

Üniversite Öğrencilerinin Ordu İlinin Doğal ve Kültürel Turistik Çekiciliklerine İlişkin Farkındalık ve Deneyimleri

Cemile BAHTİYAR KARADENİZ*

Saffet SARI†

Mehmet KABACIK‡

Received/Geliş: 19.04.2018

Accepted/Kabul: 30.11.2018

Öz

Bu çalışmada Ordu üniversitesi öğrencilerinin ilin doğal ve kültürel turizm kaynaklarına yönelik farkındalık ve deneyimlerini belirlemek amaçlanmıştır. Ordu Üniversitesinin değişik yerleşkelerinde öğrenim gören 1178 öğrenci araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırmada "Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık ve Deneyim Anketi" veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Araştırma verilerine göre öğrencilerin Ordu ilinin turistik değerlerine ilişkin farkındalıkları oldukça düşüktür. Ayrıca araştırma sonucuna göre; öğrencilerin turistik değerlere ilişkin farkındalık ve deneyimleri sınıf değişkenine göre anlamlı bir değişme göstermezken, cinsiyet, Ordulu olma durumu, öğrenim görülen yerleşke ve akademik biri, gelir değişkenine göre anlamlı bir değişme göstermektedir. Erkek, yüksek gelir seviyesinde, Meslek Yüksekokulu öğrencisi ve Ünye'de öğrenim gören öğrencilerin, ilin turistik değerlerine ilişkin farkındalık ve deneyim düzeyleri daha yüksektir.

Anahtar Kelimeler: Turizme yönelik farkındalık, Üniversite Öğrencileri, Farkındalık, Ordu Turizmi

Awareness and Experiences of University Students' about Nature and Cultural Attractions in Ordu Province

Abstract

The aim of this study is to determine the awareness and experience of the students of Ordu in relation to natural and cultural tourism resources. The study group of study consisted of 1178 students studying in different campuses of the University. The "Awareness and Experience Survey on Touristic Attractiveness" was used as a data collection tool. According to the research data, the awareness of the touristic values of Ordu is very low. In addition, according to the research result; While the awareness and experience of the students about the touristic values do not show a meaningful change according to the class variable, gender, Ordu status, education unit and campus show a significant change according to the income variable. Male, high income, vocational high school and students studying at Ünye have higher awareness and experience levels of provincial tourist values.

Key words: Awareness of tourism, University students , Awareness, Ordu Tourism

* Doç. Dr. Ordu Üniversitesi, SBMYO, cbkaradeniz@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3902-5251

† Dr. Öğr. Üyesi, Ordu Üniversitesi, SBMYO, saffetsari@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4422-7816

‡ Öğr. Gör. Ordu Üniversitesi, SBMYO , mehmetkabacik@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3772-2950

(Makale türü: araştırma makalesi)

Giriş

Çok boyutlu bir kavram olan turizm başta dinlenmek olmak üzere kültürel, sağlık, sportif, bilimsel, dinsel etkinliklere katılma amaçlı rekreasyonel seyahatlerdir (Özgüç, 2003:3, Soykan, 2004: 6, Doğanay, 2001: 15, Kahraman ve Türkay, 2006: 1, Sezgin, 1995:4, Ürger, 1992: 11). 2. Dünya Savaşının yaralarının sarılmasıyla gelişme gösteren turizm sektörüne ülke ekonomilerine yapmış olduğu katkı göz önünde bulundurularak Türkiye’de kalkınma planlarında yer verilmiştir (Ehtiyar ve Üngüren, 2008: 160). Gelir ve istihdam yaratan turizm sektörünü canlandırıp elde edilen payı artırmak için yeni politikalar geliştirilmektedir (Yıldız ve Kalağan, 2005: 42). Türkiye yüksek turizm potansiyelinden yararlanarak bölgesel kalkınmayı sağlamak amacıyla sektörü yakından takip ederek kendi gelişim politikalarını ve yönünü belirlemektedir (Emekli, 1998: 2).

Ulaşım koşullarında kaydedilen gelişmeler, toplumun eğitim ve refah seviyesindeki artış, turizm sektörünü nicelik ve nitelik açısından etkilemiştir. Turizme katılanlar sayıca artarken katılanların dinlenme ve eğlenme anlayışındaki değişimler, tatil ve seyahat alışkanlıklarını da etkileyerek farklı turist tiplerini doğurmuştur. Deniz, kum ve güneşe dayanan turizm talebi değişmeye başlayarak alternatif turizm faaliyetlerine yönelmiştir (Emekli, 2005: 101). Dinlenme amaçlı tatiller yerini öğrenerek dinlenme, doğada farklı deneyimler kazanma, yerel kültürleri ve somut olan ve olmayan miras değerlerini tanıma amaçlı seyahatlere bırakmıştır. Doğal ve kültürel miras, tarih öncesi dönemlerden başlayarak tarihin tüm dönemlerine ait din, kültür, bilim ve güzel sanatlarla ilgili yer altı ve su altında bulunanlar da dahil tüm taşınır taşınmaz varlıklar olarak tanımlanmaktadır (Doğaner 2001: 135; Oğuz 2007:7).

Doğal ve kültürel değerler turistik ürün olarak algılanarak turizmde arz kaynakları olarak sunulabilmektedir. Çekicilik turistik bir ürünün sahip olması gereken beş temel bileşenden (turistik imkânlar, ulaşılabilirlik, imaj, fiyat) biridir. Turizmde ürün öncelikle “bir ülke veya bir bölgenin sahip olduğu tüm doğal kültürel kaynaklar” ikinci olarak “tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkân veren paket turu oluşturan turistik hizmetlerin bütünüdür” (Hacıoğlu, 2000: 39). Turistik ürün tanımında ve turistik ürünü oluşturan faktörler konusunda çeşitli fikirler bulunmaktadır (Akgöz, Göral ve Tengilimoğlu, 2016:398). Bir turistik ürünü oluşturan faktörler; herhangi bir coğrafyanın doğal ve kültürel çekicilikler, turistin gitmek istediği yere erişim (internet, hava, kara, deniz vb.), seyahat (tatil) boyunca turiste hizmet veren tüm turizm işletmeler (konaklama, yiyecek içecek ve seyahat) olmak üzere üç temel başlık altında toplanabilir (Hacıoğlu, 2000: 41).

Ordu ili sahip olduğu doğal ve kültürel birçok miras değeri ile sayısız turistik ürün potansiyeline sahiptir. Turizmde gelişme potansiyeli yüksek olan ilde gelişim politikalarında tanıtıma büyük önem verilmektedir. İlin gelişiminde turizm kadar önem verilen bir başka lokomotif güç Üniversitesidir. İkinci Dünya Savaşı ardından Avrupa ülkeleri sanayi de gelişirken

bölgesel kalkınmada yükseköğretim kurumlarını bir kalkınma aracı olarak görmüştür. Üniversitelerin kuruldukları bölgede ürettikleri bilim, teknoloji ve sanat ile yarattığı etki fark edildiğinden gelişmemiş bölgelere tesis edilmesine önem verilmiştir. Türkiye’de de 1980’den sonra İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlerin dışında Erzurum, Trabzon, Samsun, Diyarbakır, Konya, Adana vb. Anadolu kentlerine bölgesel kalkınmayı tetikleyecek üniversiteler kurulmuştur. 2000’li yıllarda daha küçük ölçekli, ekonomik yönden zayıf ve göç veren Anadolu kentlerini desteklemek amacı ile uygulamaya sokulan kamu politikalarının bir uzantısı olarak birçok kente devlet üniversiteleri kurulmuştur. Örneğin 2006 yılında kurulan 15 üniversitenin kurulduğu kentlerin nüfusu 50.000-120.000 arasındadır (Sargın, 2006:29-30).

