



Yıl / Year: 2019

Cilt / Volume: 9

Sayı / Issue: 17

Sayfalar /Pages: 180-202

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi: 02.03.2019

Kabul Tarihi: 06.04.2019

MESLEK YÜKSEKOKULU MUHASEBE VE VERGİ PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL VE EKONOMİK PROFİLİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: AĞRI MYO ÖRNEĞİ¹

Fatma TEMELLİ*

Öz

Günümüzde üniversiteler, sadece bilimsel bilgi üreten birimler olmayıp, kuruldukları bölgelere özellikle sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan katkılar sağlayan kurumlardır. Üniversitelerin yerel ekonomik gelişmelere ve bölgesel kalkınmaya katkıları oldukça fazladır. Özellikle kentleşmenin tam olarak gerçekleştirilemediği bölgelerde kurulan meslek yüksekokulları, buldukları bölgenin sosyal ve ekonomik gelişmişlik düzeyinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Ağrı Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Programı öğrencilerinin sosyal ve ekonomik profillerini belirlemek, öğrencilerin zamanı ve parayı nasıl kullandıklarını incelemektir. Araştırmanın verileri elde edilirken anket yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak frekans, ortalama, standart sapma kullanılmıştır. Gruplu değişkenler arasındaki ilişki ki-kare analizi ile test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal ve Ekonomik Profil, Muhasebe ve Vergi Programı, MYO, Öğrenci.*

Jel Kodları: G00, G11, G18, M40.

A RESEARCH ON THE DETERMINATION OF THE SOCIAL AND ECONOMIC PROFILE OF THE STUDENTS OF DEPARTMENT OF ACCOUNTING AND TAXATION IN VOCATIONAL SCHOOL OF HIGHER EDUCATION

Abstract

At the present time the universities not only scientific knowledge producing units but also they are foundations which contribute in terms of socio-cultural and economic in the regions where they are established. Contribution of universities are pretty much to local economic development and regional development. Vocational School of Higher Education which are established especially in regions where urbanisation can not be realized completely, play an important role on increasing level of the social and economic development. The purpose of this study is to determine social and economic profiles of the students of Ağrı İbrahim Çeçen University Vocational School of Higher Education Department of Accounting and Taxation and to examine how the students use the time and money. While getting the data of study survey method was preferred. SPSS 22 package program was used to analyse the data. Frequency, average and standard deviation was used as descriptive statistical methods in the

* Dr.Öğr Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ftemelli@agri.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001- 7436-5289

¹ Bu çalışma, 21-22 Haziran 2018'de Gaziantep'te düzenlenen III. Uluslararası Mesleki ve Teknik Bilimler Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

evaluation of the data. The relationship between group variables was tested by chi-square analysis.

Keywords: *Social and Economic Profile, Department of Accounting and Taxation, Vocational School of Higher Education, Student.*

JEL Codes: G00, G11, G18, M40.

GİRİŞ

Üniversiteler eğitim-öğretim vermek ve bilimsel araştırmalar yapmak gibi temel faaliyetlerinin yanında, buldukları kentlerin demografik yapısını, ekonomisini, mekânsal yapılanmasını, sosyo-kültürel yapısını, toplumsal ve mesleki gelişimini, spor ve fiziksel aktivite alanlarını, sanayisini doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Üniversitelerin kuruldukları kentlere ilk belirgin etkileri demografik etkiler olarak ortaya çıkmaktadır. Üniversitelerin kurulmasını izleyen dönemde kentlerin sosyo-ekonomik yapısında önemli değişimler meydana gelmektedir. Üniversitelerin, kentler üzerinde yarattığı etkiler sadece demografik etkiler değildir. Üniversitelerin kurulması ile doğrudan veya dolaylı olarak istihdam yaratılmakta, beraberinde kurumsal ve çalışanların, öğrencilerin ve ziyaretçilerin yaptığı harcamalar kentin ekonomik yapısında büyük canlılık yaratmaktadır (Işık, 2008: 161; Çayın ve Özer, 2015: 132).

