

Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Fakülteler Bazında Gelir-Tüketim İlişkisinin Analizi*

Ferhat PEHLİVANOĞLU**
Zeynep NARMAN***

ÖZ

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, istatistik ve ekonometrik analizler yapılmıştır. Bu çalışmanın nihai amacı; Kocaeli Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik durumlarını analiz ederek, gelir-harcama ilişkisini test etmektir. Yüz yüze mülakat tekniği ile elde edilen bilgiler doğrultusunda ilk 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 Fonksiyonları, Gelir Esnekliği

Analysis of Income-Consumption Relationship Kocaeli University Students on The Basis of Faculties

ABSTRACT

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. The ultimate 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. Then, the most appropriate functional forms were found for each expenditure group, based on the share of expenditure groups in the budget.

Keywords: Consumer Behavior, Consumption Function, Income Flexibility

1.Giriş

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 hizmet 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 dağılacakını 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.

*Bu çalışma, “Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Davranışlarının Analizi: Kocaeli Üniversitesi Örneği” adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir

**Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, orcid no:0000-0001-6930-0181, fpehlivanoglu@kocaeli.edu.tr

***Doktora öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, orcid no:0000-0002-0230-9058, zynpnarman92@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 18.01.2018; Makalenin Kabul Tarihi: 30.04.2018

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 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.

2. Literatür Özeti

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:

Tarı ve Pehlivanoğlu (2007), Kocaeli ili için gelir-harcama ilişkisini ve Engel Kanununun geçerliliği araştırılmıştır. Çalışmada; gelirdeki yüzde değişmeye en duyarlı harcama grubu kültür ve eğlence, mobilya, ev aletleri ve bakım hizmetleri iken; en az duyarlı harcama grubunun konut, su, elektrik, gaz ve diğer yakıtlardan oluşan harcama grubunun olduğu gözlemlenmiştir.

Kaşlı ve Serel (2008), 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 ilişkisini ve il ekonomisine katkısını araştırılmıştır. Çalışmada gelir-harcama grubu ilişkisi, Engel fonksiyonları yardımı ile 12 harcama grubu açısından incelenmiştir.

Çakır vd. (2010), 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.

Öztürk (2010), Uşak ili hane halkı için tüketim gelir hipotezleri test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; toplam gelir içindeki en yüksek payın konut, su, elektrik ve diğer yakıt harcama kalemine ait olduğu görülmüştür.

Yaylalı vd. (2011), Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin gelir-harcama ilişkilerini ve meslek yüksekokullarının ilçe ekonomisine katkısı araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, %34 oranla en büyük katkının gıda harcama grubuna ait olduğu bulunmuştur.

Sosyal vd. (2011), Kilis 7 Aralık Üniversitesinin şehir ekonomisine katkısı araştırılmış olup, üniversite öğrencilerinin bütçesi içerisindeki en fazla oranın barınma harcamalarına ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışkan ve Demir (2013), Celal Bayar Üniversitesi öğrencilerinin tüketim harcamalarını analizi etmek amacı ile anket yapılmış, anket sonucunda toplam harcamalardan en fazla payın; barınma, gıda, haberleşme ve ulaşım'a ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yayar ve Demir (2013), 2012 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğrencileri ve personeline yapılan anket yöntemi ile söz konusu bireylerin Tokat ili ekonomisine katkısını araştırılmıştır. Elde edilen veriler neticesinde; bütçe içindeki en yüksek pay giyim harcamalarına ait iken, en düşük payın ısınma ve diğer harcamalar grubuna ait olduğu saptanmıştır.

Çayın ve Özer (2014), Muş Alparslan Üniversitesi öğrencilerinin; gelir, harcama ve istihdam bakımından il ekonomisine katkısını ve öğrencilerin tüketim yapıları analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; barınma ve beslenme harcamaları toplam harcamaların yarısından fazlasını oluşturmaktadır.

Erkan (2014), Niğde ilinde hane halkının gelir, tüketim ve tasarruf eğilimleri anket yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda; harcama grupları içinde en büyük pay gıda ve alkolsüz içecekler, devamında ise giyim ve ayakkabı harcamalarına ait olduğu görülmüştür.

İpek & Sekmen (2017), Gümüşhane il 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.