Bir üniversitenin kurulduğu kente etkileri; kurulduğu bölgeye, kente, üniversitenin büyüklüğüne bağlı olarak değişmekle birlikte genel anlamda, demografik, mekânsal, ekonomik, sosyal ve kültürel başlıklar altında toplanabilir (Yavuzçehre, 2016:238). Kurulan üniversitelerin öğrenci, öğretim elemanı, idari ve teknik personel sayıları hızla artmaktadır. Yaşanan bu büyüme kentlerde birçok alanda değişime neden olmaktadır. Üniversitenin büyümesine bağlı olarak kentin nüfusunda (miktar, yaş, göç), istihdam, harcama ve tüketim verilerinde büyük oranda değişiklikler yaşanmaktadır (Işık, 2008:161). Değişiklik yaşanması beklenen öğelerden biri de yörenin turizmidir. Bir ilin üniversitesine (öğrenci ve çalışanlarına) bölgenin ürettiği turistik ürünleri tüketen kişiler olarak bir başka ifade ile potansiyel turist gözü ile bakılmaktadır. Yurtiçinden ve yurtdışından bölgeye gelen öğrenciler turizm faaliyetlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle Farabi ve Erasmus değişim programları ile turizme olan bu destek daha da önem arz etmektedir. Üniversite bulunduğu bölgenin turizmi için turist kaynağı olabildiği gibi, farklı düzeydeki eğitim programları ile nitelikli eleman (çalışan) da sağlamaktadır. (Taşkın, Söylemez, Baran, 2014: 143).

Turizmin ana çekiciliklerini oluşturan yaylalar, peribacaları, mağaralar, travertenler, kanyonlar gibi birçok doğal varlık ve anıt, höyük, cami, külliye, kilise, tümülüs, ören yeri, arkeolojik, tarihi eser ve yapılar, kentsel ve doğal sit alanları gibi somut kültür varlıkları doğal ve kültürel mirasımızın korunması gereken değerlerini oluşturmaktadır (Çetin, 2010: 182). Doğal ve kültürel turizm değerlerinin gelecek kuşaklara aktarılması için, gençlerimizin söz konusu varlıklarımıza yönelik ilgi, tutum ve davranışları önem arz etmektedir. Özellikle doğal çevrenin ve tarihî mekanların turizm amaçlı kullanımlarının sağlanması için, söz konusu varlıklara önem verilerek korunması ve geliştirilmesi gereklidir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 46).

Doğal ve kültürel varlıklarımıza yönelik korumacı yaklaşımın gelişmesi için öncelikle farkındalık oluşmalıdır. Oluşan farkındalık tutuma dönüşmekte, olumlu veya olumsuz tutumlar da davranışa dönüşmektedir. Eğitim, “yaşantı yoluyla bireyde meydana gelen davranış değişikliği”dir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölgenin turizm

değerlerine yönelik bir tutum geliştirmesi ve korumacı bir davranış göstermesi için öğrenim süreleri boyunca bir takım tatbikat, inceleme ve gözleme dayalı gezilere katılmalıdır. Böylece öğrencilerin doğal ve kültürel varlıklara yönelik dikkati çekilebilecek ve bir turizm bilinci oluşturulacaktır. Turizm bilinci, bir yerde turizmin büyüme ve gelişiminin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca gençlerde turizme yönelik oluşan farkındalık ve bilinçlenme, doğal veya kültürel varlıkların korunup miras değeri olarak geleceğe aktarılmasına ve sürdürülebilir turizm hizmet etmektedir. Turizm bilincinin gelişmesi, daha uzun süre konaklama ve yatırımları teşvik ederek sektörün gelişmesine ve turizm ve ağırlama sektöründe insan kaynaklarının gelişmesine, yerel halkın turiste yönelik olumlu davranışlar geliştirmesinde önem arz etmektedir (Bzazaw, 2012, p:1).

Üniversitelerin ilin turizmi üzerindeki bir diğer önemli etkisi, üniversite öğrencilerinin ilin turistik tanıtımında oynadığı roldür. Yükseköğrenim görmek için ailelerinden ayrılıp herhangi bir şehre gelen öğrenciler öğrenimlerini tamamladıklarında memleketlerine veya çalışmak üzere yurdun dört bir köşesine hizmet vermek üzere öğretmen, hekim, hemşire, sanatçı, teknisyen, muhasebeci, sporcu, mühendis, idareci, işletmeci veya karar verici olarak gideceklerdir. Mezun olan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölgenin doğal ve kültürel turizm değerlerini birer “turizm elçileri” olarak gittikleri yerlerde çevrelerine anlatmaları beklenmektedir. Ancak bu beklentinin gerçekleşmesi için öğrencilerin ilin sahip olduğu doğal ve kültürel turizm değerlerine ilişkin farkındalığı ve deneyimi olması gerekmektedir. Sunulan çalışma öğrencilerin turizm elçileri olup olamayacağını araştırmak üzere kurgulanmıştır.

Literatür İncelemesi

Alan yazın incelendiğinde; üniversitelerin, Kaşlı ve Serel (2008) Balıkesir- Gönen, Görkemli (2009) Konya, Çalışkan (2010) Uşak, Akçakanat vd. (2010) Isparta, Selçuk (2012) Erzurum, Tösten vd. (2013) Diyarbakır, Demirelli ve Taşkın (2013) Kütahya, Arslan (2014) Çankırı, Çayın ve Özer (2015) Muş, Korkmaz (2015) Bayburt, Arslan (2016) Sivas, Sarkım vd. (2017) Yozgat, Karadeniz ve Cinel (2016) Ordu ve Giresun kentlerine etkilerini ekonomik açıdan ele almışlardır. Tuna (1994) ve Taşçı vd. (2011) Eskişehir, Aktaş (2010) Kayseri, Yılmaz ve Kaynak (2011) Bayburt, Özbay (2013) Niğde, Sankır ve Gürdal (2013) Zonguldak, Köksal ve Sarı (2014) ve Ergun (2014) Burdur kentlerindeki üniversite arasındaki ilişkiyi sosyal ve kültürel açıdan ele almışlardır.