Üniversiteler bir ülkenin özellikle de bilgi toplumunun dinamik kurumları olarak ulusal düzeyde gelişime katkı sağlayan dinamikleri içeren özel bir alandır (Çevik vd., 2017: 28). Üniversitelerin önemli birimlerinden biri olan meslek yüksekokulları, yeterli bilgi ve beceriye sahip ticaret, sanayi ve hizmet sektörlerinin rekabet gücünü artıracak ara kademe insan gücü (tekniker ve meslek elemanı) yetiştirmektedir. Verimli ve güçlü bir ekonominin vazgeçilmez unsurlardan biri olan nitelikli iş gücüne sahip olmanın yolu iyi planlanmış bir mesleki eğitimden geçmektedir. Ülkelerin gelişmişliklerinin üst düzeylerde olabilmesinde nitelikli ara elemanların varlığı çok önemli bir faktör olup, mesleki eğitim istenilen niteliklerde insan gücünün yetiştirilmesinde vazgeçilmez bir unsurdur. Bu noktada Meslek Yüksekokulları, verdikleri iki yıllık teorik eğitim ve özellikle de uygulamalı eğitimle işletmelerin ihtiyaç duydukları bu ara elemanları mesleğe hazır hale getirmektedir. Meslek Yüksekokullarında okumakta olan öğrenciler, aldıkları uygulamalı staj eğitimi ile daha okulları bitmeden alanlarıyla ilgili işlere adaptasyon sağlamaya başlamakta, okulları bittiğinde ise çalışacakları işlerde verilen görevleri kolaylıkla ve hızlı bir şekilde yerine getirebilmektedirler (Arı, 2017: 296). Ülkemizde üniversitelerin meslek yüksekokullarının ders müfredatlarına bakıldığında muhasebe derslerinin yoğunlukta olarak iktisadi ve idari programlarda verildiği görülmektedir. Bu programların birinci ve ikinci yarıyılarında temel muhasebe dersleri,

üçüncü ve dördüncü yarıyıllarında ise alan muhasebe dersleri verilmektedir. Meslek Yüksekokullarında 2 yıl olarak okutulan Muhasebe ve Vergi Programı; muhasebe ve vergi konusunda hizmet veren şirketlerin, mali müşavirlik bürolarının, kamu ya da özel sektör kuruluşlarının muhasebe ve finans departmanlarının ihtiyacını karşılamak üzere muhasebe elemanları yetiştirmeyi hedeflemektedir. Üniversite ortamında, çok farklı sosyo-ekonomik ve kültürel ortamdaki gelen bireyler bir arada bulunmaktadır. Günümüzde kaliteli üretim yapabilecek, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere ayak uydurabilecek, iş hayatının ihtiyaç duyduğu yüksek nitelikli tekniker ve meslek elemanlarını yetiştirecek eğitim sisteminin sahip olduğu girdilerin temel özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada konu ve amaç ekseninde, Ağrı Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Programı öğrencilerinin sosyo-ekonomik profillerini belirlemek, zamanı ve parayı nasıl kullandıklarını incelemek amaçlanmıştır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Sosyo-ekonomik profil araştırması, birçok alanda farklı şekilde görülen bir konudur. Bu nedenle, gerek yurt içinde gerekse yurt dışında birçok çalışma yapılmıştır ve yapılmaya da devam etmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, çok geniş kapsamlı çalışmalarla birlikte çok dar kapsamlı çalışmalara da rastlanmaktadır. Örneğin; bazı çalışmalar üniversitenin bir veya birkaç birimi (fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu gibi), bir fakülte/meslek yüksekokulu veya bir fakültenin/meslek yüksekokulunun sadece bir bölümü/programı bünyesinde yapılmıştır. Literatürde konu ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir:

Ayyıldız ve Toksoy (2001), çalışmalarında Kafkas Üniversitesi-Artvin Orman Fakültesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik yapısını belirlemeyi amaçlamışlardır. *Kuru ve Pepe (2002)*, çalışmalarında Selçuk Üniversitesi ve Süleyman Demirel Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği özel yetenek sınavlarına katılan öğrencilerin sosyo-ekonomik profillerini belirlemeyi amaçlamışlardır. *Bilgili vd. (2003)*, ODTÜ İktisat, Erciyes Üniversitesi ve Niğde Üniversitesi İktisat ve İşletme Bölümü öğrencilerinin profillerinin karşılaştırılmasını amaçlamışlardır. *Özel (2006)*, çalışmasında Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyo-ekonomik ve kültürel yapılarını ortaya çıkararak onların problemlerine çözüm önerileri getirmeye çalışmıştır. *Saraç ve Ceylan (2006)*, çalışmalarında meslek yüksekokullarında okuyan öğrencilerin demografik yapısı ve meslek yüksekokullarının etkinliğini incelemiştir. *Yaylalı vd. (2006)*, çalışmalarında Türkiye'deki üniversitelerde örgün öğrenim gören öğrencilerin sosyo-ekonomik yapısını belirlemeyi ve

