

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ VE TARİHİ BİLİM DALI**

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARI
ANALİZİ: KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zeynep NARMAN

KOCAELİ 2018

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ VE TARİHİ BİLİM DALI**

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARI
ANALİZİ: KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zeynep NARMAN

DANIŞMAN: Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU

KOCAELİ 2018

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ VE TARİHİ BİLİM DALI**

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARI
ANALİZİ: KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Zeynep NARMAN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 27.06.2018 / 17

Jüri Başkanı: Prof. Dr. Recep TARI



Jüri Üyesi: Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU



Jüri Üyesi: Prof Dr. Yüksel BAYRAKTAR



KOCAELİ / 2018

ÖNSÖZ

Lisans ve yüksek lisans eğitimimin başlangıcından itibaren gerek eğitim sürecimde gerekse de tez çalışmamın başından itibaren verdiği destek ve katkılardan dolayı danışmanım Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU' na teşekkürü borç bilirim.

Ayrıca, eğitim hayatımın her aşamasında verdikleri maddi ve manevi destekleri, ilgi ve anlayışları için anneme, babama ve eşim'e çok teşekkür ederim.



ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER	II
ÖZET.....	V
ABSTRACT	VI
GRAFİKLER LİSTESİ.....	VII
TABLolar LİSTESİ.....	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİMİN TEORİK ÇERÇEVESİ

1.1.TÜKETİM OLGUSU VE ÖNEMİ.....	3
1.1.1.Tüketim ve Tüketici Kavramı	3
1.1.2.İhtiyaçlar, Kıtlık, Seçim	5
1.1.3. Tüketim, Tasarruf ve Yatırım.....	6
1.1.4 Tüketim, Ekonomik Büyüme ve İstihdam İlişkisi.....	7
1.2.1. Ekonomik Faktörler.....	8
1.2.1.1.Gelir	8
1.2.1.2. Servet	9
1.2.1.3. Enflasyon	10
1.2.1.4.Gelir Dağılımı	12
1.2.1.5. Faiz Oranı	13
1.2.1.6.Vergideki Değişiklikler.....	15
1.2.2.Demografik Faktörler	15
1.2.2.1.Meslek.....	15
1.2.2.2.Eğitim.....	15
1.2.2.3.Yaş	16
1.2.3. Sosyal-Kültürel Faktörler	17
1.2.3.1.Aile.....	17
1.2.3.2. Sosyal Sınıf.....	18
1.2.3.3.Kültür	19
1.2.4.Psikolojik Faktörler	21
1.2.4.1. Güdü.....	21
1.2.4.2. Algılama.....	22

1.2.4.3.Eğilim (Tutum) ve İnançlar	22
1.3.TÜKETİM OLGUSUNUN TARİHSEL GELİŞİMİ	23
1.3.1.İlkel Toplum	23
1.3.2.Tarım Toplumu.....	24
1.3.3.Sanayi Toplumu	25
1.3.4.Çağdaş Toplum.....	26
1.4.TÜKETİMİN FONKSİYONEL İFADESİ	27
1.5.LİTERATÜR TARAMASI	29

İKİNCİ BÖLÜM

MATERYAL, YÖNTEM VE İKTİSADİ ANALİZ

2.1.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE VERİLER.....	31
2.1.1.Araştırmanın Konusu ve Önemi	31
2.1.2.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	32
2.1.3.Araştırmada Kullanılan Veriler	32
2.1.3.1. Tüketicilerin Tanımlanması	33
2.1.3.2. Gelirin Tanımlanması	34
2.1.3.3. Tüketim Harcamalarının Kapsamı	34
2.2.ARAŞTIRMADA KULLANILAN ANKET, KAPSAM VE YÖNTEMİ	35
2.2.1. Kocaeli Üniversitesine Ait Genel Bilgiler.....	35
2.2.2.Örneklem Kümesinin Demografik Özellikleri	36
2.2.3.Çapraz Analizler ve Bulgular	45
2.3.AMPIRİK ANALİZ.....	51
2.3.1.Araştırmanın İktisadi Analizi	51
2.3.1.1.Harcama Gruplarının Üniversite Öğrencileri Bütçesi İçindeki Payları ..	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

3.1. ANKET SONUÇLARININ EKONOMETRİK ANALİZİ	54
3.1.1.Tahmin Yöntemi.....	54
3.1.2.Yapılan Tahminlerin Test Edilmesi	54

3.1.2.1.İktisadi Kriterlere Göre Yapılan Testler	54
3.1.2.2. İstatistiki Kriterlere Göre Yapılan Testler	55
3.1.2.3. Ekonometrik Kriterlere Göre Yapılan Testler	55
3.1.3.Harcama Gruplarına Ait En Uygun Matematiksel Kalıbın Seçilmesi	57
3.1.3.1.Gıda ve Alkolsüz İçecekler	57
3.1.3.2.Giyim ve Ayakkabı	59
3.1.3.3.Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	60
3.1.3.4.Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar	61
3.1.3.5.Sağlık	62
3.1.3.6.Ulaştırma	64
3.1.3.7.Haberleşme	65
3.1.3.8.Kültür ve Eğlence	66
3.1.3.9.Eğitim	67
3.1.3.10.Kişisel Bakım	69
3.1.4.Harcama Gruplarına Ait Gelir Esnekliklerinin Hesaplanması	70
3.1.5.Gelir Gruplarına Göre Harcama Gruplarının Üniversite Öğrencilerinin Bütçe İçindeki Payları	72
SONUÇ	75
KAYNAKÇA	80
EK 1: ANKET FORMU	86
ÖZGEÇMİŞ	88

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARI ANALİZİ: KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

İnsanın fiziki, ekonomik ve kültürel yaşamını devam ettirebilmesi, sınırsız olan ihtiyaçlarını karşılamasıyla ilişkilidir. Sınırsız olan bu ihtiyaçların karşılanması ise ekonomik bir faaliyet olan tüketim ile gerçekleşmektedir. Ayrıca GSYİH içinde en büyük pay tüketim harcamalarına aittir. Refah düzeyini arttırmak isteyen bireylerin sınırsız ihtiyaçlarını karşılama istekleri birçok faktöre bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Tüketim tercihini belirleyen en önemli faktörün gelir olması nedeniyle tüketim-gelir ilişkisinin araştırılması önem arz etmektedir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin tüketim davranışlarını konu alan bu çalışmada; ilk olarak tüketim kavramı hakkında teorik bilgiler verilmiş, sonrasında iktisadi, istatistiki ve ekonometrik analizler yapılmıştır. Çalışmada, yüz yüze mülakat tekniği ile yapılan anket çalışması sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanılmıştır.

Bu çalışmanın amacı; Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik durumlarını analiz ederek, gelir-harcama ilişkisini test etmektir. İlk olarak, normal tablolar ve çapraz tablolar yapılarak istatistiksel olarak anlamlılık düzeyleri ölçülmüş, daha sonra harcama gruplarının bütçe içerisindeki paylarına bakılarak her bir harcama grubu için en uygun fonksiyonel formlar bulunmuştur. Elde edilen fonksiyonel formlar sonucunda, “Giyim ve Ayakkabı”, “Gıda ve Alkolsüz İçecekler”, “Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” ve “Ulaştırma” harcamalarının zorunlu harcamalar; “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri”, “Sağlık”, “Haberleşme”, “Kültür ve Eğlence”, “Eğitim” ve “Kişisel Bakım” harcamalarının ise lüks harcamalar kategorisine girdiği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Tüketim Davranışları, Tüketim Fonksiyonu, Gelir Esnekliği

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMPTION BEHAVIORS OF UNIVERSITY STUDENTS: KOCAELI UNIVERSITY SAMPLE

Continuation of human physical, economic and cultural life is related to meeting unlimited needs. Meeting these unlimited needs is achieved through consumption, which is an economic activity. Moreover, the biggest part in GDP belong to consumption expenditures. The willingness to meet the unlimited needs of individuals who want to increase the level of welfare will be changed depending on many factors. It is important to investigate the consumption-income relationship because the most important factor determining the consumption preference is income.

In this study on the Consumption Behaviors of Kocaeli University Students, initially, theoretical information about the consumption was given and then the economic, statistical and econometric analyzes were carried out. In this study, was used data by survey made with face-to-face interview technique.

The goal of this study is to investigate the socio-economic status of university students and to test the relationship between income and expenditure. In the direction of the information obtained by the face-to-face interview technique, firstly normal tables and cross tables were made and statistical significance levels were measured. Compulsory expenditures for "Clothing and Footwear", "Food and Non-Alcoholic Beverages", "Housing, Water, Electricity, Gas and Other Fuels" and "Transportation"; "Alcoholic Beverages and Tobacco Products", "Health", "Communication", "Culture and Entertainment", "Education" and "Personal Care expenditures" are classified as luxury spending.

KeyWords : Consumer Behavior, Consumption Function, Income Flexibility

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı	36
Grafik 2: Öğrencilerin Yaş Dağılımı	37
Grafik 3: Öğrencilerin Fakülte Dağılımı.....	37
Grafik 4: Öğrencilerin Sınıf Dağılımı	39
Grafik 5: Öğrencilerin Medeni Durum Dağılımı	39
Grafik 6: Aile Reisinin Mesleği ve Sosyal Güvencesine Göre Dağılımı	41
Grafik 7: Aile Reisinin Sosyal Güvencesine Göre Dağılımı	41
Grafik 8: Öğrencilerin Kaldığı Yere Göre Dağılımı.....	41
Grafik 9: Öğrencilerin Ev Isıtma Sistemine Göre Dağılımı	42
Grafik 10: Öğrencilerin Araç Sahipliğine Göre Dağılımı	42
Grafik 11: Öğrencilerin Kredi Kartı Kullanımına Göre Dağılımı	43
Grafik 12: Öğrencilerin Geliri ile istenilen Harcamanın Yapılabilmesine Göre Dağılımı.....	43
Grafik 13: Öğrencilerin Burs-Kredi Dağılımı	44
Grafik 14: Öğrencilerin Çalışma Durumuna Göre Dağılımı	44
Grafik 15: Öğrencilerin Aylık Harçlık Miktarına Göre Dağılımı.....	44

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Öğrencilerin Bölüm Dağılımı	38
Tablo 2: Öğrencilerin Ailedeki Birey Sayısına Göre Dağılımı	39
Tablo 3: Ailedeki Öğrenci Sayısına Göre Dağılımı	40
Tablo 4: Öğrencilerin Kredi Kartı Kullanma Sebeplerine Göre Dağılımı	43
Tablo 5: Cinsiyet İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki	45
Tablo 6: Fakülte İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki	46
Tablo 7: Medeni Durum İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki	46
Tablo 8: Ailedeki Birey Sayısı ile Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki.....	45
Tablo 9: Aylık Toplam Gelir İle Tasarruf Arasındaki İlişki	48
Tablo 10: Harcama Gruplarının Bütçe İçindeki Paylarına Göre Dağılımı.....	47
Tablo 11: Fakülte İle Aylık Toplam Gelir İlişkisi.....	48
Tablo 12: Harcama Gruplarının Bütçe İçindeki Paylarına Göre Dağılımı.....	50
Tablo13: Harcama Gruplarının Esneklikleri.....	69
Tablo 14: Gelir Gruplarına Göre Harcama Gruplarının Payları.....	72

GİRİŞ

İktisat bilimi; insanoğlunun toplumsal hayatta gerçekleştirdikleri iktisadi faaliyetleri içermektedir. Bu iktisadi faaliyetlerin nihai amacı ise; maddi anlamda insanların refah düzeyini yükseltmektir. Bunun için ilk olarak yapılması gereken, insan ihtiyaçlarını karşılamaya yarayan mal ve hizmetleri üretmektir. Daha sonra ise, ekonomik faaliyetin son aşaması olan tüketimin gerçekleşmesidir.

Tarih boyunca insanların ihtiyaçlarını hangi oranda karşıladıkları, iktisat biliminin üzerinde durduğu konular arasında yer almıştır. Tüketici gelirlerinin sınırlı oluşu, gelirin hangi harcama grubu üzerinde dağılacağını belirlemede önem arz etmektedir. Gelir- harcama ilişkisi, tüketicilerin zevk ve tercihlerine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Kişisel arzu, istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmet satın alan tüketiciler, bu anlamda gerek takas ekonomisinde gerekse de parasal ekonomilerde ekonomiye yön veren temel unsur olmaktadır.

Gün geçtikçe, ihtiyaçların, sosyal hayatın, teknolojinin ve bunların yanında tüketim davranışını etkileyen kültürel, sosyal ve psikolojik faktörlerin değişmesi ile birlikte tüketim alışkanlıkları da değişmektedir. Çalışmanın temelini marjinal tüketim eğilimleri yüksek olan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Öğrencilerin gerek eğitim aşamasında gerekse de iş hayatlarındaki davranış ve tutumları onların yaşam koşullarıyla yakından ilişkilidir. Bu davranış ve tutumların temel belirleyicisi ise büyük ölçüde gelir, harcama ve tasarruf ilişkileridir. Dolayısıyla, tüketim davranışlarını etkileyen faktörler doğrultusunda, üniversite öğrencilerinin gelirlerinin ,hangi harcama grubu üzerinde, hangi oranda dağıldığını belirlemek ve toplam harcama içindeki payını ölçmek önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı; Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik durumlarını analiz ederek, gelir-harcama ilişkilerini incelemektir. Çalışmanın diğer amaçları ise; mal gruplarının üniversite öğrencilerinin bütçesi içindeki paylarını belirlemek, gelir esnekliklerini ölçerek, her bir mal grubu için zorunlu mal veya lüks mal ayrımı yapmak ve tüketim davranışlarını etkileyen faktörleri inceleyerek, harcama grupları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu kapsamda TÜİK “Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi” ve benzer

Çalışmalardan yola çıkılarak 10 harcama grubu ile çalışılmıştır. Elde edilen harcama grupları şu şekildedir: “Giyim ve Ayakkabı”, “Gıda ve Alkolsüz İçecekler”, “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri”, Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar”, “Sağlık”, “Ulaştırma”, “Haberleşme”, “Kültür ve Eğlence”, “Eğitim” ve “Kişisel Bakım”.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tüketimin kavramsal çerçevesi,tüketimi etkileyen faktörler ve tüketimin tarihsel gelişiminden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde,araştırmanın konusu,önemi ve amacından bahsedilmiştir. Bununla birlikte araştırmada kullanılan anketin kapsam ve yöntemi hakkında teorik bilgiler verilmiştir.

Çalışmanın son kısmında,Kocaeli Ünivesitesi öğrencilerinin tüketim davranışlarını incelemek amacıyla ekonometrik bir çalışma yapılmıştır.Bu amaçla ilk olarak kullanılan yöntemlerin teorik çerçevesine yer verilmiştir.Daha sonra istatistiki ve ekonometrik testler yardımı ile tahminlere yönelik parametreler değeriendirilerek en uygun fonksiyonel forma ulaşılmıştır. Son olarak, harcama gruplarının bütçe içindeki payları hesaplanmış ve gelir esnekliklerine bakılarak zorunlu mal ve lüks mal ayrımı yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİMİN TEORİK ÇERÇEVESİ

1.1.TÜKETİM OLGUSU VE ÖNEMİ

1.1.1.Tüketim ve Tüketici Kavramı

Hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri olan tüketim, insanın doğumuyla başlayıp ölümüne kadar devam eden önemli bir bileşendir. Ekonomi biliminin yoğun çaba harcadığı tüketim kavramı, toplumsal hayatta meydana gelen davranışsal farklılıklarla karşılaştığı için tanımlanması zor bir kavramdır(Karakaş,2001:15). İktisat biliminin açıklaması yapılırken, insan ihtiyaçlarının sınırsız, kaynakların ise sınırlı olmasından söz edilmektedir. Dolayısıyla, insan ihtiyaçları ile bu ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetler arasında bir eşitlik sağlanamamaktadır. Tüketim; bireylerin yaşam biçimlerini şekillendiren, ihtiyaçlarını karşılayabilme ve daha fazla üretim olması yolunda sarf ettikleri çabalarıdır. İnsanoğlunun doğası gereği sahip olduğu bu özellik, tüketim kavramının iktisat biliminde giderek önem kazanmasında etkili olan faktör olmuştur (Fırat vd,2013:2).

Tüketim aynı zamanda, insanlık tarihi boyunca fazlaca eleştirilen, hakkında konuşulan hatta övülen konulardan biridir (Kuru,2014:4). Ekonomide meydana gelen hızlı değişim ve karşılaşılan bu olaylar, insanoğlunun yaşamını ve ticareti farklı amaçlara yönlendirmiştir (Nakıboğlu,2007:424).

Günümüzde birçok ekonomist devleti de bir tüketici olarak görmektedir. Devlet, kamu hizmetlerini gerçekleştirmek için öncelikle bütçe yapar, mal ve hizmet satın alır, tüketim yapar (Zarakolu,1979:124). Kısacası tüketim, ekonomik sistemin yani pazarın varlık nedenidir(İslamoğlu,2008:3).Bu nedenle, tüketim ve tüketici kavramlarını açıklamak anlamlı olacaktır.

Tüketim; mal ve hizmetlerin işleme tabi tutulmasından ziyade insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla elde edilmesidir. İktisattaki tüketim kavramı, günlük konuşma dilinden farklıdır. Bir tabloya bakılması veya televizyon izlenmesinde olduğu gibi, bazı mallar tüketildikçe azalmazlar(Seyidoğlu,1999:619).Bununla birlikte, tüketim; su, kömür ve elektrik gibi ara mallarının insanlar tarafından, isteklerin doğrudan karşılanması amacıyla kullanılmasını da barındırır.

(Ünsal,2005:6).Bazen mal ve hizmetlerin üretim aşamasında kullanılması da tüketim olarak kabul edilmektedir. İnsan ihtiyaçlarını karşılayan nesnelerin hepsinin dolaysız olduğundan söz edemeyiz. Bazıları bu ihtiyaçları dolaylı olarak karşılar. Örneğin; kömür, elektrik gibi mallar doğrudan tüketime konu olan mallar değildir. Bunlar tüketim mallarını üreterek, insan ihtiyacını karşılayan üretim mallarıdır (Ünsal,2005:7).

Tüketim kavramı; mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını giderecek biçimde kullanılması olarak da tanımlanabilir. Ancak bu kullanım dolaysız, yani doğrudan olmalıdır. Aynı zamanda tüketim, bazı malların faydasını arttırırken, bazı malların faydasını ortadan kaldırmaktadır. Faydası artan mallar dayanıklı tüketim malları (örneğin; buzdolabı), faydası azalan (örneğin;su) mallar ise dayanıksız tüketim malları olarak tanımlanabilir(Şimşek vd,2000:23).İnsan ihtiyaçlarının kullanılmasında malların yanı sıra hizmetler de bulunmaktadır. Ancak hizmet bir kullanım ile sona erer. Mallarda olduğu gibi tüketim-birikim-değiş tokuş söz konusu değildir(Parasız,2000:8)

Veblen, tüketimin yalnızca biyolojik gereksinimlerin tatmini olmadığını vurgulamıştır. Ona göre tüketim, toplumsal sınıflar arasındaki statü farkını ortaya koyarak gösteriş amacıyla yapılmaktadır. Veblen' in göze çarpan aylak tüketim teorisinde, çalışan sınıfın ürettiği arz fazlası ürünler nedeniyle çalışmaya gerek duymayan işsiz kesim evrimi üzerinde durulmuştur. Toplumlar arz fazlası ürün üretmeye başladığında, sınıflar arası statü farkı gittikçe önem kazanmaktadır. Ona göre, iyi bir isim yapmak ve mülk elde etmek için birikim kaçınılmaz hale gelmektedir (Trigg,2001:100).

Tüketici, mal ve hizmetleri son kullanım amacıyla alan kişi olarak tanımlanabilir. İktisat biliminin amacını tanımlarken, sınırsız insan ihtiyaçlarının sınırlı kaynaklarla karşılanmasından bahsedilir. Tarih boyunca insanlar, bu sınırsız ihtiyaçları karşılamak ve tatmin olmak peşindedirler. İnsanoğlunun yapısından kaynaklanan bu özelliği, iktisat bilimi içerisinde tüketim kavramının önem kazanmasına yol açmıştır (Bocock,2005:33). Ekonomik sistemde tüketici denildiğinde akla ilk gelen aile ve fertlerdir. Aile, iktisat bilimi içerisinde en küçük karar birimi olarak ele alınmıştır. Ev idaresinde, belli bir dönem içerisinde tüketime ayrılan gelir ile satın alınan mal ve hizmetler dikkate alınır (Zarakolu,1979:125).

Günümüz ekonomisinde özellikle genç nesil açısından tüketim büyük bir hedef haline gelmiştir. Toplumumuzda insanlar tüketimin bir nesnesi konumundayken,

arzuladıkları her şeye sahip olmak amacıyla daha fazla çalışma ve dolayısıyla daha fazla tüketme gayretindedirler(Coşgun,2012:838).Mikroekonomi açısından bakılacak olursa, hane halkının gelirinin ne kadarlık bir kısmını tüketim için ayırdıkları büyük bir sorun teşkil etmektedir. Ancak, bu sorun sadece mikroekonomi açısından değil, makroekonomi açısından da önem taşımaktadır (Yıldırım vd, 2010:545).

Keynes ekonomide toplam arzdan ziyade toplam talep üzerinde durmuştur. Ona göre toplam talep fonksiyonu toplam gelir ve harcama arasındaki ilişkiyi oluşturmaktadır. “Genel Teori” isimli eserinde de; Ekonomide üretim ve gelirin, yatırım ve tüketim harcamalarına bağlı olduğunu açıklamıştır.Yani Keynes, ekonomideki üretim ve gelirin, Say Yasasının(her arz kendi talebini yaratır) aksine, toplam arz ve toplam talep tarafından belirlendiğini savunur.

Keynes’in iktisat bilimine önemli bir katkısı da efektif talep kavramıdır. Efektif talep, bir mal ve hizmetin satın alınması için gerekli olan parasal miktar olarak tanımlanabilir. Efektif talebi, tüketim ve yatırım harcamalarının toplamı oluşturmaktadır. Keynes’e göre planlanan tüketim harcamaları gerçekleşen tüketime, planlanan hükümet harcamaları ise gerçekleşen hükümet alımlarına eşittir. Dolayısıyla, kapalı bir ekonomide toplam planlanan harcama(AE); tüketim(C), planlanan yatırım(I) ve hükümet alımlarının(G) toplamından ibarettir.

$$AE= C+I+G$$

Sonuç olarak, makroekonomi açısından değerlendirilecek olursa, tüketim harcamaları içerisinde üzerinde durulması gereken kalemlerden birisi de toplam harcama kalemi olmalıdır(Ünsal,2013:162)

1.1.2.İhtiyaçlar, Kıtık, Seçim

İhtiyaç kavramı, tüketiciyi satın alma işlevine yönlendiren bir faktör olarak bilinir. Tüketici, meydana gelen bir ihtiyacı gidermek amacıyla, üretilen mal ve hizmetleri satın alma işlevini gerçekleştirmektedir(Çakmak ve Çakır, 2012:172). Ekonomide insan ihtiyaçlarının sınırsız olmasının yanında kaynakların kıt olması, insanların mal ve hizmetler arasında bir tercih yapmasını zorunlu kılmaktadır. Bu durum, tercihlerde farklılığı ortaya çıkarmaktadır. Tercihlerde ortaya çıkan bu farklılık, insan ihtiyaçlarının uyuşmamasından kaynaklanmaktadır. Bireylerin ihtiyaçlarını hangi oranda karşıladıkları ise iktisatçıların üzerinde durdukları konulardan biridir (Özer vd, 2010:232).

İhtiyaç; karşılanmadığında acı ve hüzün veren, karşılandığında ise zevk ve haz veren istekler olarak tanımlanabilir. Giyinmek, barınmak gibi mal ve hizmetlerin kullanılarak karşılandığı isteklere iktisadi ihtiyaçlar denir. Mal ve hizmetleri kullanmaksızın elde edilen isteklere ise iktisadi olmayan ihtiyaçlar denir. İnsanın yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli olan iktisadi ihtiyaçlar, zorunlu ihtiyaçlar olarak tanımlanabilir(Ünsal,2005:5).

İktisat biliminin amacı, sınırlı kaynaklarla sınırsız insan ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Buradan da anlaşıldığı üzere, ihtiyaçlar sınırsız aynı zamanda çok çeşitlidir. İnsan ihtiyaçları toplumsal ve teknolojik yapıya bağlı olarak zamanla değişkenlik göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde, gelişmiş ülkelere oranla bu çeşitlilik daha sınırlıdır. Ülkelerin gelişmişlik seviyesi düştükçe ihtiyaçların çeşitliliği ve artışı da azalmaktadır(Uludağ vd, 1998:5).Tüketim çoğu kez ihtiyaçlar çerçevesinde yapılmasına rağmen, bazen ihtiyaç dışında tüketilen ürünler sosyal dengeyi bozacak pek çok soruna yol açabilmektedir. İhtiyaçlar hiyerarşisinde Maslow' un söylemine göre, her insanın temel fizyolojik gereksinimleri karşılanmalıdır. Bu nedenle insanların harcamaları azaltılmaya çalışılsa bile bu nokta da ihtiyaçlar ön plana çıkmaktadır(Ayhan,2009: 32).

1.1.3. Tüketim, Tasarruf ve Yatırım

Hane halkı gelirinin belli bir kısmı ile mal ve hizmet satın alırken, tüketimden ayrılan kısmı ile de tasarruf yapmaktadır. Hane halkı tüketim harcamalarını dayanıklı ve dayanıksız mal ve hizmetler üzerinde gerçekleştirebilmektedir. Dayanıklı mallar bir kez kullanmakla tükenmeyen buzdolabı, otomobil, kıyafet gibi malları ifade ederken; dayanıksız mallar kullanım süreleri genellikle 1 yıldan az olan yiyecekleri ifade etmektedir.

Hane halkının elde ettiği gelir ile tasarruf yapabilmesi için, zorunlu ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra artan geliri olmalıdır. Tasarruf ve gelir doğru orantılı olarak değişmektedir. Geliri yüksek olan bireyler, geliri düşük olanlara oranla daha fazla tasarruf yapabilmektedir(Dirimtekin,1989:10).Sermaye stokuna yapılan net ilave olarak tanımlanan yatırım, milli geliri oluşturan faktörlerden biridir. İnsanlar elde ettiği geliri ya günlük ihtiyaçlarını karşılamak için tüketirler ya da daha fazla üretim kapasitesi sağlamak için yatırım yaparlar. Çünkü yatırım, bir ekonominin üretimini belirleyen en önemli faktördür(Unay,1996: 52).

Tüketimin önemi sadece toplam talebin en büyük kısmını oluşturması değildir. Bunun yanı sıra, hane halkının elde ettiği toplam gelirden tasarruf ettikleri bölümü yatırım harcamaları için kullanmasıdır(Yıldırım vd,2010:545).Tüketim, tasarruf ve yatırım birbirine hassas ölçüler ile bağlı çarklar gibidir. Gelirin tüketime ayrılan kısmı ekonomiye karışmakta iken, diğer kalan kısmı tasarrufları oluşturmaktadır. Yatırımlar ise bu tasarruflar ile beslenen bir kavramdır. Yani gelirin tüketime ayrılan kısmı, yapılan yatırımların ürettiği ürünlere giden bir paydır. Kısacası yatırım, asıl olarak tasarruftan ve dönüt olarak da tüketimden beslenmektedir.

Bu konuda yapılan farklı yorumlar bulunmaktadır. Keynes, tüketimi harcanabilir gelir üzerinden açıklamaktadır. Ona göre, harcanabilir gelir mevcut tüketim üzerinde oldukça istikrarlı bir işleve sahiptir. Toplam tüketim harcamaları gelir birikimine göre değişiklik göstermektedir (Friedman,1958:3).Yani harcanabilir gelir de artış oldukça tüketim harcamaları da artmakta, azaldıkça azalmaktadır. Harcanabilir gelirden tüketime ayrılmayan kısım ise tasarruflara gitmektedir. Çünkü Keynes'e göre harcanabilir gelir, tüketim ve tasarruf toplamından oluşur. Monetaristler ise tüketimin sürekli gelire bağlı olduğunu savunan iktisatçılardandır. Onlara göre sürekli gelir arttıkça tüketim artmakta, azaldıkça azalmaktadır (Sağlam,2006:3).

1.1.4 Tüketim, Ekonomik Büyüme ve İstihdam İlişkisi

Hem bireyler için hem de toplum için gelir elde etmenin en önemli yolu çalışmaktır. İşte milli gelir ile istihdam arasındaki ilişkinin ortaya konulmasının temel sebebi de budur. Milli gelirin büyüklüğü, verimliliği, emek sermaye ve üretime aktarılan faktör miktarına göre değişmektedir. Faktör sayısı arttıkça elde edilen gelir miktarı da artmaktadır(Ülgener,1970:74).Gelir ve istihdam seviyesi, modern istihdam teorisinde temel olarak efektif talep tarafından belirlenmektedir. Tüketim kavramı efektif talep içinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle tüketimi etkileyen unsurların incelenmesi modern istihdam teorisi açısından önem arz etmektedir (Öztürk,2010:8)

Yatırım kalemi, milli gelirin artmasına yol açan temel unsurdur. Milli gelir, yatırım ve tasarruf bir bütünlük içindedir. Bir ekonomide yatırımlarda meydana gelen artış, çarpan mekanizması yoluyla milli geliri arttırmakta, milli gelirdeki artış sonucu ise tüketim miktarı artmaktadır (Ünsal,2005:154).