Araştırma grubunun önemli bir bölümünü öğretmen adaylarının oluşturduğu çalışmaların üniversite öğrencilerinin, Uşak, Bartın, Kırşehir, Sivas, Amasya, Ankara, Bursa, Hatay, Kütahya, Sinop gibi illerin doğal, tarihi ve kültürel turizm değerlerine yönelik ilgi, tutum, ve farkındalıklarını belirlemeye yönelik araştırmalar olduğu görülmektedir (Dinç, vd.; 2011, Ablak, vd.; 2014, Çetin, Gürge; 2014, Çoban, vd.; 2015, Keçe; 2015, Demirbulatı vd.; 2015,

Çimen vd.; 2016, Yılmaz vd.; 2017, Taşkın vd.;2014, Aktın, vd.;2013). Ancak Ordu Üniversitesi öğrencileri ile ilin turizm arz kaynakları arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Çalışmanın bir önemi de tespit edilen bu boşluğu doldurmaktan kaynaklanmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Ordu ilinin sahip olduğu doğal ve kültürel turistik çekiciliklere ilişkin öğrencilerin farkındalık ve deneyimleri ilin tanıtımı için önem arz etmektedir. Ordu üniversitesine öğrenim görmek için farklı bölge ve illerden gelen öğrencilerin ilin doğal ve kültürel varlıklarına yönelik farkındalıkları, turizm bilincinin oluşması ve söz konusu değerlerin sürdürülebilirliği, gelecek nesillere aktarılması ve bölge turizmi açısından önem taşımaktadır.

Araştırmanın problem cümlesi, “Ordu Üniversitesi öğrencilerinin ilin doğal ve kültürel varlıklarına yönelik farkındalık ve deneyim düzeyleri hangi seviyededir?” biçiminde düzenlenmiş ve araştırmada “Öğrencilerin ilin doğal ve kültürel varlıklarına yönelik farkındalık ve deneyim düzeyleri ile cinsiyet, Ordulu olma, öğrenim gördüğü yerleşke, akademik birim ve sınıf, gelir düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” sorusuna cevap aranmıştır.

Araştırma “Ordu iline ait doğal ve kültürel varlıklara ilişkin farkındalık ve deneyimler” anket formunun, 2016-2017 öğretim yılında Ordu Üniversitesinde öğrenim gören 1178 öğrenciye uygulanması ile elde edilen veriler ile sınırlıdır.

Araştırmada kullanılan ölçme aracının yeteri kadar geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmıştır. Bunun yanında veri elde etmek amacıyla kullanılan ankete öğrencilerin samimi ve doğru yanıtlar verdiği kabul edilmiştir.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Çalışma genel tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Bu araştırma ile ‘öğrencilerin ilin doğal ve kültürel turizm varlıklarına ilişkin farkındalık ve deneyimleri”nin durumu, farklı değişkenlere göre analiz edilmeye çalışıldığından, araştırma betimsel tarama modelinde yapılandırılmıştır. Çünkü tarama modelleri, bir grup içerisinde geçmişte ya da halen var olan bir olgu veya durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırmalara uygun bir modeldir (Karasar, 2011: 77). Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Ordu Üniversitesinin 20.922 öğrencisi oluşturmaktadır. Hazırlanan anket 2016-2017 öğretim yılında Ordu Üniversitesinin Cumhuriyet, Akyazı, Bucak, Güzelyalı, Fatsa, Ünye, Akkuş, Mesudiye, Ulubey yerleşkelerinde öğrenim gören gönüllü öğrenciler ile

yapılmıştır. Her yerleşkeden veri toplayabilmek için random (tesadüfi) örneklem yöntemi kullanılarak 1250 öğrenciye ulaşılmış. Ancak araştırmaya, geri dönen ve eksiksiz, samimi bir şekilde doldurulan 1178 anket dahil edilmiştir. Araştırma 1178 öğrencinin görüşü ile sınırlıdır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada üniversite öğrencilerinin Ordu ilinin turizm değerlerine ilişkin farkındalık ve deneyimlerini belirlemek için veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen “Ordu ilinin doğal ve kültürel varlıklarına ilişkin farkındalık ve deneyimler” anketi kullanılmıştır. İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde öğrencilerin demografik özellikleri, ikinci bölümde Ordu ilinde bulunan 48 doğal ve kültürel varlığa yönelik farkındalık ve deneyimleri sorgulanmıştır. Soruların hazırlanması aşamasında literatür taraması yapılmış ve il turizm müdürü, işletme, ekonometri ve eğitim dalında uzman kişilerin görüşüne başvurulmuştur. Alınan uzman görüşleri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılan anket 100 öğrenciye uygulanmıştır. Yapılan ön uygulama verileri analiz edildikten sonra anket formu son şekli ile öğrencilere uygulanmıştır.

Ankette, öğrencilerin Ordu iline ait 48 doğal ve kültürel varlığa yönelik farkındalıkları ve deneyimleri verdiği yanıtlar ile; İsmi bile duymadım (1), İsmi duydum (2), Gördüm (3), Beğenmedim (4), Beğendim (5), Simge olmalı (6) şeklinde puanlanmıştır. Buna göre, Ordu ilinin doğal ve kültürel varlıklarına yönelik farkındalık ve deneyim” anketinden alınabilecek en düşük puan 48 olup en yüksek puan ise 288’dir. Anketten alınan 48-128 puan aralığı düşük, 129 - 208 puan aralığı orta ve 209 -288 puan aralığı ise yüksek düzeyde farkındalık olarak kabul edilmektedir.

Verilerin Analizi

Anketin son hali üzerinde yapılan analizler ile Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı incelenmiş ve ölçeğin güvenilirliği 0.98 olarak saptanmıştır. Güvenirlik katsayısının 0.70 ve üzeri olduğu durumlarda anket 1’e ne kadar yakınsa o kadar güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Büyüköztürk; 2007). Uygulanan anketlerden veri elde etmek için SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde t-testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Yapılan tek yönlü varyans analizinde anlamlılığın hangi gruplar lehine olduğunu belirlemek için Scheffe testi yapılmıştır.

Bulgular

Ordu üniversitesi öğrencilerinin ilin doğal ve tarihi turizm çekiciliklerine ilişkin farkındalık ve deneyimleri cinsiyet, öğrenim gördükleri yerleşke ve akademik birim, sınıf, gelir düzeyi algısı ve Ordulu olma gibi değişkenlere durumu incelenmiş ve aşağıda elde edilen bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %61,7 Ordu'ya değildir. Toplam 1178 öğrenciden 727'si Ordu'ya başka şehir ve bölgelerden öğrenim görmek için gelmiştir. Katılımcılardan 693 öğrenci %58,8'i erkek, 485'i kadın öğrencidir. Çalışma gurubunu oluşturan öğrencilerin %73,3'ü Meslek Yüksekokulunda ve %59'u Bucak ve Akyazı yerleşkelerinden oluşan şehir merkezi yerleşkesinde öğrenim görmektedir. Ordu Üniversitesinin rektörlüğünün ve fakültelerinin bulunduğu Cumhuriyet yerleşkesi merkez ilçe Altınordu'da bulunurken, Ünye yerleşkesinde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve bir Meslek Yüksekokulu (MYO), Fatsa yerleşkesinde Denizcilik Fakültesi ve bir MYO, Akkuş, Ulubey, Mesudiye yerleşkelerinde birer MYO bulunmaktadır. Ankete katılan öğrencilerin %53,3'ü 2. Sınıf öğrencisidir. Öğrencilerin %67,2'si gelir düzeyi durumunu orta düzeyde algılamaktadır.