3. Tüketim ve Tüketici Davranışları

Hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri olan tüketim, insanın yaşamı boyunca devam eden önemli bir bileşendir. Ekonomi biliminin üzerine yoğun çaba harcadığı tüketim kavramı, toplumsal hayatta davranışsal farklılıklarla karşılaştığı için tanımlanması zor bir kavramdır (Karakaş,2001:15). Tüketim, en genel tanımıyla tatmin edici ihtiyaçları ifade eder. 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 denge sağlanamamaktadır (Fırat vd., 2013:2).

Tarih boyunca insanların bu sınırsız ihtiyaçları karşılamak ve tatmin olmak peşinde oldukları görülmektedir. İnsanlığın 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 alınmaktadır (Zarakoğlu,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 çalışmak ve dolayısıyla daha fazla tüketmek gayretindedirler (Coşgun,2012:838).

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). Hane halkının yıl içerisinde elde etmiş olduğu varlıkları ne kadar artarsa, tüketime eğilimleri de o kadar artacaktır. Tüketimi etkileyen en önemli faktörlerden biri servettir. Ekonomide, piyasa değeri olan ve parayla değiştirilebilen şeyler servet içerisinde yer almaktadır. Mesela, stok grubuna giren servet; hane halkının sahip olduğu vadeli –vadesiz mevduatları, gayrimenkulleri, menkul kıymetleri kapsamaktadır. Servet; nominal servetten ziyade fiyat dalgalanmalarından arınmış reel servete bağlıdır (Öcal vd. 1999:254).

Faiz oranlarında meydana gelen değişiklikler tüketimi doğrudan etkilemese de dolaylı olarak etkisinin varlığından söz edilebilir. Faiz oranları arttıkça insanlar, maliyet artışı sebebiyle daha az borçlanmaktadır. Yatırımcıların amacı kârlarını arttırmaktır ve bu nedenle, faiz oranlarının artışı durumunda yatırım kararı alırken daha çekingen davranmaktadırlar. Faiz oranlarının artışı, yatırımlarını öz kaynaklarla desteklemeyi düşünen girişimciler üzerinde dahi caydırıcı bir etki bırakır. Çünkü bir girişimcinin yatırım kararı alması için; faiz oranına eşit ya da daha yüksek bir kar 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). Enflasyonun tüketim üzerindeki etkisi ise, gelecekle ilgili beklentilerinden kaynaklanmaktadır. Enflasyon olgusunun tüketim kararlarını etkilediğini söylemekle birlikte, bu etkinin kesin olmadığını da belirtmek gerekir. Tüketim harcamaları ve enflasyon arasında doğrudan bir ilişki bulunmadığı için; tüketim kararının fiyat değişimlerinden etkilendiği, ancak enflasyonda meydana gelen değişikliklerden etkilenmediği varsayılmaktadır (Baumol ve Blinder,2009:199).

Fiyatlarda meydana gelen artış, girişimcilerin yatırım avantajlarını arttırmakta ve onları yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Bu dönemde yatırımlar da meydana gelen artış, gelecekte üretim artışı ile sonuçlanmakta ve arzın sertliği ortadan kalkmaktadır. Bunun sonucunda tüketiciler gereksinimlerini esnek olan mal arzı ile karşılamakta ve fiyatlar istikrarlı olma eğilimine girmektedir. 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). 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, 1997).

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 (Tezcan,1985: 93).

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 ve tasarruf kavramları tüketime etki eden önemli faktörlerdendir.

Gelir dağılımı iktisat ve sosyoloji gibi birçok bilim dalında çalışma konusu olan kritik konulardan biridir. Günümüz toplumlarında sosyal barış, birlik ve düzenin sağlanması gelir dağılımında adaletten geçmektedir(Aydın,2012:147). Günümüz ekonomisinde gelir dağılımı adaletsizliği neredeyse tüm ülkelerin ortak sorunudur. 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 bir noktadır. Çünkü üretim ve dağıtım kendi haline bırakıldığında, 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 ve Korkut, 2014:137).

Maliye politikasının en önemli araçlarından biri de vergilerdir. Vergiler, bireylerin cebri olarak kamu harcamalarına katılması olarak tanımlanabilir. 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 (Demircan,2003:100).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 rahatlatma gelecekte daralmayla sonuçlanacaktır (Begg, 2001:414).