1.2.TÜKETİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Yirmi birinci yüzyıl ekonomisinde üretimden daha çok tüketim ilgi odağı haline gelmiştir. Tüketim olgusu, mal ve hizmet üretiminin bol olduğu batı kültürünü kapsadığı gibi üretimin yetersiz olduğu diğer toplumları da kapsamaktadır. Kapitalist sistemi destekleyen tüketim kültürü, gelir dağılımına bakılmaksızın en yoksul kesimden en zengin kesime kadar sınırsız bir tüketimi desteklerken, tüketimin sınırsız oluşu bazı toplumlarda hastalık hatta delilik olarak adlandırmaktadır. Tüketim kültürü, insan ihtiyaçlarının ve tüketim alışkanlıklarının sınırsız oluşunu normal karşılamaktadır. Tüketim kültürünün yaygınlaştığı evreye bakılacak olursa, farklı dönemlerde farklı toplumlarda artış olduğundan ve ekonomik sistemin tüketim üzerindeki etkisinden söz edilebilir(Yanıklar,2010:26).Son zamanlarda ekonomi üzerinde meydana gelen hızlı değişim süreci, özellikle tüketim alışkanlıklarının değişimi üzerinde bir zemin oluşturmaktadır. Toplumda yaşanan hızlı değişim karşısında kısa sürede yetersiz olan teknoloji ve bilgi toplumunun yanında tüketim toplumu da yer almaktadır (Üstün ve Tural,2008:260).Tüketim; ekonomik, psikolojik ve demografik vb. birçok faktör tarafından etkilenmektedir(Çayın ve Özer,2015:133). Tüketimi etkileyen faktörler kısaca aşağıdaki gibidir.

1.2.1. Ekonomik Faktörler

Tüketimi etkileyen birçok faktör olmakla birlikte bu faktörler arasında en önemlisi ekonomik faktörlerdir. Ekonomik faktörler tüketimin temel belirleyicisi olan geliri kapsamaktadır. Tüketimle ilgili çalışmaların odak noktası ise tüketim-gelir ilişkisi olmuştur.

1.2.1.1.Gelir

İktisadi anlamda gelir, üretim-tüketim sirkülasyonu içinde meydana gelen ve para ile tanımlanan bir kavramdır. Ancak elde edilen her paranın gelir içerisinde olduğunu söylemek doğru olmaz. Örneğin; bir kimsenin serveti içindeki bir malı satması sonucu elde ettiği para gelire dâhil değildir. Elde edilen paranın gelire dâhil edilmesi için iktisadi gücünde bir artış olması beklenir(Zarakolu,1979:5).

Gelir kavramı genel olarak para ile tanımlanır. Ancak para ile ifade edilen gelirle alınan malların miktarı, malların fiyatlarına göre değişiklik gösterir. Burada ise nominal gelir ve reel gelir kavramları karşımıza çıkar. Nominal gelir para ile ifade edilirken, reel gelir paranın satın alma gücüne göre değişir. Örneğin bir kişi bugün ve 10 yıl önce 500 lira alıyorsa nominal gelirinde bir değişim yoktur. Ancak aradan geçen

sürede satın alınan malların fiyatlarında bir artış olursa, reel gelirde bir azalma meydana gelir ve 10 yıl önce satın aldığı mallardan daha az miktarda satın alabilir(Ünsal,2005:83).

Kişisel gelir, bir toplumun gelir dağılımındaki eşitsizliği ortaya koymak için en önemli göstergelerden biridir. Kişisel gelir dağılımından yola çıkarak toplum üyeleri arasındaki eşitsizliği çözmek mümkündür. Zengin kesimin yoksul kesime nazaran tüketim miktarı daha fazladır. Dolayısıyla gelir dağılımındaki eşitsizlik azaldıkça, gelirin tüketime ayrılan kısmının da artacağı beklenmektedir(Pehlivanoğlu ve Tarı,2007:195).

Tüketim ve gelir arasındaki ilişkiyi ilk kez deneysel olarak açıklayan Engel’ dir. Grafiksel olarak talebin gelir esnekliğinin gösterildiği, fiyatlar ve tercihler sabitken çeşitli gelir düzeylerinde talep edilen x malı miktarını gösteren eğriye, Alman istatistikçi Ernest Engels’e ithaf en Engel Eğrisi denir (Ünsal,2005:85). Engel ’in gelir ve tüketim arasındaki ilişki sonucunda ortaya koyduğu bulgular iktisat literatüründe Engel Kanunu olarak yerini almıştır. Engel kanununa göre, bireylerin geliri arttıkça zorunlu mallara olan talebi azalarak artarken, lüks mallara olan talebi artarak artmaktadır(Yayar ve Çoban,2013:96).

1.2.1.2. Servet

Bireyler tüketim kararı verirken gelir dışında; servet, faiz, enflasyon, eğitim durumu, tasarruf, yatırım, gelir dağılımı, vergi ve birçok sosyo-kültürel faktörden etkilenmektedir. Bir ekonomide bulunan finansal kaynaklar ne kadar çoksa,gelirin tüketime ayrılan kısmı o kadar çok olacaktır(Campbell vd,1989:196).Tüketimi etkileyen önemli faktörlerden biri de servettir. Ekonomide, piyasa değeri olan ve parayla değiştirilebilen şeyler servet içinde yer alır. Değişkenler arasında stok grubuna giren servet, hane halkının sahip olduğu vadeli-vadesiz mevduatları, gayrimenkul varlıkları, araçları vb. kapsamaktadır. Ceteris paribus koşulu altın da servet, nominal servetten ziyade fiyat dalgalanmalarından arınmış reel servete bağlıdır(Öcal vd, 1999:254).

Bir ekonomide bulunan finansal kaynaklar ne kadar çoksa, gelirin tüketime ayrılan kısmı o kadar çok olacaktır. Bir diğer ifade ile hane halkının yıl içinde elde etmiş olduğu varlıkları ne kadar artarsa, tüketime eğilimleri o kadar artacaktır. Para talebi fonksiyonun da yer alan servet, Klasik Miktar Teorisinde ve Keynes’ in Likidite Tercihi Teorisinde çok önemli bir farklılığı ortaya koymaktadır. Friedman servetin

ölçüsü olarak sürekli geliri kullanmaktadır. Bunun nedeni ise sürekli gelirin cari gelire oranla daha istikrarlı olmasıdır. Modern Miktar Teorisi ve Klasik Miktar Teorisi arasındaki en önemli fark; “Friedman’ ın, gelir düzeyini paranın yaptığı işin bir ölçüsü olarak değil, servetin bir göstergesi olarak ele almasıdır”. Friedman’ ın servet olarak ele aldıkları; para, hisse senedi, tahvil, beşeri sermaye ve beşeri olmayan sermayedir(Öcal,2007:247)

Keynes’ e göre ise, tüketim harcamaları sadece gelirin bir fonksiyonudur. Bunun nedenlerini şu şekilde açıklamaktadır:

- Faiz haddinde meydana gelen artış, gelirin tüketime ayrılan kısmında az bir azalma meydana getirebilir. Bunun nedeni ise, kazanç oranının yüksek olmasından dolayı tasarrufun artmasıdır. Ancak faiz oranı çok yüksek olduğunda, belli oranda faiz geliri elde etmek için eskisine oranla daha az tasarruf yeterli olduğu için faiz etkisi düşüktür.
- Aktiflerin değerlerinde (hisse senedi vb.) beklenmedik değişimler yaşanabilir ancak Keynes bu değişikliğin sadece ekonominin büyük servet sahiplerini etkileyeceğini savunur.
- İlerde yaşanacak beklentilerdeki değişimler, mikro düzeyde tüketim harcamalarında değişiklik meydana getirebilir. Makro açıdan bakıldığında ise örneğin; bir bireyin tüketim harcamalarında artış meydana geldiğinde diğer bireyler daha fazla harcama yapacaktır(Öcal,2007:256).

1.2.1.3. Enflasyon

Enflasyon genel olarak, bir ekonomik sistemde toplam arzın toplam talepten küçük olması nedeniyle fiyatlarda meydana gelen sürekli artış olarak tanımlanmaktadır. Bu kavramda kastedilen şey, sadece tek bir malın fiyatındaki artış değil, fiyatlar genel düzeyinde gerçekleşen sürekli artıştır(Dikkaya ve Özyakışır,2015:241).Süre gelen zaman zarfında başta gelişmiş ülkeler olmak üzere birçok ülke enflasyonu büyük bir ekonomik sorun olarak görmektedir. Gelişmiş ülkelerin enflasyonu büyük bir sorun olarak görüşü, enflasyona karşı alınan politika önlemlerini arttırmakta ve nihayet enflasyonu tek haneli rakamlarda tutabilmeyi başarmaktadır. Gelişmiş ülkelere oranla yeterli beşeri ve maddi sermayeye sahip olmayan gelişmekte olan ülkeler ise daha yüksek enflasyona maruz kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere karşı karşıya kalınan bu durum, kaynak dağılımının fiyat mekanizmasına göre gerçekleştirilmesini zorlaştırmaktadır(Uysal,2007:22)

Enflasyon, iktisadi dalgalanmayla aynı yönde değişmesinden dolayı, ekonomik dalgalanmanın genişleme safhasında reel gayrisafi yurtiçi hasıla artarken artış göstermektedir. Ekonomik dalgalanmanın daralma safhasında ise reel gayri safi yurt içi hasıla azalırken azalış göstermektedir. Enflasyon geciken bir değişken olmasının yanında, aynı yönlü devrevi bir değişkendir(Ünsal,2013:19).Enflasyon olgusunun kalıcı olması için para arzının sürekli olarak artması gerekmektedir. Para arzında meydana gelen sürekli artışın nedenleri yer ve zamana göre farklılık göstermektedir. Merkez bankası resesyonu sonlandırmak amacıyla para arzını bazı zamanlarda hızla arttırmaktadır.Bunun sonucunda ise ekonomi doğal güçler tarafından genişletilmektedir. Bazı durumlarda ise merkez bankası tahvil fiyatlarını yükseltip tahvil satarak faiz oranlarını düşürme yoluna gitmektedir(Parasız vd,2015:299).

Enflasyonun tüketim üzerindeki etkisi gelecekle ilgili beklentilerinden kaynaklanmaktadır. Enflasyon olgusunun tüketim kararlarını etkilediğini söylemekle birlikte bu etkinin kesin olmadığını belirtmek gerekir. Tüketim harcamaları ve enflasyon tam anlamıyla ilişkili olmadığından, tüketim kararının fiyat değişimlerinden etkilendiği, ancak enflasyonda meydana gelen değişikliklerden etkilenmediği varsayılmaktadır (Baumol ve Blinder,2009:199).Üretim kapasitesinde meydana gelen artış, yatırımdaki artıştan kaynaklanmaktadır. Bu ise fiyatlar genel düzeyindeki artışın bir sonucudur. Genişleme döneminde ortaya çıkan fiyat artışlarının sonucu ise yatırım da meydana gelen artıştır. Fiyatlarda meydana gelen artış girişimcilerin yatırım avantajlarını arttırmakta ve onları yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Bu dönemde yatırımlarda meydana gelen artış, gelecekte üretim artışı ile sonuçlanmakta ve arzın sertliğini ortadan kaldırmaktadır. Bunun sonucunda tüketiciler gereksinimlerini esnek olan mal arzı ile karşılar ve fiyatlar istikrarlı olma eğilimine girer. Enflasyon olgusu aile fertleri üzerinde de etkisini göstermektedir. Enflasyona bağlı olarak bireylerin satın alma gücü azalmakta ve bu durum aile içi sorunlara yol açmaktadır. Gelirde meydana gelen azalma beraberinde eğitim, sağlık ve hatta barınma ve gıda harcamalarında düşüşe yol açmaktadır(Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı, 1998).

Sonuç olarak, anti enflasyonist politikaların etkin olması için en önemli faktör tüketici davranışlarıdır. Tüketicilerin fiyat artışları karşısında taleplerini azaltması politikanın etkinliğini ve enflasyonist fiyat artışları üzerindeki etkisini arttırmaktadır(Öcal,2007:384).

1.2.1.4. Gelir Dağılımı

Gelir dağılımı, iktisat ve sosyoloji gibi birçok bilim dalında çalışma konusu olan kritik konulardan biridir. Günümüz toplumlarında sosyal barış ile birlik ve düzenin sağlanmasının yolu gelir dağılımında adaletten geçmektedir. (Aydın,2012:147).Gelir dağılımındaki eşitsizliğin incelenmesi için gelire dayalı verileri kullanma biçiminde bir takım güçlükler bulunmaktadır. Bu sorunun çözülmesi için yapılması gereken, ayrıntılı bir plan hazırlayarak, yaşam standartları hakkında daha çeşitli veriler elde etmektir(Champernowne ve Conwell,1997:6). Gelir dağılımı adaletsizliğinin azaltılması ve çalışanların asgari ücretlerinin belli bir düzeyin altına inmemesi toplumsal anlaşma için önemli noktalar. Çünkü üretim ve dağıtım kendi haline bırakıldığında bu sadece ekonomik olarak değil, sosyal açıdan da büyük sorunlara yol açmaktadır. Gelir dağılımı adaletsizliği ne kadar azaltılırsa, gelirden tüketime ayrılan kısmında o kadar artacağı beklenmektedir (Üzümcü vd, 2014:137).

Gelir dağılımının bir diğer önemi ise ülkelerin gelişmişlik düzeyinin belirlenmesinde etkili olmasıdır. Günümüzde ülkelerin temel amacı refah düzeyini arttırmak, yani ekonomik ve sosyal gelişimlere yön vermektir. Refah düzeyinin artırılması ise bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmasıyla gerçekleşmektedir (Gürler ve Üçdoğru,2007:571).

Uzun zamandan beri gelir dağılımı konusunda yapılan çalışmalarda, elde edilen gelirin üretim faktörleri olan emek, sermaye, girişimci ve toprak sahipleri arasında nasıl paylaşılacağı analiz edilmiştir. İktisat ekolünde bu durum fonksiyonel gelir dağılımı olarak bilinmektedir(Doğan ve Tek,2007: 95). Milli gelir içinde yer alan fonksiyonel gelir dağılımı, GSYH içinde üretime katılan üretim faktör sahiplerinin elde ettiği gelirlerin; mülk geliri, emek geliri ve müteşebbis geliri olarak dağılımını ifade etmektedir (Şahin,2014:656).Kişisel gelir dağılımı ise elde edilen gelirin kişiler arasında dağılımını ifade etmektedir. Kişisel gelir dağılımında dikkat edilmesi gereken gelirin kaynağı değil elde edilen miktardır. Bu dağılım eşitsizliğin çözülmesinde iyi bir kaynaktır. Bireylerin geliri ne kadar artarsa tüketim miktarı da o kadar artacaktır.

Ricardo' ya göre gelir dağılımında adaletsizliğin azaltılması, gelir düzeyinin artırılmasından daha önemlidir. Ricardo, 9 Kasım 1920 de Malthus' a bir mektup yazarak bu konuya verdiği önemi şu şekilde açıklar; *“Size göre iktisat bilimi ulusal refahın artış nedenlerini araştırmaktadır. Bana göre ise; iktisat, bu refah artışının üretime katılanlar arasında nasıl paylaşıldığını araştırmalıdır. Gün geçtikçe birinci*

tanımın boş ve aldatıcı, ikincinin ise bilimin gerçek amacını yansıttığına daha çok inanmaktayım”(Alkin, 1995:141).

Liberal devlet anlayışının ortaya çıkmasıyla birlikte, 1980’li yıllarda sosyal devlet anlayışı zayıflamıştır. Bu durum gelir dağılımı eşitsizliği ve yoksulluk sorununun geride kalmasına yol açmıştır. O dönemde Türkiye’de de benzer meyiller ortaya çıkmış ve bu sorunun ekonomik süreçte kendiliğinden çözüleceği varsayılmıştır (Çalışkan,2010:91).

Gelir dağılımı ekonomide birçok faktörden etkilenmektedir. En önemlisi ise üretim araçları mülkiyetidir. Endüstri devriminden sonra gündeme gelen sanayi toplumunda, sermaye sahiplerinin üretim araçlarının mülkiyetine sahip olması, işçi kesimine milli gelirden ayrılan payın azalmasına yol açmaktadır (Şahin,2007:579).

Gelir dağılımını etkileyen diğer önemli faktör ise işsizliktir. İşsizlik oranının artması, insanların üretimin dışında bırakmakta ve gelir elde etmelerine engel olmaktadır. Gelir elde edemeyen kesimdeki artış ise gelir dağılımında eşitsizlik oranını arttırmaktadır. Bu sorunun çözülmesi için işsizlik oranı azaltılmalı ve istihdam oranı artırılmalıdır (Çalışkan,2010:95).

1.2.1.5. Faiz Oranı

Faiz, sermayenin belli bir süre kullanımı için ödenen kiradır. Sermaye kavramı çeşitli şekillerde tanımlanabilir. Toplumsal olarak sermayenin tanımı, paranın veya üretimi gerçekleşmiş olan üretim araçlarının üretimde kullanılan kısmıdır. Yani sermaye, emek gibi doğal bir faktör değil üretimle meydana gelen bir faktördür.

Günümüzde neredeyse toplumların hiç birinde gerekli sermaye yoktur. Bu sebeple sermaye sahiplerine bir kira ödeyerek, sermayenin üretimde kullanılması gerekmektedir(Zarakolu,1979:317). Faiz oranlarında meydana gelen değişiklikler, tüketimi doğrudan etkilemese de dolaylı olarak etkisinin öneminden söz edilebilir. Faiz oranları arttıkça insanlar maliyet artışından dolayı daha az borçlanır. Girişimcilerin amacı karlarını arttırmaktır, bu nedenle faiz oranları artışı durumunda yatırım kararı alırken daha çekingen davranırlar. Faiz oranları artışı, yatırımlarını öz kaynaklarla desteklemeyi düşünen girişimcilerde bile vazgeçirici etki yapar. Çünkü bir girişimcinin yatırım kararı alması için faiz oranına eşit ya da daha yüksek bir kâr beklentisi olmalıdır. Sonuç olarak, faiz oranlarında karşılaşılan iniş çıkışların, tasarruf sahipleri de dâhil olmak üzere tüm toplumun finansal kararlarını olumsuz etkilediği görülmektedir (Yıldırım vd, 2010: 69).

Faiz haddini nominal ve reel faiz haddi olarak ayırtırmak mümkündür. Borç alanın borç verene ödemeyi taahhüt ettiğı nominal getiri oranı, nominal faiz haddini ifade etmektedir. Sermayedarların fonlarını değerdendirebilecekleri birçok yatırım aracı vardır. Bunlardan bazıları; 1-3-6 ay veya 1 yıl vadeli tasarruf mevduatları, hazine bonoları, kısa ve uzun vadeli devlet tahvilleridir. Bu yatırım araçlarının vadesi olduğı kadar geri ödenmeme riski de vardır. Kısacası gerçek dünyada tek bir faiz haddi değıl birçok faiz haddi vardır. Görüldüğü gibi nominal faiz haddi 1 ay, 3 ay, 6 ay ve 1 yıl şeklinde vadelere bölünmüş bir akım değışkenidir(Ünsal,2013:129). Reel faiz haddi ise nominal ve reel büyüklükler arasındaki farkın önemli olduğı faiz haddidir. Ekonomistlere göre reel faiz haddi ex post(gerçekleşen) reel faiz haddi ve ex ante(beklenen) reel faiz haddi olarak ikiye ayrılır(Yıldırım vd, 2010:131).

Gerçekleşen ve beklenen reel faiz haddi arasındaki fark matematiksel olarak şu şekilde ifade edilir;

$$\text{Gerçekleşen Reel Faiz haddi}(r) = \text{Nominal Faiz Haddi}(i) - \text{Gerçekleşen Enflasyon haddi}(\pi)$$

Klasik iktisatçılara göre faiz; insanların bugün yapacakları tüketimden vazgeçip tasarrufta bulunmalarının karşılığıdır. Bireyler tasarrufta bulunurken ve tüketim yaparken gelirlerini maksimum fayda elde edecekleri şekilde dağıtırlar. Faiz oranlarının pozitif olması, insanların gelecekte daha fazla tüketim yapmaları, bugün ise daha fazla tasarrufta bulunmalarına yol açmaktadır. Bu doğrultuda klasiklere göre tasarrufun faizin bir fonksiyonu olduğı söylenebilir(Ünsal,2013:131).Ekonomide yatırım yapan sermaye sahipleri faiz oranlarına göre hareket ederler. Faiz oranları yükseldiğinde daha az yatırım yaparken, faiz oranı düştüğünde daha fazla yatırım yaparlar. Çünkü faiz oranı arttıkça yatırım maliyeti de artar. Kısacası Klasik modelde tasarrufun aksine faiz oranı ve yatırım ters yönlü çalışmaktadır. Keynes, Klasik Faiz Teorisine bir eleştiri getirmiştir. Keynes'e göre yatırım ve tasarruf yapanlar ayrı kişilerdir. Aynı zamanda yatırım ve tasarrufların etkilendiğı değışken faiz değildir. Tasarrufta bulunan hane halkının amacı faiz geliri elde etmek değıl; ev, arsa, araba gibi yüksek harcamalar gerektiren mallar alarak miras bırakmaktır. Ve bunları almasını sağlayacak olan yani tasarrufu belirleyen ise gelirdir. Faiz oranı yatırımları etkileyen büyük bir değışken olmakla birlikte, yatırımları etkileyen diğeri bir faktör de kâr beklentisidir (Yıldırım vd,2010:147).

1.2.1.6.Vergideki Değişiklikler

Maliye politikasının en önemli araçlarından biri de vergilerdir. Vergi oranlarında uygulanacak küçük değişiklikler ekonomik değişkenler üzerinde etkili olacağı gibi, bireylerin tüketim kararlarını da etkileyecektir. Bu sebeple vergi oranları birçok araştırmacı için ilgi odağı olmuştur(Yıldırım,2010:455).Vergi; devletin kamu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ve zorunluluk esasına dayalı olarak alınan değerlerdir. Verginin somut bir değeri olmadığı için vergi ödemeyenin kamu hizmetinden yararlanmaması gibi bir durum söz konusu değildir (Bilici,2015:122).

Tüketici eğilimleri ve vergi indirimleri arasındaki ilişkiyi ilk kez ele alan D.Ricardo' dur. Ricardo, vergide indirime giden bir ekonominin aynı zamanda mali genişlemeye girdiğinden bahseder. İndirime gidilen verginin karşılığını bulmak için ya aynı miktarda bono çıkarılacak ya da borçlanmaya gidilecektir. Sonuç olarak vergi indirimiyle yaşanan rahatlama gelecekte daralmayla sonuçlanacaktır(Begg,2001:414).

1.2.2.Demografik Faktörler

Tüketici davranışları üzerinde etkili olan demografik faktörler eğitim, meslek ve yaş olarak sınıflandırılabilir.

1.2.2.1.Meslek

Tüketicinin sahip olduğu meslek, bazı mal ve hizmetlere yönelik ihtiyaç ve arzuları oluşturur. Örneğin; bir patronun ihtiyaç duyduğu giysi ihtiyacı ile çalışanın giysi ihtiyacı birbirinden farklıdır. Aynı zamanda bir mühendis ile diş doktoru meslekleri gereği çok farklı araçlara ihtiyaç duyarlar. Her mesleğin kendine özel bir stratejisi ve konumu vardır. Dolayısıyla o mesleğin icrası gereği farklı araç ve gereçlere gereksinim duyarlar(Durmaz,2011: 54).

1.2.2.2.Eğitim

İktisadi büyüme üzerinde fiziki faktörlerin etkisinin olmasıyla beraber, beşeri faktörlerin de etkili olduğundan bahsetmek gerekir. Beşeri sermaye içerisindeki en önemli değişkenlerden biri de eğitimidir. Eğitim faktörü ne kadar kaliteli, eğitim oranı ne kadar yüksek olursa, iktisadi büyüme ve kalkınma üzerinde o kadar etkili olacaktır (Cingi ve Güran,2003:109). Eğitim faktörü; ülkelerin kalkınma aşamasında gerek duyulan nicelik ve nitelik fonksiyonunu yerine getirmesiyle beraber, ülkelerin bilgi birikimini arttırarak teknolojik gelişmeleri takip edip, üretim sürecine aktarmasına da katkı sağlamaktadır. Ülkelerin eğitim seviyesinde meydana gelen artış üretim

sürecinde iş gücü verimliliğini arttırmakta ve ülkelerin dışa bağımlılığını azaltarak rekabet gücünü arttırmaktadır (Çalışkan vd,2013:13).

İktisadi açıdan bakıldığında eğitim, hem tüketim hem de yatırımdır. Eğitim faktörünün tüketim kısmını eğitime ayrılan harcamalar oluşturmaktadır. Dolayısıyla yapılan eğitim harcamaları iktisat literatüründe tüketim harcamaları içerisinde yer almaktadır. Çünkü yapılan eğitim harcamaları bir bakıma insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahiptir. Tüketim kavramı iktisat biliminde dayanıklı tüketim malları ve dayanıksız tüketim malları olarak 2'ye ayrılır. Eğitim, bir kez kullanmakla tükenmeyen bir faktör olduğundan dayanıklı tüketim malları kısmında yerini almaktadır.

Eğitim diğer dayanıklı tüketim mallarıyla kıyaslandığında, insanın hayatı boyunca sürekli olarak faydalandığı ve öğrenme sürecinin devamlılığı sayesinde daha fazla faydalandığı bir maldır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde eğitilmiş insan sayısı arttıkça, yapılan harcamalar maddi boyutu dışında manevi kazançlara da yönelmektedir (Tezcan,1985:93).

Sonuç olarak, iktisadi büyüme ve siyasi gelişmişlik gibi birçok faktör ülkelerin gelişmişlik seviyelerini belirlemede etkilidir. Bu faktörlere zemin hazırlayan en önemli değişken ise eğitimidir. Eğitim seviyesi düşük olan ülkelerin, iktisadi kalkınma ve büyüme üzerine alınan kararlarda kendilerinden emin bir şekilde ilerlemeleri pek mümkün değildir. Bir ülke ekonomisi eğitim faktörüne ne kadar değişken ayırırsa o kadar hızlı ilerleyebilir. Çağdaş uygarlık seviyesine varmanın en önemli etkeni olan eğitim, toplum refahını ve toplumsal adaleti sağlamak için en önemli etkenlerden biridir (Güngör ve Göksu,2013:60).

1.2.2.3.Yaş

Tüketici kararları; bireylerin yaş, aile, hayat boyu içinde oldukları aşamalar, hayat tarzı, kişilik vb. birçok dışa dönük faktörlerden etkilenmektedirler. Tüketim harcamaları belirlenirken her yaş grubunun ihtiyaçlarının farklı olduğuna değinmek gerekir. Örnek verilmesi gerekirse; yaşlılar genellikle sağlıklı ürünlere yönelirken, olgunluk öncesi ergen diye tabir edilebilecek genç kesim, olması gerekenden daha çok anlık ihtiyaçlara yönelmektedir. Yiyecek içecek dışında, yaşam tarzı açısından bakılacak olursa, insanların yaş grubunun önemli bir etken olduğu görülebilir. Örneğin; 15-20 yaş grupları giysi, ayakkabı, bilgisayar vb. faktörlere ihtiyaç duyarken,

25-30 yaş grubu daha çok ev kurma gibi hayatlarını düzene sokacak ihtiyaçlara yönelmektedir (Durmaz,2011:53).

1.2.3. Sosyal-Kültürel Faktörler

Sosyal-kültürel faktörler tüketim davranışları üzerinde diğer faktörler kadar olmasa da önemli bir etkiye sahiptir. Bu faktörler bireylerin kişilik, tutum ve davranışları üzerinde etkili olacaktır. Sosyal-kültürel faktörler; aile, sosyal sınıf ve kültür olarak alt başlıklara ayrılabilir(Pehlivanoğlu,2005:23).

1.2.3.1.Aile

Evlilik, kan bağı veya evlat edinme yoluyla akrabalık olarak tanımlanan toplumsal kuruma aile denir. Aile kavramı toplum içinde evlilik yoluyla meydana gelmektedir. Aileler, çiftlerin ekonomik birlikteliklerini ve cinsel birlikteliklerini sağlayarak çocuklarını büyüttükleri kanunen oluşturulmuş yapılardır (Bahar,2008:155).