böylece gelecekte meydana gelebilecek değişimleri inceleyebilmek için bir alt yapı oluşturmayı amaçlamışlardır. Sezgin vd. (2008), çalışmalarında Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesinde okuyan öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarını, genel eğilimlerini, bölümleri tercih etme nedenlerini, okudukları bölümlerden memnun olma durumlarını, sahip oldukları eğitim alt yapısını, alışkanlıklarını ve kültürel faaliyetlere katılma durumlarını belirlenmek ve genel bir profil ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Nartgün ve Yüksel (2009), çalışmalarında Ahi Evran Üniversitesi Kaman Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyo-ekonomik düzeylerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Akçakanat vd. (2010), çalışmalarında Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin buldukları il merkezine ekonomik katkıları ve harcama eğilimlerini incelemiştir. Sevüktekin vd. (2012), çalışmalarında Uludağ Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik profillerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bozkurt ve Şener (2013), çalışmalarında meslek yüksekokulu ve fakülte öğrencilerinin demografik, sosyal, kültürel, ekonomik ve mezun olduktan sonraki beklentileri açısından profillerini belirleyerek, aralarındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymayı amaçlamışlardır. Sarıhan vd. (2015), çalışmalarında Uşak Üniversitesi Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin demografik ve sosyo-ekonomik yapılarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Arı (2017), çalışmasında Selçuk Üniversitesi Çumra Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinin belirlenmesi ve öğrencilerin eğitim sürecince karşılaştıkları sorunların genel anlamda analiz edilebilmesini amaçlamıştır. Çevik vd. (2017), çalışmalarında Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin sosyal ve ekonomik profillerini ve konu özelinde öğrencilerin zaman ve para sermayelerini kullanımlarındaki verimliliğini belirlemeyi amaçlamışlardır. İş vd. (2017), çalışmalarında Mardin Artuklu Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin aylık gelir ve harcamalarını belirlemeyi ve bu sayede şehir ekonomisine olan katkısını ortaya koymayı amaçlamışlardır. Erilli (2018), çalışmasında Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinin çeşitli harcama kalemlerine göre harcadıkları miktarları tespit etmiş, sosyo-ekonomik özelliklerini belirlemiş ve 2017 yılı için Sivas ili ekonomisine katkısını araştırmıştır.

2. TEORİK ÇERÇEVE

Ülkemizde 1930'lu yıllardan itibaren sanayileşmenin artmasıyla birlikte teknik personel ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyacın karşılanması için Milli Eğitim Bakanlığı, Çıraklık Okulları, Akşam Sanat Okulları, Gezici ve Geçici Kurslar, Orta Meslek Okulları, Tekniker Okulları ve Mühendis Okullarının açılmasının gerekli olduğunu 1936 yılında yayınladığı raporda belirtmiştir. 1969 yılında ise Milli eğitim Bakanlığı meslek liseleri bünyesinde

teknisyen okulları açmıştır. 1975’de teknisyen okullarını kapatarak Meslek yüksekokullarını kurmuştur. 1981 yılında çıkarılan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile tüm yükseköğretim kurumları Yükseköğretim Kurulu (YÖK) çatısı altında toplanmış ve meslek yüksekokulları da üniversitelere bağlanmıştır (Atalay, 2016: 55). 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu’nun 3. maddesinde meslek yüksekokulları “Belirli mesleklere yönelik nitelikli insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan, yılda iki veya üç dönem olmak üzere iki yıllık eğitim-öğretim sürdüren, ön lisans derecesi veren bir yükseköğretim kurumudur” şeklinde tanımlanmıştır.

Türkiye’de yükseköğretim kademesinde mesleki ve teknik eğitimin en üst kurumu meslek yüksekokulları olup, bunların üniversiteler bünyesinde yer alması önemli bir gelişmedir. İş dünyasının ihtiyaç duyduğu nitelikli mesleki ve teknik personelin yetiştirilmesi amacı ile açılmış olan meslek yüksekokulları, mesleki ve teknik eğitimin en önemli parçasını oluşturmaktadır. Meslek yüksekokullarının kuruluş amacı, bireylere mesleki beceri kazandırmak, farklı alanlarda iş dünyasının ihtiyacı olan nitelikli teknik personeli yetiştirmek ve kuruldukları bölgenin sosyal ve ekonomik açıdan kalkınmasına katkı sağlamak, eğitime katılma oranını arttırmak ve kültürel zenginlik sağlamaktır. Bu amaçlar için iki yıllık eğitim sürecinde öğrenciler, teorik derslerin yanında pratiğe yönelik uygulamalarla eğitimlerini pekiştirmekte ve staj eğitimi alarak meslek yüksekokulu eğitim sürecini tamamlamaktadır (Atalay, 2016: 55-56).