4.Ampirik Analiz

İktisadi ve ekonometrik analizler, Kocaeli Üniversitesi baz alınarak, yüz yüze görüşme tekniği ile yapılan “Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları” anketinden elde edilen yatay kesit verileri kullanılarak yapılmıştır. Anket çalışmasında son bir aylık dönemde elde edilen veriler dikkate alınmıştır. Fiyatlar-tercihler sabit iken, gelirin her düzeyinde satın alınan mal miktarını gösteren eğriye, Engel eğrisi denir. Engel eğrileri analizinde, tüketicinin satın alacağı mal gruplarının zorunlu veya lüks harcama gruplarından hangisine dahil olduğunu incelenmektedir. Bu nedenle, tüketim harcamaları içinde yer alan mal gruplarının tüketici açısından herhangi bir karışıklığa yol açmaması için bunların sınıflandırılması gerekir(Tarı ve Pehlivanoğlu,2007:195).

Bu çalışmada Engel kanunu gereği, harcama gruplarının her birinin toplam gelir içindeki paylarını analiz etmek amacıyla gelir grupları; 0 - 500 TL, 501 - 1000 TL, 1001 - 1500 TL ve 1500 + TL olmak üzere 4 gruba ayrılmıştır. Engel eğrileri analizi, tüketiciler tarafından ihtiyaç duyulan mal gruplarının lüks veya zorunlu mal gruplarından hangisine girdiğiyle ilişkilidir. Bu çalışmada ana kitle olarak üniversite öğrencileri seçilmiştir. 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.

Tablo1: Harcama Grupları

I. Gıda ve Alkolsüz İçecekler,	II. Alkollü İçecekler ve Tütün ürünleri
III. Giyim ve Ayakkabı	IV. Konut Su Elektrik Gaz ve Diğer Yakıtlar
V. Sağlık	VI. Ulaştırma
VII. Haberleşme	VIII. Kültür ve Eğlence
IX. Eğitim	X. Kişisel Bakım

Kocaeli Üniversitesi 1992 yılında; 6 fakülte, 1 meslek yüksekokulu ve 3 enstitü ile kurulmuş ve ülkemizin önde gelen bilim ve eğitim merkezlerinden biri olmuştur. Kocaeli Üniversitesi bugün, 17 yerleşkede; 3 Enstitü, 16 Fakülte, 1 Devlet Konservatuarı, 6 Yüksekokul, 21 Meslek Yüksekokulu olmak üzere toplam 47 birimde akademik faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte Kocaeli Üniversitesi, yaklaşık 80.000 öğrenci ve 2000'nin üzerinde akademik personele sahiptir.*

Çalışma kapsamında uygulanan "Kocaeli Üniversitesi Öğrencileri Tüketim Davranışları" anketi fakülte bazında bölümlere indirgenerek gerçekleştirilmiştir. Kocaeli üniversitesi yukarıda belirttiğimiz üzere 16 fakülteye sahiptir. Ancak bu çalışmada öğrenci yoğunluğu dolayısıyla rassal olarak 14 fakülte baz alınmıştır. Hedef alınan bu fakülteler toplamda 57 bölümden oluşmaktadır. Fakülte bazında anket yapılacak öğrenci sayısı ise fakültelerdeki öğrenci toplamı üzerinden yüzdesel olarak belirlenmiştir. 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, çalışma kapsamında 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.

Gelir-tüketim ilişkilerinin incelendiği mikro ekonomik çalışmalarda birçok fonksiyonel form kullanılmaktadır. Bu çalışmada, her bir harcama grubuna ait en uygun matematiksel kalıbı bulmak üzere 9 fonksiyon kullanılmıştır. Bu fonksiyonlar aşağıdaki gibidir : (Ahçıhoca ve Ertek,2000:2)

Tablo2: Matematiksel Fonksiyonlar

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

Türkiye İstatistik Kurumu verileri kullanılarak yapılan çalışmaların bir kısmında, yukarıdaki fonksiyonel formların tamamı kullanılırken, bazılarında tek bir fonksiyonel form üzerinden hareket edilmiştir. Örneğin; Özer vd.(2010) ve Yaylalı vd.(2011) çalışmasında 9 fonksiyonel formun tamamını kullanmıştır. Öztürk(2010) 6 fonksiyonel form kullanmıştır.

4.1.İktisadi Ön Analiz

Bu çalışmada; Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin çeşitli mal gruplarına yapmış oldukları harcamalar ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Bu doğrultuda, TÜİK' in yapmış olduğu hane halkı tüketim harcamaları anketindeki mal gruplandırılmaları 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 paylar Tablo 3'de gösterilmiştir.