Ekonomik faktörler tüketim ile ilgili bilgi verse de, demografik faktörlerinde tüketim üzerindeki etkisi büyüktür. Ailenin harcanabilir gelirinin toplam harcama içindeki payı oldukça büyüktür (Dölekoğlu ve Yurdakul,2004: 69). Aile fertlerinin hane içi veya hane dışı gıda talebi, yalnızca fiyatlar ve gelir tarafından etkilenmemektedir. Aile kurumunun demografik yapısında meydana gelen değişimler, örneğin; kadınların işgücüne katılması, sağlık ve beslenme arasındaki değişimler ailenin tüketim miktarını etkileyebilmektedir(Akbay vd,2005:123).Tüketim konusunda ebeveyn-çocuk arasındaki ilişki çocuğun tüketime olan davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle anne ve babasıyla birlikte yaşayan gençler tüketim konusunda oldukça biçimsel bir iletişime maruz kalmaktadır.

Aile ile birlikte yaşayan gençlerin aksine onlardan ayrı yaşayanların tüketim davranışlarına bakıldığında tamamen farklı olduğu görülmektedir. Ailesinden ayrı yaşayan bireyler mal ve hizmeti satın alma kararlarını tek başlarına verirken, aile içinde yaşayan bireyler o mal ve hizmeti satın almak için aile bireylerinin ortak kararlarına uymak durumunda kalırlar. Aynı zamanda aile içinde satın almada karar verici ve ailenin egemenliğinin dayandığı kişi farklı olabilir (Akça vd,1999:2).

Aile yapısı tüketici davranışları üzerinde önemli bir etken olmasından dolayı otoritenin yapılanmasına göre sınıflandırılmalıdır.

Ataerkil aile: Egemenliğin babada olduğu aile yapısıdır. Ataerkil aile yapısında karar verici babadır.

Anaerkil aile: Bu aile tipinde ise egemenlik annededir(Odabaşı ve Barış,2010:246).

1.2.3.2. Sosyal Sınıf

Tüketicilerin içinde bulunduğu tüketim kalıpları, ihtiyaç güdülere ve satın alma arzuları büyük ölçüde içinde bulundukları sosyal sınıftan etkilenmektedir. Her toplum farklı yapıdaki sosyal grup ve yapılardan oluşur. Sosyal sınıflar ise genelde benzer olanlardan oluşur.

Sosyal sınıf: bir toplumun aralarında ayrıcalık, sınırlılık, ödül ve yükümlülük bakımından farklar bulunan, kendi içlerinde bir ölçüde uyumlu iki ya da daha çok tabakaya bölünmesi olarak tanımlanabilir. Kısacası toplumlar arası benzerlik ve uygunluk diğer toplumlarla karşılaştırıldığında görülür(İslamoğlu ve Altınışık, 2010:215).

Amerikalı sosyolog Warner, sosyal sınıf kavramıyla, benzer beklentilere ve ihtiyaçlara sahip, sıkı bir ilişki içinde olan bir sosyal yapıyı anlatmaktadır. Sosyal sınıf araştırmalarında kullanılan en yaygın yöntem Warner' in geliştirdiği yöntemidir. İlk yöntemde, bireyler özel olarak seçilmekte ve etraflarındaki değerleri sosyal sınıflarına göre değerlendirmeleri istenmektedir. Kısacası bu yöntemde kişilerin çevreleriyle olan sosyal ilişkileri ölçülmektedir. Diğer yöntemde ise meslek, gelir seviyesi, gelir kaynağı ve eğitim gibi daha objektif faktörler ele alınmaktadır. Bu değişkenler sonucu bireylerin sosyal sınıfları belirlenmektedir(Odabaşı vd, 2010:296).

Marksist sosyoloji' ye göre ise sosyal teşkilatlanmanın en ilkel işlevi, önde gelen insan ihtiyaçlarından besin, konut ve giyinmenin karşılanmasıdır. Bu nedenle üretici kesimi, çevresinde tüm toplumsal sınıfları barındıran bir süreci oluşturmaktadır. Çünkü üretilenlerin dağıtımı bir üretim işlevidir. İşte bu sebeple üretim mekanizmasında aynı işlevi gerçekleştiren gruplar bir sınıf oluşturur. Marksist teoriye göre üretim mekanizması ilişkileri sosyal sınıflar tarafından meydana getirilir. Üretim bağında işgal edilen bölgelerde sosyal sınıflar meydana gelir. Emeği sömüren sermayedarlar bir sosyal sınıfı oluştururken, işçi kesimi de kendi arasında bir sosyal sınıf meydana getirir(Dönmezer, 1994:302).Tüketici davranışlarına etkisi açısından sosyal sınıfın önemli olmasının sebebi; sosyal sınıfa dâhil olan kişilerin aynı davranış biçimlerini benimseyip geliştirmiş olmalarıdır. Sosyal sınıf farklılıkları bireylerin

hayatını birçok yönden etkileyebilmektedir. Dini inançlar, eğitim, meslek gibi birçok faktör sosyal sınıfın çemberi altındadır. Bu yüzden kişilerin tüketim kararlarını bulundukları duruma ve ortama göre şekillendirmeleri normaldir. Farklı sosyal sınıflar içinde olan bireylerin giyinme-yeme alışkanlıklarından eğitimlerine kadar her açıdan farklılık göstermeleri bundan kaynaklanmaktadır(Saygılı,2011:177).

1.2.3.3.Kültür

Kültür kelimesi; bakmak, özenmek olarak dilimize çevrilebilen Latince culture lafzından meydana gelmektedir. Bu kelime ilk kez Voltair tarafından insan zekâsının oluşumu, yüceltilmesi, geliştirilmesi anlamına gelecek şekilde kullanılmıştır. Kültür kelimesi Fransızca dışında Almanca, İngilizce ve diğer batı dillerinde de kullanılmaktadır(Hızlı,2013:5).Günümüzde toplumsal yapının bazı unsurlarında herhangi bir değişiklik olmazken, bazıları ise değişmektedir. Toplumsal yapıyla ilgili yapılan incelemelerde kültürün yeri farklıdır. Kültür, toplumsal yapının sonucu olmakla birlikte, aynı zamanda onun inşa edicisidir. Kültür kavramının birçok tanımı mevcuttur (Bahar,2008: 55).

Kültür, toplum içinde yaşayan kişilerin sahip olduğu bilgiyi, görüşü, kanunu, yasayı, ahlakı, tüm gelenek ve göreneklerin bir karması olarak tanımlanabileceği gibi; aynı zamanda bir toplumun maddi ve manevi tüm değerlerinin birikimi olarak da tanımlanabilir. Toplum içinde kültür, bireylerin sahip olduğu yeme içme ahlakı, gelenek görenek, dini görüş, sanat ve tüm birikimleri kapsamaktadır (İslamoğlu ve Altunışık,2010:199).Gündelik hayatla ilgili yapılan çalışmalar, folk kültür, popüler kültür ve yüksek kültür arasındaki farkla ilerletilir. Bu iki kavram arasındaki fark oldukça önemlidir. Popüler kültür, basit zevklerle ilişkili olduğu için beden odaklıdır. Yüksek kültür ise karmaşık ve estetik unsurlar barındırdığı için zihinsel odaklıdır. Bourdieu 1996 yılında tüketim kültürü ve popüler kültür hakkında çıkan tartışmalar üzerinde önemli bir katkı oluşturmuştur. Bourdieu, popüler kültür ve yüksek kültür kavramları yerine bazı kavramlar geliştirmiştir. Bunlar sembolik sermaye, kültürel sermaye ve ekonomik sermayedir. Bourdie ekonomik sermaye olarak kişinin sahip olduğu mal varlıkları (ev, araba vb.) üzerinde dururken, kültürel sermaye olarak ise eğitimlerini, tiyatroya gitme gibi sosyal aktivitelerini ön plana çıkarmaktadır. Ona göre bu ayrımın yapılmasının sebebi bireylerin rekabet içinde olmaları ve aralarına bir sınır çizme amacıyla olmalarıdır (Zorlu,2009: 54).

Linton' a göre kültür: “Belirli bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan ve aktarılan davranış sonuçları ile öğrenilen davranışlar bütünüdür.” Kültürün özelliklerine değinilecek olursa;

- Kültür, içinde bulunduğu toplumsal değerlerin bir sonucudur, yani doğuştan gelen bir değer değildir.
- Bireyler dünyaya geldikten sonra ailesinde ve çevresinde gördükleri sonucu kültürleri oluşur.
- Kültür birikimi nesilden nesile aktararak yayılır. Kazanılan kültür zaman içinde çevre koşullarına bağlı olarak değişim gösterebilir.
- Aynı zamanda gelişen teknolojinin de kültürün değişmesinde etkisi büyüktür.
- Kültür, içinde her ne kadar benzerlik barındırsa da bir o kadar da farklılık barındırır. Neredeyse tüm kültürlerde kabul edilecek kurallar ve davranışlar vardır. Ancak aynı unsurlar kültürden kültüre değişebilir. Örneğin; bir kitap bir kültürde kutsal sayılabilir ancak başka bir kültürde farklılık gösterebilir.
- Kültür teşkilatlanma ve birleşmedir. Kültürden bahsedilebilmesi için, içinde bulunduğu toplum tarafından kabul görüp paylaşılması gerekmektedir(Bariş ve Odabaşı,2010:314-315).

Taylor'a göre kültür ve medeniyet; “bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun kazandığı bilgi, iman, sanat, gelenek, görenek ve benzeri kabiliyet, hüner ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür.”

Ziya Gökalp ise kültür ve medeniyet kavramlarının farklı olduğunu söylemektedir. Ona göre kültür kelimesinin yerine hars kavramı kullanılmalıdır. Hars; bir milletin hukuku, ahlakı, dili, dini, ekonomisi ve aklının biçimsel bir bütünüdür. Medeniyet ise, ortak medeniyet çevresine sahip birçok ulusun toplumsal yaşamlarının ortak bütünüdür. Gökalp, kültürün ulusal medeniyetin ise uluslararası olduğuna kanaat getirmiştir. Kültür bir nesilden diğerine geçerken bir ülkeden diğerine yayılamaz. Medeniyet ise bir ulustan diğerine aktarılabilir(Bahar,2008:56).Kısacası kültür, insanlar tarafından meydana getirilen, nesilden nesile aktarılan bir davranışın şekillendirilmesidir(Öze,2018:57).

Son olarak alt kültür ve karşı kültür kavramlarından söz etmek gerekir. Alt kültür, yerel anlamda temel kültür kavramından çok farklı olmamakla birlikte, kademe

farklılıklarını ve çeşitliliklerini içeren bir yaşam tarzıdır. Alt kültür, sınıf farklılıkların yoğun olmasıyla birlikte bu farklılıkların bilimsel olarak ortaya konulabildiği ülkelerde daha fazla görülmektedir. Karşı kültür ise, sınıf farklılıklarına sahip olan bazı grupların sadece belli farklılıklara değil, aynı zamanda ana(temel) kültürlerine karşı da olabilirler. Bu karşı olma durumu tam anlamıyla inanç ve zıt değer yükümlülüklerinin bir sonucudur. Materyalizme karşı bir başkaldırı olarak bilinen “Hippilik” hareketi karşı kültür olgusuna örnek olarak verilebilir (Erkal,1998:145).

1.2.4.Psikolojik Faktörler

Bireylerin mal ve hizmetleri satın alması üzerinde etkili olan faktörlerden biri de psikolojik faktörlerdir. Bireylerin davranışları üzerinde etkili olan psikolojik faktörler; GÜDÜ, Algılama, Eğilim(Tutum) ve İnançlardır.

1.2.4.1. GÜDÜ

GÜDÜ bireylerin harekete geçmesinde ve bir amaca ulaşmasında etkili olan uyarılmış bir ihtiyaçtır. Bir ihtiyacın bir güdü olduğundan bahsedilmesi için, ihtiyaç uyarılmış olmalıdır. Bireyler ihtiyaç ve arzuları doğrultusunda motive olurlar ve bu doğrultuda ihtiyaçları karşılayacak şekilde harekete geçerler. Bu hareket ise mal ve hizmetleri satın alınıp kullanılmasıyla son bulur.

İhtiyaçlar ve istekler aynı olarak algılsa da birbirinden farklı kavramlardır. İhtiyaçlar, insanı girişimde bulunmaya teşvik ederken, istekler insanın yaşam boyu öğrendiği zayıf ihtiyaçlardır (Mazlum,2010:64).

İnsan ihtiyaçlarının öncelik sırasına göre bir hiyerarşisi olduğunu savunan Abraham H.Maslow’ un ihtiyaçlar hiyerarşisini aşağıda görebiliriz.



Maslow’ un “İhtiyaçlar Hiyerarşisi Sıralaması”

Maslow bu teorisinde her ihtiyacın bir sonraki ihtiyaçtan daha baskın olduğunu savunmakla birlikte, acıkmış bir insanın sevgi ihtiyacını; güvenlik ihtiyacı olan insanında saygı ve başarıma ihtiyacını tatmin etmek amacıyla harekete geçmeyeceğini ifade etmektedir. Bu teori her ne kadar kabul görse de, insanlar birden çok ihtiyacını aynı anda karşılayabiliyor olabilirler. Bununla birlikte, farklı güdüler aynı davranışa yönelebilenken aynı güdülerde farklı bireylerde farklı sonuçlar doğurabilmektedir (Mucuk,2001:73).

1.2.4.2. Algılama

Algılama; insanın duyu organları aracılığı ile etrafında gerçekleşen uyarıcıları fark etmesidir. Algılamanın çift yönlü bir süreç olduğu söylenebilir. Nasıl ki, motivasyon (güdü) ve eğilim algılamayı etkiliyorsa, aynı şekilde algılama da onları etkilemektedir. Tüketiciler ihtiyaçlarını çeşitli alternatifler aracılığıyla karşılayabilmektedir. Çünkü her birey aynı şeyi farklı algılamaktadır. Bireyler bulundukları ortamda farklı bilgileri toplayarak o bilgileri farklı yorumlamaktadırlar. Bireylerin tatma, koklama, duyma ve görme gibi beş duyu organıyla sağladıkları algı birbirinden farklıdır. Bu yüzden bireyler karşılaşılan olaylara, ürün veya hizmetlere farklı tepkiler vermektedir (Mazlum,2010:67).

İki kişi üzerinden değerlendirme yapılacak olursa, iki kişiye aynı olay anlatıldığında, olay kişiler tarafından farklı algılanır bu ise yukarıda belirtilen sebeplerden kaynaklanmaktadır.

1.2.4.3.Eğilim (Tutum) ve İnançlar

Tutum; bireylerin bir olaya, bir nesneye veya bir sembole olan olumlu veya olumsuz duyguları ve eğilimleri olarak tanımlanabilir. İnanç ise, kişisel deneyim veya dış faktörler yoluyla elde edilen bilgileri ve görüşleri içermektedir. Dolayısıyla inançlar, tutum tarafından etkilenmektedir (Mucuk,2001:74).

Eğilim, elde edilen deneyimler ve reklamlar aracılığı ile diğer insanlardan öğrenilmektedir. Bireylerin farklı şeylere olan eğilimleri de farklılık göstermektedir. Her ürüne her mamule olan eğilimleri aynı derecede güçlü değildir. Örneğin; bir birey bir marketten süt aldığı anda sütün bozuk olduğunu anlarsa bir daha o marketten süt almaz ancak başka bir şey alabilir. Bireyin kendi üzerindeki etkisinin yanında başkaları üzerindeki etkisi de azımsanmayacak kadar büyüktür. Bu birey bu durumu komşularına arkadaşlarına anlatarak, onların satın alma davranışlarını etkileyebilmektedir.

Eğilimlerin ortak özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Eğilimlerin tamamı öğrenilir. Öğrenme bir ürünü kullanmak, reklamları izlemek, diğer insanlardan gelen bilgilere açık olmak, ürün hakkında yazılanları araştırıp okumak suretiyle gerçekleşir. Örneğin; her zaman inanarak ve güvenerek okuduğunuz bir köşe yazarı tarafından ünlü biri hakkında yazılan bir yazı sonucu o kişiye karşı olumsuz bir eğiliminiz olur.
- Her eğilim bir objeye sahiptir. Objeler hem soyut hem de somut anlamda olabilir. Bir ürün pazarlayıcısının amacına ulaşabilmesi için objeyi iyi tanımlaması gerekir.
- Eğilimler hem bir yöne hem de bir şiddete sahiptir. Eğilimlerin güçlü ve zayıf yanlarının olmasının yanı sıra net olmak gibi bir özellikleri de vardır. Yani eğilim, ya olumlu ya olumsuzdur, arası olamaz (Mazlum,2010:72).

1.3.TÜKETİM OLGUSUNUN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanlık tarihini tüketim konusunda ilkel toplum, tarım toplumu ve sanayi toplumu şeklinde ayırabiliriz.

1.3.1.İlkel Toplum

Toplum kavramı belli süreçlerden geçerek ortaya çıkmaktadır. Kültürel anlamda basit kalan toplumlar, antropologlar tarafından ilkel olarak anılmaktadır. Bunun nedeni toplumun sosyoekonomik yapısıdır. Bu toplumlar diğerlerine göre daha basit teknoloji kullanan, nüfusu az olup gelişimi kan bağlarına bağlı olan toplumlardır (Savaş,2012:133). İlkel toplum, yalıtılmış veya izole edilmiş toplum olarak da adlandırılabilir. Bu nedenle sosyoloji bilimin de gerçek bir toplum olarak ele alınmazlar. Ünlü sosyologlar ilkel toplumların birbirlerinden habersiz olduklarından ve aynı zamanda diğer çevrelerle ilişkilerinin zayıf olduğundan söz ederler. Bu toplumlarda izolasyonun sebebi kitapların olmayışıyla da ilgilidir (Bozatay,2011:54).

Malinowski ilkel toplumları yakından izlemektedir. Ona göre, ilkel diye adlandırılan toplumlar, insan doğasının biyolojik, entelektüel ve toplumsal ihtiyaçlarına uygundur. Tüm bunların aksine ilkel toplumlar sanıldığı gibi denetimden kaçan toplumlar değildirler. Bu toplumların kabile yaşamlarına belli yasalar yön vermektedir. İlkel toplumlar da zihniyet mistik ve prelojiktir. Yani akla dayalı analizler yapmayan yapmaz (Bozatay,2011:55). Yalın toplum olarak da nitelendirilebilen ilkel toplumların ekonomik yapısı, avcı ve toplayıcı takımlar tarafından temsil edilmektedir.

Bu takımların yapısının mütecanis, yani türdeşliği artık kalmamıştır. Kadınların ekonomik hayata girerek toplayıcılık yapması, erkeklerin ise avcılıkla uğraşması türdeş yapıyı ortadan kaldırmıştır. İktisadi yapıda karşılaşılan bu farklılaşma karşılıklı iktisadi gereksinimleri arttırmış ve böylece toplumsal bütünleşme sağlanmıştır. İktisadi yaşama katkı sağlamasıyla birlikte, avcılığın ortaya çıkışı daha çok toplumsal yapı üzerinde etkili olmuştur. Avcılık karşılıklı gereksinimleri arttırarak ve ortak bölüşmeyi sağlayarak, ilkel sürüyü avcı ve toplayıcı takım haline getirmiştir (Şenel,1982:119). İlk toplumsal hayat tarzı olarak bilinen Klanlar; hayvan, bitki veya herhangi bir nesneden meydana geldiklerini düşünen göçebe toplumlarıdır. Klanlara göre her bir klan aynı ailenin ferdidir. Klanların ve boyların özellikleri şu şekildedir:

- Yaşamlarını avcılık ve toplayıcılıkla sürdüren, belli bir toprağa kök salmamış göçebe toplumlardır.
- Kadın ve erkek arasında iş bölümü mevcuttur. Kadınlar ve çocuklar toplayıcılıkla uğraşırken, erkeklerin görevi ise avcılıktır.
- İktisadi hayatları doğada var olanları tüketmekten ibarettir.
- Bir hayvan veya bitkiyi kutsal kabul ettikleri zaman o hayvan veya bitki toteme karşılıktır ve o soydan geldiklerine inanırlar.
- Klanlar, her bir klanın aynı totemden geldiklerine ve hepsinin akraba olduklarına inandıkları için aralarında akraba evliliği yasaktır (Bozatay,2011:s.56).

Toplumda meydana gelen gruplara, Durkheim alt gruplar adını vermiştir. Toplumların asla yalnız olmadığını, hatta ilkel toplumların bile farklı farklı gruplardan oluştuğunu ifade etmiştir. Ailenin en küçük gruplardan olduğunu, aynı zamanda karışıklığın yaşamın sürekliliğinden kaynaklı olduğunu ifade etmiştir (Toplamacıoğlu,1969:26).

1.3.2.Tarım Toplumu

Tarım, ülkede yaşayanların beslenmesi, ihracat ve ithalat aracılığıyla ekonomiye doğrudan ve dolaylı olan katkısı ve ürünlerine olan güven nedeniyle tüm dünya ülkelerinde stratejik bir konuma sahiptir(Doğan vd,2015:30). XIX. yüzyılın ikinci yarısına kadar birçok ülkede iktisadi sistem tarım odaklıydı ve dinamik değildi. Ülkenin büyük kısmı kırsal alanlarda yaşamaktaydı. Ekonomide tarımın ön planda olduğu dönemlerde insanlar çiftçilik yaparak, evlerinde ve evlerinin etrafında üretilmekte olan mahsulleri tüketmekteydi. Üretilen mallar genellikle hane halkları

arasında değiş tokuş yapılarak satılmaktaydı. O dönemler de pazarda gelişim söz konusu değildi bu yüzden pazar da satış yok denecek kadar azdı. XIX. yüzyılın ikinci yarısından XX. yüzyıla kadar ekonomi zaman için de gelişme göstermiştir. Üretim ve tüketim artmaya başlamıştır. 19.yüzyıl öncesinde fabrikalaşmanın olmayışının, tarım ekonomisinin durağan olmasında etkisi büyüktür. O dönemden sonra tarım kesiminden ziyade sanayi kesimine ağırlık verilmesi ekonominin canlanmasıyla sonuçlanmıştır (Yavuz,2013:220).

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş birçok toplumsal problemi de beraberinde getirmiştir. Tarım sektöründe gittikçe fazlalaşan mal talebini karşılamak için doğal kaynaklarla birlikte sanayi ürünleri kullanılmaya başlanmış ve böylece tarım ürünlerinde artış sağlanmışır. Tüm bunların yanı sıra artan tarım ürünleriyle birlikte pazarlama olanakları artış göstermiş ve uluslararası rekabetin iyileşmesi için gerekli finansal kaynaklar sağlanmışır. Gelişmiş ölkelerde tarım sektöründe kullanım alanı kalmazken, gelişmekte olan ölkelerde kullanılmayan tarım alanları oldukça fazladır. Bu ise gelişmekte olan ölkelere avantaj sağlamakta ve tarım sektöründeki önemini arttırmaktaydı(Talas,2009:112). Gelişmekte olan ölkeler sanayileşmeyle birlikte, geleneksel iktisadi yapıdan daha modern bir yapıya ulaşmaya çalışmışlardır. Ölkelerin iktisadi kalkınma arzuları ve sanayileşme süreci arasında bir etkileşim bulunmaktadır. Bu nedenle tarım toplumları sanayi toplumuna geçebilmek için önce tarım sektörünün gelişmesini sağlamalı ve elde ettiği kazançlar sonucu sanayi toplumuna geçiş sağlamalıdır(Doğan vd,2015:34).

1.3.3.Sanayi Toplumunu

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişte zorlu süreçlerle karşılaşılmışır. Sanayi toplumuyla birlikte geleneksel toplum yapısı birçok değişimden geçmiş ve böylece geleneksel toplumlar sanayi toplumunun gerisinde kalmıştır. Sanayi toplumu, tarım toplumunun aksine; teknolojik, iktisadi ve sosyal-költürel yapısı açısından tamamen farklı bir toplum yapısı oluşturmuştur(Selvi,2012:195). Çağdaş toplumlar dediğimiz sanayi toplumlarının tarım toplumlarından farkı, halkın istihdamının tarım dışında sanayide olmasıdır. Çalışan nüfus istihdam arayışına girdiklerinde, şehirler odak noktaları olmaktadır. Ancak şehirlerde hızlı büyüme ve teknoloji gibi bazı paradokslar mevcuttur. Buradaki ortak sorun ise, gelecekte ortaya çıkacak sorunların nasıl en aza indirileceği ve şehirlerin insana nasıl hizmet sağlayacağıdır (Bozatay,2011: 57).

Tüketimin artmasında sanayi toplumunun etkisinin büyük olmasıyla beraber, bazı bilginler bu artışın ticaretteki artıştan ve hatta Fransız İhtilalinden kaynaklandığını savunmaktadır. Bu nedenle XVI. yüzyıl ticaretin gelişim yılı olarak kabul edilirken, XVIII. yüzyıl ve sonrası ise sanayinin geliştiği yıllar olarak kabul edilmektedir. Sanayi ve ticaretin geliştiği yılların ortak noktası ise, üretim ve tüketiminin piyasa ekonomisi kapsamında gerçekleşmesidir. Tüketimde meydana gelen artış ilk önce ticaret daha sonra sanayinin etkisiyle olmuştur(Oğuz,2008:54). Sanayi toplumu ve kapitalist düzen gelişme göstermeden önce, insanlar yaşamlarını doğal düzen içinde geçirmişlerdir. Bu anlamda iktisadi faaliyetler toplumsal hayat içinde bir ögedir. Sanayileşmeden önce toplum tükettiği kadarını üretir ve emeğinin belli bir ücret karşılığında satmazdı. Ancak sanayileşme, toplumsal hayat içinde derin izler bırakmış ve iktisadi endişeleri arttırmıştır. İnsanlar ücret beklentisi altına girmiş ve toplumsal hayatta köklü değişiklikler gerçekleştirmiştir. Sanayi toplumuyla birlikte iktisadi düzenin varlığını tehlikeye götürecek hareketler engellenmeye çalışılmıştır. Sanayi toplumu, üretim toplumu olarak da nitelendirilebilir. Ve üretim toplumunda bireyler çalışma odaklı analiz edilmiştir(Şentürk,2008:222).

Sanayileşmenin gelişme göstermesinin sebebi, istihdamın karşılığının ücret olmasıdır. Tarım toplumlarında insanlar ihtiyaçlarını çiftçilikten karşılarken de elbette emeklerinin karşılığı vardır. Ancak o dönemlerde istihdamın karşılığı ücret değil, ihtiyaç duyulan mahsullerdir.Sanayileşmenin beraberinde getirdiği teknolojik gelişmişlikle birlikte insanlar tamamen ücrete bağlı çalışmaya başlamışlardır. Tarım toplumlarında kadın ve erkekler neredeyse aynı emek gücünü harcarken, XX. yüzyılda artık iş hayatı ev dışında gerçekleşmeye başlamış ve dışarda çalışanlar çokça erkekler olmuştur. Kadınlar ise çoğu kez evle ilgili işlerden sorumlu olmuşlardır (Bozatay,2011: 57).

1.3.4.Çağdaş Toplum

Hiç kuşkusuz ki toplum kavramı, geçmiş toplumlarda çağdaş toplumlardan daha yaygındı. Uzak geçmişe baktığımızda, insanlar yiyecekleri uzun dönemde üretmez, günden güne topluca üretim gerçekleştirirlerdi.

Modern tüketim toplumunda insanlar, ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kısır bir döngü içerisinde gidip gelmemektedirler. Bunun nedeni ise ihtiyaç duyulan bir şeyin ardından yeni bir ihtiyacın doğması yani insan ihtiyaçlarında meydana gelen artıştır.Post modern dönemde tüketim üzerine bir çalışma yapan Baudrillard, tüketimi

bir söylem olarak tanımlamıştır. Ona göre tüketim, toplumun kendini ifade ediş biçimi, kendi kendiyile konuşma biçimidir. Post-modern toplumda, yani günümüzde ise tüketim olgusu ihtiyaçlardan ziyade, alışveriş merkezlerinde insanları günlük sorunlarından uzaklaştıran bir olgu haline gelmiştir. Günümüz toplumunda tüketim kendini gerçek dünya karşısında kanıtlama stratejisi haline bürünmüş durumdadır. Üretimin önemini kaybetmesi tüketimin ön plana çıkmasına yol açmıştır (Özcan,2007:63).

1.4.TÜKETİMİN FONKSİYONEL İFADESİ

1953 yılında Wold ve Jureen ve 1954 de Stone tarafından talep üzerine yapılan iki çalışma bulunmaktadır. Zamanla bu çalışmaların son derece etkili olduğu kanıtlanmıştır. Çalışmaların ilki İsveç' le ikincisi ise Birleşik Krallık' la ilgilidir. Her ikisi de 1920 ve 1930 yıllarına ait savaş verilerini kullanarak çeşitli mallar üzerindeki talebi tahmin etmeye çalışmıştır. Tahmin edilen özel parametreler, talebin fiyat ve gelir esneklikleri olup, bunlar savaş öncesi düzenlemeler geri çekildiğinde malların gelecekteki talep düzeyini tahmin etmek için kullanılmaktadır (Ghosh,1991:312).

İlginç olan şey bu öngörülerin, tahminler ve hükümet politikası üzerindeki etkileri açısından iyi çalışıldığının göstergesi olmasıdır. Çünkü bu tahminler her iki ülke hükümetinin, malların nihai fiyatlarının karne yöntemiyle kaldırılmasında etkili olmuştur.