Ülkemizde her geçen gün artan ara eleman ihtiyacını ülkemizin çeşitli bölgelerinde kurulmuş olan meslek yüksekokulları sağlamaktadır. Meslek yüksekokulları çeşitli alanlarda vermiş oldukları mesleki eğitimler ile işletmelerin ara eleman ihtiyacını karşılamayı amaçlamaktadır. Bu alanlardan biri de muhasebedir. Muhasebe programlarının amacı, ön lisans düzeyinde verilecek eğitimlerle, işletmelerin ihtiyacı olan ön muhasebe elemanlarının yetiştirilmesidir (Özdemir, 2010: 103). Muhasebe, işletmenin içinde bulunduğu çevredeki değişimlerden doğrudan etkilenen ve kendini sürekli güncelleyen bir bilgi sistemidir. Bu bütün içinde yalnızca muhasebe bilgisi yeterli olmayıp, iktisat, maliye, hukuk, işletmecilik gibi bilgilerle muhasebecilerin donatılması gerekmektedir. Bu nedenle muhasebe eğitimin amacı, muhasebe bilgisinin kazandırılmasının yanında bu bilgileri yorumlama, analiz etme ve karar almada kullanmasına yardımcı olacak diğer disiplinlerden faydalanmaktır (Zaif ve Ayanoğlu, 2007: 117). Muhasebe eğitiminin amacına ulaşabilmesi için, öğrencilere muhasebe teorisi ile ilgili bilgilerin yanında uygulamaya yönelik bilgi ve becerilerin de kazandırılması gerekmektedir. Bu nedenle iş hayatına uyum sağlamak ve mesleki tecrübe kazanmak açısından staj, muhasebe eğitimin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Demir, 2015: 78). Meslek yüksekokullarının muhasebe ve vergi programı mezunları aldıkları iki yıllık eğitimle, uzun

yıllardan beri ülkemiz işletmelerini ön muhasebe elemanı ihtiyacını karşılamış ve halen de karşılamaya devam etmektedir (Otlu vd., 2012: 36). Türkiye’de Yükseköğretim içinde meslek yüksekokullarının ve bu okullarda açılan muhasebe programlarının sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu açıdan, günümüzde kaliteli üretim yapabilecek, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere ayak uydurabilecek, iş hayatının ihtiyaç duyduğu yüksek nitelikli tekniker ve meslek elemanlarını yetiştirecek meslek yüksekokulu muhasebe eğitimi sisteminin sahip olduğu girdilerin temel özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir.

3.MESLEK YÜKSEKOKULU MUHASEBE VE VERGİ PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL VE EKONOMİK PROFİLİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Programı öğrencilerinin sosyal ve ekonomik profillerini belirlemek, öğrencilerin zamanı ve parayı nasıl kullandıklarını incelemektir.

3.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Meslek Yüksekokulu (Merkez) Muhasebe ve Vergi Programı öğrencilerinin sosyal ve ekonomik profillerini belirlemeye yönelik olarak bir anket uygulanmıştır. Uygulanan anket, Çevik ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS 22 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak frekans, ortalama, standart sapma kullanılmıştır. Gruplu değişkenler arasındaki ilişki ki-kare analizi ile test edilmiştir.

3.3. Anakütle ve Örneklem

2017-2018 eğitim-öğretim yılında Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Meslek Yüksekokulu’nda (Merkez) aktif olarak öğrenim gören öğrenciler, çalışmanın ana külesini oluşturmaktadır. Basit tesadüfi örnekleme metoduna göre örneklem oluşturulmuştur. Ana kütle içerisinde yer alan öğrenci sayısınının 72 olduğu saptanmıştır. Bu sayı baz alınarak, ana kütle temsil etmek üzere örnek büyüklüğü aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır (Yamane, 1973: 133):