Demografik Özellikler

Tablo 1. Çalışma Grubunun Demografik Özellikleri

Değişken		f	%	Değişken		f	%
Cinsiyet	Kadın	485	41,2	Ordu'ya olma durumu	Evet	451	38,3
	Erkek	693	58,8		Hayır	727	61,7
Akademik Birim	Fakülte	189	16,0	Gelir Algı Düzeyi	Düşük	283	24,0
	Yüksekokul	126	10,7		Orta	792	67,2
	MYO	863	73,3		Yüksek	103	8,7
Yerleşke	Cumhuriyet	256	21,7	Sınıf	1	470	39,9
	Merkez	695	59,0		2	628	53,3
	Ünye	38	3,2		3	56	4,8
	Fatsa	36	3,1		4	24	2,0
	Ulubey	91	7,7				
	Mesudiye	17	1,4				
	Akkuş	45	3,8	Total		1178	100,0

Değişkenlere Göre Ordu ilinin Turizm Çekicilikleri Farkındalık Düzeyleri

Ankete katılan toplam 1178 öğrencinin öğrenim gördüğü Ordu ilinin doğal ve kültürel turizm çekiciliklerine ilişkin farkındalık ve deneyim düzeyi ortalaması 108,42 olarak tespit edilmiştir. 48-128 puan aralığı düşük düzeyde farkındalık olarak değerlendirildiğine göre ortalama 108,42 değeri oldukça düşük bir farkındalık düzeyidir. Bulunan bu ortalama değerler erkek öğrenciler için 116,30 iken kız öğrenciler için 97,15 olarak tespit edilmiştir.

Tablo2. Değişkenlere Göre Ordu ilinin Turizm Çekicilikleri Ortalama Farkındalık Düzeyleri

		Mean	n	Std. d.
Cinsiyet	Kız	97,15	485	39,97
	Erkek	116,30	693	56,57
Ordu'ya olma	Evet	127,46	451	52,59
	Hayır	96,60	727	46,69
Akademik Birim	Fakülte	97,33	189	29,68
	Yüksekokul	109,31	126	49,05
	MYO	110,71	863	54,90
	Cumhuriyet	97,99	256	33,92

Yerleşke	Merkez	115,70	695	56,36
	Ünye	123,34	38	54,90
	Fatsa	114,08	36	58,82
	Ulubey	83,87	91	31,80
	Mesudiye	119,76	17	65,47
	Akkuş	83,44	45	31,37
Sınıf	1	107,81	470	52,00
	2	107,73	628	52,13
	3	111,83	56	38,41
	4	130,20	24	34,27
Gelir	Düşük	104,78	283	52,09
	Orta	107,02	792	50,05
	Yüksek	129,18	103	53,94
Toplam		108,42	1178	51,26

Ordulu öğrenciler için 127,46 gibi düşük farkındalık düzeyi gerçekten nedenleri araştırılması gereken bir durumdur. Anketin bu sonucuna göre kendi memleketinin turistik mekanlarını gezip görmeyen bir nesil bulunmaktadır. Doğal ve kültürel turistik mekanlara yönelik farkındalık ve deneyim düzeyleri, MYO öğrencilerinin 110,71, Ünye yerleşkesinde öğrenim görenlerin 123,34, 4. Sınıf öğrencilerinin 130,20, gelir düzeyi yüksek öğrencilerin 129,18 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2).

İlin Doğal ve Kültürel Turizm Varlıklarına İlişkin Öğrencilerin Farkındalık ve Deneyimleri

Ordu ilinin güneyinde harika yaylarının bulunduğu dağlık alanlardan kaynaklanan akarsular şelaleler oluşturarak kuzeyinde uzanan Karadeniz kıyılarında temiz plaj ve koylara kavuşmaktadır. Yaylalar, akarsular, şelaleler, kıyılar, kumsallar, plajlar yeşil bitki örtüsüyle doğal turizm kaynaklarını oluşturmaktadır. İlin doğal turizm kaynakları zengin tarihi ve kültürel yapısı ile taçlandırılmıştır.

İlin turistik değerlerinden Genççağa Kalesi ve İteniçi Mesire Yeri %68,7, Pösküden Şelalesi %68,2 oranıyla farkındalığı en düşük arz kaynaklarıdır. Söz konusu değerlere ek olarak Eminem Pınarı, Kabakdağı, Ablak Taşı gibi birçok çekicilik oluşturan unsura yönelik öğrenciler, %60'ın üzerinde bir ağırlıkla "ilk kez duydum seçeneğini" işaretlemiştir. Öğrencilerin yanıtları incelendiğinde yerleşke bulunan ilçelerin üst zonunda yer alan yayla çekiciliklerine yönelik öğrencilerin farkındalık ve deneyimleri genel olarak düşük çıkmıştır.

İlin en yüksek farkındalık değeri %91,2 ile Boztepe'ye aittir. Ordu Üniversitesinin ilin birçok ilçesine dağılmış bulunan yerleşkelerinde öğrenim gören öğrenciler kendi yerleşkelerine yakın çevre hakkında farkındalık ve deneyime sahipken diğer ilçelerdeki turistik merkezlerden haberdar olmadıkları anlaşılmıştır. Ordu Üniversitesinin bütün yerleşkelerinde öğrenim gören öğrenciler üniversiteye kayıt başta olmak üzere diğer öğrenci işleri ve sportif veya kültürel organizasyona katılmak için Ordu merkeze gelmek durumundadır. Şehre gelen kişilerin

ziyaretlerinde tercih ettikleri en önemli çekiciliklerden biri olan Boztepe'ye ilişkin farkındalığın bu kadar yüksek çıkması doğaldır.

%69,5 farkındalık oranı ile Akyazı plaj ve sahil rekreasyonel alanı şehir merkezinde olmasından dolayı yüksek farkındalık ve deneyim düzeyine sahiptir. Söz konusu turistik unsura yönelik farkındalık ve deneyimin yüksek çıkmasının bir nedeni de ankete katılan öğrencilerin ağırlıklı olarak Akyazı ve Bucak yerleşkelerinden olmasından kaynaklanmaktadır. Yine şehir merkezindeki konumuyla Taşbaşı Kilise ve Kültür Merkezi %61,1 oranıyla en yüksek farkındalık oranına sahiptir. Ankete katılan öğrencilerin %12,5'i Boztepe'yi, %4,2'si Taşbaşı'mı, %3,7'si Yason Burnu ve Kilisesini, %3,4'ü Çambaşı Yaylasını ilin simgesi olmalı seçeneğini işaretlemiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Ordu İlinin Doğal ve Kültürel Çekicilikleri ve Öğrencilerin Farkındalıkları