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

Tablo3: Harcama Gruplarının Bütçe İçindeki Paylarına Göre Dağılım

Harcama Grupları	MUTLAK DEĞER	YÜZDE ORAN
I.Giyim ve Ayakkabı	63.565 TL	%15
II.Gıda ve Alkolsüz İçecekler	80.355 TL	%19
III.Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	27.830 TL	%7
IV.Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar	70.710 TL	%17
V.Sağlık	9.230 TL	%2
VI.Ulaştırma	57.012 TL	%13
VII.Haberleşme	22.913 TL	%5
VIII.Kültür ve Eğlence	32.655 TL	%8
IX.Eğitim	28.235 TL	%7
X.Kişisel Bakım	28.955 TL	%7

Tablo 3 'de görüldüğü gibi, Kocaeli üniversitesi öğrencilerinin harcama grupları içinde en büyük pay % 19 ile “gıda ve alkolsüz içecekler” 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.

“Giyim ve harcama” grubunun toplam harcama içindeki payı oransal olarak % 15 tir. Bu oranın, TÜİK hane halkı verileri anket sonuçlarının aksine bu derece yüksek çıkmasının nedeni örneklem kümesini genç bir 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 bulunduğu konum ve sahip olduğu öğrenci nüfusu göz önüne alındığında, yakın çevresi itibarıyla sınırlı barınma imkânına sahiptir. Bu nedenle üniversite çevresindeki barınma ihtiyaçlarına karşılık bulamayan öğrenciler, okula ulaşımını dolmuş veya özel araçları ile sağlamaktadırlar. Aynı zamanda, öğrenciler ailelerinin yanlarına seyahat etmek için otobüs, uçak, tren vb. ulaşım aracı kullanmaktadır. Bu nedenle ulaşım harcamalarının toplam harcama grubu içindeki payı yüksektir. “Ulaştırma harcamaları”ndan 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 3’e göre; “alkollü içecekler ve tütün ürünleri, eğitim ve kişisel bakım” harcamalarının tüketim harcamaları içindeki payı %7 ile eşit görülmektedir. Ancak, alkollü içecekler ve tütün ürünlerinin mutlak değeri 27.830 TL iken, 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. 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 kısma sahiptir. Haberleşme harcamalarından sonra en düşük paya sahip olan “sağlık” harcamalarının mutlak değeri 9.230 TL ve oransal değeri ise %2 olarak hesaplanmıştır. Sağlık harcamalarının düşük çıkmasının nedeni, örneklem kümesini oluşturan öğrenci ailelerinin %96 ‘sının sosyal güvencesinin olmasıdır. Bu nedenle öğrenciler devlet hastanesi ve üniversite hastanelerine çoğunlukla ücretsiz tedavi olabilmektedir.

4.2.Ekonometrik Analiz

Ekonometrik modelin kurulum aşamasından sonra modelin katsayılarının sayısal değerleri tahmin edilir. Tahmin yöntemi 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.

Öncelikle yapılması gereken, parametrelerin işaretleri ve büyüklükleri bakımından iktisat teorisi ile uyumunu araştırmaktır. Yapılan çalışmanın ehemmiyeti için, katsayıların işaretleri ve büyüklüklerinin teori ile uyumu 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 formlara ait parametrelerin tamamı, işaret ve büyüklükleri açısından iktisat teorisine uygun bulunmuştur. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında tüm forma ait tahminler verilmek yerine, en açıklayıcı ve anlamlılığı en başarılı olan tahminlere yer verilmiştir.

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. İstatistiki testler, "R²", "t" ve "F" testleridir. "F" testi bir regresyon denklemindeki katsayıların anlamlı olup olmadıklarını bir bütün olarak ölçmektedir. Bu testin "t" testinden farkı; sabit katsayının test edilmemesidir. Basit bir regresyon modelinde "t" ve "F" testi arasında bir farklılık olmadığından dolayı "F" testi anlam teşkil etmemektedir. Bu nedenle, tahminlerin güvenilirliği "z" ve "R²" testleri ile analiz edilmiştir.