Duesenbery bir tüketici faydasının diğerlerinin tüketiminden etkilendiğini veya onların tüketimine bağımlı olduğunu varsayar. Bu bir bireyin tüketiminin (C) diğer bireylerin tüketimiyle (C') ilişkili olduğu çözüme yol açar. Bu çözüm şu argümanların bir fonksiyonu şeklinde ortaya çıkar: Tüketicinin cari gelir ve varlıkları, Y1 ve A1; onun gelecek gelir ve varlıkları Y2, ..,Yn ve A2,.....,An; onun cari ve beklenen gelecek faiz oranları r1 ve r2 ,.....,rn; ve diğer insanların cari tüketimleri

$$C' : \frac{C}{C'} = F\left(\frac{Y1}{C'}, \dots, \frac{Yn}{C'}, \frac{A1}{C'}, \dots, \frac{An}{C'}, r1, r2, \dots, rn\right)$$

Duesenbery yukarıdaki formülde iki önemli sonuç çıkarmaktadır. Bunlardan ilki tasarruf oranının gelir düzeyinden bağımsız olması, ikincisi ise zengin insanların kişisel gelirleriyle ilişkili olarak fakir insanlardan daha fazla tasarruf eğiliminde olmalarıdır (Ghosh,1991:13).

Yukarıdaki sonuçlar dengedeki pozisyonlar kullanılarak kurulmuştur. Tasarruf oranlarındaki döngüsel değişiklikler için farklı gelir seviyesindeki insanlar göz önüne alınmaktadır. Durgunluk döneminde, zenginlerin beklenen gelir seviyeleri gerilemese bile cari gelirlerinde bir düşüş olacaktır. Bunun yanı sıra, alışkanlıkların ve yaşam standartlarının durgunluğunun etkileri tüketimi gelir kadar azaltmamaktadır. Kısacası, durgunluk ve resesyonda gelirin tepe noktası tüketimi etkiler ve bu etki son birkaç yıldır biriken tasarrufa bağlı olarak korunmaktadır. Ancak gelir seviyesi düşük insanlar ve istihdam dışındaki insanlar için durum böyle olmayacaktır. Onlar için gelirin tepe noktasının cari tüketim üzerindeki etkisi veya tüketim çok az olacaktır.

Tüketim fonksiyonu diğer faktörler sabit kalmak koşulu ile tüketim harcamaları ve harcanabilir kişisel gelir arasındaki ilişki olarak tanımlanmaktadır. $C=f(Y_d)$ kapalı fonksiyonu tüketimde meydana gelen değişimin gelirdeki değişime bağlı olduğunu ifade etmektedir. Ancak bu ilişkinin ne şekilde olduğunu açıklamamaktadır. Bu ilişki farklı şekillerde ifade edilebilir, ancak analiz kolaylığı açısından genellikle doğrusal ilişki olduğu kabul edilmektedir. Buna göre açık tüketim fonksiyonu aşağıdaki gibidir;

$$C = C_0 + cY_d \text{ olarak belirtilebilir.}$$

Burada;

C = Tüketim harcamaları

Y_d = Harcanabilir Kişisel Gelir

C_0 , c ise sabit değerler olup $C_0 > 0$, $0 < c < 1$ dir.

“ C_0 ”, harcanabilir kişisel gelir 0 olduğunda tüketim harcamalarının alacağı değeri gösterir. Bu değer tüketicinin varlığını sürdürmesi için gereksinim duyduğu minimum tüketim düzeyini ifade eder ve otonom tüketim diye adlandırılır. Harcanabilir kişisel gelir sıfır olduğunda tüketici, minimum tüketimini karşılayabilmek için ya biriktirdiği paradan harcayacak ya da bir tasarrufu yoksa borç alacaktır.

“ c ” katsayısı ise, harcanabilir kişisel gelir de 1 birimlik artışın tüketim harcamalarını ne kadar arttıracakını ifade eder ve marjinal tüketim eğilimi olarak adlandırılır.

$C = C_o + cY_d$ tüketim fonksiyonunda “ C_o ” sabit değerine otonom tüketim, “ cY_d ” ise uyarılmış tüketim olarak adlandırılmakta ve kişisel gelirdeki değişimlerden etkilenmektedir(Ertek,2004:162).

1.5.LİTERATÜR TARAMASI

Daha öncede belirtildiği gibi, gelir harcama ilişkisi iktisat biliminin önemle üzerinde durduğu konular arasında yer almaktadır. Bu konuda yapılan önemli bazı çalışmalar kısaca aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

ÇALIŞMA VE YÖNTEM	AMPRİK BULGULAR
Tarı ve Pehlivanoğlu (2007), Kocaeli İlinde Tüketici Davranışlarının Gelir-Harcama Grupları İlişkisi Açısından Analizi	Gıda ve Alkolsüz İçecekler, Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar ve Sağlık, harcamaları zorunlu harcamalar arasında yer alırken; Giyim ve Ayakkabı Çeşitli Mal ve Hizmetler, Alkollü İçecekler, Sigara ve Tütün Mamulleri, Mobilya, Ev Aletleri ve Ev Bakım Hizmetleri, Ulaştırma, Haberleşme, Kültür ve Eğlence, Eğitim, Lokanta ve Oteller harcama grupları lüks harcamalar arasında yer almaktadır
Tarı vd,(2006), Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir ve Tüketim İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme	Barınma harcamaları tüm öğrenciler için zorunlu harcamalar arasında yer alırken, erkeklerde eğitim harcamaları zorunlu harcamalar arasında yer almıştır. Tüm gruplarda beslenme ve haberleşme-ulaşım harcamaları, ana evrende eğitim, erkek öğrencilerde kültür-eğlence harcamalarının yaklaşık olarak birim esnekliğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Esneklik değerinin birden büyük olduğu diğer harcama grupları, lüks harcamalar olarak belirlenmiştir.
Kaşı ve Serel (2008), Üniversite Öğrenci Harcamalarının Analizi ve Bölge Ekonomilerine Katkılarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin harcamalarını ve bu harcamaların bölge ekonomisine katkısı incelenmiştir. Anket verileri sonucunda, öğrencilerinin aylık bütçelerinden en fazla payı eğlenceye ayırdıkları tespit edilmiştir.
Özer vd (2010), Atatürk Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir-Harcama İlişkisi	Harcama gruplarının gelir esneklikleri engel fonksiyonları yardımıyla bulunmuştur. Gıda, giyim-ayakkabı ve barınma harcamaları öğrenciler için zorunlu harcamalar; ulaşım, haberleşme, kişisel bakım, eğitim-öğretim, eğlence, sosyo-kültürel, alkollü içecekler, sigara ve tütün mamulleri ve diğer harcamalar ise zorunlu harcamalar arasında yer almaktadır.

Çakır vd(2010), Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi	Adnan Menderes Üniversitesi İİBF öğrencilerinin tüketim tercihlerini anket yardımı ile araştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda; üniversite öğrencilerinin en fazla barınma ve sırasıyla giyim ile gıda harcamalarına pay ayırdıkları sonucuna ulaşılmıştır
Yaylalı vd,(2011), Selçuk Üniversitesi Seydişehir Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Gelir-Harcama İlişkisi ve Meslek Yüksekokulunun İlçe Ekonomisine Katkısı	Çalışma sonucunda, %34 oranla en büyük katkının gıda harcama grubuna ait olduğu bulunmuştur.
Çalışkan ve Demir(2013), Celal Bayar Üniversitesi Köprübaşı Meslek Yüksek Okulu Öğrenci Harcamalarının Bileşimi ve İlçe Ekonomisindeki Yeri	Öğrencilerinin harcama bütçesi içinde ilk üç sırada barınma, beslenme ile haberleşme-ulaşım harcamaları yer almaktadır. Harcama gruplarının payında cinsiyete göre en önemli farklılaşma kişisel bakım, barınma ve beslenme harcama gruplarında ortaya çıkmıştır. Kız öğrenciler kişisel bakım için bütçelerinden yaklaşık olarak erkek öğrencilerin iki katı pay ayırmaktadırlar.
Yayar ve Demir(2013), Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğrencileri, personeli ve bölge işletmeleri üzerine bir çalışma	Çalışmada, bir öğrencinin geliri 646,97TL olarak verilirken, bu gelirin gider olarak dağılımında barınma, giyim ve gıda harcamalarının en fazla olduğu, en az harcamanın ise iletişime ayrıldığı görülmüştür. Ayrıca bu çalışmada, öğrencilerin gelirlerinin çok az da olsa bir kısmını tasarrufa ayırdıkları görülmüştür.
Çayın ve Özer(2014), Üniversitelerin İl Ekonomisine Katkısı ve Öğrencilerin Tüketim Yapısı: Muş Alparslan Üniversitesi Örneği	Elde edilen sonuçlara göre, barınma ve beslenme harcamaları toplam harcamaların yarısından fazlasını oluşturmaktadır.
İpek ve Sekmen(2017), Gümüşhane Üniversitesi Mensuplarına Ait Tüketim Harcamaları Analizi	Gümüşhane İl merkezinde ikamet eden Gümüşhane Üniversitesine ait bireylerin tüketim davranışları SUR tahmin yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmada; erkek bireylerin daha az gıda harcaması yaptığı, evli bireylerin barınma ve sağlık harcamalarının bekâr bireylere oranla daha fazla olduğu, araç sahipliğinin ulaşım harcamalarını arttırdığı ve son olarak yaş ilerledikçe haberleşme harcamalarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır

İKİNCİ BÖLÜM

MATERYAL, YÖNTEM VE İKTİSADİ ANALİZ

2.1.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE VERİLER

Çalışmanın bu kısmında, araştırmada kullanılan yöntem ve verileri elde etmek için uygulanan anket hakkında bilgiler verilmiştir.

2.1.1.Araştırmanın Konusu ve Önemi

İktisat biliminde yapılan çalışmaların uygun olabilmesi için, uygulanmakta olan teori nicel (kantitatif) bir nitelikte olmalıdır. Günümüzde ekonometri ve istatistik alanlarında yapılan çalışmalar, iktisat biliminde yapılan tüketim harcamaları konusunun kalitatif olmasından ziyade kantitatif alanda incelenmesini sağlamıştır.

Modern dünyada meydana gelen değişim sonucunda tüketim kavramı üzerinde de değişiklikler meydana gelmiştir.Global dünyada tüketim sadece ihtiyaçların karşılanması değil, aynı zamanda bireylerin benliğini ve statüsünü ortaya koymaktadır. Tüketimde kullanılan mal ve hizmetler yalnızca ihtiyaçların karşılanmasında kullanılan bir araçtır. Ancak bunun tüketim olarak nitelendirilebilmesi için insanın hür olması gerekir. Yani bir esirin bir mal ve hizmeti isteği dışında kullanması tüketim değildir. Aynı zamanda kullanılan mal ve hizmetlerin direkt olarak insan ihtiyaçlarını karşılanması gerekir. Tüketim malları insan ihtiyaçlarını doğrudan karşılama özelliği itibariyle yatırım malları ile farklılık göstermektedir. Örneğin pamuk, iplik olarak kumaş imalatında kullanıldığı zaman tüketim olarak kabul edilmezken, kişinin yarasını sarmasında kullanıldığında doğrudan tüketim olarak kabul edilmektedir (Özdemir vd,2012:3).

Tarih boyunca ekonomide insan ihtiyaçlarının ve isteklerinin yerine getirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle büyük miktarda ve çeşitli mal ve hizmetler üretilip pazara girmiştir. Gelişmiş ülkelerde tüketim miktarı ve çeşitliliği gelişmekte olan ülkelere göre daha fazladır. Çünkü bir toplumda bilgi, eğitim ve teknolojik gelişme ne kadar artarsa, tüketim ihtiyacı da o kadar artmaktadır. Fayda ise, bireylerin ihtiyaçlarını karşılaması sonucu elde ettiği tatmin düzeyidir. Dolayısıyla bireylerin tükettiği mal ve hizmet miktarı arttıkça fayda düzeyleri de artacaktır. Bireyler tarafından yapılan bu harcamalar ise ekonomide tüketim harcamalarını oluşturmaktadır(Pehlivanoglu, 2005: 61).

Bu çalışma, toplam talebin en önemli unsuru ve GSMH içinde en büyük paya sahip olan tüketim harcamalarının, gelir arttıkça hangi mal grubuna dağıldığını analiz etmek üzere yapılmıştır. Çalışmada, Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri temel alınmıştır.

2.1.2.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın temel amacı; Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik durumlarını analiz ederek, gelir-harcama ilişkisini test etmek ve toplam harcamanın harcama gruplarına göre dağılımını belirlemektir.

Çalışmanın diğer amaçları:

- Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin tüketim davranışlarını etkileyen faktörleri inceleyerek, harcama grupları arasındaki ilişkiyi belirlemek,
- Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin tüketim davranışları üzerinde gelir dışında etki eden faktörleri belirlemek,
- Farklı mal gruplarına ait gelir esnekliklerini ölçerek, her bir mal grubu için zorunlu mal veya lüks mal ayrımı yapmaktır.

Tüketimde meydana gelen farklılaşmanın gençler üzerinde daha fazla gözlemlenmesinden dolayı, konunun üniversite gençliği üzerine kurgulanması büyük önem arz etmektedir(Mammadova,2015: 37). Toplumun bir alt kategorisini oluşturan gençliğin, günümüz toplumunun genelinden bağımsızlaştığı ve kendine özgü bir mahiyete sahip olduğu varsayılmıştır. Bu nedenle ülkemiz gençliği üzerine bir sınırlama getirilerek, Kocaeli Üniversitesi öğrencileri ana evren olarak kabul edilmiştir.

2.1.3.Araştırmada Kullanılan Veriler

İktisat biliminde var olan teoriler eldeki olay ve çalışmaları belli bir aşamaya kadar çözümleyebilir. Bu aşamadan daha ileriye geçmek, yani eldeki çalışmanın geçerliğini ve çalışmaya yönelik katsayıları ortaya koyabilmek, tüm değişkenler için uygun bir veri seti elde edilmesi ile mümkündür.

Yapılmakta olan bir çalışmaya ait veriler, incelenen vakaya ilişkin gerçekliği ortaya koyar. Elde edilen veriler tam anlamıyla kalitatif veya kantitatif olabileceği gibi ikisinin karışımı da olabilir. Ancak eğer bir ekonometrik çalışma yapılacaksa verilerin tam anlamıyla kantitatif olması gerekmektedir(Kip,1997:53).

Yapılan çalışmada eldeki verilerin uygun olması, ekonometrik çözümlemenin başarısını ortaya koymaktadır. Eldeki veriler çeşitli aşamalardan geçirilerek çözümlenmeli ve mevsimsel ayarlamalar yapılarak niceliksel halleri ortaya konmalıdır.

İktisat biliminde iki tür veri kullanılmaktadır. Bunlar zaman serisi verileri ve yatay kesit verileridir. Pek çok ekonometrik çalışma da kullanılmasına rağmen zaman serisi verileri bazı sorunlar meydana getirmektedir. Birçok çalışmada, kullanılan zaman serileri durağan varsayılmıştır. İktisadi zaman serileri; eğilim, mevsim, konjonktür gibi bileşenlere sahiptir. Zaman serisi analizleri üç aylık ve aylık yapılmasının yanında haftalık olarak da yapılmaktadır. Yatay kesit verileri ise; Michigan Üniversitesi tarafından düzenlenen tüketici harcamaları anketleri ve farklı kuruluşlar tarafından yapılan kamuoyu araştırmaları gibi zaman içinde belli bir noktada derlenen verilerdir (Şenesen,1999:24).

Yapılan bu çalışmada yatay kesit verileri kullanmakla birlikte bu veriler, Kocaeli Üniversitesi Öğrencileriyle birebir, yüz yüze görüşme tekniği ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Anket çalışmasında, elde edilen son bir aylık veriler dikkate alınmıştır.

2.1.3.1. Tüketicilerin Tanımlanması

Tüketici temel olarak; kişisel istek, arzu ve ihtiyaçları karşısında pazarlanan ürünleri satın alan veya kendi ürettikleri ile bu gereksinimleri karşılayan gerçek kişidir. Pazarlanan ürünlerin hedef kitlesi aileler olabildiği gibi yalnızca gençlerde olabilmektedir (İslamoğlu,2008:5).

Toplumsal değerlere bakıldığında; ideolojiler, normlar ve inançlar dikkate alınmaktadır. Ancak genç kesimin bakış açıları ve algıları, yaşları itibari ile toplumsal yapıdan bağımsızlaşabilmektedir. Gençlerin bir kısmı toplumda kalıplaşmış normlar ile çatışırken, toplumsal normlar ile mücadeleye girmeyen kısım da mevcuttur. Üniversite gençliği, bu gençlik yapılarının tümünü barındırmasıyla örnek gösterilebilir.

Tüketim kararını etkileyen gelir, zevk ve tercihler, beklentiler ve ürün fiyatları gibi birçok faktör vardır. Çalışmamızın ana kitlesini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Marjinal tüketim eğilimi yüksek olan üniversite öğrencilerinin gelirlerinin büyük bir kısmıyla harcama yapması, gelir-harcama ilişkisi açısından

önem arz etmektedir. Kısacası, çalışmamızda tüketici olarak bahsedilen kesim üniversite öğrencilerinin ifade etmektedir.

2.1.3.2. Gelirin Tanımlanması

Gelir; bir ekonomide belli bir dönemde tekrar üretilen mal ve hizmet değerlerinin safı tutarıdır. Fert veya hane halkı penceresinden gelir kavramı, üretim aşamasında verilen bir katkı sonucu ele geçirilen değerlerin toplamıdır. Hane halkının geliri olarak ücret, rant, kar ve faiz kavramları sayılabilir.

2.1.3.3. Tüketim Harcamalarının Kapsamı

Tüketim kavramı, bireylerin istek ve arzularını karşılamak için bir malın yenilmesi, içilmesi, kullanılması gibi fiili eylemleri kapsamaktadır. Tüketim harcamaları ise tüm bu eylemlerin finansman şekliyle ilgilidir.

Engel eğrileri analizi, tüketiciler tarafından ihtiyaç duyulan mal gruplarının lüks veya zorunlu mal gruplarından hangisine girdiğiyle ilişkilidir. Ana kitle olarak üniversite öğrencilerinin seçildiği bu çalışmada; tüketim harcamaları içinde yer alan mal gruplarının herhangi bir uyuşmazlığa yol açmaması için, Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin anket dönemi içinde yaptığı tüm harcamalar tüketim harcamaları olarak kabul edilmiştir. Tüketim harcamalarının yapıldığı mal grupları TÜİK “2015 Yılı Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi”nden üniversite öğrencileri için uygun olan mal grupları seçilerek sınıflandırılmıştır. Bu şekilde elde edilen 10 ana tüketim harcaması başlığı aşağıdaki gibidir:

I.	GİYİM VE AYAKKABI
II.	GIDA VE ALKOLSÜZ İÇECEKLER
III.	ALKOLLÜ İÇECEKLER VE TÜTÜN ÜRÜNLERİ
IV.	KONUT, SU, ELEKTİRİK, GAZ VE DİĞER YAKITLAR
V.	SAĞLIK
VI.	ULAŞTIRMA
VII.	HABERLEŞME
VIII.	KÜLTÜR VE EĞLENCE
IX.	EĞİTİM
X.	KİŞİSEL BAKIM

2.2.ARAŞTIRMADA KULLANILAN ANKET, KAPSAM VE YÖNTEMİ

Günümüz akademik çalışmalarında en çok başvurulan yöntemlerden biri de anket yöntemidir. Anket uygulaması neredeyse her alanda uygulanabilmekle birlikte, anket yoluyla elde edilen verilerde geçerlilik ve güvenilirlik sorunuyla karşılaşabilmektedir. Bu nedenle öncelikle elde edilen verilerin güvenilirliğinin test edilmesi gerekmektedir(Altunışık,2008:3).

Yüz yüze görüşme ile anket, posta ile anket, telefonla anket ve internet ile anket gibi dört farklı tür anket tekniği bulunmaktadır. Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin tüketim davranışlarının incelendiği bu çalışmada verilerin güvenilirliği açısından yüz yüze görüşme ile anket yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın güvenilirliği açısından uygulanan yüz yüze mülakat tekniği sayesinde; yüksek cevaplama oranı, açıklama yapma fırsatı, katılımcı seçme, uzun ve karmaşık anket yapma şansı elde edilmektedir. Tüketim davranışlarının incelendiği anket çalışmasında, verilerin doğruluğu her şeyden önce yapılmakta olan anket çalışmasına bağlıdır. Tüketim davranışlarının incelendiği bu anket kapsamında daha çok harcama ve gelir ile ilgili özel bilgiler olmasından dolayı, verilen cevaplarda bazen eksik bazen de yanlışlıklar olabilmektedir.

Çalışma kapsamındaki anket, 24 Nisan- 18 Mayıs 2017 tarihleri arasında Kocaeli Üniversitesine ait 14 fakülte ve 56 bölüm içerisindeki öğrencilere uygulanmıştır. Fakülte ve bölüm bazında anket sayıları belirlenirken minimum 500 anket yapılacağı planlanmıştır. Ancak sorulara verilen cevaplardaki yanlışlıklar ve eksiklikler düşünülerek örneklem çerçevesi, hata payı eklenerek yaklaşık %16 genişletilmiş olup 580 anket yapılmıştır. Anketin yüz yüze mülakat tekniği ile yapılması sonucu yalnızca 26 ankette eksiklikler ve yanlışlıklar bulunmuş olup, çalışmaya 554 anket ile devam edilmiştir.

Araştırmanın verileri ilk olarak “SPSS 20” paket programına girilerek frekans dağılım tablolarının oluşturulması ve çapraz tablo istatistiklerinin elde edilmesi sağlanmıştır. Daha sonra veriler ekonometrik paket programı “Eviews 9.5” e aktarılarak ekonometrik analizler yapılmıştır.

2.2.1. Kocaeli Üniversitesine Ait Genel Bilgiler

1976 yılında kurulan Kocaeli Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi, Kocaeli Üniversitesinin bilinen ilk adıdır. Akademi alanında ilk olarak elektrik, makine, temel bilimler ve yabancı diller açılmıştır. Akademinin adı, 1982 yılında 41

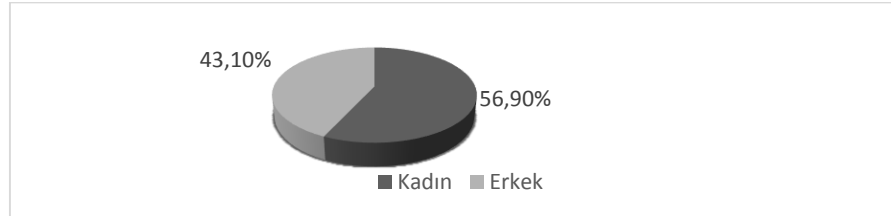
sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile “Kocaeli Mühendislik Fakültesi” olarak değiştirilmiş ve Akademi Yıldız Teknik Üniversitesi’ ne bağlanmıştır. Kocaeli Üniversitesi, 1992 yılında 6 fakülte, 1 meslek yüksekokulu ve 3 enstitü ile ülkemizin önde gelen bilim ve eğitim merkezlerinden biri olmuştur. Kocaeli Üniversitesi bugün 17 yerleşkede; 3 Enstitü, 16 Fakülte, 1 Devlet Konservatuarı, 6 Yüksekokul ve 21 Meslek Yüksekokulu olmak üzere toplam 47 birimde akademik faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte “Kocaeli Üniversitesi” yaklaşık 80.000 öğrenci ve 2000’ in üzerinde akademik personele sahiptir.

Çalışma kapsamında uygulanan “Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları” anketi, fakülte bazında bölümlere indirgenerek gerçekleştirilmiştir. Kocaeli Üniversitesi yukarıda belirttiğimiz gibi 16 fakülteye sahiptir. Ancak bu çalışmada, öğrenci yoğunluğu dolayısıyla rassal olarak 56 bölümden oluşan 14 fakülte baz alınmıştır. Fakülte bazında öğrenci sayısı ise fakültelerdeki öğrenci toplamı üzerinden yüzde şeklinde belirlenmiştir¹

2.2.2.Örneklem Kümesinin Demografik Özellikleri

Bu başlık altında Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyo-Demografik ve Ekonomik Özelliklerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır.

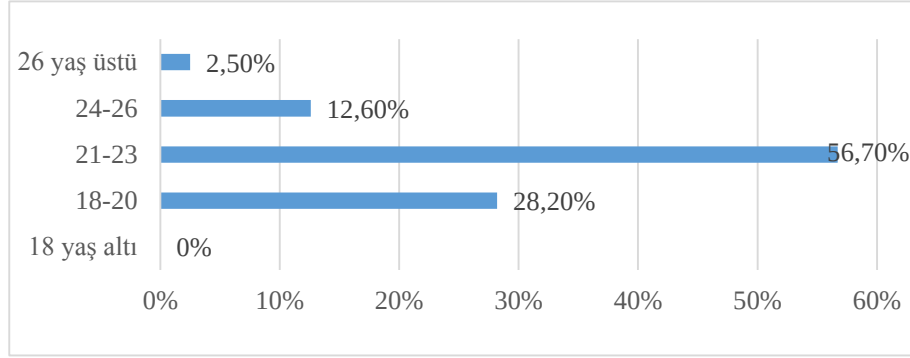
Grafik 1: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı



Örneklem kümesi; %56,9’ u yani 315 tanesi kadın, %43,1’ i yani 239 tanesi erkek olmak üzere toplam 554 kişiden oluşmaktadır.

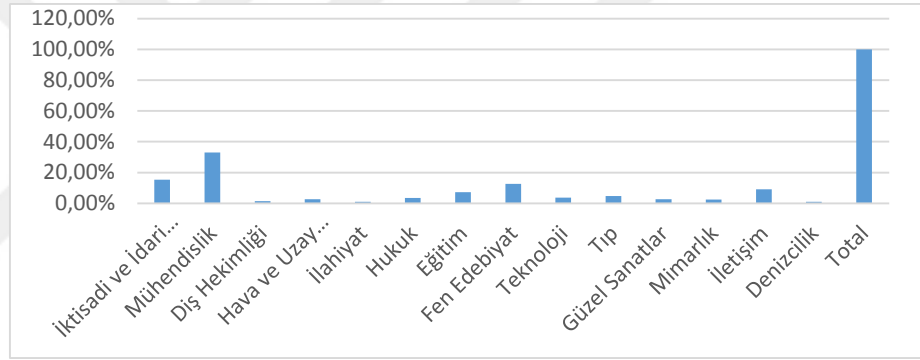
¹ Detaylı bilgi için: <http://www.kocaeli.edu.tr/hakkimizda/plan-rapor-genelge/dosyalar/2015-yili-ic-degerlendirme-raporu.pdf>

Grafik 2 :Öğrencilerin Yaş Dağılımı



Örneklem kümesini oluşturan 554 öğrencinin büyük bir çoğunluğu olan %56,70' i 21-23, %28,20' si 18-20, %12,60' ı ise 24-26 yaş aralığındayken, en düşük oranla %2,50' si 26 yaş ve üstü aralığındadır.

Grafik 3 :Öğrencilerin Fakülte Dağılımı



Üniversite öğrencilerinin tüketim davranışlarını incelemek amacıyla yapılan anket çalışması 14 fakülte' ye uygulanmıştır. Örneklem kümesinin fakülte dağılımı öğrenci yoğunluğuna göre belirlenmiş olup fakültelerdeki bölüm ve öğrenci sayısına göre bölüm başına en az 5 anket yapılmıştır.

Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin; %32,9' u Mühendislik Fakültesi, %15,3' ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %12,6' sı Fen Edebiyat Fakültesi, %9' u İletişim Fakültesi, % 7,2' si Eğitim Fakültesi, %4,7' si Tıp Fakültesi, %3,6' sı Teknoloji Fakültesi , %3,4' ü Hukuk Fakültesi, %2,7' si Güzel Sanatlar Fakültesi ve Hava ve Uzay Bilimleri Fakültesi, %2,5' i Mimarlık Fakültesi, %1,40' ı Diş Hekimliği Fakültesi, %0,9' u Denizcilik ve İlahiyat Fakültesini oluşturmaktadır.