Çekicilik	İsmini Bile Duymadım		İsmini Duydum		Gördüm		Beğenmedim		Beğendim		Simge Olmalı	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Eskipazar	544	46,2	318	27,0	76	6,5	32	2,7	188	16,0	20	1,7
Paşaoğlu	561	47,6	240	20,4	92	7,8	27	2,3	235	19,9	23	2,0
Kurul	498	42,3	308	26,1	99	8,4	24	2,0	218	18,5	31	2,6
Kayabaşı	600	50,9	237	20,1	75	6,4	47	4,0	202	17,1	17	1,4
Taşbaşı	234	19,9	224	19,0	260	22,1	34	2,9	377	32,0	49	4,2
Karaoluk	496	42,1	318	27,0	79	6,7	30	2,5	238	20,2	17	1,4
Cumhuriyet	298	25,3	184	15,6	234	19,9	75	6,4	375	31,8	12	1,0
Boztepe	53	4,5	52	4,4	353	30,0	29	2,5	544	46,2	147	12,5
Akyazı	241	20,5	118	10,0	297	25,2	57	4,8	451	38,3	14	1,2
Argan	567	48,1	288	24,4	60	5,1	21	1,8	221	18,8	21	1,8
Çamaş	601	51,0	335	28,4	59	5,0	23	2,0	149	12,6	11	,9
Cıngırt	719	61,0	249	21,1	44	3,7	29	2,5	126	10,7	11	,9
Bolaman	556	47,2	306	26,0	105	8,9	24	2,0	172	14,6	15	1,3
Sarmaşık	691	58,7	233	19,8	67	5,7	34	2,9	142	12,1	11	,9
Gaga	671	57,0	209	17,7	99	8,4	35	3,0	151	12,8	13	1,1
Kabakdağı	749	63,6	180	15,3	64	5,4	29	2,5	144	12,2	12	1,0
Yenipazar	640	54,3	232	19,7	117	9,9	33	2,8	141	12,0	15	1,3
Ulugöl	514	43,6	346	29,4	113	9,6	18	1,5	160	13,6	27	2,3
Gölköy K.	515	43,7	362	30,7	105	8,9	22	1,9	154	13,1	20	1,7
Turnasuyu V.	549	46,6	342	29,0	104	8,8	27	2,3	142	12,1	14	1,2
Tepealtı Plajı	677	57,5	224	19,0	73	6,2	25	2,1	171	14,5	8	,7
İkizce Cami	732	62,1	206	17,5	65	5,5	15	1,3	150	12,7	10	,8
Gençaga K.	809	68,7	180	15,3	41	3,5	21	1,8	116	9,8	11	,9
Eminem P.	769	65,3	183	15,5	58	4,9	17	1,4	141	12,0	10	,8
Çambaşı Y.	483	41,0	298	25,3	140	11,9	16	1,4	201	17,1	40	3,4
Ablak Taşı	752	63,8	188	16,0	66	5,6	30	2,5	130	11,0	12	1,0
İteniçi Mesire	809	68,7	170	14,4	49	4,2	24	2,0	117	9,9	9	,8
Pösküden Ş.	803	68,2	176	14,9	48	4,1	24	2,0	119	10,1	8	,7
DüzobaErick	789	67,0	172	14,6	65	5,5	24	2,0	120	10,2	8	,7
Mesudiye K.	731	62,1	217	18,4	58	4,9	25	2,1	133	11,3	14	1,2
Keyfalan Y.	749	63,6	184	15,6	66	5,6	28	2,4	132	11,2	19	1,6
Yeşilce	682	57,9	232	19,7	69	5,9	23	2,0	154	13,1	18	1,5
Kızılağaç Y.	766	65,0	180	15,3	61	5,2	23	2,0	134	11,4	14	1,2
Hoynat Adası	630	53,5	232	19,7	91	7,7	19	1,6	187	15,9	19	1,6
Yason	416	35,3	277	23,5	200	17,0	16	1,4	225	19,1	44	3,7
Çaka	557	47,3	190	16,1	172	14,6	19	1,6	223	18,9	17	1,4
Efirli	510	43,3	231	19,6	177	15,0	23	2,0	220	18,7	17	1,4
Ohtamış	594	50,4	248	21,1	120	10,2	21	1,8	179	15,2	16	1,4
Kadıncık	688	58,4	224	19,0	82	7,0	23	2,0	151	12,8	10	,8
Küpkaya Kan	715	60,7	218	18,5	68	5,8	28	2,4	137	11,6	12	1,0
ÜnyeKalesi	473	40,2	318	27,0	152	12,9	23	2,0	203	17,2	9	,8
Ünye At Çifti	503	42,7	342	29,0	129	11,0	16	1,4	174	14,8	14	1,2
YunusEmre T	635	53,9	257	21,8	80	6,8	18	1,5	177	15,0	11	,9
Asarkaya KO	606	51,4	238	20,2	114	9,7	22	1,9	182	15,4	16	1,4
Kırkeveler Plaj	708	60,1	198	16,8	80	6,8	20	1,7	159	13,5	13	1,1
Ünye Müzevi	722	61,3	203	17,2	66	5,6	20	1,7	157	13,3	10	,8

Çet Dağı	739	62,7	199	16,9	58	4,9	18	1,5	153	13,0	11	,9
Korgan Yay	630	53,5	295	25,0	76	6,5	20	1,7	146	12,4	11	,9

Cinsiyet Değişkenine Göre Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık

Öğrencilerin ilin turistik çekiciliklerine ilişkin farkındalıkları ve deneyimleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Bu durumda, bağımlı değişken olan farkındalık üzerinde etkisi test edilen değişken cinsiyettir (Tablo 4).

Ankete katılan öğrencilerin ilin turizm değerlerine ilişkin farkındalıkları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$t(1176)= 6,42$, $p<.05$]. Erkek öğrencilerin ilin turizm değerlerine yönelik farkındalıkları ($\bar{X}=116,30$), bayan öğrencilere göre daha yüksektir. Bu bulgu ilin turistik çekiciliklerine farkındalık ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir.

Tablo 4. İle Yönelik Farkındalık Anketi Puanların Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	\bar{X}	S	Sd	t	p
Kadın	485	97,15	39,97	1176	6,42	,000
Erkek	693	116,30	56,57			

Ordulu Olma Durumuna Göre Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık

Öğrencilerin ilin turistik çekiciliklerine ilişkin farkındalıkları ve deneyimleri Ordulu olma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir? Bu durumda, bağımlı değişken olan farkındalık üzerinde etkisi test edilen değişken Ordulu olmaktır (Tablo 5).

Tablo 5. İlin Turistik Çekiciliklerine İlişkin Farkındalık Anketi Puanlarının Ordulu Olma Durumuna Göre T-Testi Sonuçları

Ordulu Olma	N	\bar{X}	S	Sd	t	p
Ordulu	451	127,46	52,59	868,9	10,50	,000
Ordulu değil	727	96,60	46,69			

Katılımcıların ilin turizm değerlerine ilişkin farkındalıkları Ordulu olma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$t(1176)= 10,50$, $p<.05$]. Ordulu öğrencilerin ilin turizm değerlerine yönelik farkındalıkları ($\bar{X}=127,46$), Ordulu olmayan öğrencilere göre daha yüksektir. Bu bulgu ilin turistik çekiciliklerine farkındalık ile Ordulu olma arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu şeklinde de yorumlanabilir.