Bu çalışmada elde edilen "s" değeri, her bir model için "Y" ve "s_y" değerinden küçük olduğundan, regresyon doğrusunun verilere uyumu iyidir ve tahmin başarılıdır. Ayrıca, "b₀" ve "b₁" parametrelerinin hesaplanan değerleri % 5 önem seviyesinde "z" tablo değerinden büyük bulunmuştur. Dolayısıyla, 10 gruba ait bütün parametreler % 5 önem seviyesinde anlamlıdır. Yatay kesit verilerinde model uygun olduğu halde, "R²" değeri düşük çıkabilmektedir. Ekonometrik analizde anket sonucu elde edilen yatay kesit verileri kullanıldığından "R²" değeri düşük çıkmıştır (Pehlivanoglu & Tarı, 2007:s.202).Elde edilen tahminler tek bağımsız değişkenlidir, bu nedenle çoklu doğrusal bağlantı analizi yapılmamıştır.

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). Modelde değişen varyans olup olmadığı "White" testi ile analiz edilmiştir. Buna göre tahmin edilen 10 modelin tamamında değişen varyans ile karşılaşmıştır. EKK varsayımlarına göre modellerin tamamı başarısız görülmektedir. Ancak, yatay kesit verilerine dayanan çalışmalarda bu durumla karşılaşılacağı beklenen bir olgudur. Bu nedenle, değişen varyans problemi tüketim harcamalarının incelendiği bu tarz çalışmalarda önem arz etmemektedir.

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. (Gujarati,2012:s.369) Yatay kesit verilerinde otokorelasyon ihmal edilmiş değişken olması durumunda ortaya çıkabildiği gibi, modelde yer alması gerektiği halde yer verilmeyen değişkenler durumunda da ortaya çıkabilmektedir.(Gürış vd 2013:s.202) Bu çalışmada otokorelasyonun test edilmesi amacı ile "Durbin-Watson d" ve "Breusch-Godfrey" testleri yapılmıştır.

İlk olarak "Durbin- Watson d testinde"; % 5 önem düzeyinde alt sınır (d_i) 1,56 ve üst sınır (d_u) 2,84 olarak belirlenmiştir. Breusch-Godfrey testinde ise; $(n-p).R^2 \approx X^2_p$ olarak belirlenmiştir. Eğer, $(n-p).R^2$ değeri, belli bir anlamlılık düzeyine göre bulunan tablo ki-kare değerinden küçük çıkarsa otokorelasyon vardır, aksi durumda ise otokorelasyon yoktur denilebilir. Çalışmada 10 harcama grubu için ayrı ayrı uygulanan;"Durbin-Watson d" testi ve "Breusch-Godfrey" testine göre otokorelasyona rastlanmamıştır.

A. Harcama Gruplarını Temsil Eden Fonksiyonel Kalıplar

Çalışmanın bu kısmında, harcama gruplarına ait fonksiyonların tahmin edilmesi için 9 fonksiyonel kalıp içinde en uygun model; iktisadi, istatistiki ve ekonometrik testler kullanılarak analiz edilmiştir. Tüm fonksiyonlarda söz konusu harcama grubu bağımlı değişken(Y), bunun yanı sıra gelir-tüketim harcama grubu bağımsız değişken (X) olarak ele alınmıştır. Tüm fonksiyonel kalıplar denenmiş ve en uygun kalıplar bulunmuştur.

"Gıda ve Alkolsüz İçecekler", "Alkollü İçecekler Sigara ve Tütün Mamulleri", "Konut, su elektrik, gaz ve diğer yakıtlar", "Ulaştırma", "Kültür ve Eğlence", "Eğitim" ve "Kişisel Bakım" harcamaları yanı

logaritmik kalıp ile temsil edilirken, “Giyim ve Ayakkabı”, “Sağlık” ve “Haberleşme” harcamaları çift logaritmik kalıp ile temsil edilmekte ve Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4: Harcama Gruplarına Ait Fonksiyonlar