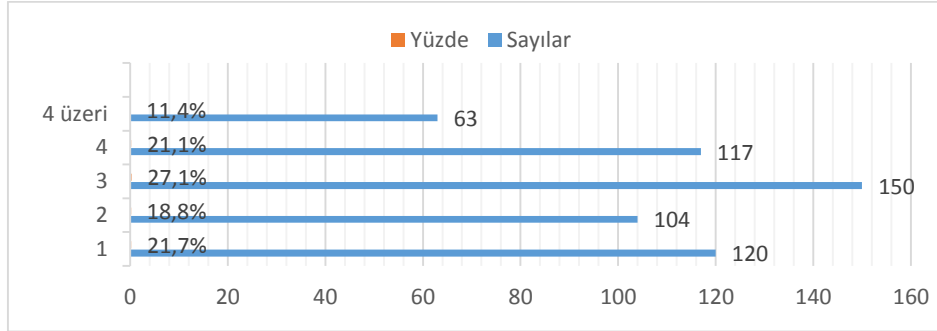
Tablo 1 : Öğrencilerin Bölüm Dağılımı

BÖLÜM ADI	SAYILAR	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
İktisat	17	3,1	3,1	3,1
Uluslararası İlişkiler	17	3,1	3,1	6,1
İşletme	17	3,1	3,1	9,2
Çalışma Ekonomisi	17	3,1	3,1	12,3
Siyaset Bilimi	17	3,1	3,1	15,3
Tıp	26	4,7	4,7	20,0
Fizik	7	1,3	1,3	21,3
Kimya	7	1,3	1,3	22,6
Matematik	7	1,3	1,3	23,8
Türk Dili ve Edebiyatı	7	1,3	1,3	25,1
Felsefe	7	1,3	1,3	26,4
Arkeoloji	7	1,3	1,3	27,6
Tarih	7	1,3	1,3	28,9
Biyoloji	7	1,3	1,3	30,1
Psikoloji	7	1,3	1,3	31,4
İngiliz Dili ve Edebiyatı	7	1,3	1,3	32,7
Bilgisayar Mühendisliği	14	2,5	2,5	35,2
Çevre Mühendisliği	16	2,9	2,9	38,1
Elektrik Mühendisliği	13	2,3	2,3	40,4
Elektronik Haberleşme Mühendisliği	14	2,5	2,5	43,0
Endüstri Mühendisliği	14	2,5	2,5	45,5
İnşaat Mühendisliği	14	2,5	2,5	48,0
Jeofizik Mühendisliği	14	2,5	2,5	50,5
Jeoloji Mühendisliği	15	2,7	2,7	53,2
Makine Mühendisliği	14	2,5	2,5	55,8
Metalurji Malzeme Mühendisliği	14	2,5	2,5	58,3
Kimya Mühendisliği	14	2,5	2,5	60,8
Mekatronik Mühendisliği	12	2,2	2,2	63,0
Harita Mühendisliği	14	2,5	2,5	65,5
Mimarlık	7	1,3	1,3	66,8
İç Mimarlık	7	1,3	1,3	68,1
Hukuk	19	3,4	3,4	71,5
Gazetecilik	10	1,8	1,8	73,3
Halka İlişkiler ve Tanıtım	10	1,8	1,8	75,1
Radio Televizyon ve Sinema	10	1,8	1,8	76,9
Görsel İletişim Tasarımı	10	1,8	1,8	78,7
Reklamcılık	10	1,8	1,8	80,5
Sınıf Öğretmenliği	5	0,9	0,9	81,4
Fen Bilgisi Öğretmenliği	5	0,9	0,9	82,3
İlköğretim Matematik Öğretmenliği	5	0,9	0,9	83,2
İngilizce Öğretmenliği	5	0,9	0,9	84,1
Okul Öncesi Öğretmenliği	5	0,9	0,9	85,0
Türkçe Öğretmenliği	5	0,9	0,9	85,9
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	5	0,9	0,9	86,8
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği	5	0,9	0,9	87,7
Dış Hekimliği	8	1,4	1,4	89,2
İlahiyat	5	0,9	0,9	90,1
Denizcilik	5	0,9	0,9	91,0
Otomotiv Mühendisliği	5	0,9	0,9	91,9
Enerji Sistemleri Mühendisliği	5	0,9	0,9	92,8
Biyomedikal Mühendisliği	5	0,9	0,9	93,7
Bilişim Sistemleri Mühendisliği	5	0,9	0,9	94,6
Uçak Elektrik Elektronik	5	0,9	0,9	95,5
Uçak Gövde Motor Bakım	5	0,9	0,9	96,4
Havacılık	5	0,9	0,9	97,3
Güzel Sanatlar	15	2,7	2,7	100,0
Toplam	554	100,0	100,0	

Üniversite öğrencilerinin tüketim davranışları anketi, fakülte bazında 56 bölüm üzerinde gerçekleştirilmiştir. Örneklem sayısı bölümlerdeki öğrenci yoğunluğuna göre

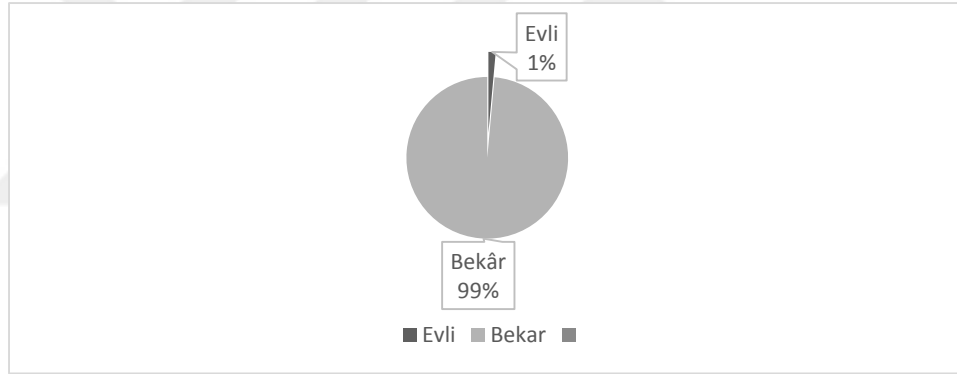
belirlenmiş olup, her bölüme en az 5 anket yapılmıştır. Tablo 1’ de görüldüğü gibi en yoğun bölüm % 4,7 ile Tıp fakültesidir.

Grafik 4 :Öğrencilerin Sınıf Dağılımı



Örneklem kümesinin %27,1’ i 3.sınıf, %21,7’si 1.sınıf , %21,1’ i 4. sınıf, %18,8 ‘i 2. Sınıf ve %11,4’ ü 4.sınıfın üzerinde olan öğrencilerden oluşmaktadır.

Grafik 5: Öğrencilerin Medeni Durum Dağılımı



Örneklem kümesini oluşturan 554 öğrencinin yalnızca %1’ i yani 8’ i evli iken, geriye kalan %99’ u yani 546’ sı bekârdır.

Tablo 2: Öğrencilerin Ailedeki Birey Sayısına Göre Dağılımı

Birey Sayısı	Sayılar	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	3	0,5	0,5	0,5
2	22	4	4	4,5
3	81	14,6	14,6	19,1
4	214	38,6	38,6	57,8
5	133	24	24	81,8
6	56	10,1	10,1	91,9
7	25	4,5	4,5	96,4
8	10	1,8	1,8	98,2
9	2	0,4	0,4	98,6
10	7	1,3	1,3	99,8
12	1	0,2	0,2	100
Toplam	554	100	100	

Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerden en kalabalık aile olan 12 kişilik aile de büyüyen yalnızca 1 kişi varken, en az birey olan 1 kişilik ailede bulunan 3 kişi bulunmaktadır.

Bununla birlikte öğrencilerin %4' ü 2 kişilik, %14,6' sı 3 kişilik, %38,6' sı 4 kişilik, % 24' ü 5 kişilik, %10,1' i 6 kişilik, %4,5' i 7 kişilik, %1,8' i 8 kişilik, % 0,4' ü 9 kişilik, %1,3' ü ise 10 kişilik ailede bulunmaktadır.

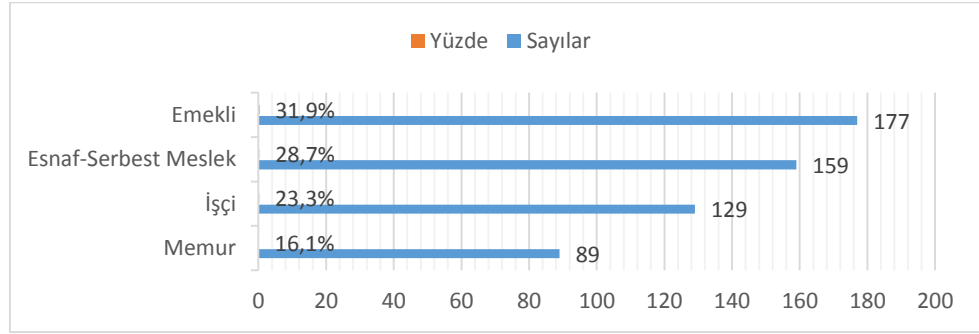
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tanımına göre çekirdek aile; sadece eşlerden oluşan veya eşler ve çocuklardan oluşan, ya da ebeveyn ve çocuklarından oluşan aile yapılarıdır. Birden fazla çekirdek aile veya en az bir çekirdek aile ve aileden olmayan en az 1 kişiden oluşan aile yapısı ise geniş aile kategorisinde bulunmaktadır. TÜİK (2016) hane halkı verilerine göre; çekirdek aile sayısı toplam hane halkı sayısının %66,4' ünü, geniş aile %16,3' ünü oluştururken, tek kişilik hane halkı sayısı ise %14,9' unu oluşturmaktadır. Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri temel alınarak yapılan anket çalışması verilerini incelediğimizde Tablo 2' de görüldüğü gibi, tek kişilik ailede yaşayan oran örneklem kümesinin yalnızca %5' ini oluşturmaktadır. Anket sorularımızda yalnızca ailedeki birey sayısı sorulduğu için, diğerlerinin çekirdek aile veya geniş aile olup olmaması konusunda yorum yapılamamaktadır. Tek kişilik aile oranının düşük çıkması, anketin öğrenciler üzerine uygulanmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 3: : Ailedeki Öğrenci Sayısına Göre Dağılımı

Öğrenci Sayısı	Sayılar	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	191	34,5	34,5	34,5
2	228	41,2	41,2	75,6
3	92	16,6	16,6	92,2
4	34	6,1	6,1	98,4
5	8	1,4	1,4	99,8
6	1	0,2	0,2	100,0
Toplam	554	100,0	100,0	

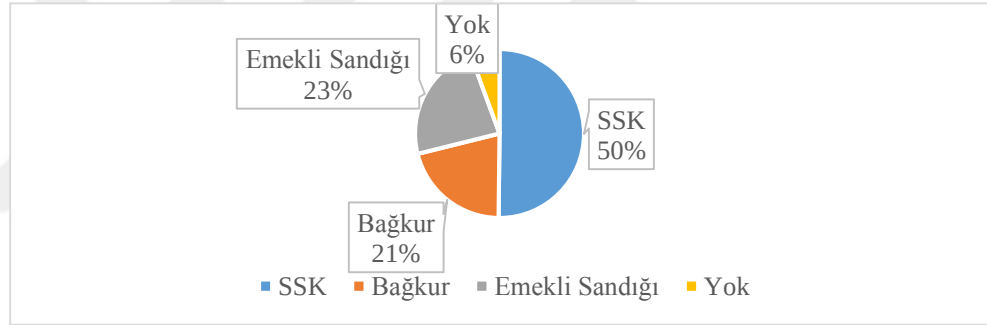
Tablo 3' de görüldüğü gibi örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin %41,2' sinde öğrenci sayısı 2, %34,5' unda öğrenci sayısı 1 olarak bulunmuşken, yalnızca %0,2' sinin öğrenci sayısının 6 olduğu görülmüştür.

Grafik 6: Aile Reisinin Mesleği ve Sosyal Güvencesine Göre Dağılımı



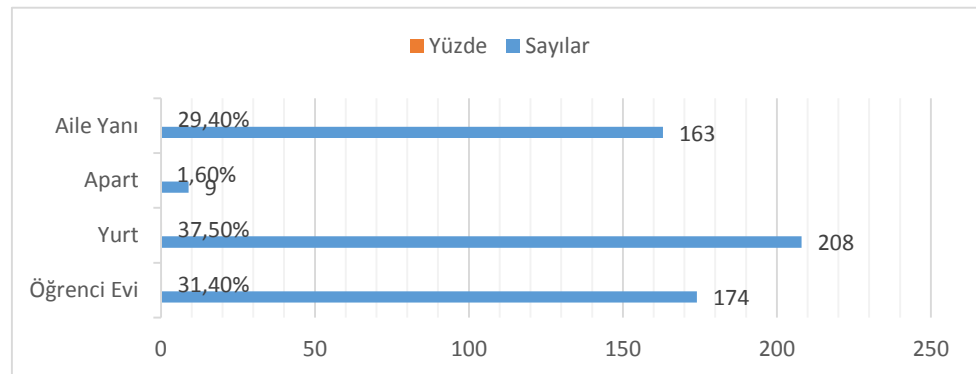
Öğrencilerin %31,9' u emekli ailelerin, %28,7' si esnaf-serbest meslek, %23,3' ü işçi, %16,1' inin ise memur çocuğu olduğu görülmüştür. Sonuç olarak öğrencilerin yarısından fazlası memur, işçi veya emekli gibi sabit fakat düzenli geliri olan ailelere sahiptir.

Grafik 7: Aile Reisinin Sosyal Güvencesine Göre Dağılımı



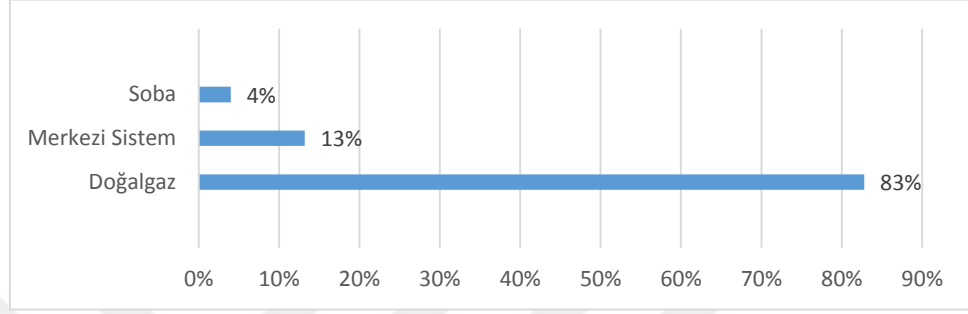
Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin % 50' sinin aile reisinin sosyal güvencesinin SSK olduğu, %6' sının ise ailelerinin sosyal güvencesinin bulunmadığı görülmüştür. Bununla birlikte diğer öğrencilerin aile reisinin sosyal güvencesinin %23 oranında Emekli Sandığı, %21 oranında ise BAĞ-KUR olduğu saptanmıştır.

Grafik 8: Öğrencilerin Kaldığı Yere Göre Dağılımı



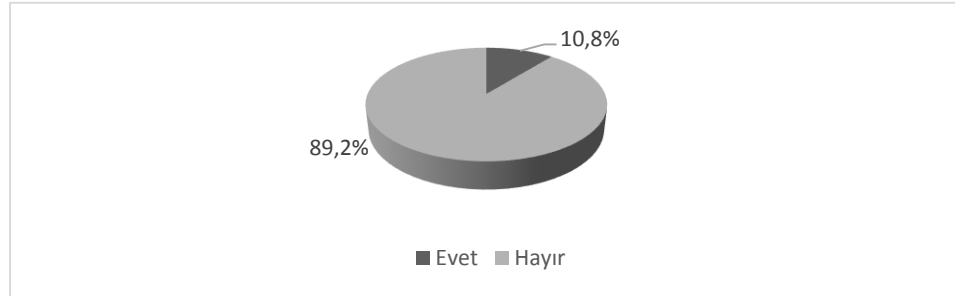
Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin %37,5' i yurt, %31,40' ı öğrenci evi, %29,40'ı aile yanı, %1,60' ı ise apart dairelerde kaldığını belirtmiştir. Kocaeli merkezi konum olarak İstanbul' a en yakın büyük şehirlerden biri olması nedeniyle öğrencilerin büyük bir çoğunluğu servis veya farklı araçlar kullanarak aile yanında kalmayı tercih etmektedirler.

Grafik 9: Öğrencilerin Ev Isıtma Sistemine Göre Dağılımı



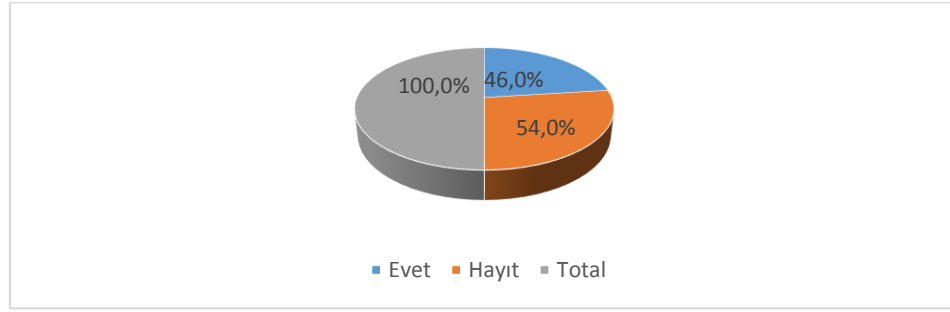
Üniversite öğrencilerinin tüketim davranışlarını incelemek amacıyla yapılan anket çalışmamızda, öğrencilerin öğrenci evlerindeki ısıtma şeklini öğrenmek amacıyla sorulan sorumuza örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin yarısından fazlası ailelerinin oturduğu evlere göre cevaplamışlardır. Bu yüzden verilen cevaplar evde kalan kişi sayılarına göre tekrar değerlendirilerek belirlenmiştir. Bu verilere göre öğrencilerin %83' ü evini doğalgazla ısıtırken, %13' ü merkezi sistem, %4' ü ise sobayla ısıtmaktadır.

Grafik 10: Öğrencilerin Araç Sahipliğine Göre Dağılımı



Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin %89,2' sin kendine ait özel aracı yokken, %10,8' inin kendine ait özel aracı bulunmaktadır.

Grafik 11: Öğrencilerin Kredi Kartı Kullanımına Göre Dağılımı



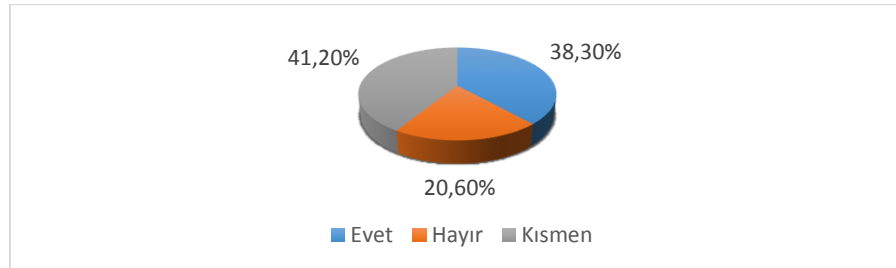
Uygulanan anket sonuçlarına göre öğrencilerin %46' sı kredi kartı kullanırken, %54' ü kredi kartı kullanmamaktadır.

Tablo 4 : Öğrencilerin Kredi Kartı Kullanma Sebeplerine Göre Dağılımı

		Kredi Kartı Kullanma sebepleri				
		Taksit seçenekleri	Özel indirim avantajları	Nakit Yetersizliği	Düzenli Harcama Sağlaması	Hepsi
Kredi kartı kullanımına göre	Evet	107	13	75	18	41
		42,0%	5,1%	29,4%	7,1%	16,1%
	Hayır	0	0	0	0	0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

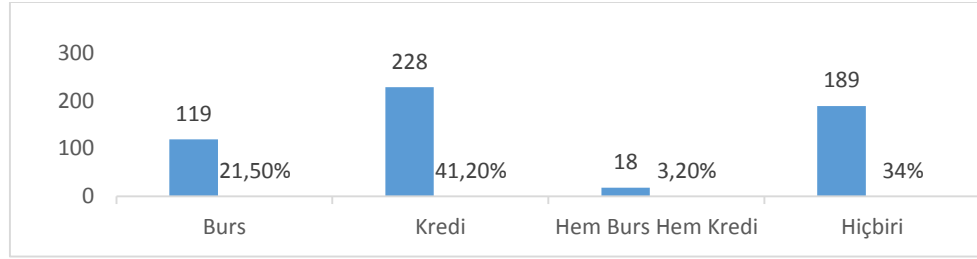
Kredi kartı kullanan öğrencilerinin %42' si taksit seçenekleri, %29,4' ü nakit yetersizliği, %7,1' i düzenli harcama sağlaması, %5,1' i özel indirim avantajları sağlamasından dolayı kredi kartı kullandığını belirtirken, %16,1' i kredi kartı kullanmasının tüm seçeneklere dayandığını belirtmiştir.

Grafik 12: Öğrencilerin Geliri ile İstenilen Harcamanın Yapılabilmesine Göre Dağılımı



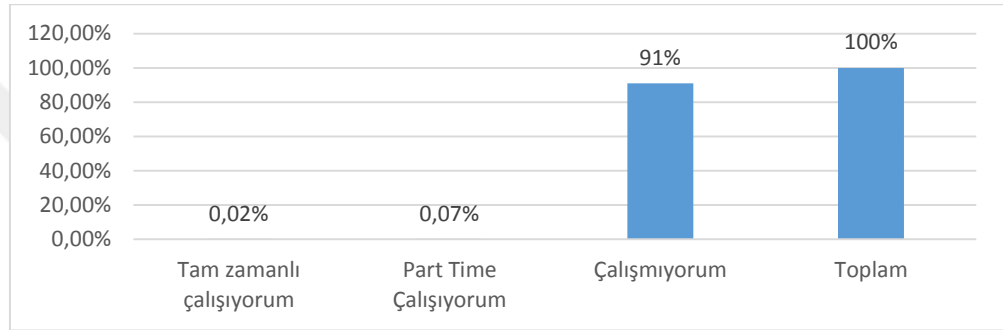
Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin %38,30' u geliri ile istediği harcamayı yapabildiğini belirtirken, %20,60' sı istediği harcamayı yapamadığını %41,20' si ise kısmen yapabildiğini belirtmiştir.

Grafik13: Öğrencilerin Burs-Kredi Dağılımı



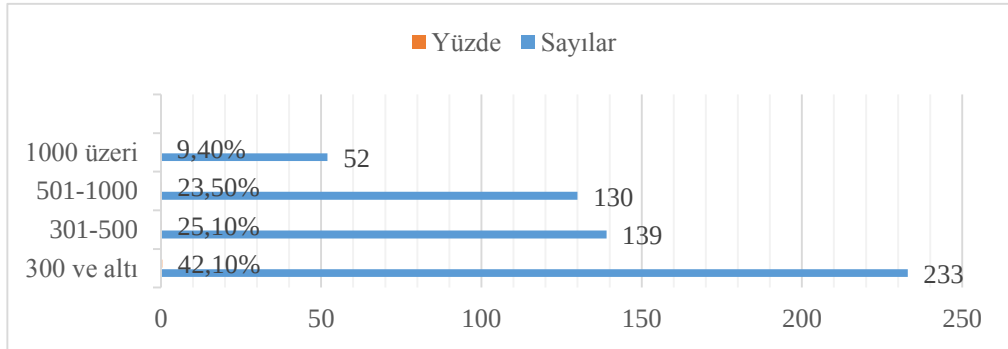
Uygulanan anket çalışmasında, örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin %21,50' si burs, %41,20' si kredi, %3,20' si hem burs hem kredi alırken, %34' ü hiçbirini almamaktadır.

Grafik 14: Öğrencilerin Çalışma Durumuna Göre Dağılımı



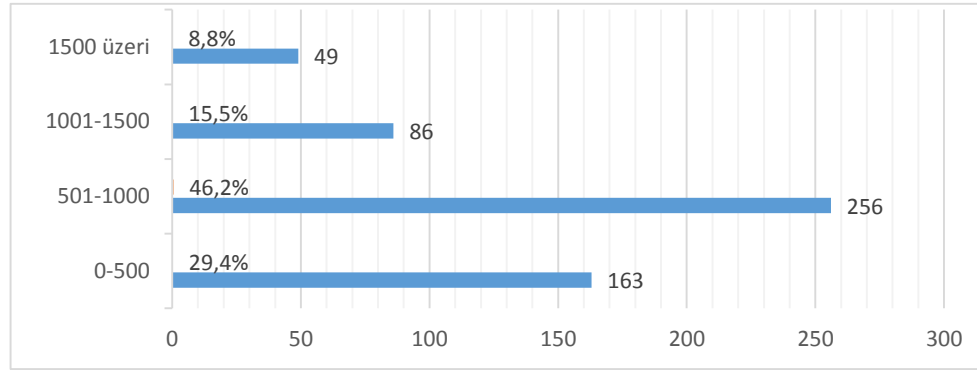
Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin yalnızca %0,02' si tam zamanlı çalışırken, %91' lik kısmı çalışmadığını, %0,07' si ise part-time çalıştığını belirtmiştir.

Grafik 15: Öğrencilerin Aylık Harçlık Miktarına Göre Dağılımı



Grafik 15, örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin ailelerinde aldıkları aylık harçlık miktarına göre dağılımı göstermektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu olan % 42,1' i ailelerinden 300 TL ve altı harçlık alırken % 9,4' lük kısmın 1000 TL ve üzeri harçlık aldığı görülmektedir. Bununla birlikte öğrencilerin %25, 1' i 301-500 TL arası, %23,5' i ise 501-1000 TL arası harçlık almaktadır.

Grafik 16: Öğrencilerin Aylık Gelirine Göre Dağılımı



Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin neredeyse yarısı 501-1000 TL arası gelir ile geçinmekteyken %8,8' i 1500 TL üzeri gelir elde etmektedir. Aynı kümeyi oluşturan %29,4' lük kısım 0-500 TL arası, %15,5' lik kısım ise 1001-1500 TL arası gelir ile geçinmektedir. Grafik incelendiğinde yoğunluğun 501-1000 TL ve 0-500 TL arasında olduğunu görülmektedir. 1500 TL üzeri gelir elde eden kısım ise %10' luk dilime dahi girememiştir.

2.2.3.Çapraz Analizler ve Bulgular

Tablo5 :Cinsiyet İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki

Giyim ve Ayakkabı arasındaki ilişki	Ki-Kare=32,18 p: 0,074
Gıda ve Alkolsüz İçecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=47,98 p:0,044
Alkollü İçecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=43,74 p:0,003
Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer arasındaki ilişki	Ki-Kare=74,37 p:0,000
Sağlık arasındaki ilişki	Ki-Kare=23,16 p:0,10
Ulaştırma arasındaki ilişki	Ki-Kare=45,46 p:0,18
Haberleşme arasındaki ilişki	Ki-Kare=46,62 p:0,091
Kültür ve Eğlence arasındaki ilişki	Ki-Kare=20,49 p: 0,36
Eğitim arasındaki ilişki	Ki-Kare =39,50 p:0,024
Kişisel Bakım arasındaki ilişki	Ki-Kare=42,21 p:0,003

H_0 : Cinsiyet ile Harcama Grubu arasında ilişki yoktur.

H_1 : Cinsiyet ile harcama grubu arasında ilişki vardır

Test sonuçları incelendiğinde “p” değeri 0,05’ ten küçük olan değişkenler arasında ilişki olduğu söylenebilir.

Cinsiyet ile gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecekler, konut, su elektrik, eğitim ve kişisel bakım harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ve H_0 hipotezi reddedilir.

Tablo 6: Fakülte İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki

Giyim ve Ayakkabı arasındaki ilişki	Ki-Kare=261,11 p:0,85
Gıda ve Alkolsüz içecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=496,92 p:0,01
Alkollü içecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=378,88 p:0,00
Konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlar arasındaki ilişki	Ki-Kare=539,43 p:0,01
Sağlık arasındaki ilişki	Ki-Kare=144,18 p:1,00
Ulaştırma arasındaki ilişki	Ki-Kare=561,23 p:0,01
Haberleşme arasındaki ilişki	Ki-Kare=433,05 p:0,76
Kültür ve Eğlence arasındaki ilişki	Ki-Kare= 245,55 p:0,51
Eğitim arasındaki ilişki	Ki-Kare=495,34 p:0,00
Kişisel bakım arasındaki ilişki	Ki-Kare=239,22 p:0,81

H_0 : Fakülte ile Harcama Grubu arasında ilişki yoktur.

H_1 : Fakülte ile harcama grubu arasında ilişki vardır.

Test sonuçları incelendiğinde “p” değeri 0,05’ ten küçük olan değişkenler arasında ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 6’ ya bakıldığında fakülte ile gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecekler, konut, su, elektrik vb. ulaştırma ve eğitim harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ve H_0 hipotezi reddedilir.

Tablo 7 : Medeni Durum İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki

Giyim ve Ayakkabı arasındaki ilişki	Ki-Kare=90,07 p:0,00
Gıda ve Alkolsüz içecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=90,82 p:0,00
Alkollü içecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=3,28 p:1,00
Konut su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlar arasındaki ilişki	Ki-Kare=55,45 p:0,02
Sağlık arasındaki ilişki	Ki-Kare=17,86 p:0,33
Ulaştırma arasındaki ilişki	Ki-Kare=6,79 p:1,00
Haberleşme arasındaki ilişki	Ki-Kare=20,02 p:0,98
Kültür ve Eğlence arasındaki ilişki	Ki-Kare=37,16 p:0,00
Eğitim arasındaki ilişki	Ki-Kare=8,44 p:0,99
Kişisel bakım arasındaki ilişki	Ki-Kare=6,99 p:0,99

H_0 : Medeni durum ile Harcama Grubu arasında ilişki yoktur.