Öğrenim Görülen Akademik Birime Göre Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık

Ordu üniversitesi öğrenci varlığı içerisinde Meslek Yüksekokullarının yeri oldukça önemlidir. Ankete katılan öğrencilerin önemli bir bölümü (%73,3) Meslek Yüksekokulu öğrencisidir. Çalışma grubunu oluşturan öğrencilerinin turistik çekiciliklerine ilişkin farkındalık düzeylerinin öğrenim gördükleri akademik birime göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini test etmek için uygulanan ANOVA sonuçlarının analiz çıktıları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin İlin Turistik Çekiciliklerine Yönelik Farkındalık Anketi Puanlarının Öğrenim Görülen Akademik Birime Göre ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	27869,108	2	13934,554	5,341	,005	YO-Fak-MYO, Fak
Gruplariçi	3065364,207	1175	2608,821			
Toplam	3093233,315	1177				

Analiz sonuçları, öğrencilerin turistik çekiciliklere yönelik farkındalık düzeyleri arasında öğrenim görülen akademik birim bakımından bir fark olduğu göstermektedir [$F(2-1175)=5,34$, $p<,05$]. Başka bir deyişle, öğrencinin farkındalıkları, öğrenim gördüğü akademik birime bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Birimler arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Scheffle testinin sonuçlarına göre, MYO biriminde ($\bar{X}=110,72$) ve Yüksekokul biriminde ($\bar{X}=109,32$) öğrenim görenlerin farkındalık düzeyleri Fakülte biriminde ($\bar{X}=97,34$) öğrenim görenlerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7. Akademik Birimlerin Farkındalıkları

Akademik Birim	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
Fakülte	189	97,3386	
Yüksekokul	126	109,3175	109,3175
MYO	863		110,7184
Sig.		,057	,962

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 208,532.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Öğrenim Görülen Yerleşkeye Göre Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık

Ordu üniversitesi rektörlüğü ve birçok fakültesi Cumhuriyet yerleşkesinde bulunmaktadır. Ordu şehir merkezinde ise Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Akyazı, Sosyal Bilimler MYO Bucak ve Dış Hekimliği Fakültesi Güzelyalı yerleşkesinde bulunmaktadır. Üniversitenin Fatsa ilçesinde Deniz Bilimleri Fakültesi ve Meslek Yüksekokulu, Ünye ilçesinde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Meslek Yüksekokulu bulunurken, Akkuş, Mesudiye ve Ulubey ilçelerinde de birer Meslek Yüksekokulu bulunmaktadır. Çalışma grubu oluşturulurken bütün yerleşkelere ulaşılmaya çalışılması ankete katılan öğrencilerin birçoğunun MYO öğrencisi olmasının nedeninin bir diğer açıklamasıdır.

Çalışma grubunu oluşturan öğrencilerinin turistik çekiciliklerine ilişkin farkındalık düzeylerinin öğrenim gördükleri yerleşkeye göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini test etmek için uygulanan ANOVA sonuçlarının analiz çıktıları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. İlin Turistik Çekiciliklerine Yönelik Farkındalık Anketi Puanlarının Öğrenim Gördüğü Yerleşkeye Göre ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	159395,055	6	26565,843	10,603	,000	Mes-Ak,Ün-UI,
Gruplarıçi	2933838,260	1171	2505,413			
Toplam	3093233,315	1177				

Analiz sonuçları, öğrencilerin turistik çekiciliklere yönelik farkındalık düzeyleri arasında öğrenim görülen yerleşke bakımından bir fark olduğu göstermektedir [$F(6-1171)=10,60$, $p<,05$]. Başka bir deyişle, öğrencinin farkındalıkları, öğrenim gördüğü yerleşkeye bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Yerleşkeler arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre, Ünye yerleşkesinde ($\bar{X}=123,34$) ve Mesudiye yerleşkesinde ($\bar{X}=119,76$) öğrenim görenlerin farkındalık düzeyleri Akkuş yerleşkesinde ($\bar{X}=83,44$) öğrenim görenlerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Ordu ili turizminde önemli bir yeri olan yaylalarımız ilin doğal ve kültürel turistik çekicilikleri arasında öğrencilere sorulmuştur. Çalışma gurubunu oluşturan öğrencilerin önemli bir bölümü Altınordu şehir merkezinde olup yaylalar başta olmak üzere birçok doğal ve kültürel çekiciliklerin bulunduğu Mesudiye ve Ünye'ye uzaktır. Öğrencilerin bu iki yöre hakkında farkındalıkları düşükken öğrencilere bu yöreden çokça değer sorulmuştur. Ünye ve Mesudiye yerleşkelerinde öğrenim gören öğrencilerin de yakın yöreleri olduğundan farkındalıkları daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 9. Yerleşkelerin Farkındalıkları

Yerleşke	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
Akuş	45	83,4444	
Ulubey	91	83,8791	
Cumhuriyet	256	97,9961	97,9961
Fatsa	36	114,0833	114,0833
Merkez	695	115,7065	115,7065
Mesudiye	17	119,7647	119,7647
Ünye	38		123,3421
Sig.		,059	,432

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 46,213.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Sınıf Değişkenine Göre Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık

Çalışma grubunun 2/3'ü MYO öğrencisi olmasından dolayı ankete katılan öğrencilerin %53,3'ü 2. Sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışma grubunu oluşturan öğrencilerinin turistik çekiciliklerine ilişkin farkındalık düzeylerinin sınıf değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip

göstermediğini test etmek için uygulanan ANOVA sonuçlarının analiz çıktıları Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. İlin Turistik Çekiciliklerine İlişkin Farkındalık Anketi Puanlarının Sınıfa Göre ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	12512,054	3	4170,685	1,589	,190	-
Gruplarıçi	3080721,261	1174	2624,124			
Toplam	3093233,315	1177				

Analiz sonuçları, öğrencilerin turistik çekiciliklere yönelik farkındalık düzeyleri arasında öğrenim görülen sınıf bakımından bir fark olmadığını göstermektedir [$F(3-1177)=1,59, p>,05$]. Başka bir deyişle, öğrencilerin farkındalıkları, öğrenim gördüğü sınıfa bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmemektedir.

Gelir Düzeyi Algısına Göre Turistik Çekiciliklere İlişkin Farkındalık

Ankete katılan öğrencilerin %67,2’si gelir düzeyini orta düzeyde algılamaktadır. Çalışma grubunu oluşturan öğrencilerinin turistik çekiciliklerine ilişkin farkındalık düzeylerinin gelir düzeyine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini test etmek için uygulanan ANOVA sonuçlarının analiz çıktıları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. İlin Turistik Çekiciliklerine İlişkin Farkındalık Anketi Puanlarının Gelir Düzeyi Algısına Göre ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	49694,864	2	24847,432	9,593	,000	
Gruplarıçi	3043538,451	1175	2590,245			
Toplam	3093233,315	1177				

Tablo 12. Gelir Düzeyine Göre Farkındalıklar

Gelir	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
Düşük	283	104,7880	
Orta	792	107,0202	
Yüksek	103		129,1845
Sig.		,905	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 206,826.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Analiz sonuçları, öğrencilerin turistik çekiciliklere yönelik farkındalık düzeyleri arasında gelir düzeyi bakımından bir fark olduğu göstermektedir [$F(2-1177)=9,6, p<,05$]. Başka bir deyişle, öğrencinin farkındalıkları, gelir düzeyine bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir.