$$n = \frac{NP(1-P)Z^2}{(N-1)d^2 + P(1-P)Z^2}$$

Yukarıdaki formüldeki n: Örnek kütle büyüklüğü, N: Evren büyüklüğü, P: Olayın

gerçekleşme olasılığı, $(1-P)$: Olayın gerçekleşmeme olasılığı, α : Önem düzeyi, Z : % $(1-\alpha)$ düzeyinde Z test değeri, d : Hata payını ifade etmektedir. $P=0,50$ ve % 5 hata payı ile ana kütleyi temsil edecek olan örnek büyüklüğü 61 olarak hesaplanmıştır. Dağıtılan 70 anketten 65 tanesi cevaplanarak geri dönmüş, ancak 1 anketin hatalı ve eksik doldurulması nedeni ile geriye kalan 64 anket araştırma kapsamına alınmıştır. Bu sayı, örnek büyüklüğü için yeterlidir.

3.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışmada; örnekleme alınan öğrencilerin ankete verdikleri cevapların sosyal ve ekonomik profilleri ile zamanı ve parayı nasıl kullandıklarının belirlenmesi ile ilgili görüşler yansıttığı ve görüşlerine başvuru yapılan öğrencilerin samimi oldukları varsayılmıştır.

3.5. Araştırmanın Sınırları

Bu çalışma, 2017-2018 eğitim-öğretim yılı bahar dönemi Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi MYO (merkez) Muhasebe ve Vergi Programı öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur.

3.6. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi ve Verilerin Toplanması

Hazırlanan anketin birinci bölümünde “kişisel (demografik) bilgiler”, ikinci bölümünde öğrencilerin “zamanı nasıl kullandıklarına yönelik maddeler” ile “paralarını ilgili harcama kalemlerine hangi tutarda ayırdıklarına yönelik maddeler” yer almaktadır. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi MYO’da (merkez) öğrenim gören 65 öğrenci ile yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanan anketin 64 tanesi analiz için elverişli bulunmuştur.

3.7. Araştırma Bulguları ve Yorumlar

Bu kısımda, araştırma probleminin çözümü için araştırmaya katılan öğrencilere anket yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

Aşağıdaki Tablo 1, araştırmaya katılan öğrencilerin tanımlayıcı özelliklerine ilişkin bilgileri göstermektedir.

Meslek Yüksekokulu Muhasebe Ve Vergi Programı Öğrencilerinin Sosyal Ve Ekonomik Profiline Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Ağrı Myo Örneği

Tablo 1. Öğrencilerin Tanımlayıcı Özelliklerinin Dağılımı

Tablolar	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	29	45,3
	Bayan	35	54,7
	Toplam	64	100,0
Yaş	18-20	26	40,6
	21-23	26	40,6
	24-26	12	18,8
	Toplam	64	100,0
Özel Durum	Ebeveynler Sağ, Tek Çocuklu Aile	2	3,1
	Ebeveynler Sağ, İki Çocuklu Aile	5	7,8
	Ebeveynler Sağ, Üç-Dört Çocuklu Aile	15	23,4
	Ebeveynler Sağ, Beş veya Üstü Çocuklu Aile	37	57,8
	Ebeveynlerden Biri Sağ Değil, Üç veya Üstü Çocuklu Aile	5	7,8
	Toplam	64	100,0
Bölge	Marmara Bölgesi	4	6,2
	Ege Bölgesi	3	4,7
	Doğu Anadolu Bölgesi	48	75,0
	Akdeniz Bölgesi	1	1,6
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	8	12,5
	Toplam	64	100,0
Barınma Yeri	Aile İle Birlikte Evde	36	56,2
	KYK Yurdunda	8	12,5
	Özel Apartta veya Özel Yurtta	3	4,7
	Öğrenci Evinde	17	26,6
	Toplam	64	100,0
Gelir Düzeyi	300 TL ve Altı	20	31,2
	301 - 400 TL	11	17,2
	401 - 500 TL	11	17,2
	501 - 600 TL	5	7,8
	701-800 TL	11	17,2
	801 TL ve üzeri	6	9,4
	Toplam	64	100,0
	Burs Alma Durumu	Evet, Devlet Tarafından Verilen	29
Evet, Vakıf veya Özel Kurum Tarafından Verilen		6	9,4
Hayır		29	45,3
Toplam		64	100,0
Sosyal Medya Kullanma Durumu	Evet	52	81,2
	Hayır	12	18,8
	Toplam	64	100,0
Kredi Kartı Sahipliği	Evet	37	57,8
	Hayır	27	42,2
	Toplam	64	100,0

