- Emir, F. S. (2022). *Bartın ve çevresinin turizm coğrafyası*. İstanbul Üniversitesi.
- Emir, G. (2012). Bartın ve Çevresi Kırsal Turizminin Swot Analizi. *Mesleki Bilimler Dergisi*, 1(1), 50-56.
- Garrod, B., ve Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of tourism research*, 27(3), 682-708.



- Graham, B., Ashworth, G., ve Tunbridge, J. (2016). A geography of heritage. Routledge.
- Güneş, E., ve Alagöz, G. (2018). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel miras tutumları üzerine bir araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 753-777.
- Hughes, M., ve Carlsen, J. (2011). National park user pays systems in Australia: cost recovery vs access for all. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 17(2), 129-146.
- Karaca Yılmaz, Ş., Akkuş, G., Şahbudak, E., ve Işkın, M. (2017). Kültürel Miras Farkındalığı: Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama Çalışması. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 9(16), 86-100.
- Karakaş, A., Demirkan, B., ve Aslan, A. (2022). Bartın Halkının Turizme Bakış Açısı. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30, 444-462.
- Karakaş, A., Yıldız, M. R., ve Kınır, S. (2016). Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Küçük İşletmelerin ve Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Düzeyi. *Jomelips*, 1(1), 1-13.
- Kardeş, N., ve Kındır, S. (2017). Sakarya Üniversitesinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kış Turizmine Bakış Açıları: Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, (Special Issue 1), 441-449.
- Kılıçoğlu, İ. (2018). *Yerel Kalkınmada Turizm Sektörünün Rolü ve Bartın İli Örneği*. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi.
- Mancı, A. R. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Farkındalığı ve Deneyimleri: Harran Üniversitesi Örneği- Şanlıurfa, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1164-1177.
- McKercher, B., Ho, P. S., Cros, H. D., ve So-Ming, B. C. (2002). Activities-based segmentation of the cultural tourism market. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 12(1), 23-46.
- Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Özdemir, E. (2024). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Kültürel Miras Farkındalığı ve Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Turist Rehberliği Öğrencilerinin Algılarının Değerlendirilmesi (Master's thesis, Kapadokya Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü).
- Poria, Y., Butler, R., ve Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), 238-254.

- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S., Yavuz, E., ve Gönülal, H. (2018). Turistik Değerlerin Lisans Öğrencileri Tarafından Bilinirliği: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği. *SADAB 1. Uluslararası Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Sempozyumu*. 28-30 Nisan 2018 Antalya, Türkiye.
- Smith, L. (2006), *The Uses of Heritage*, Londra ve New York: Routledge.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Ekinox.
- Timothy, D. J. ve Boyd, S.W. (2003). *Heritage Tourism*, 1. Baskı, Harlow: Prentice Hall.
- Turoğlu, H., ve Özdemir, H. (2005). Bartın İlinin Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10(13), 97–116.
- Unur, K., ve Köşker, H. (2015). Türkiye’de Turizm Eğitimi ve Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizme Bakış Açılarına Yönelik Araştırmaların İncelenmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 44–71.
- Uyar Oğuz, H., ve Karakaş, A. (2019). Bartın'ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1552–1569.
- Yaşarsoy, E., Koç, D. E. ve Ulema, Ş. (2021). Kültürel Miras Farkındalığı: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 1299-1318.
- Yıldız, S. B. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Balıkesir'in Turizm Potansiyeli Hakkındaki Algıları ve Turizm Deneyimleri. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(8), 1044-1055.
- Yılmaz, G. (2015). Üniversite gençliğinin turizme bakış açısı İstanbul Arel üniversitesi örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(15), 1516–1538.
- Zengin, B., Kingır, S., ve Tezcan, N. Ş. (2018). Gençlerin Turizm Algısı ve Turizme Verilen Destek; Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 147–168.