Gelir düzeyine göre farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Scheffle testinin sonuçlarına göre, yüksek gelir grubunda ($\bar{X}=129,18$) bulunan öğrencilerin farkındalık düzeyleri orta ($\bar{X}=107,02$) ve düşük ($\bar{X}=104,78$) gelir gurubunda bulunan öğrencilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Ordu üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin ilin doğal ve kültürel turizm kaynaklarına ilişkin farkındalık ve deneyimlerini belirlemek amacıyla 1178 öğrencilik çalışma grubuyla yapılan çalışmada öğrencilerin genel anlamda düşük farkındalık düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin turistik değerlere ilişkin farkındalık ve deneyimleri sınıf değişkenine göre anlamlı bir değişme göstermezken, cinsiyet, Ordulu olma durumu, öğrenim görülen yerleşke ve akademik birim, gelir düzeyi ile turistik değerlere ilişkin farkındalık ve deneyimleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Erkek öğrencilerin farkındalıklarının daha yüksek çıkması katılımcılar içerisinde daha yüksek oranda olması ile de bir parça ilişkili olabilir. Keçe'nin (2015; 144) katılımcıları daha çok bayan öğrencilerden oluşan öğretmen adaylarının Ankara'nın tarihi ve kültürel mekanlarına yönelik farkındalıklarını test ettiği çalışmasında ve Çetin ve Gürgil'in (2014; 270) çalışmasında üniversite öğrencilerinin Bartın ilinin doğal ve kültürel turizm değerlerine yönelik bayan öğrencilerin farkındalığı daha yüksek çıkmıştır. Söz konusu çalışmalar ile cinsiyet değişkenine göre uyumsuzluk tespit edilmiştir. Ablak vd'nin (2014:183) araştırmasında ise cinsiyet değişkenine göre bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak Aktın vd.'nin (2013; 56, 57) araştırma grubunu Sinop Üniversitesi öğretmen adaylarından oluştuğu çalışmasında öğrencilerin genel anlamda ilin tarihi ve kültürel mekanlarına yönelik bilgi ve deneyimlerinin düşük olduğu ve erkek öğrencilerin daha fazla gezme imkanı buldukları bu nedenle farkındalık ve deneyimlerinin daha yüksek çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçların örtüştüğü bir başka çalışma Çoban vd.'nin (2015:615) Amasya Üniversitesi öğrencileri ile yapılan araştırmanın sonuçlarıdır. Erkek öğrencilerin farkındalık ve deneyimi daha yüksek çıkmıştır. Araştırma konusu ile ilgili olarak yine Keçe ve Dinç (2010) tarafından yapılan çalışmada öğretmen adaylarının tarihi ve kültürel değerlere ilişkin farkındalık düzeyleri yüksek çıkmamıştır. Metin'in (2011) tarih öğretmen adaylarının Çankırı'daki tarihi ve kültürel eserlere yönelik ilgi ve farkındalıklarını incelediği çalışmada ve Dinç vd. (2011; 294) tarafından Uşak Üniversitesi öğrencilerinin Uşak'ta yer alan tarihi ve kültürel eserler hakkındaki ilgi ve farkındalık düzeylerinin belirlenmeye çalışıldığı araştırma sonucunda katılımcıların ilgi ve yeterliliklerinin düşük olduğu gözlenmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin önemli bir bölümü merkez yerleşkesinden olup bu öğrencilerin yükseklerdeki yayla şelale gibi çekiciliklerden ve Ünye'deki birçok değerden haberdar olmadığı anlaşılmaktadır. Ordulu olan öğrencilerin ilin turizm değerlerine ilişkin farkındalık ve deneyimlerinin daha yüksek olması doğaldır. Benzer olarak Demirbulat vd. (2015:

82)) çalışmasında memleketi Bursa olan öğrencilerin memleketi Bursa dışında bir yer olan öğrencilere göre Bursa'nın somut kültürel varlıklarına ilişkin görüşleri olumlu yönde farklılık göstermektedir. Ancak Ordulu öğrencilerin farkındalık düzeyi ($\bar{X}=127,46$) olup (48-128 puan aralığı düşük) oldukça düşük bir puandır. Öğrencilerimizin kendi memleketlerinin doğal ve kültürel turizm değerlerinin farkında olmaması dikkat çekicidir. Bu sonucun nedenleri detayları ile araştırılması gerekmektedir. Bu noktada belirlenen üzücü durumu düzeltmek için İl Millî Eğitim Müdürlüğüne proje teklifi götürerek ortak çalışmalarda bulunmak planlanmıştır.

Sunulan çalışmada ve benzer veya aynı konunun çalışıldığı araştırmaların sonuçlarında benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaların ortak sonucu üniversite öğrencilerinin çevrelerindeki doğal, tarihi ve kültürel turistik varlık ve değerlere yönelik bilgi, ilgi, farkındalık ve deneyim düzeyleri yeterli seviyede bir başka ifade ile bir üniversite öğrencisinden (öğretmen adayından vb.) beklentileri karşılayacak düzeyde (memnun edici) olmadığı görülmüştür. Ayrıca konuyla ilgili yapılan araştırma bulgularından, üniversite öğrencilerinin yaşadıkları şehirde bulunan çekiciliklere yönelik ilgisiz oldukları, günlük yaşamlarını öğrenim gördükleri şehirlerden ve özellikle de bu şehirlerdeki tarihsel ve kültürel çevreden uzak olarak sürdürdükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Üniversitenin Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı bünyesinde “Turizm Elçileri” kulübü kurularak kulüp bünyesinde ilin doğal ve kültürel varlıklarına yönelik teknik geziler düzenlenmelidir. Araştırmada gelir seviyesi yüksek olan öğrencilerin farkındalık ve deneyim düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Maddi imkânsızlıklar nedeniyle katılamayan öğrenciler düşünülerek düzenlenen bu teknik uygulama gezilerine öğrencilerin katılımı maddi manevi desteklenmelidir.

Bu noktada bir hususa daha dikkat çekilmek istenmektedir. Araştırmada erkek öğrencilerin farkındalık ve deneyimi kız öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Kurulacak kulüp bünyesinde yapılacak gezilere katılım kız öğrenciler için daha güvenli bir ortam oluşturacağından kız öğrencilerin katılımını dolayısı ile farkındalıklarını arttıracaktır.

Akkuş, Mesudiye, Ulubey, Ünye, Fatsa gibi yerleşkelerimiz ve çevresine düzenlenen geziler birbirinden coğrafi konum olarak ayrı yerleşkelerdeki öğrenciler arasındaki etkileşim ve iletişimi sağlayacaktır. Böylece öğrencilerin öğrenim gördüğü ilin turistik değerlerine yönelik farkındalık ve deneyimleri yükseleceği gibi üniversitesine yönelik aidiyet duygusu da gelişecektir.

Ayrıca programların uygunluğuna göre zorunlu veya seçmeli ders olarak “şehir kimliği” veya “Ordu turizm değerleri” gibi bir ders müfredatlarına eklenebilir. Bu ders kapsamında teorik olarak ilin doğal ve kültürel turizm değerleri anlatılırken uygulamada şehir ve müze gezilerine

yer verilmelidir. Ordu yöresinin doğal ve kültürel değerleri temalı sergiler, konserler, söyleşiler, konferanslar, paneller düzenlenmelidir.