H_1 : Medeni durum ile harcama grubu arasında ilişki vardır

Test sonuçları incelendiğinde “p” değeri 0,05’ ten küçük olan değişkenler arasında ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 7’ de görüldüğü gibi medeni durum ile giyim, ayakkabı, gıda ve alkolsüz içecekler, konut, su, elektrik vb. kültür ve eğlence harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ve H_0 hipotezi reddedilir.

Tablo 8 : Ailedeki Birey Sayısı İle Harcama Kategorileri Arasındaki İlişki

Giyim ve Ayakkabı arasındaki ilişki	Ki-Kare=147,32 p:1,00
Gıda ve Alkolsüz içecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=402,10 p:0,00
Alkollü içecekler arasındaki ilişki	Ki-Kare=325,49 p:0,00
Konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlar arasındaki ilişki	Ki-Kare=263,13 p:1,00
Sağlık arasındaki ilişki	Ki-Kare=137,98 p:0,89
Ulaştırma arasındaki ilişki	Ki-Kare=394,13 p:0,29
Haberleşme arasındaki ilişki	Ki-Kare=421,91 p:0,00
Kültür ve Eğlence arasındaki ilişki	Ki-Kare=165,85 p:0,89
Eğitim arasındaki ilişki	Ki-Kare=219,22 p:0,82
Kişisel bakım arasındaki ilişki	Ki-Kare=173,90 p:0,90

H_0 : Ailedeki birey sayısı ile harcama grubu arasında ilişki yoktur.

H_1 : Ailedeki birey sayısı ile harcama grubu arasında ilişki vardır.

Test sonuçları incelendiğinde “p” değeri 0,05’ ten küçük olan değişkenler arasında ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 8’ e bakıldığında ailedeki birey sayısı ile gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecekler ve haberleşme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Bu nedenle H_0 hipotezi reddedilir.

Tablo 9: Aylık Toplam Gelir İle Tasarruf Arasındaki İlişki

Tasarruf Miktarı	Aylık Toplam Gelir			
	0-500	501-1000	1001-1500	1500 üzeri
0	113	175	53	29
	30,5%	47,3%	14,3%	7,8%
10 TL	1	0	1	0
	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
15 TL	0	1	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
20 TL	3	0	0	0
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
30 TL	3	1	0	0
	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
50 TL	18	15	6	1
	45,0%	37,5%	15,0%	2,5%
75 TL	0	3	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
80 TL	1	1	0	0
	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
90	1	0	0	0
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
100	16	33	7	4
	26,7%	55,0%	11,7%	6,7%
120	0	1	0	0
	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
150	3	6	4	0
	23,1%	46,2%	30,8%	0,0%
200	2	13	7	5
	7,4%	48,1%	25,9%	18,5%
250	1	1	2	1
	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%
300	1	4	3	3
	9,1%	36,4%	27,3%	27,3%
400	0	1	1	0
	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%
500	0	1	2	3
	0,0%	16,7%	33,3%	50,0%
800	0	0	0	1
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
1000	0	0	0	1
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
1400	0	0	0	1
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

 $\chi^2 = 103,98$ p:0,000

Aylık toplam gelir ile tasarruf arasındaki ilişki “Ki-Kare” bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. “P” değeri < 0,05 olduğu için aylık toplam gelir ile tasarruf arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilir.

Tablo 9’ a bakıldığında; geliri 0-500 TL arasında olan öğrencilerin %30,5’ i, 501-1000 TL arasında olan öğrencilerin %47,3’ ü, 1001-1500 TL arasında olan öğrencilerin %14,3’ ü, 1500 TL üzeri olan ailelerin %7,8’ i tasarrufta bulunmadıklarını belirtmiş olup, örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin diğerleri minimum 10 TL, maksimum 1400 TL tasarruf yaptıklarını belirtmiştir.

Tablo10: Aylık Toplam Gelir ile Cinsiyet Arasındaki İlişki

			Aylık Toplam Gelir				TOPLAM
			0-500	501-1000	1001-1500	1500 üzeri	
Cinsiyet	Kadın	Frekans	110	142	38	25	315
		Cinsiyet içindeki %	34,9%	45,1%	12,1%	7,9%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	67,5%	55,5%	44,2%	51,0%	56,9%
		Toplam%	19,9%	25,6%	6,9%	4,5%	56,9%
	Erkek	Frekans	53	114	48	24	239
		Cinsiyet içindeki %	22,2%	47,7%	20,1%	10,0%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki%	32,5%	44,5%	55,8%	49,0%	43,1%
		Toplam%	9,6%	20,6%	8,7%	4,3%	43,1%
TOPLAM		Frekans	163	256	86	49	554
		Cinsiyet içindeki %	29,4%	46,2%	15,5%	8,8%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Toplam %	29,4%	46,2%	15,5%	8,8%	100,0%

$$\chi^2 = 14.016 \quad p: 0,003$$

Aylık toplam gelirin cinsiyete göre farklılık göstereceği düşünülerek yapılan çapraz analiz sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($\chi^2 = 14.016$ P: 0,003). Yapılan analiz sonucu cinsiyete göre aylık toplam gelirin değiştiği görülmüştür. Tablo 10’ a bakıldığında kız öğrencilerin büyük çoğunluğu 0-500 ve 501-1000 TL arası gelire sahipken, erkek öğrencilerin büyük bir çoğunluğu 1001-1500 ve 1500 TL üzeri gelire sahiptir. Sonuç olarak kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla daha düşük gelir seviyesine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo11: Fakülte ile Aylık Toplam Gelir İlişkisi

			Aylık Toplam Gelir				TOPLAM
			0_500	501_1000	1001_1500	1500_ustu	
Fakülte	İktisadi ve İdari Bilimler	Frekans	29	37	11	8	85
		Fakülte içindeki %	34,1%	43,5%	12,9%	9,4%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	17,8%	14,5%	12,8%	16,3%	15,3%
		Toplam %	5,2%	6,7%	2,0%	1,4%	15,3%
	Mühendislik	Frekans	44	86	39	13	182
		Fakülte içindeki %	24,2%	47,3%	21,4%	7,1%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	27,0%	33,6%	45,3%	26,5%	32,9%
		Toplam %	7,9%	15,5%	7,0%	2,3%	32,9%
	Diş Hekimliği	Frekans	2	4	1	1	8
		Fakülte içindeki %	25,0%	50,0%	12,5%	12,5%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	1,2%	1,6%	1,2%	2,0%	1,4%
		Toplam %	,4%	,7%	,2%	,2%	1,4%
	Hava ve Uzay Bilimleri	Frekans	2	7	4	2	15
		Fakülte içindeki %	13,3%	46,7%	26,7%	13,3%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	1,2%	2,7%	4,7%	4,1%	2,7%
		Toplam %	,4%	1,3%	,7%	,4%	2,7%
	İlahiyat	Frekans	2	3	0	0	5
		Fakülte içindeki %	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	1,2%	1,2%	0,0%	0,0%	,9%
		Toplam %	,4%	,5%	0,0%	0,0%	,9%
	Hukuk	Frekans	11	8	0	0	19
		Fakülte içindeki %	57,9%	42,1%	0,0%	0,0%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	6,7%	3,1%	0,0%	0,0%	3,4%
		Toplam %	2,0%	1,4%	0,0%	0,0%	3,4%
	Eğitim	Frekans	15	20	4	1	40
		Fakülte içindeki %	37,5%	50,0%	10,0%	2,5%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	9,2%	7,8%	4,7%	2,0%	7,2%
		Toplam %	2,7%	3,6%	,7%	,2%	7,2%
	Fen edebiyat	Frekans	28	33	4	5	70
		Fakülte içindeki %	40,0%	47,1%	5,7%	7,1%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	17,2%	12,9%	4,7%	10,2%	12,6%
		Toplam %	5,1%	6,0%	,7%	,9%	12,6%
	Teknoloji	Frekans	6	7	4	3	20
		Fakülte içindeki %	30,0%	35,0%	20,0%	15,0%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	3,7%	2,7%	4,7%	6,1%	3,6%
		Toplam %	1,1%	1,3%	,7%	,5%	3,6%
	Tıp	Frekans	1	11	10	4	26
		Fakülte içindeki %	3,8%	42,3%	38,5%	15,4%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	,6%	4,3%	11,6%	8,2%	4,7%

	Güzel Sanatlar	Toplam %	,2%	2,0%	1,8%	,7%	4,7%
		Frekans	1	4	3	7	15
		Fakülte içindeki %	6,7%	26,7%	20,0%	46,7%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	,6%	1,6%	3,5%	14,3%	2,7%
		Toplam %	,2%	,7%	,5%	1,3%	2,7%
	Mimarlık	Frekans	3	7	1	3	14
		Fakülte içindeki %	21,4%	50,0%	7,1%	21,4%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	1,8%	2,7%	1,2%	6,1%	2,5%
		Toplam %	,5%	1,3%	,2%	,5%	2,5%
	İletişim	Frekans	17	26	5	2	50
		Fakülte içindeki %	34,0%	52,0%	10,0%	4,0%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	10,4%	10,2%	5,8%	4,1%	9,0%
		Toplam %	3,1%	4,7%	,9%	,4%	9,0%
	Denizcilik	Frekans	2	3	0	0	5
		Fakülte içindeki %	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	1,2%	1,2%	0,0%	0,0%	,9%
		Toplam %	,4%	,5%	0,0%	0,0%	,9%
TOPLAM		Frekans	163	256	86	49	554
		Fakülte içindeki %	29,4%	46,2%	15,5%	8,8%	100,0%
		Aylık Toplam Gelir içindeki %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Toplam %	29,4%	46,2%	15,5%	8,8%	100,0%

$\chi^2 = 170,95$ p:0,000

2.3.AMPİRİK ANALİZ

Çalışmanın bu kısmında, örneklem kümesindeki veriler kullanılmak suretiyle iktisadi, istatistiki ve ekonometrik analizler aracılığıyla “Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” incelenmiştir.

2.3.1.Araştırmanın İktisadi Analizi

2.3.1.1.Harcama Gruplarının Üniversite Öğrencileri Bütçesi İçindeki Payları

Bu başlıkta; Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin çeşitli mal gruplarına yapmış oldukları harcamalar ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Bu amaçla TÜİK’ in yapmış olduğu Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi’ndeki mal gruplandırmaları ve daha önce yapılmış olan diğer çalışmalardan yola çıkılarak, üniversite öğrencileri için uygun görülen 10 mal grubu ele alınıp, toplam harcama içindeki payları araştırılmıştır. Çalışmada uygulanan “Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anket sonuçlarına göre üniversite

öğrencilerinin bütçelerinden harcama gruplarına ayırdıkları pay tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12’ de görüldüğü gibi, Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin harcama grupları içinde ayırdığı en büyük pay %19 ile “Gıda ve Alkolsüz İçecekler” grubuna aittir. Yani 422.875 TL olan toplam tüketim harcamaları içinde gıda ve alkolsüz içeceklere ayrılan pay 80.355 TL’ dir. TÜİK 2016 verilerine bakıldığında harcama grupları içinde en büyük pay %25,2 ile “Konut ve Kira” harcamalarına aittir. Üniversite öğrencilerine uygulanan anket sonuçlarına göre gıda ve alkolsüz içeceklerden sonra en büyük pay %17 ile “Konut, Su, Elektrik ve Diğer Yakıtlara” aittir. Bu çalışmada örneklem kümesi olarak üniversite öğrencileri seçilmiştir. Grafik 8’ de gösterildiği gibi öğrencilerin %37,5’ i yurttadır. Dolayısıyla ankette sorulan konut, su, elektrik ve diğer yakıtlar harcama grubu sorusunu yurttan kalan öğrenciler 0 olarak cevaplandırmıştır. Bu nedenle TÜİK verileri aksine en büyük pay “Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcama grubuna aittir. Ancak TÜİK verileri incelendiğinde bütçe içindeki paylara göre ikinci sırayı %19,5 ile “Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcama grubu almaktadır. Görüldüğü gibi çalışmada yapılan anket sonuçları ile TÜİK verileri benzerlik göstermektedir.

Tablo 12: Harcama Gruplarının Bütçe içindeki Paylarına Göre Dağılımı

Harcama Grupları	MUTLAK DEĞER	YÜZDE ORAN (%)
Giyim ve Ayakkabı	63.565 TL	%15
Gıda ve Alkolsüz İçecekler	80.355 TL	%19
Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	27.830 TL	%7
Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar	70.710 TL	%17
Sağlık	9.230 TL	%2
Ulaştırma	57.012 TL	%13
Haberleşme	22.913 TL	%5
Kültür ve Eğlence	32.655 TL	%8
Eğitim	28.235 TL	%7
Kişisel Bakım	28.955 TL	%7

Bununla birlikte “Giyim ve Ayakkabı” grubunun toplam harcama içindeki payı oransal olarak %15’ tir. Bu oranın “TÜİK Hane Halkı Verileri Anketi” sonuçlarının aksine bu derece yüksek çıkmasının nedeni; örneklem kümesini genç kitlenin oluşturmasıdır. Üniversite öğrencilerinin hane halkı reisine göre “Giyim ve Ayakkabı” harcama grubuna daha fazla pay ayırdığı görülmüştür.

Toplam harcama grubu içinde giyim ve ayakkabı harcama grubundan sonra dördüncü sırada %13 oranla “Ulaştırma” harcama grubu gelmektedir. Ulaştırma harcamalarının toplam harcama içindeki payı 57.012 TL’ dir. Kocaeli Üniversitesi, kurulu bulunduğu konum ve sahip olduğu öğrenci nüfusu göz önüne alındığında, yakın çevresi itibariyle sınırlı barınma imkânlarına sahiptir. Bu nedenle üniversite çevresindeki yurtlarda kalmayan öğrenciler okula ulaşımını dolmuş veya özel araçları ile sağlamaktadır. Aynı zamanda öğrenciler ailelerinin yanlarına gitmek için otobüs, uçak, tren vb. ulaşım aracı kullanmaktadır. Bu nedenle ulaştırma harcamalarının toplam harcama grubu içindeki payı yüksektir.

Ulaştırma harcamalarından sonra tüketim harcamaları içindeki en büyük pay %8 ile “Kültür ve Eğlence” harcama grubuna aittir. Kültür ve Eğlence harcamalarının tüketim harcamaları içindeki payı 32.655 TL’ dir.

Tablo 12’ ye bakıldığında ; “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri”, “Eğitim ve Kişisel Bakım” harcamalarının tüketim harcamaları içindeki payı %7 ile aynıdır. Ancak alkollü içecekler ve tütün ürünlerinin mutlak değeri 27.830 TL, Eğitim harcamalarının mutlak değeri 28.235 TL, Kişisel Bakım harcamalarının mutlak değeri ise 28.955 TL olarak hesaplanmıştır.

“Haberleşme” harcamalarının mutlak değeri 22.915 TL ve oransal değeri %5 olarak hesaplanmıştır. Haberleşme harcamalarından sonra en düşük paya sahip olan “Sağlık” harcamalarının mutlak değeri 9.230 TL ve oransal olarak %2 olarak hesaplanmıştır. Gelişen teknoloji toplumunda birçok operatör her bütçeye hitap edecek konuşma, internet ve mesajlaşma paketleri sağlamaktadır. Teknoloji toplumunda iletişim ağındaki genişleme nedeniyle haberleşme harcamaları tüketim harcamaları içinde yalnızca %5’ lik bir paya sahiptir. Sağlık harcamalarının düşük çıkmasının nedeni, Grafik 7’ de görüldüğü gibi örneklem kümesini oluşturan öğrenci ailelerinin %96’ sının sosyal güvencesinin olmasıdır. Bu nedenle öğrenciler devlet hastanesi ve üniversite hastanelerine çoğunlukla ücretsiz tedavi olabilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

3.1. ANKET SONUÇLARININ EKONOMETRİK ANALİZİ

Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin, tüketim malları harcama gruplarını en iyi temsil eden fonksiyonel formların elde edilmesi amacıyla çalışmanın bu kısmında ekonometrik analizler yapılmıştır.

3.1.1.Tahmin Yöntemi

Ekonometrik modelin kurulum aşamasından sonra modelin katsayılarının sayısal değerleri tahmin edilir. Tahmin yöntemi aynı zamanda katsayıların değerleriyle beraber, gerekli olan test değerlerinin bulunmasını da içermektedir(Tarı,2010:8).

Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin harcama gruplarının temsil edildiği bu çalışmada, benzer çalışmalarda da görüldüğü gibi “En Küçük Kareler Tahmin Yöntemi” kullanılmıştır. İstatistiki ve ekonometrik testler yardımıyla tahminlere yönelik parametreler değerlendirilerek, harcama gruplarına ait en uygun tüketim fonksiyonları bulunmuştur.

3.1.2.Yapılan Tahminlerin Test Edilmesi

Ekonometrik modellerin tahmin aşamasının ardından, bu modellerin ekonomik, istatistiki ve ekonometrik testler aracılığıyla güvenilir olup olmadıkları test edilir. Güvenilir olmayan tahmin sonuçlarının kullanılması sağlıklı olmayacaktır. Bu nedenle güvenilir testler kullanılmaktadır(Pehlivanoğlu,2005:81).

3.1.2.1.İktisadi Kriterlere Göre Yapılan Testler

Öncelikle yapılması gereken, parametrelerin işaretleri ve büyüklükleri bakımından iktisat teorisi ile uyumunu araştırmaktır. Yapılan çalışmanın ehemmiyeti için katsayıların işaretleri ve büyüklüklerinin teori ile uyuşması gerekir (Tarı,2010:11). Uyuşmazlık olması durumunda katsayılar yeniden değerlendirilmeli ve yanlış işaretlilerin nedenleri analiz edilmelidir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için her mal grubuna ait en başarılı form bulunmuş ve toplam 9 fonksiyonel form elde edilmiştir. Elde edilen forma ait parametrelerin tamamı işaret ve büyüklükleri açısından iktisat teorisine uygun bulunmuştur. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında tüm forma ait tahminler verilmek

yerine, açıklayıcılık gücü en yüksek ve anlamlılığı en başarılı olan tahminler verilmiştir.

3.1.2.2. İstatistiki Kriterlere Göre Yapılan Testler

Parametrelerin işaret ve büyüklüklerinin iktisat teorisiyle uygunluğu araştırıldıktan sonra yapılacak olan, bu tahminlerin istatistiki açıdan geçerliliklerini test etmektir. Ancak gözlem tablosu 30’ dan büyük olan örneklerde “t” tablosu yerine “z” tablosu kullanılmaktadır.

3.1.2.3. Ekonometrik Kriterlere Göre Yapılan Testler

-Çoklu Doğrusal Bağlantı

Bağımsız değişkenlerin kendi aralarında sıkı bir ilişki içinde olmaları durumu çoklu doğrusal bağlantı olarak adlandırılmaktadır. Çoklu doğrusal bağlantıyla genellikle zaman serisi verilerinde karşılaşılır. Yani zaman serisi verilerindeki trend unsurunun, bağımsız değişkenlerin kendi aralarında ilişkili olmasında etkisi büyüktür.

Bu çalışmada elde edilen tahminler tek bağımsız değişkenlidir. Bu nedenle çoklu doğrusal bağlantı analizi yapılmamıştır.

-Değişen Varyans

Klasik doğrusal bağlanım (regresyon) modelinin önemli bir varsayımı, sabit varyans varsayımdır. Sabit varyans varsayımına göre; hata terimi varyansı, bağımsız değişkenlerdeki değişmelere bağlı olarak değişmemesidir (Tarı,2008:173).

Değişen varyans sorununa zaman serilerinden çok yatay kesit verilerinde rastlanmaktadır. Yatay kesit verileri; sabit bir zaman kesitinde, tekil tüketiciler ya da onların aileleri, firmalar, işkolları vb. ana kitle ile ilgilenmektedir (Gujarati,2012:369).

Bağımsız değişkenlerin birim değerleri değişirken, bağımlı değişkenin birim değerlerine ait varyansın sabit kalacağı varsayımı “homoscedasticity” dir. Modeldeki açıklayıcı değişkenler aynı yönde değişiyorsa, değişen varyans sorunu (heteroskedasticity) var demektir. Değişen varyans sorunu EKK’ nın varsayımları gereği istenmeyen bir durumdur.

Bu bölümde ise modelde değişen varyans olup olmadığı incelenecektir. Yaygın olarak kullanılan testlerden bazıları; “Koenker-Bassett(KB)” testi, “Spearman’s Rank Korelasyon White”, “Glejser”, “Park”, “Breusch Pagan”, “Reset”, “Arch”, “Goldfeld-Quandt” ve “Harison M.” dir. Ayrıca gözlem sayısı $n \geq 100$ graif yöntemi de kullanılabilir (Gujarati, 2003: 414-415).

Modelde değişen varyans olup olmadığı White testi ile analiz edilmiştir. Buna göre tahmin edilen 9 modelin tamamında değişen varyans ile karşılaşmıştır. EKK varsayımlarına göre modellerin tamamı başarısız görülmektedir. Ancak, yatay kesit verilerine dayanan çalışmalarda bu durumla karşılaşılacağı beklenmekteydi. Bu nedenle değişen varyans problemi tüketim harcamalarının incelendiği bu çalışmada önem arz etmemektedir.

-Otokorelasyon

Otokorelasyon, serisel korelasyon olarak da tanımlanmaktadır. Otokorelasyon hata terimleri arasında var olan ilişki şeklinde tanımlanmaktadır (Güriş vd, 2013:202).

Daha çok zaman serilerinde gözlenen otokorelasyon problemi, bir zaman dilimine ait gözlemlerin gelecekle ilgili diğer zaman dilimlerine aktarıldığında ortaya çıkmaktadır. Ancak bazı durumlarda yatay kesit verilerinde de otokorelasyona rastlanmaktadır (Pehlivanoğlu,2005:87). Yatay kesit verilerinde otokorelasyon ihmal edilmiş değişken olması durumunda ortaya çıkabildiği gibi, modelde yer alması gerektiği halde yer verilmeyen değişkenler durumunda da ortaya çıkabilmektedir (Güriş vd,2013:202).

Otokorelasyonun var olması durumunda parametrelerin standart hataları ve tahmin değerleri bu durumdan etkilenmektedir. Otokorelasyon durumunda EKK yöntemiyle tahmin edilen parametreler sapmasız olmakta ve varyansı diğer yöntemlere göre yüksek çıkmaktadır. Ancak hata terimi varyansı olduğundan küçük çıkmaktadır. “R²” değeri de olduğundan büyük çıkmakta ve EKK güven aralıkları ile “t” ve “F” testleri geçerliliğini kaybetmektedir (Tarı,2008:199).

Bu çalışmada otokorelasyonun test edilmesi amacı ile “Darbin-Watson d” testi ve “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır.

İlk olarak Darbin- Watson d testinde; %5 önem düzeyinde alt sınır (d_L) 1,56 ve üst sınır (d_U) 2,84 olarak belirlenmiştir.

Hesaplanan “d” istatistiği;

$0 < d < d_L$ ise pozitif otokorelasyon,

$d_L \leq d \leq d_U$ ise karar verilememekte,

$d_U < d < 4 - d_U$ ise otokorelasyon yok,

$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$ ise karar verilememekte,

$4 - d_L < d < 4$ ise negatif otokorelasyon sonuçları ortaya çıkmaktadır.

Breusch-Godfrey testinde ise;

$$n \cdot R^2 \approx X^2_p$$

olarak belirlenmiştir. Eğer $n \cdot R^2$ değeri belli bir anlamlılık düzeyine göre bulunan tablo “ki kare” değerinden küçük çıkarsa otokorelasyon yoktur, aksi durumda ise otokorelasyon vardır denilebilir. Çalışmada, 10 harcama grubu için ayrı ayrı uygulanan “Darbin-Watson d” testi ve “Breusch-Godfrey” testine göre otokorelasyon’ a rastlanmamıştır.

3.1.3.Harcama Gruplarına Ait En Uygun Matematiksel Kalıbın Seçilmesi

Çalışmanın bu kısmında, harcama gruplarına ait fonksiyonların tahmin edilmesi için 9 fonksiyonel kalıp içinde en uygun model; iktisadi, istatistiki ve ekonometrik testler kullanılarak analiz edilmiş olup, çalışmanın amacına uygun olan modeller aşağıda sıralanmıştır. Bu modellerin yatay kesit verilerine uygunluğu daha önce analiz edilmiştir.

1- $C = b_0 + b_1Y + u$ (Doğrusal Fonksiyon) $e = b_1 \cdot (Y/C)$
2- $\ln C = b_0 + b_1Y + u$ (Yarı Logaritmik Fonksiyon) $e = b_1 \cdot Y$
3- $C = b_0 + b_1 \ln Y + u$ (Yarı Logaritmik Fonksiyon) $e = b_1 \cdot (1/C)$
4- $\ln C = b_0 + b_1 \ln Y + u$ (Çift Logaritmik Fonksiyon) $e = b_1$
5- $C = b_0 + b_1(1/Y) + u$ (Ters Fonksiyon) $e = b_1 \cdot (1/Y \cdot C)$
6- $\ln C = b_0 + b_1(1/Y) + u$ (log-ters fonksiyon) $e = b_1 \cdot (1/Y)$
7- $C / Y = b_0 + b_1 \ln Y + u$ (Working Leser Fonksiyonu) $e = 1 + b_1 \cdot (Y/C)$
8- $C / Y = b_0 + b_1Y + u$ (Orana Doğrusal Fonksiyon) $e = 1 + b_1Y \cdot (Y/C)$
9- $C / Y = b_0 + b_1(1/Y) + u$ (Orana Ters Fonksiyon) $e = b_0 \cdot (Y/C)$

Kaynak: Ahcıhoca ve Ertek ,2000:2

3.1.3.1.Gıda ve Alkolsüz İçecekler

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketine göre “Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcamaları toplam tüketim harcamaları içinde % 19 oran ile en büyük paya sahip olmuştur.

“Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcamaları bağımlı değişken, gelir(toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model, gıda ve alkolsüz içecekler harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık

gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. Gıda harcamaları için seçilen yarı logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

lnY= 3.897+ 0.001X	R²=0.3935	s =0.606674
(0.0547) (6.1849)	F=332.2512	Prob=0.0000
t 71.132 18.227		DW=1.91

“Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile yaşamlarını sürdürebilmeleri için düşük düzeyde de olsa belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması gelirdeki bir birimlik artış karşısında gıda ve alkolsüz içecekler harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için “Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcama grubundan tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (s=0.60), “Y” nin ortalaması ve “s_y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Tahmin edilen modelin “z_{hes}” değeri “b₀” parametresi için 71.132, “b₁” parametresi için “z_{hes}” değeri ise 18.227 bulunmuştur. Aynı zamanda “z_{tab}” değeri 1.65 olarak hesaplanmıştır. Görüldüğü gibi “b₀” ve “b₁” parametrelerinin hesaplanan değerleri tablo değerinden büyüktür. Yani “Gıda ve Alkolsüz İçecekler” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur

“Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcamaları için “R²” değeri 0.39 bulunmuştur. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “R²” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcamalarına ait “DW” değeri 1.91 olarak bulunmuştur. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.2.Giyim ve Ayakkabı

Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları anketine göre “Giyim ve Ayakkabı” harcamalarının toplam tüketim harcamaları içindeki payı oransal olarak %15, mutlak değeri ise 634.65 TL olarak hesaplanmıştır.

“Giyim ve Ayakkabı” harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan çift logaritmik model olmuştur. Yani çift logaritmik model giyim ve ayakkabı harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. Giyim ve ayakkabı için seçilen çift logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

lnY = 0.995 + 0.561ln X (0.2985) (0.0457) t 3.3340 12.2814	R² = 0.2321 F= 150.8331	s= 0.5403 Prob= 0.000 DW= 1.92
--	---	---

“Giyim ve Ayakkabı” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan çift logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile düşük düzeyde de olsa giyim ve ayakkabı için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması, gelirdeki bir birimlik artış karşısında giyim ve ayakkabı harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

Bu çalışmanın örneklem kümesini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Tüketim harcamaları içinde giyim ve ayakkabıya ayrılan payı dikkate aldığımızda üniversite öğrencilerinin giyim ve ayakkabıyı zorunlu ihtiyaçlar kategorisine koyduğunu görmekteyiz. Bu nedenle herhangi bir gelire sahip olmasalar dahi giyim ve ayakkabı için harcama yapabildiklerini görmekteyiz.

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketi kapsamında yapılan bu çalışmada, giyim ve ayakkabı için tahmin edilen çift logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (0.5403), “Y” ve “s_y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Tahmin edilen modelin “b₀” parametresinin “z_{hes}” değeri 3.3340, “b₁” parametresinin “z_{hes}” değeri 12.2814 olarak hesaplanmıştır. %5 önem düzeyinde “z_{tab}”

değeri ise 1.65 olarak bulunmuştur. Görüldüğü gibi “b₀” ve “b₁” parametrelerinin hesaplanan değerleri tablo değerinden büyüktür. Yani “Giyim ve Harcama” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Giyim ve Ayakkabı” harcamalarına ait “R²” değeri %23 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada anket çalışmasından elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“Giyim ve Ayakkabı” harcamaları için “DW” değeri 1.92 olarak hesaplanmıştır. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.3. Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri

“Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcama grubu, toplam harcama grubu içinde %7’ lik bir paya sahiptir. Kocaeli Üniversitesi temel alınarak uygulanan anket verilerine göre “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcamaları, tüketim harcamaları içinde sondan üçüncü sırada yer almaktadır.

“Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcamalar bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. Alkollü içecekler ve tütün ürünleri için seçilen yarı logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

$\ln Y = 4.1514 + 0.0007X$ (0.1268) (0.0001) t 32.738 6.122	$R^2 = 0.19$ F = 37.480	$s = 0.75$ Prob = 0.000 DW = 1.57
--	-----------------------------------	---

“Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması, tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile düşük düzeyde de olsa alkollü içecek ve tütün ürünleri için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması, gelirdeki bir birimlik artış karşısında alkollü içecekler ve tütün ürünleri

harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketi kapsamında yapılan bu çalışmada “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” için tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (0.75), “ $\bar{Y}$ ” ve “ s_y ” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Anket verileri analiz edildiğinde “ b_0 ” parametresinin “ z_{hes} ” değeri 32.738, “ b_1 ” parametresinin “ z_{hes} ” değeri 6.122 olarak bulunmuştur. %5 önem düzeyinde “ z_{tab} ” değeri ise 1.65 olarak bulunmuştur. Görüldüğü gibi “ b_0 ” ve “ b_1 ” parametrelerinin hesaplanan değerleri tablo değerinden büyüktür. Yani “Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri ” harcama grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcama grubu verilerine göre “ R^2 ” değeri %19 olarak hesaplanmıştır. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “ R^2 ” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “ R^2 ” değeri düşük çıkmıştır.

“DW” değeri 1.57 olarak hesaplanmıştır. 554 gözlem değerine göre alt sınır 1.56 üst sınır ise 2.84 olarak belirlenmiştir. Buna göre bu modelde otokorelasyonun olup olmadığı açıklanamamaktadır. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.4.Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar

“Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcama grubu, toplam harcama içinde %17 ile ikinci sırada yer almaktadır. Üniversite öğrencileri gıda ve alkolsüz içecekler harcama grubundan sonra en fazla bu alanda harcama yapmaktadırlar. Bunun nedeni ise birçoğunun ailelerinden uzakta öğrenci evleri veya yurttaki kalmalarıdır.

“Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model “Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. Konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtları için seçilen yarı logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

lnY= 4.589 + 0.0008X	R²=0.35	s= 0.54
(0.0879) (7.9328)	F= 127.61	Prob=0.000
t 52.172 11.296		DW= 1.97

“Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile barınma ihtiyaçlarını gerçekleştirmek için belli bir oranda da olsa harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması gelirdeki bir birimlik artış karşısında “Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için “Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcama grubundan tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (s=0.54) , “Y” ve “s_Y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Tahmin edilen modelin “z_{hes}” değeri “b₀” parametresi için 52.172, “b₁” parametresi için “z_{hes}” değeri ise 11.296 bulunmuştur. Aynı zamanda “z_{tab}” değeri 1.65 olarak hesaplanmıştır. Görüldüğü gibi “b₀” ve “b₁” in hesaplanan değeri tablo değerinden büyük çıkmıştır. Dolayısıyla “Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” için “R²” değeri 0.35 bulunmuştur. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “R²” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcamalarına ait “DW” değeri 1.97 olarak bulunmuştur. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.5. Sağlık

“Sağlık” harcamaları toplam tüketim harcamaları içinde %2 oranla son sırada yer almaktadır. Bunun nedeni ise öğrencilerin, aile reislerinin sosyal güvencesinden yararlanmasıdır.

"Sağlık" harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında harcama kalıpları içinde en uygun olan çift logaritmik model olmuştur. Yani çift model "Sağlık " harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. Sağlık harcamaları için seçilen çift logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

lnY=0.0206 +0.547lnX	R²=0.14	s= 0.72
(0.6831) (0.1029)	F=28.345	Prob=0.000
t 0.0301 5.3240		DW= 1.78

"Sağlık" harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan çift logaritmik kalıptan elde edilen "b₀" ve "b₁" katsayısı pozitif çıkmıştır. "b₀" katsayısının pozitif çıkması tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile yaşamlarını idame ettirmek amacıyla sağlık için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. "b₁" katsayısının 1' den küçük çıkması gelirdeki bir birimlik artış karşısında sağlık harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

"Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları" anketi kapsamında yapılan bu çalışma da "Sağlık" için tahmin edilen çift logaritmik kalıptan elde edilen modelin "s" değeri (0.72), "Y" ve "s_y" değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Anket verileri analiz edildiğinde "b₀" parametresinin "z_{hes}" değeri 0.0301, "b₁" parametresinin "z_{hes}" 5.3240 değeri olarak bulunmuştur. %5 önem düzeyinde "z_{tab}" ise değeri 1.65 olarak bulunmuştur. Görüldüğü gibi "b₀" parametresinin hesaplanan değeri tablo değerinden düşük, "b₁" parametrelerinin hesaplanan değerleri tablo değerinden büyüktür. Ancak hesaplanan probability (p:0.000) %5' ten küçük olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla "Sağlık" grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

"Sağlık" harcama grubu verilerine göre "R²" değeri %14 olarak hesaplanmıştır. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, "R²" değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından "R²" değeri düşük çıkmıştır.

"DW" değeri 1.78 olarak hesaplanmıştır. 554 gözlem değerine göre alt sınır 1.56 üst sınır ise 2.84 olarak belirlenmiştir. Bu teste göre otokorelasyonun olup

olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.6.Ulaştırma

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları” anketine göre, “Ulaştırma” harcamalarının toplam tüketim harcamaları içindeki oransal değeri %13,mutlak değeri 57.012 TL’ dir.

"Ulaştırma" harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model “Ulaştırma “ harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. Ulaştırma harcamaları için seçilen yarı logaritmik kalıp denklemini aşağıdaki gibidir;

lnY= 3.944+0.0006X (0.0538) (6.1770) t 73.206 11.117	R²=0.19 F= 123.59	s= 0.61 Prob=0.000 DW= 1.95
--	---	--

“Ulaştırma ” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile ulaşırma için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması, gelirdeki bir birimlik artış karşısında ulaşırma harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir. Tüketicilerin geliri olmasa bile ulaşırma harcama yapmasının nedeni örneklem kümesini üniversite öğrencilerinin oluşturması ve Kocaeli Üniversitesinin konumudur.

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketi kapsamında yapılan bu çalışmada “Ulaştırma” için tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (0.61), “ $\bar{Y}$ ” ve “s_y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Anket verileri analiz edildiğinde “b₀” parametresinin “z_{hes}” değeri 73.206, “b₁” parametresinin “z_{hes}” değeri 1.117 olarak bulunmuştur. %5 önem düzeyinde “z_{tab}” değeri ise 1.65 olarak bulunmuştur. Görüldüğü gibi “b₀” ve “b₁” parametresinin

hesaplanan değeri tablo değerinden büyük çıkmıştır. Dolayısıyla “Ulaştırma” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Ulaştırma” harcama grubu verilerine göre “R²” değeri %19 olarak hesaplanmıştır. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “R²” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“DW” değeri 1.95 olarak hesaplanmıştır. 554 gözlem değerine göre alt sınır 1.56 üst sınır ise 2.84 olarak belirlenmiştir. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.7. Haberleşme

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları” anketine göre, “Haberleşme” harcamalarının toplam tüketim harcamaları içindeki oransal değeri %13, mutlak değeri 22.913 TL’ dir.

“Haberleşme” harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan çift logaritmik model olmuştur. Yani çift logaritmik model “Haberleşme” harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. “Haberleşme” harcamaları için seçilen çift logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

“Haberleşme ” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan çift logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması, tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile haberleşme için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması, gelirdeki bir birimlik artış karşısında haberleşme harcamalarını artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

lnY= 1.249 +0.372lnX (0.2353)(0.0360)	R²= 0.17 F= 106.79	s= 0.44 Prob=0.000 DW= 1.89
t 5.3087 10.334		

Tüketicilerin geliri olmasa bile haberleşme harcama yapmasının nedeni örneklem kümesini üniversite öğrencilerinin oluşturmasıdır. Öğrencilerin %70’ i

ailesinden uzakta yaşamaktadır ve bu nedenle haberleşme harcamaları önem teşkil etmektedir.

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketi kapsamında yapılan bu çalışmada “Haberleşme” için tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (0.44), “ $\bar{Y}$ ” ve “ s_y ” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Anket verileri analiz edildiğinde “ b_0 ” parametresinin “ z_{hes} ” değeri 5.3087, “ b_1 ” parametresinin “ z_{hes} ” 10.334 değeri olarak bulunmuştur. %5 önem düzeyinde “ z_{tab} ” değeri ise 1.65 olarak bulunmuştur. Görüldüğü gibi “ b_0 ” ve “ b_1 ” parametresinin hesaplanan değeri tablo değerinden büyük çıkmıştır. Dolayısıyla “Haberleşme” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Haberleşme” grubu verilerine göre “ R^2 ” değeri %17 olarak hesaplanmıştır. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “ R^2 ” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “ R^2 ” değeri düşük çıkmıştır.

“DW” değeri 1.89 olarak hesaplanmıştır. 554 gözlem değerine göre alt sınır 1.56 üst sınır ise 2.84 olarak belirlenmiştir. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.8.Kültür ve Eğlence

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketine göre “Kültür ve Eğlence” harcamaları toplam tüketim harcamaları içinde %8 oran ile diğer harcamalara göre sondan dördüncü sırada yer almaktadır.

“Kültür ve Eğlence” harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model “Kültür ve Eğlence” harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. “Kültür ve Eğlence” için seçilen yarı logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

lnY =3408+0.0007X (0.0629) (7.2216) t 54.161 10.705	R²=0.20 F= 114.59	s= 0.65 Prob=0.000 DW= 1.80
---	---	--

“Kültür ve Eğlence” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması, tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile yaşamlarını sürdürebilmeleri için düşük düzeyde de olsa kültür ve eğlence için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması, gelirdeki bir birimlik artış karşısında kültür ve eğlence harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için “Kültür ve Eğlence” harcama grubundan tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (s =0.65), “ $\bar{Y}$ ” ve “s_y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Tahmin edilen modelin “z_{hes}” değeri “b₀” parametresi için 54.161, “b₁” parametresi için “z_{hes}” değeri ise 10.705 bulunmuştur. Aynı zamanda “z_{tab}” değeri 1.65 olarak hesaplanmıştır. Görüldüğü gibi “b₀” ve “b₁” parametresinin hesaplanan değeri tablo değerinden büyük çıkmıştır. Dolayısıyla “Kültür ve Eğlence” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Kültür ve Eğlence” harcamaları için “R²” değeri 0.20 bulunmuştur. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “R²” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“Kültür ve Eğlence” harcamalarına ait “DW” değeri 1.80 olarak bulunmuştur. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.9.Eğitim

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketine göre “Eğitim” harcamaları, toplam tüketim harcamaları içinde %7 oran ile diğer harcamalara göre sondan üçüncü sırada yer almaktadır.

“Eğitim” harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında, harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model “Eğitim” harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. “Eğitim” için seçilen yarı logaritmik kalıp denkleminin aşağıdaki gibidir;

lnY=3.271 +0.0006X		R²=0.12	s= 0.74
(0.0692) (7.9864)		F= 65.070	Prob=0.000
t	47.240 8.0666		DW= 1.74

“Eğitim” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” ve “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının pozitif çıkması, tüketicilerin herhangi bir gelire sahip olmasalar bile düşük düzeyde de olsa eğitim için belli bir harcama yaptıklarını göstermektedir. “b₁” katsayısının 1’ den küçük çıkması, gelirdeki bir birimlik artış karşısında eğitim harcamalarının artacağını ancak bu artışın gelirdeki artıştan küçük olacağını göstermektedir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için “Eğitim” harcama grubundan tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (s =0.74), “ $\bar{Y}$ ” ve “s_y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Tahmin edilen modelin “z_{hes}” değeri “b₀” parametresi için 47.240, “b₁” parametresi için “z_{hes}” değeri ise 8.066 bulunmuştur. Aynı zamanda “z_{tab}” değeri 1.65 olarak hesaplanmıştır. Görüldüğü gibi “b₀” ve “b₁” parametresinin hesaplanan değeri tablo değerinden büyük çıkmıştır. Dolayısıyla “Eğitim” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Eğitim” harcamaları için “R²” değeri 0.12 bulunmuştur. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “R²” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“Eğitim” harcamalarına ait “DW” değeri 1.74 olarak bulunmuştur. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.3.10. Kişisel Bakım

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Tüketim Davranışları” anketine göre “Kişisel Bakım” harcamaları, toplam tüketim harcamaları içinde % 7 oran ile diğer harcamalara göre sondan üçüncü sırada yer almaktadır.

“Kişisel Bakım” harcamaları bağımlı değişken, gelir (toplam tüketim harcamaları) bağımsız değişken olarak ele alındığında harcama kalıpları içinde en uygun olan yarı logaritmik model olmuştur. Yani yarı logaritmik model “Kişisel Bakım” harcamaları için verilere en iyi uyumu sağlayan ve açıklayıcılık gücü en yüksek olan denklem olarak seçilmiştir. “Kişisel Bakım” harcamaları için seçilen yarı logaritmik kalıp denklemi aşağıdaki gibidir;

Y=-186.90 +36.897lnX	R² = 0.20	s= 40.36
(20.360) (3.129)	F= 138.97	Prob=0.000
t -9.179 11.788		DW= 1.73

“Kişisel Bakım” harcamaları için tahmin edilen fonksiyonel formlar içinde en başarılı kalıp olan yarı logaritmik kalıptan elde edilen “b₀” katsayısı negatif, “b₁” katsayısı pozitif çıkmıştır. “b₀” katsayısının negatif çıkması tüketicilerin gelirleri sıfır olduğunda kişisel bakım için harcama yapamayacakları anlamına gelmektedir. “b₁” parametresi ise gelirdeki bir birimlik artış karşısında kişisel bakım harcamalarının 36.89 oranında artacağını göstermektedir.

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için “Kişisel Bakım” harcama grubundan tahmin edilen yarı logaritmik kalıptan elde edilen modelin “s” değeri (s =40.36), “ $\bar{Y}$ ” ve “s_y” değerinden küçük bulunmuştur. Bu nedenle regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır.

Tahmin edilen modelin “z_{hes}” değeri “b₀” parametresi için -9.179, “b₁” parametresi için “z_{hes}” değeri ise 11.788 bulunmuştur. Aynı zamanda “z_{tab}” değeri 1.65 olarak hesaplanmıştır. Görüldüğü gibi “b₀” parametresinin hesaplanan değeri tablo değerinden düşük, “b₁” parametresinin hesaplanan değeri ise tablo değerinden büyük çıkmıştır. Ancak hesaplanan probability (p:0.000) %5’ ten küçük olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla “Kişisel Bakım” grubuna ait bütün parametreler %5 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

“Kişisel Bakım” harcamaları için “R²” değeri 0.20 bulunmuştur. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, “R²” değeri düşük çıkabilmektedir. Bu

çalışmada anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından “R²” değeri düşük çıkmıştır.

“Kişisel Bakım” harcamalarına ait “DW” değeri 1.73 olarak bulunmuştur. Bu teste göre otokorelasyonun olup olmadığı hakkında karar verilememektedir. Bu nedenle “Breusch-Godfrey” testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre modelde otokorelasyona rastlanmamıştır.

3.1.4.Harcama Gruplarına Ait Gelir Esnekliklerinin Hesaplanması

Bir maldan talep edilen miktarın gelirdeki değişimlere karşı duyarlılığı, iktisatçılar tarafından talebin gelir esnekliği olarak tanımlanmaktadır.

X malına olan talebin gelir esnekliği sıfırdan büyük (pozitif) olması, tüketicinin geliri artınca daha fazla, geliri azalınca daha az X malı talep ettiği anlamına gelmektedir. Tüketicinin X malından talep ettiği miktardaki değişme, gelirdeki değişmeden daha büyük olması durumunda X malına olan talebin gelir esnekliği 1’ den büyük olur. Ancak gelirdeki değişme, talep edilen miktardaki değişmeden büyük olursa gelir esnekliği 1’ den küçük olur. İktisatçılara göre;

$$0 < e_m < 1 \quad \text{Zorunlu Mallar} \qquad e_m > 1 \quad \text{Lüks Mallar}$$

gelir esnekliği 0’ dan büyük, 1’ den küçük olan mallar zorunlu mal olarak tanımlanırken, gelir esnekliği (e_m) 1’ den büyük olan mallar lüks mallar olarak tanımlanmaktadır (Ünsal,2005:s85).

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları” anket sonucuna göre her bir mal grubu için gelir esneklikleri Tablo 11 de gösterilmiştir.

Tablo 13: Harcama Gruplarının Esneklikleri

Harcama Grupları	Gelir Esneklikleri
Giyim ve Ayakkabı	0.92
Gıda ve Alkolsüz İçecekler	0.18
Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	1.55
Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar	0.16
Sağlık	1.20
Ulaştırma	0.83
Haberleşme	1.01
Kültür ve Eğlence	1.04
Eğitim	1.09
Kişisel Bakım	1.02

Ana evrenin olarak üniversite öğrencilerinin seçilmesi çalışmamızı, hane halkı verilerine göre yapılan diğer çalışmalardan önemli ölçüde ayırmaktadır. Esneklik değerleri yorumlanırken, öğrencilerin gelir açısından ailelerine bağlı oldukları dikkate alınmalı ve normal tüketim davranışı göstermeleri beklenmemelidir.

“Giyim ve Ayakkabı” harcama grubunun gelir esnekliği 1’ den küçük çıkmıştır. Bu nedenle bu harcama grubu teoriye göre zorunlu harcama grubu içerisinde yer almaktadır.

“Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcama grubundan hesaplanan gelir esnekliği 1’ den küçük çıkmıştır. Bu ise zorunlu harcamalar kategorisine ait olduğunu göstermektedir.

“Alkollü içecekler ve Tütün Ürünleri” harcama grubu gelir esnekliği 1.55 olarak hesaplanmıştır. Gelirdeki değişimlere karşı en fazla duyarlı olan bu harcama grubu lüks mal kategorisine girmektedir.

“Konut, Su, Elektrik ve Diğer Yakıtlar” harcama grubu gelirdeki değişmeye karşı en az duyarlı olan harcama grubu olarak hesaplanmıştır. Bu harcama grubunun gelir esnekliği 1’ den küçük ve zorunlu harcamalar grubuna girmektedir.

“Sağlık” harcama grubunun gelir esnekliği 1’ den büyük hesaplanmıştır. “Sağlık” harcamaları lüks harcamalar kategorisine girmektedir.

“Ulaştırma” harcama grubunun gelir esnekliği 1’ den küçük çıkmıştır. Bu nedenle bu harcama grubu teoriye göre zorunlu harcama grubu içerisinde yer almaktadır.

“Haberleşme” harcama grubunun gelir esnekliği 1’ den büyük hesaplanmıştır. Bu nedenle bu harcama grubu lüks harcamalar kategorisine girmektedir.

“Kültür ve Eğlence” harcama grubunun gelir esnekliği 1’ den büyüktür. Dolayısıyla bu harcama grubu lüks harcamalar kategorisine girmektedir.

“Eğitim” harcama grubu gelir esnekliği 1’ den büyük hesaplanmıştır. Örneklem kümesini üniversite öğrencilerinin oluşturduğu bu çalışmada, eğitim harcamaları zorunlu harcama grubuna girmesi beklenirken, teoriye göre lüks harcama kategorisine girmektedir.

“Kişisel Bakım” harcama grubu gelir esnekliği 1’ den büyük çıkmıştır. Kişisel bakım harcamaları lüks harcamalar içerisinde yer almaktadır.

Üniversite öğrencilerinin tüketim davranışlarının incelendiği bu çalışmada, “Giyim Ayakkabı”, “Gıda ve Alkolsüz İçecekler”, “Konut, Su, Elektrik ve Diğer

Yakıtlar” ile “Ulaştırma” harcamaları zorunlu harcama kategorisine girmektedir. TÜİK verilerine göre zorunlu harcama kategorisine girmeyen ulaştırma harcamaları, Kocaeli Üniversitesinin konumu gereği, zorunlu harcamalar arasında yer almaktadır.

“Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları” anketine göre, örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin gelirlerinin %15’ i giyim ve ayakkabı harcamalarına ayrılırken, yalnızca %7’ lik bir kısmı eğitim harcamalarına ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra gıda ve alkolsüz içeceklere ayrılan pay %19’ dur. Görüldüğü gibi üniversite öğrencileri için giyim ve ayakkabı harcamaları neredeyse gıda ve alkolsüz içecek harcamaları kadar zorunlu ihtiyaçtır. Ancak gelir esnekliklerine baktığımızda bu iki harcama grubu her ne kadar zorunlu harcama kategorisinde yer alsada, gelirdeki değişim karşısında giyim ve ayakkabı harcama grubunun duyarlılığı gıda ve alkolsüz içeceklere göre daha fazladır.

Harcama Grupları	Gelir Esneklikleri(Ana Evren)
Barınma	0.51
Beslenme	0.99
Eğitim	1.11
Kültür ve Eğlence	1.18
Haberleşme ve Ulaşım	0.99
Kişisel Bakım	1.29
Giyim	2.00
Tütün ve Alkollü İçecekler	2.01

Kaynak: Tarı,Çalışkan,Bayraktar,2006:176

Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin 2006 yılında gelir tüketim ilişkisinin incelendiği çalışma ile bir karşılaştırma yapıldığında, giyim harcamaları dışındaki tüm harcama grupları için zorunlu mal ve lüks mal gruplarının aynı olduğu görülmektedir. Buradan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, gelişen teknoloji, medya, reklam sektörü ve moda etkisinin globalleşen dünya üzerindeki artan etkisi nedeniyle kişilerin özellikle gençlerin, giyim tercihlerinde yıllar itibariyle önemli değişikliklere yol açtığını söylenebilir.

3.1.5.Gelir Gruplarına Göre Harcama Gruplarının Üniversite Öğrencilerinin Bütçe İçindeki Payları

Çalışmanın bu kısmında, üniversite öğrencilerinin gelir gruplarına göre harcama gruplarına ayırdıkları pay analiz edilmiştir. Fiyatlar-tercihler sabit iken gelirin her düzeyinde satın alınan mal miktarını gösteren eğriyi, iktisatçılar Ernest Engel’ e atfen Engel Eğrisi olarak tanımlamaktadır. Engel’ e göre gelir arttıkça

toplam harcamalardan zorunlu mala olan harcama azalmaktadır. Yani zorunlu mallar için yapılan harcama miktarındaki artış, gelirdeki artış miktarından az olmaktadır. Lüks mallarda ise harcama miktarı gelirdeki artış miktarından daha fazla olmaktadır. Engel Kanunu gereği çeşitli mal gruplarının toplam harcama içindeki paylarının analiz edilmesi yerinde olacaktır.

Tablo 14: Gelir Gruplarına Göre Harcama Gruplarının Payları

Harcama Grupları	0-500	501-1000	1001-1500	1500 +
Giyim ve Ayakkabı	%23	%47	%17	%13
Gıda ve Alkolsüz İçecekler	%16	%45	%21	%17
Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	%12	%45	%25	%18
Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer yakıtlar	%6	%42	%34	%18
Sağlık	%19	%35	%28	%18
Ulaştırma	%24	%44	%20	%12
Haberleşme	%21	%46	%18	%15
Kültür ve Eğlence	%18	%50	%19	%13
Eğitim	%24	%46	%18	%12
Kişisel Bakım	%20	%45	%20	%15

$$\chi^2 = 957.233 \quad p:0,000$$

Tablo 14’ de görüldüğü gibi “0-500” gelir grubunda en yüksek pay ulaştırma ve eğitim harcamalarına aittir. Ulaştırma harcamalarına ayrılan pay diğer gelir gruplarına baktığımızda, gelir arttıkça önce artmakta daha sonra giderek azalmaktadır. Tablo 13’ e bakıldığında ulaştırma harcamalarını gelir esnekliği $0 < e_m < 1$ arasındadır, başka bir deyişle ulaştırma harcamaları zorunlu harcamalar kategorisine girmektedir. Dolayısıyla Engel Kanunun bu harcama grubu için geçerli olduğu görülmüştür.

“Giyim ve Ayakkabı” harcama grubuna yapılan harcama miktarı “0-500” gelir grubuna sahip bireyler için % 23’ tür. Bu oran gelir miktarındaki artışa bağlı olarak “501-1000” harcama grubu için %47’ ye yükselmektedir. Diğer gelir gruplarında ise bu oran giderek azalmaktadır.

“Haberleşme” harcamaları için ayrılan pay gelir gruplarına göre sırasıyla %21, %46, %18 ve %15’ dir. Haberleşme harcamalarına ayrılan pay en fazla olan “ 501-1000” geliri grubudur

Diğer bir harcama grubu olan “Kişisel Bakım” harcamalarında gelir gruplarına göre ayrılan pay en yüksek olan “501-1000” gelir grubuna ait olup, % 45 olarak hesaplanmıştır.

“Sağlık” harcamalarının toplam harcama içindeki payı gelir gruplarına göre sırasıyla %19, %35, %28 ve %18 olarak gerçekleşmiştir. Gelir miktarı belli bir seviyenin üstüne çıktıkça bu harcama grubuna ayrılan pay azalmaktadır.

“Kültür ve Eğlence” harcamalarının toplam harcamalar içindeki payı gelir gruplarına göre sırasıyla %18, %50, %19 ve %13 olarak hesaplanmıştır.

“Gıda ve Alkolsüz İçecekler” harcamalarının toplam harcamalar içindeki payı gelir gruplarına göre sırasıyla %16, %45, %21 ve %17 olarak gerçekleşmiştir. Gıda ve alkolsüz içeceklerin gelir esnekliği 0.18 olarak hesaplanmıştır. Tablo 12’ de görüldüğü gibi bu harcama grubuna ayrılan pay belli bir gelir seviyesinden sonra giderek azalmaktadır. Dolayısıyla bu harcama grubu zorunlu harcamalar kategorisine girmektedir.

“Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri” harcama grubuna ait gelir esnekliği 1.55 olarak hesaplanmıştır. Bu harcama grubuna ayrılan pay gelir gruplarına göre sırasıyla %12, %45, %25 ve %18 olarak hesaplanmıştır.

“Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” harcama grubuna bakıldığında “0-500” arası gelire sahip olan bireyler, bu harcama grubuna toplam harcama içinden yalnızca %6’ lık pay ayırmıştır. Bunun nedeni, bu gelir grubuna sahip olan üniversite öğrencilerinin çoğunluğunun yurttan kalması ve yurt harcamalarını bu harcama grubuna dahi etmemesidir.

Son olarak, harcama grupları ile gelir grupları arasındaki ilişki Ki-kare bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. “P” değeri $< 0,05$ olduğu için aylık toplam gelir ile harcama kalemleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilir.

SONUÇ

Bireylerin gelişen ve değişen düzene ayak uydurmalarında etkili olan üniversitelerin, iktisadi anlamda temelini öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin davranış ve tutumları yaşam koşullarıyla yakından ilişkilidir. Bu koşulları belirleyen en önemli ölçüt ise; gelir, harcama ve tasarruf kavramlarıdır. Öğrencilerin gerek eğitimleri sırasında, gerekse de eğitim sonrasında gelişimi maddi olanakların yanında, kişisel olanaklara da bağlıdır. Öğrencilerin ekonomik açıdan sosyalleşebilmesi, kişisel ve sosyal gelişimleriyle ilişkilidir. Ailelerinden uzakta okuyan öğrencileri gelir elde etmesi gerektiğini düşündüren psikolojik faktörler ve sosyolojik faktörler, tüketim davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Öğrencilik döneminde gençlerin kişilikleri oturmaya başlamakta ve kendilerine ait gelir elde etmelerinin çevresel durumlar üzerinde etkili olduğunun farkına varmaktadırlar.

İktisatçıların önemle üzerinde durduğu tüketim harcamaları ve gelir ilişkisi, ne yazık ki ülkemizde yeterince ilgi görmemiştir. Bunun başlıca nedeni ise, araştırmalar neticesinde elde edilen verilerin yetersiz olması ve güvenilir olmamasıdır. Bu çalışmada, Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin tüketim davranışları iktisadi ve ekonometrik açıdan incelenmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı; Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik durumlarını analiz ederek, gelir-harcama ilişkisini test etmektir. Bu kapsamda TÜİK “Hane Halkı Tüketim Harcamaları Anketi” ve benzer çalışmalardan yola çıkılarak 10 harcama grubu ile çalışılmıştır. Elde edilen harcama grupları şu şekildedir: “Giyim ve Ayakkabı”, “Gıda ve Alkolsüz İçecekler”, Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri”, Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar”, “Sağlık”, “Ulaştırma”, “Haberleşme”, “Kültür ve Eğlence”, “Eğitim” ve “Kişisel Bakım”.