Gıda ve Alkolsüz İçecekler	$\ln Y = 3.897 + 0.001X$ (0.0547) (6.1849) t 71.132 18.227 $R^2 = 0.3935$ $F = 332.2512$ $DW = 1.91$
Giyim ve Ayakkabı	$\ln Y = 0.995 + 0.561 \ln X$ (0.2985) (0.0457) t 3.3340 12.2814 $R^2 = 0.2321$ $F = 150.8331$ $DW = 1.92$
Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	$\ln Y = 4.1514 + 0.0007X$ (0.1268) (0.0001) t 32.738 6.122 $R^2 = 0.19$ $F = 37.480$ $DW = 1.57$
Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar	$\ln Y = 4.589 + 0.0008X$ (0.0879) (7.9328) t 52.172 11.296 $R^2 = 0.35$ $F = 127.61$ $DW = 1.97$
Sağlık	$\ln Y = 0.0206 + 0.547 \ln X$ (0.6831) (0.1029) t 0.0301 5.3240 $R^2 = 0.14$ $F = 28.345$ $DW = 1.78$
Ulaştırma	$\ln Y = 3.944 + 0.0006X$ (0.0538) (6.1770) t 73.206 11.117 $R^2 = 0.19$ $F = 123.59$ $DW = 1.95$
Haberleşme	$\ln Y = 1.249 + 0.372 \ln X$ (0.2353) (0.0360) t 5.3087 10.334 $R^2 = 0.17$ $F = 106.79$ $DW = 1.89$
Kültür ve Eğlence	$\ln Y = 3408 + 0.0007X$ (0.0629) (7.2216) t 54.161 10.705 $R^2 = 0.20$ $F = 114.59$ $DW = 1.80$
Eğitim	$\ln Y = 3.271 + 0.0006X$ (0.0692) (7.9864) t 47.240 8.0666 $R^2 = 0.12$ $F = 65.070$ $DW = 1.74$

Kişisel Bakım	Y=-186.90 +36.897lnX
	(20.360) (3.129)
	t -9.179 11.788
	R² = 0.20 F= 138.97 DW=1.73

Yapılan çalışmada, tüketim fonksiyonlarından sonra her bir mal grubu için gelir esneklikleri Tablo 5'te gösterilmiştir:

Tablo 5: Harcama Gruplarının Esneklikleri

Harcama Grupları	Gelir Esneklikleri
I. Giyim ve Ayakkabı	0.92
II. Gıda ve Alkolsüz İçecekler	0.18
III. Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri	1.55
IV. Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar	0.16
V. Sağlık	1.20
VI. Ulaştırma	0.83
VII. Haberleşme	1.01
VIII. Kültür ve Eğlence	1.04
IX. Eğitim	1.09
X. Kişisel Bakım	1.02

Kocaeli Üniversitesi öğrencileri tüketim davranışlarına göre; “Giyim ve Ayakkabı”, “Gıda ve Alkolsüz İçecekler”, “Konut, Su, Elektrik, Gaz ve Diğer Yakıtlar” ve “Ulaştırma” harcamalarının gelir esneklikleri 1’den küçük çıktığı için bu harcama grupları zorunlu harcamalar grubunda yer alırken; Alkollü İçecekler ve Tütün Ürünleri, Sağlık, Haberleşme, Kültür ve Eğlence, Eğitim ve Kişisel Bakım harcamalarının gelir esneklikleri 1’den büyük bulunduğu için bu harcama grupları ise lüks harcamalar arasında yer almaktadır.

Çalışmanın ana evrenini üniversite öğrencilerinin oluşturması, aynı çalışmayı hane halkı verilerine göre yapan diğer çalışmadan 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 içecekler” harcama grubundan hesaplanan gelir esnekliği 1’den küçük çıkmıştır. Bu durum harcama grubunun 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. Dolayısıyla “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 haberleşme harcamaları lüks harcamalar kategorisine girmektedir. Kültür ve Eğlence” harcama grubunun gelir esnekliği de 1’den büyüktür. Dolayısıyla bu harcama grubu lüks harcamalar kategorisine girmektedir. “Eğitim” harcama grubunun 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 grubunun gelir esnekliği 1’den büyük çıkmıştır. Kişisel bakım harcamaları lüks harcamalar içerisinde girmektedir.

Üniversite öğrencilerinin tüketim davranışlarının incelendiği bu çalışmada; “Giyim ayakkabı”, “Gıda ve alkolsüz içecekler”, “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.

Tablo 6: Gelir Gruplarına Göre Harcama Gruplarının Payları

Harcama Grupları	0-500 TL	501-1000 TL	1001-1500 TL	1500 TL +
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

Tablo 6’ da görüldüğü gibi “0-500” gelir grubunda en yüksek pay “ulaştırma” ve “eğitim” harcamalarına aittir. Ulaştırma harcamalarına ayrılan pay, diğer gelir gruplarında gelir arttıkça önce artmakta daha sonra giderek azalmaktadır. Tablo 5’ e bakıldığında ulaştırma harcamalarını gelir esnekliği $0 < e_m > 1$ arasındadır. Başka bir deyişle ulaştırma harcamaları zorunlu harcamalar kategorisine girmektedir. Dolayısıyla engel kanununun 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’ tir. Haberleşme harcamalarına ayrılan pay en fazla “501-1000” geliri grubuna aittir. Diğer bir harcama grubu olan “Kişisel Bakım” harcamalarında, gelir gruplarına göre ayrılan payın en yüksek “501-1000” gelir grubuna ait olduğu görülmüş, ayrılan pay % 45 olarak hesaplanmıştır.