Kaynakça

- Ablak, S. Dikmenli, Y. Çetin, T. (2014) Üniversite öğrencilerinin Kırşehir'in tarihi ve kültürel turizm değerlerine yönelik farkındalıkları, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/2, 171-186
- Akçakanat, T., Çarıkçı, İ., Duluplu, M. Ali (2010). Üniversite öğrencilerinin buldukları il merkezine ekonomik katkıları ve harcama eğilimleri. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sa.22, s.165-178.
- Akgöz, E., Göral, R. Tengillimoğlu (2016) Turistik ürün çeşitlendirmenin sürdürülebilir destinasyonları açısından önemi, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 55, 397-407
- Aktaş, İ. (2010). *Üniversite-kent iletişimi bağlamında üniversite imajının değerlendirilmesi: Erciyes üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri
- Aktın, K., Karakuş, H., Sağlam, H. (2013) Sinop Üniversitesi öğretmen adaylarının Sinop iline ait tarihi ve kültürel eserler hakkındaki ilgi ve farkındalık düzeyleri, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6:7, 37-59
- Arslan, H. (2014). Çankırı Karatekin Üniversitesinin kente ekonomik katkısı ve öğrenci harcamalarının farklı değişkenler açısından analizi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (12), 114-127
- Arslan, F. (2016). Üniversite öğrencilerinin şehirle kurduğu ekonomik ve sosyal ilişkilerden memnuniyet analizi: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırması Dergisi*, 5 (4), 1103-1120.
- Çalışkan, V., Sarış, F. (2008) Çanakkale şehrinde üniversite ve konut ilişkisi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(20), 215-238
- Çayın, M., Özer, H. (2015). Üniversitelerin il ekonomisine katkısı ve öğrencilerin tüketim yapısı: Muş Alparslan Üniversitesi örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (2), 131-147
- Çetin, T., Gürgin, F. (2014) Üniversite öğrencilerinin Bartın'ın doğal ve kültürel turizm değerlerine yönelik farkındalıkları, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/4, 255-274
- Çimen, H. Kılıç, A. Baykal, D. (2016) Gastronomi turizmüne yönelik ilgi ve Hatay mutfağının farkındalık düzeyi: üniversite öğrencileri örneği, *Karadeniz*, 30, 103-114
- Çoban, A., Durmuş, G., Karaca, S. (2015) Üniversite öğrencilerinin Amasya'nın doğal ve kültürel turizm değerlerine yönelik farkındalıkları, *III. Geçmişten Günümüze Merzifon ve Amasya Yöresi Sempozyumu*, 08-10. Ekim. 2015, Merzifon, 606-617
- Demirbulatı, G.Ö. Saatçi, G. Avcıkurt, C. (2015) Bursa'nın somut kültürel varlıklarına yönelik öğrencilerin algıları: Harmancık MYO örneği, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 12, 62-86
- Demireli, C., Taşkın, E. (2013). Üniversite öğrencilerinin buldukları şehre ekonomik katkıları: Kütahya il merkezi örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sa.37, s: 321-328
- Dinç, E. Erdil, M., Keçe, M. (2011) Uşak Üniversitesi öğrencilerinin tarihi ve kültürel eserler hakkındaki ilgi ve farkındalıklarının incelenmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4/2, 267-285
- Ergun, C. (2014). Üniversite ve kent ilişkisi üzerine görüşler: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Örneği, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sa. 31, 216-237
- Görkemli, H. Nur (2009). Selçuk Üniversitesi'nin Konya kent ekonomisine etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 169-186
- Hacıoğlu, N. (2000) Turizm Pazarlaması, Vipaş A.Ş. Bursa
- Işık Ş. (2008) Türkiye'de üniversitelerin kentleşme üzerine etkileri, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (3), 159-181

- Karadeniz, B. C. Cinel, E. A. (2016) Üniversite öğrencilerinin kent ekonomilerine katkıları ve harcama eğilimleri (Ordu ve Giresun Örneği), *1. Uluslararası Karadeniz İşletmecilik Sempozyumu*, 16-18 Mayıs.2016, Giresun, 457-465
- Kaşlı, M., Serel, A. (2008) Üniversite öğrenci harcamalarının analizi ve bölge ekonomilerine katkılarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 15 (2), s. 99-113
- Keçe, M. (2015) Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Ankara'nın tarihi ve kültürel turizm değerlerine yönelik ilgi ve farkındalıkları, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 16:1, 131-149
- Keçe, M. ve Dinç, E. (2010) Öğretmen adaylarının tarihî ve kültürel eserler hakkındaki ilgi ve farkındalıklarının incelenmesi, *1. Uluslararası Tarih Eğitimi Sempozyumu*, 16-18. Haziran, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Korkmaz, Ö.(2014) Üniversite öğrencilerinin harcamalarının il ekonomisine katkısı: Bayburt Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencileri üzerine bir analiz, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29 (2), 233-250
- Köksal, Y., Sarı, S. (2014). Burdur kent imajının yerel halk ile üniversite öğrencileri arasındaki karşılaştırmalı bir incelemesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sa.42, 279-288.
- Meydan-Uygur, S., Baykan, E. (2007) Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49
- Onsekiz, D. (2018) Üniversitelerin Anadolu kentlerine etkileri: bir literatür taraması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (55), 400-406
- Özbay, Ö. (2013). Üniversite ve sosyal çevresi: Niğde üniversitesi ve Niğde. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 1-63.
- Öztürk, A., Kılıçarslan, D., Demir, Y., Caber, M.(2015) Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin Türkiye kültürel miras unsurları ile ilgili bilgi ve deneyimlerinin tespiti, *16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 12-15 Kasım.2015, Çanakkale, s.1-20
- Sankır, H., Gürdal, A. D. (2013). *Bülent Ecevit Üniversitesinin Zonguldak'a Etkileri ve Şehrin Üniversite Algısı*, Orient Yayıncılık Reklamcılık Araştırma. 1. Baskı, ISBN: 978-975-7137-32-0, Ankara.
- Sargın, S. (2006). Üniversiteler-Şehirleşme Üniversitelerin Şehirleşmeye Etkileri, Fakülte Kitabevi, Isparta.
- Sargın, S. (2007) Türkiye'de üniversitelerin gelişim süreci ve bölgesel dağılımı, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(3): 133-150
- Sarkım, M., Şeker, F., Kurtoğlu, R., Kara, M. (2017) Bozok Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin tüketim harcamaları analizi ve Yozgat ekonomisine etkileri, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4 (12), 1199-1213
- Selçuk, N. G. (2012) Atatürk Üniversitesi öğrencilerinin harcamalarının analizi ve Erzurum ekonomisine katkısı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (3), s. 317-330
- Taşçı, D., Gökalp, E., Kumtepe, E. G., Kumtepe, A. T., Toprak, E. (2011) Kentin üniversite algısı: Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Örneği. *Amme İdaresi Dergisi*, 44 (2), 131-146
- Taşkın, E., Söylemez, C., Baran, A. (2014) Turizm pazarlamasında üniversite öğrencilerinin rolü: Kütahya DPÜ örneği, *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı*, 04 - 05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın, 140-147
- Tösten, R., Çenberlitaş, İ., Gökoğlan, K.(2013). Dicle Üniversitesi öğrencilerinin harcama analizi ve Diyarbakır ekonomisine katkısı. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (10), 90-114.
- Tuna, B. (1994). *Üniversite-kent kültürel iletişiminde halkla ilişkilerin işlevi bir model olarak Eskişehir-Anadolu Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir

- Yavuzçehre, P.S. (2016) Üniversitelerin kentlerine etkileri: Denizli Pamukkale Üniversitesi örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, (1), 235-250
- Yılmaz, G. K. Şahbudak, E. vd. (2017) Kültürel miras farkındalığı: Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir uygulama çalışması, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 9:16, 86-100
- Yılmaz, M. K., Kaynak, S.(2011). Sosyo-ekonomik dönüşüm sürecinde üniversitelerin rolü ve yöre halkının üniversite'den beklentileri ile ilgili bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (4), 55-73.