Toplam gelirin harcama gruplarına göre dağılımını belirleyip gelir ve harcama grupları ile çeşitli faktörler arasındaki ilişkiyi analiz etmek ise çalışmanın tali amaçlarını oluşturmaktadır. 14 fakülte ve 56 bölüm esas alınarak yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin % 56,90’ı kadın, % 43,10’u erkeklerden oluşmaktadır. Örneklem kümesinin fakülte dağılımı öğrenci yoğunluğuna göre belirlenmiş olup, fakültelerdeki bölüm ve öğrenci sayısına göz önüne alınarak bölüm başına en az 5 anket yapılmıştır. Örneklem kümesini oluşturan 554 öğrencinin büyük bir çoğunluğu olan %56,70’ i 21-23 yaş, %28,20’ si 18-20,

%12,60' ı 24-26 yaş aralığındayken, en düşük oran olan %2,50' si 26 yaş ve üstü aralığındadır.

Bununla birlikte, öğrencilerin; %32,9' u Mühendislik Fakültesini, %15,3' ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini, %12,6' sı Fen Edebiyat Fakültesini, %9' u İletişim Fakültesini, % 7,2' si Eğitim Fakültesini, %4,7' si Tıp Fakültesini, %3,6' sı Teknoloji Fakültesini, %3,4' ü Hukuk Fakültesini, %2,7' si Güzel Sanatlar Fakültesini ve aynı oranla Hava ve Uzay Bilimleri Fakültesini, %2,5' i Mimarlık Fakültesini, %1,40' ı Diş Hekimliği Fakültesini, %0,9' u Denizcilik Fakültesini ve yine aynı oranla İlahiyat Fakültesini oluşturmaktadır. Öğrencilerin; %27,1' i 3.sınıf, %21,7' si 1.sınıf, %21,1' 4.sınıf, %18,8' i 2. Sınıf ve %11,4' ü 4.sınıfın üzerinde olan öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin medeni durumu incelendiğinde; %99' unun bekâr, %1' inin ise evli olduğu görülmüştür. Aradaki farkın bu kadar yüksek olma nedeni çalışmanın öğrenciler üzerinde yapılmış olmasıdır. Çalışma kapsamındaki öğrencilerin; %31,9' u emekli ailelerin çocuğu iken %28,7' sinin esnaf-serbest meslek mensubu, %23,3' ünün işçi ve %16,1' inin ise memur çocuğu olduğu görülmüştür. Görüldüğü gibi öğrencilerin yarısında fazlası memur, işçi ve emekli gibi sabit fakat düzenli geliri olan ailelere sahiptir.

Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin % 50' sinin aile reisinin sosyal güvencesinin SSK olduğu, %6' sının ise ailelerinin sosyal güvencesinin bulunmadığı görülmüştür. Bununla birlikte diğer öğrencilerin aile reisinin sosyal güvencesinin %23 oranında Emekli Sandığı, %21 oranında ise BAĞ-KUR olduğu saptanmıştır. Üniversite öğrencilerinin tüketim davranışlarını incelemek amacıyla yapılan anket çalışmamızda, öğrencilerin öğrenci evlerindeki ısıtma şeklini öğrenmek amacıyla sorulan sorumuza örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin yarısından fazlası ailelerinin oturduğu evlere göre cevaplamışlardır. Bu yüzden verilen cevaplar evde kalan kişi sayılarına göre tekrar değerlendirilerek belirlenmiştir. Bu verilere göre öğrencilerin %83' ü evini doğalgazla ısıtırken, %13' ü merkezi sistem, %4' ü ise sobayla ısıtmaktadır. Örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin %89,2' sinin kendine ait özel aracı yokken, %10,8' inin kendine ait özel aracı bulunmaktadır. Uygulanan anket sonuçlarına göre öğrencilerin %46' sı kredi kartı kullanırken, %54' ü kredi kartı kullanmamaktadır. Kredi kartı kullanan öğrencilerinin %42' si taksit seçenekleri, %29,4' ü nakit yetersizliği, %7,1' i düzenli harcama sağlaması, %5,1' i özel indirim avantajları sağlamasından dolayı kredi kartı

kullandığını belirtirken %16,1'i kredi kartı kullanmasının tüm seçeneklere dayandığını belirtmiştir.

Gelir ile ilgili bilgileri elde etmek amacıyla, öğrencilerin elde ettikleri gelir ile istenilen harcamayı yapıp yapmadığı araştırılmıştır. Bunun sonucunda; öğrencilerin %38,30' u geliri ile istediği harcamayı yapabilirken, % 20,60' ının istediği harcamayı yapamadığı ve %41,20' sinin ise kısmen yapabildiği görülmüştür. Bunun dışında öğrencilerin; %21,50' si burs, %41,20' si kredi, %3,20' si hem burs hem kredi alırken, %34' ü hiçbirini almamaktadır. Bu öğrencilerin yalnızca %0,02' si tam zamanlı çalışırken %91' lik kısmı çalışmadığını, %0,07' si ise part time çalıştığını belirtmiştir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu olan % 42,1' i ailelerinden 300 TL ve altı harçlık alırken, % 9,4' lük kısmın 1000 TL ve üzeri harçlık aldığı görülmektedir. Bununla birlikte öğrencilerin; %25, 1' i 301-500 TL arası, %23,5' i 501-1000 TL arası harçlık almaktadır. Öğrencilerin neredeyse yarısı 501-1000 TL arası gelir ile geçinmekteyken, yalnızca %8,8' i 1500 TL üzeri gelir elde etmektedir. Aynı kümeyi oluşturan %29,4' lük kısım 0-500 TL arası, %15,5' lik kısım ise 1001-1500 TL arası gelir ile geçinmektedir. Yapılan çalışma sonucunda elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Öğrencilerin demografik özelliklerine ek olarak aylık toplam geliri ile tasarrufu arasında ilişki “Ki-Kare” bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. Test sonucuna göre “p” değeri 0,000 olarak hesaplanmıştır. P değeri < 0,05 olduğu için aylık toplam gelir ile tasarruf arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun yanı sıra; geliri 0-500 TL arasında olan öğrencilerin %30,5' i, 501-1000 TL arasında olan öğrencilerin %47,3' ü, 1001-1500 TL arasında olan öğrencilerin %14,3' ü, 1500 TL üzeri olan öğrencilerin ise %7,8' i tasarrufta bulunmadıklarını belirtmiş olup, örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin diğerleri minimum 10 TL, maksimum 1400 TL tasarruf yaptıklarını belirtmiştir.

- Bu çalışmadaki amaçlardan bir diğeri de; gelir dışında tüketimi etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Yapılan analizler sonucunda, medeni durum ile “giyim – ayakkabı”, “gıda ve alkolsüz içecekler”, “konut, su, elektrik”, “kültür ve eğlence harcamaları” vb. harcamalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

- Cinsiyet ile harcama kategorisi arasındaki ilişkiye bakılmak amacıyla “Ki-Kare Testi” yapılmıştır. Buna göre; cinsiyet ile “gıda ve

alkolsüz içecekler”, “alkollü içecekler ve tütün ürünleri”, “konut, su elektrik”, “eğitim” ve “kişisel bakım harcamaları” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür

- Yapılan anket sonucunda; Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin harcama grupları içindeki en büyük pay % 19 ile “gıda ve alkolsüz içecekler” grubuna, % 17 ile “konut, su, elektrik ve diğer yakıtlar” harcama grubuna, % 15 ile “Giyim ve ayakkabı” harcama grubuna aittir. Diğer harcama grubuna verilen pay sırasıyla şu şekildedir: “Ulaştırma”, “Kültür ve eğlence”, “Alkolü içecekler”, “Eğitim”, “Kişisel bakım”, “Haberleşme” ve “Sağlık” harcamalarıdır. TÜİK verileri ve bu alanda yapılan diğer çalışmalar ile karşılaştırıldığında, “gıda ve alkolsüz içecekler” harcama grubuna ayrılan payın, “konut, su, elektrik ve diğer yakıtlar” harcama grubundan fazla olduğu görülmüştür. Öğrencilerin %29,40’nın aile yanında kalması ve bu alanda harcama yapılmadığının belirtilmesi bunun başlıca nedenidir. Harcama grupları için tüm matematiksel kalıplar denenmiş olup her bir harcama grubuna ait en uygun matematiksel form kullanılmıştır. Buna göre “Konut, su, elektrik ve diğer yakıtlar”, gıda ve alkolsüz içecekler”, “ulaştırma”, “kültür ve eğlence”, “alkolü içecekler”, “eğitim”, “kişisel bakım” harcama grubu için en uygun model yarı logaritmik kalıp olarak bulunmuştur”. “Giyim ve ayakkabı”, “haberleşme”, ve “sağlık” harcamaları için ise en uygun modelin çift logaritmik kalıp olduğu görülmüştür.

- Engel analizinden elde edilen gelir esnekliklerine göre; “Giyim ve ayakkabı”, “Gıda ve alkolsüz içecekler”, “Konut”, “Su, elektrik ve diğer yakıtlar” ve “Ulaştırma” harcamaları zorunlu harcamalar arasında yer almıştır. Yani öğrencilerin gelirleri arttığında bu harcama grubundaki malların tüketimi gelirdeki artıştan daha küçük olmuştur.

- “Sağlık”, “Eğitim”, “Alkollü içecekler ve Tütün ürünleri”, “Haberleşme”, “Kültür ve eğlence” ve “Kişisel bakım” harcamaları ise lüks harcamalar arasında yer almıştır. Yani öğrencilerin gelirleri arttığında bu harcama grubundaki malların tüketimi gelirdeki artıştan daha büyük olmuştur. Sağlık harcamalarının lüks harcamalar arasında yer almasının bir nedeni, öğrencilerin KOÜ Mediko-Sosyal Merkezi tarafından verilen ücretsiz hizmetten faydalanmasıdır. Ayrıca anket verilerine göre öğrenci

ailelerinin %94 'ünün sosyal güvencesinin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin, ailelerinin sosyal güvencesinden faydalanması sağlık harcamalarının lüks harcamalar arasında yer almasının diğer bir nedenidir. Eğitim harcamalarının lüks harcamalar içerisinde yer almasının nedeni ise, üniversite tarafından verilen ücretsiz eğitimidir. Fakat üniversite eğitimi evrensel rekabeti gerektirir. Yerel olarak uluslararası alanda rekabetin sağlanabilmesi için bölüm bazında, eğitim için gerekli olan araç ve gereçler arttırılmalıdır.

Çalışmada yapılan anket bulgularına göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun yurttan kalarak eğitime devam ettikleri görülmüştür. Kocaeli Üniversitesi konumu itibarıyla şehre nispeten uzak bir yerleşime sahiptir. Öğrencilerin barınma ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla üniversite çevresindeki yurt miktarı devlet ve özel sektör eliyle arttırılabilir ve daha detaylı araştırma yapılarak yurt fiyatları öğrencilerin gelir seviyeleri ile doğru orantılı olarak tekrar düzenlenebilir. Öğrencilerin bölüm bazında burs alma oranları ve aylık toplam gelirleri arasındaki ilişki çapraz tablolar ile analiz edilmiştir. Bunun sonucunda sosyal bilimler, fen bilimleri ve sağlık bilimleri bölümleri arasında bir karşılaştırma yapıldığında sağlık bilimlerinde eğitim alan öğrencilerin gelir oranı artmasına rağmen burs alma oranlarının da arttığı görülmüştür. Bu kapsamda ilgili kurumların yapacakları ayrıntılı bir çalışma ile öğrencilerin burs alma durumları gözden geçirilebilir ve gelir durumları daha objektif şekilde ölçülerek yeniden düzenleme yapılabilir. Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun toplu taşıma araçlarını kullandığı görülmüştür. Bu nedenle öğrencilerin üniversite yerleşkesine rahat ulaşım sağlamaları için mevcut otobüs sefer sayısı arttırılabilir. Ayrıca üniversite öğrencilerinin psikolojik açıdan ihtiyaçlarının giderilmesi için sosyal ve kültürel faaliyetler önem arz etmektedir. Yapılan analizler sonucunda, kültür ve eğlence harcamalarına yapılan harcamalarının göreceli olarak düşük olmasının nedeninin gelir yetersizliği olduğu görülmüştür. Yerleşke içerisinde öğrencilere yönelik uygun fiyatlı tiyatro, sinema, spor ve eğlence alanlarının nicel olarak arttırılması eğitim ve öğretim kalitesinin geliştirilmesi açısından önemli olabilir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Alkin, E.(1995). İktisat. İstanbul: Filiz Kitapevi.

Bahar, H.(2008).Sosyoloji. Ankara: Uşak yayınları

Begg, D., S. Fischer ve R. Dornbusch (2001). *Makro İktisat*, (Çev: V. Serin), Aklim Yayıncılık, İstanbul.

Bilici, N. Bilici,A.(2015). Kamu Maliyesi. Ankara: Savaş Yayınevi

Bocock, R.(2009). Tüketim, (Çev: İrem Kutluk), Dost Kitabevi, Ankara

Bozatay, Ş.(2011). Sosyoloji. Ankara: Beta Basım Yayım A.Ş

Dikkaya, M.Özyakışır,D.(2015).Temel ekonomi. Ankara: Savaş Yayınevi

Dinler, Z .(2000), İktisada Giriş, Ekin Kitabevi, Bursa

Dirimtekin, H.(1989).Genel İktisat Teorisi2.Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi

Dönmezer, S.(1994).Toplum bilim. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş

Durmaz, Y.(2011).Tüketici Davranışı. Ankara: Detay Yayıncılık

Erkal, M.(1998).Sosyoloji(Toplum Bilimi).İstanbul: Der Yayınevi

Ertek, T.(2004).Makro Ekonomiye Giriş. İstanbul: Beta Basım Yayım A.ş

Ghosh, Sukesh K.(1991). Econometrics. America: Prentice Hall

Gujarati,D.,Porter,D.(2003).Basic Econometrics. İstanbul: Literatür Yayıncılık

İslamoğlu, A.H., Altunışık,R.(2010).Tüketici Davranışları.İstanbul: Beta Yayıncılık

İslamoğlu, A.H., Altunışık,R.(2008).Tüketici Davranışları.İstanbul: Beta Yayıncılık

Mazlum, M.(2010).Pazarlama İlkeleri. Mersin: Çağ Üniversitesi Yayınları

Mucuk, İ.(2001).Pazarlama İlkeleri.İstanbul:Türkmen Kitapevi

N.Gujarati,D.(2012).Temel Ekonometri(Ümit Şenesen).İstanbul.Literatür Yayınları

Öcal,T., Çolak ,Ö.F. (1999). Para Teori ve Politika. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

- Öcal, T.(2007).Makro İktisat. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınları
- Odabaşı,Y.Barış,G.(2010).Tüketici Davranışı. İstanbul: Yeni Güven Matbaası
- Özdemir,Z.Sever,E.&Mercan,B. vd(2012).Mikro İktisadi Analiz. İstanbul: DR Yayınları
- Parasız, İ. (2000). İktisadın ABC'si. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Seyidoğlu, H.(1999),Ekonomik Terimler.İ stanbul:Kurtiş Matbaacılık
- Şahin, H.(2014).Türkiye Ekonomisi.Bursa:Ezgi Kitabevi
- Tarı, R.(2010) .Ekonometri. Kocaeli: Umuttepe yayınları
- Tezcan, M.(1985).Eğitim Sosyolojisi. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi
- Toplamacıoğlu, Y.(1969).Genel Sosyoloji. Ankara: Ankara Üniversitesi Basım Evi
- Unay, C.(1996).Makro Ekonomi. Bursa:Ekin Kitapevi
- TÜİK(1992).Hanehalkı Bütçe Araştırması Tüketim Harcamaları, Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası
- Ülgener,S.F(1970).Milli Gelir İstihdam ve İktisadi Büyüme .İstanbul: OFSET Matbaacılık
- Ünsal, E.(2005),Mikro İktisat.Ankara:İmaj yayınları
- Ünsal, E.(2013).Makro İktisat.Ankara: İmaj Yayınevi
- Yıldırım,K.Karaman,D,&Taşdemir,M.(2010).MakroEkonomi.Ankara:Seçkin Yayınları

MAKALELER

- Ahçıoca,D.Tümay,E.(2000) “Consumption Patterns of Households In North Cyprus”, Doğu Üniversitesi Dergisi,1(1): 1-2.
- Akbay,C.Boz,İ.(2005).” Kahramanmaraş'ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi”. KSÜ Fen Ve Mühendislik Dergisi,8(1),122-131
- Akça,F. Yeşilada,& T.Ergençkatrinli,A.(1999). “Satın alma karar sürecinde eşlerin etkisi: Karşılaştırmalı Analiz”.D.E.Ü.İ.İ.B.F Dergisi,14(2),1-10
- Akyüz,M.Eroğlu,Ö.Cinsiyet Farklılığının Sembolik Tüketim Eğilimi Üzerindeki Etkisi; Genç Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma,32,98-128

Akturan, U.(2010). “Hedonik Tüketim Eğiliminin Plansız Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi.” Galatasaray Üniversitesi, İİBF,9(33),109-116

Altutuğ,N.(2012). “Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili”. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,4(1),1309-8039

Altunışık, R. (2008). “Anketlerde Veri Kalitesinin İyileştirilmesi İçin Ön test (Pilot Test) Yöntemleri”.Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi,(02),1-17

Aydın, K.(2012). “Türkiye’de Kişisel Gelir Dağılımının Sosyal Ekonomik ve Demografik Belirleyicileri”. Kocaeli Üniversitesi İİBF,1,148-166

Ayhan,A.(2009). “Üniversite Gençliğinde Marka Tüketim Bağlamında bilinç-bilişim Düzeyi.” Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,1(26),27-45

Trigg,A. B.(2001).“ Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption.” Journal of Economic Issues,35(1),99-1

Campbell ,J.Y., Mankiw,G.N (1989). Consumption, Income, and Interest Rates: Reinterpreting the Time Series Evidence, The University of Chicago Press Journals,4,187-214

Champernowne.D G, Conwell. FA.(1997). Economic inequality and income distribution, Cambridge University Press,London

Cingi, S.,Güran,C. (2003) “Türkiye’de İktisadi Kalkınmayı Tehdit Eden Sorun: Eğitim”, Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 21(2)

Coşgun, M.(2006). “Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu.” Batman Üniversitesi Uluslararası Bilim ve Kültür Sempozyumu,1(1),837-849

Cömert, Y.Durmaz,D.(2006).“Tüketicinin Tatmini İle Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması”. Yaşar Üniversitesi Dergisi,1(4),351-375

Çakmak, A.Ç.,Çakır,M.(2012). “12-18 Yas Arası Gençlerin Hedonik Tüketim Davranışlarının İncelenmesi: Kocaeli Şehir Merkezinde Bir Araştırma”. Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi,1(4):171-189

Çalışkan,Ş.(2010). “Türkiye’de Gelir Eşitsizliği ve Yoksulluk”, Sosyal Siyaset Konferansları,2(59),89-132

Çalışkan,Ş.Karabacak,M.& Meçik,O.(2013). “Türkiye’de Eğitim-Ekonomik Büyüme İlişkisi: 1923-2011(Kantitatif Bir Yaklaşım)”. Yönetim Bilimleri Dergisi,11(21),29-48

Çayın ,M.Özer,H.(2015).“ Üniversitelerin İl Ekonomisine Katkısı ve Öğrencilerin Tüketim Yapısı: Muş Alparslan Üniversitesi Örneği”. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,30(2):131-147

Çınar,R,Çubukçu,İ.(2009).“Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları Karşılaştırmalı Bir Uygulama”.Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,13(1),277-300

Dilek,Ö.Kızıltan,A.vd(2016).“Demografik Özellikleri ile Gelir Harcama İlişkisi:Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”. Balkan Sosyal Bilimler Dergisi,656-668

Doğan,Z. Arslan,S., & Nuri Berkman.A.(2015)“Türkiye’de Tarım Sektörünün İktisadi Gelişimi ve Sorunları: Tarihsel Bir Bakış”.Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi,8(1),29-41

Doğan,C.Tek,M.(2007).“Türkiyede Gelir Dağılımının Toplanma Oranı Yöntemiyle Analizi”. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,3(2),93-119

Dölekoğlu,C.Ö, Yurdakul,O.(2004).“Adana İlinde Hanehalkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi İle Belirlenmesi1”.Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi,(8),62-86

Friedman,M.(1957).Consumption Function.United States of America: Princeton University

Güngör,G.,Göksu,A.(2013).“Türkiye’de Eğitimin Finansmanı ve Ülkelerarası Bir Karşılaştırma”. Yönetim ve Ekonomi,20(1),59-72

Gürler,Ö.K.,Üçdoğruk,Ş.(2007).“Türkiye’de Cinsiyete Göre GelirFarklılığının Ayırıştırma Yöntemiyle Uygulanması”. Yaşar Üniversitesi Dergisi,2(6),571-589

Hızlı,M.(2013).İslâm Kurumları ve Medeniyeti.Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını

Hız,G.(2011).“Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Alan Araştırması(Muğla Örneği)”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2), 1309 -8039

Karakaş,M.(2001).“Tüketim Kültürü yada Tüketime yeniden Üretimi.”Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF dergisi,3(1),11-27

Kip,E.(1997).Ekonometrik Yöntemler- Teori ve Uygulama.Ankara:Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi

Nakiboğlu,B.(2007). “Tüketime Çevreci Boyutu: Çevreci Tutum ve Davranışlara göre Pazar Bölümlemesi”. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,16(2),423-438

Özer,H.,Akan,Y.(2010). “Atatürk Üniversitesi Öğrencilerinin Gelir-Harcama İlişkisi “.C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,11(1):231-249

Sağlam, Y.(2006).“Keynesyen Tüketim Fonksiyonunun Türkiye Uygulaması.” Mustafa Kemal Üniversitesi İİBF dergisi,3(6),1-12

Selvi,Ö.(2012).“Bilgi Toplumu, Bilgi Yönetimi ve Halkla İlişkiler”. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi,3,191-214

Şentürk,Ü.(2008).“Modern Kontrol: Tüketim.” C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi,32(2),221-239

Talas,M.(2009).“Türk Tarımının Küreselleşmesi ve Ortaya Çıkardığı Toplumsal Problemler”.Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks,1(1),107-121

Tarı,R.,Pehlivanoglu,F.(2007).“Kocaeli İlinde Tüketici Davranışlarının Gelir-Harcama Grupları İlişkisi Açısından Analizi (Tüketim Harcamaları Profili)”. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,13(1),192-210

Türkay, O.(1986).Mikro iktisat Teorisi. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları

Uludağ,İ.Arıcan,E.&Oksay,S.(1998).İktisada Giriş(Mikro Analiz).İstanbul: Beta Yayınları

Uysal,Ş.(2007). “Türkiye’de Enflasyon: Sektörel Kaynakları ve İç Ticaret Hadleri”,44(508),21-33

Üstün,B.,Tutal,O.(2008).“Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve bu Değişimlerin Alışveriş Mekânlarına Etkisinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi. ”Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,8(2),259-282

Üzümcü, A.,Korkat,M.(2014).“Türkiye’de Gelir Dağılımı Adaletsizliği ve Yoksullukla Mücadelede Sosyal Yardımların Gelişimi”, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,5(8), 1309 – 4289

Vos,H.(2004).” Community and Human Social Nature in Contemporary Society,26,7-29

Yanıklar, C.(2010) “Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma”.C.Ü Sosyal Bilimler Dergisi,34(1),25-32

Yayar,R.,Çoban,M.N.(2014). “Tokat İli Kentsel Alanda Engel Eğrisi Analizi”.Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi,9(3),95-105

Zarakolu, A.(1979).İktisat Biliminin Temel İlkeleri . Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları

Yavuz,Ş.(2013).“Türk Toplumunun Tüketim Toplumuna Dönüşümünde Reklamcılığın Rolü”. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,36,220-240

Zorlu, A.(2009). “Yaşam Tarzı Tüketim Kültürü ve Gençlik.” Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi,1(1),53-66

TEZLER

Mammadova,M.(2015).Üniversite Gençliği ve Tüketim Eğilimleri: Selçuk Üniversitesi Örneği.Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya

Öztürk,Ö.F.(2010). Tüketim Harcamalarının Ekonometrik Analizi.Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü ,Uşak

Pehlivanoğlu, F.(2005).Engel Kanunu'nun Kocaeli Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü ,Kocaeli

İNTERNET KAYNAĞI

Öze, Nuran(2018).“Kültür, Tüketim Kültürü ve Halkla İlişkiler: Kuzey Kıbrıs, Telsim(Vodafone Kıbrıs)Örnek Olay İncelemesi”
[<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/108126>].Dergi Park,57,2018

TÜİK(2016).Türkiye İstatistik Kurumu Düzeltilmiş Haber Bülteni. Mart 2017 tarihinde alınmıştır

EK 1: ANKET FORMU

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİM DAVRANIŞLARI ANKETİ

KİŞİSEL BİLGİLER					
Cinsiyetiniz: Kadın() Erkek ()					
Yaşınız: 18 yaş altı () 18-20() 21-23 () 24-26() 26+ ()					
Hangi fakültede öğrenim görmektesiniz?				Bölümünüz:	
İİBF ()	Mühendislik ()	Teknik eğitim ()	Ziraat ve doğa bilimleri ()	Diş hekimliği ()	Hava ve uzay bilimleri ()
Spor bilimleri ()	İlahiyat ()	Hukuk ()	Eğitim ()	Fen edebiyat ()	Teknoloji ()
Tıp ()	Güzel sanatlar ()	Mimarlık ()	İletişim ()	Denizcilik ()	Sağlık Bilimleri ()
Kaçınıcı sınıfsınız: 1() 2() 3() 4 () 4+()					
Medeni durumunuz : () Evli () Bekâr					
Ailenizdeki birey sayısı :					
Ailenizdeki öğrenci sayısı :					
Aile reisinizin mesleği nedir : Memur() İşçi () Esnaf -Serbest meslek() Emekli ()					
Aile reisinizin sosyal güvencesi var mı? SSK () BAĞ-KUR () EMEKLİ SANDIĞI () Yok ()					
Kontrol amaçlıdır lütfen işaretlemeyiniz			Evet () Hayır() Bazen ()		
Nerede kalıyorsunuz: Öğrenci evi () Yurt () Apart () Aile yanı ()					
Aynı evde veya odada kaç kişi kalıyorsunuz :Kişi					
Kendinize ait arabanız var mı: Evet() Hayır()					
Evinizi nasıl ısıtıyorsunuz ?(sadece evde kalanlar cevaplasın) Doğalgaz() Merkezi () Sobalı ()					
Kredi kartı kullanıyor musunuz?			Evet () Limit.....TL Hayır ()		
Kredi kartı kullanma sebebiniz nedir?			a) Taksit seçenekleri() b) Özel indirim ve avantajlar sağlaması() c) Nakit yetersizliği() d) Daha düzenli bir harcama planı sağlaması() e) Hepsi ()		
Elde ettiğiniz aylık geliriniz ile istediğiniz harcamaları yapabiliyor musunuz?			a) Evet() b) Hayır () c) Kısmen ()		

GELİR BİLGİLERİ	
Burs veya Kredi alıyor musunuz ? Alıyorsanız miktarı nedir :	
() Burs.....	TL
() Kredi.....	TL
() Hem burs hem kredi	TL
() Hiçbiri	
Herhangi bir yerde çalışıyormusunuz? Çalışıyorsanız aylık ücretiniz nedir?	
() Tam zamanlı çalışıyorum.....	TL
() Part-time çalışıyorum	TL
() Çalışmıyorum	
Kontrol amaçlıdır lütfen işaretlemeyiniz	100() 200() 300 () 300+()
Ailenizden aldığınız aylık harçlık miktarınız nedir? 300'den az () 301-500 () 501-1000 () 1000+ ()	
Aylık toplam geliriniz ortalama ne kadar? 0-500() 501-1000() 1001-1500() 1500+()	

HARCAMA BİLGİLERİ (Aylık harcama bilgilerinizi giriniz)	
Giyim ve Ayakkabı (Pantolon ,gömlek, ayakkabı, bot vb.)	TL
Gıda ve Alkolsüz içecekler (Ekmek ,süt, yumurta, et ,sebze, çay ,kahve vb.)	TL
Alkollü içecekler ve tütün ürünleri (sigara, tütün, rakı, bira vb.)	TL
Konut ,su ,elektrik, gaz ve diğer yakıtlar (sadece evde kalanlar cevaplasın)	TL
Sağlık (hastahane, ilaç, tahlil vb.)	TL
Ulaştırma (dolmuş, uçak ,tren ,otomobil vb.)	TL
Haberleşme (cep telefonu, sabit telefon)	TL
Kültür ve Eğlence (sinema, tiyatro, bilgisayar, cafe, gazete, dergi ,roman vb.)	TL
Eğitim (kırtasiye malzemeleri ,fotokopi ,kitap vb.)	TL
Kişisel bakım (kuaför, berber, şampuan ,sabun vb.)	TL

ÖZGEÇMİŞ

1992 yılında İstanbul’da doğdu. İlköğretim ve liseyi İstanbul’da tamamladı.2015 yılında Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünden lisansını tamamladı. 2018 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İktisat Teorisi ve Tarihi programından mezun olarak yüksek lisansını tamamladı.