“Sağlık” harcamalarının toplam harcama içindeki payı gelir gruplarına göre sırasıyla %19, %35, %28 ve %18 olarak gerçekleşmiştir. Gelir miktarı belirli 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 6' da 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 ilişkiyi “Ki-kare” bağımsızlık testi ile analiz edilmiş olup, “P” değeri $< 0,05$ bulunmuştur. Bu durumda aylık toplam gelir ile harcama kalemleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir.

5.Sonuç ve Öneriler

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. 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 baz alınarak uygun görülen 10 harcama grubu ile çalışılmıştır. Toplam gelirin harcama gruplarına göre dağılımını belirleyip gelir ve harcama grupları ile çeşitli faktörler arasındaki ilişkiyi analiz etmek ise çalışmanın tali amaçlarını oluşturmaktadır. Anket sonuçlarına göre, örneklem kümesini oluşturan öğrencilerin % 56,90'ı kadın, % 43,10'u erkeklerden oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin 14 fakülte ve 57 bölüm esas alınarak yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- 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”, “Alkollü 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.

- 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 yurtdışı 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 harcama grubuna yapılan harcama miktarının 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

- Ahçıhoca, D. ve Ertek, T. (2000) “*Consumption Patterns of Households In North Cyprus*”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 1(1): 1-2.
- Aydın, K. (2012). “*Türkiye’de Kişisel Gelir Dağılımının Sosyal Ekonomik Ve Demografik Belirleyicileri*”. Kocaeli Üniversitesi İİBF, 1, 148-166
- Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı (1997). Yüksek Enflasyonun Aile içi İlişkiler Üzerine Etkisi. Ankara: Bilim Serisi.
- Baumol, W. ve Blinder, A. (2009). *Macroeconomics. Principles and Policy*. Australia: Pre-Pres PMG
- Begg, D., S. Fischer & R. Dornbusch (2001). *Makro İktisat*. (Çev: V. Serin), İstanbul: Aklim Yayıncılık.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. (Çev: İrem Kutluk), Dost Kitabevi, Ankara
- Coşgun, M. (2006). “*Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu*.” Batman Üniversitesi Uluslararası Bilim ve Kültür Sempozyumu, 1(1), 837-849
- Champernowne. D G ve Conwell. FA. (1997). *Economic inequality and income distribution*, Cambridge University Press, London
- Fırat, A., Kutucuoğlu, K., Saltık, I., ve Tunçel, Ö. (2013). Consumption, Consumer Culture and Consumer Society, *Journal of Community Positive Practices*, 13(1), 182-203
- Campbell J.Y. ve Mankiw, G.N (1989). Consumption, Income, and Interest Rates: Reinterpreting the Time Series Evidence, *The University of Chicago Press Journals*, 4, 187-214
- Siverekli, D.E. (2003). *Vergilendirmenin Ekonomik Büyüme ve Kalkınmaya Etkisi*. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21, 97-116
- Gujarati, D. ve Porter, C. (2003). *Basic Econometrics*. İstanbul: Literatür Yayıncılık
- Karakas, M. (2001). *Tüketim Kültürü ya da Tüketimin Yeniden Üretimi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 3(1), 11-27.
- Öcal, T. (2007). *Makro İktisat*. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınları
- Öcal, T. ve Çolak Ö.F. (1999). *Para Teori ve Politika*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Tarı, R. ve Pehlivanoglu, F. (2007). *Kocaeli İlinde Tüketici Davranışlarının Gelir-Harcama Grupları İlişkisi Açısından Analizi*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(13), 192-21
- Tarı, R. (2010). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe yayınları
- Tezcan, M. (1985). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

- Üzümcü, A.ve Korkut, 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.
- Yıldırım, K.Doğan K& Murat, T. (2010). Makro Ekonomi. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Zarakolu, A. (1979). İktisat Biliminin Temel İlkeleri. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.