Tablo 1’de de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan öğrencilerin 29’u (%45,3) erkek, 35’i (%54,7) bayandır. Öğrencilerin 26’sı (%40,6) 18-20, 26’sı (%40,6) 21-23, 12’si (%18,8) 24-26

yaş aralığındadır. Öğrencilerin 2'sinin (%3,1) ebeveynleri sağ-tek çocuklu aile, 5'inin (%7,8) ebeveynleri sağ-iki çocuklu aile, 15'inin (%23,4) ebeveynleri sağ-üç-dört çocuklu aile, 37'sinin (%57,8) ebeveynleri sağ-beş veya üstü çocuklu aile, 5'inin (%7,8) ebeveynlerinden biri sağ değil- üç veya üstü çocuklu aile olarak dağıldığı görülmektedir. Öğrencilerin 4'ünün (%6,2) Marmara Bölgesi, 3'ünün (%4,7) Ege bölgesi, 48'inin (%75,0) Doğu Anadolu Bölgesi, 1'inin (%1,6) Akdeniz Bölgesi, 8'inin (%12,5) Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden gelmiştir. Öğrencilerin 36'sı (%56,2) aile ile birlikte evde, 8'i (%12,5) KYK yurdunda, 3'ü (%4,7) özel apartta veya özel yurttta, 17'si (%26,6) öğrenci evinde barınmaktadır. Öğrencilerin 20'si (%31,2) 300 TL ve altı, 11'i (%17,2) 301 - 400 TL, 11'i (%17,2) 401 - 500 TL, 5'i (%7,8) 501 - 600 TL, 11'i (%17,2) 701-800 TL, 6'sı (%9,4) 801 TL ve üzeri gelir düzeyine sahiptir. Öğrencilerin 29'u (%45,3) devlet tarafından verilen burs almakta, 6'sı (%9,4) vakıf ve ya özel kurum tarafından verilen burs almakta ve 29'u (%45,3) burs almamaktadır. Öğrencilerin 52'si (%81,2) sosyal medya kullanmakta, 12'si (%18,8) ise kullanmamaktadır. Öğrencilerin 37'si (%57,8) kredi kartına sahipken, 27'si ise (%42,2) kredi kartına sahip değildir.

Aşağıdaki Tablo 2, araştırmaya katılan öğrencilerin aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma sıklığı ile ilgili ifadelerle verdiği cevapların dağılımını göstermektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığı İle İlgili İfadelerle Verdiği Cevapların Dağılımları

	Asla		Nadiren		Bazen		Genellikle		Daima		Ort	ss
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Aktiviteler Zaman Ayırma Sıklığı												
Kafe ve Restaurant vb. Çeşitli Mekanlarda Sosyal Birlikliklere	4	6,2	19	29,7	28	43,8	12	18,8	1	1,6	2,800	0,876
Müze, Ören Yerleri vb. Eğitim ve Kültür Gezilerine	13	20,3	24	37,5	20	31,2	4	6,2	3	4,7	2,380	1,031
Spor Faaliyetlerine	7	10,9	18	28,1	21	32,8	11	17,2	7	10,9	2,890	1,156
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışverişlere	11	17,2	18	28,1	17	26,6	12	18,8	6	9,4	2,750	1,222
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Kitaplara	3	4,7	15	23,4	25	39,1	13	20,3	8	12,5	3,120	1,062
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Dergi ve Gazete Yayınlarına	4	6,2	23	35,9	22	34,4	11	17,2	4	6,2	2,810	1,006
Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığı												
Televizyon Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	8	12,5	26	40,6	21	32,8	8	12,5	1	1,6	2,500	0,926
Tartışma, Gündem vb. Güncel Haber Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	6	9,4	16	25,0	24	37,5	16	25,0	2	3,1	2,880	1,000
Teknoloji, Kültür vb. Alanlarda Öğretici Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	7	10,9	19	29,7	27	42,2	7	10,9	4	6,2	2,720	1,015
Eğlence Türünde Yarışma, Moda, Evlilik vb. Programları Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	29	45,3	16	25,0	10	15,6	5	7,8	4	6,2	2,050	1,227
İnternet Bağlantısına Ne Sıklıkla Ulaşabilmektesiniz?	4	6,2	5	7,8	11	17,2	26	40,6	18	28,1	3,770	1,137
İnternet İmkânlarını Bilgi Edinme Amaçlı Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	3	4,7	1	1,6	13	20,3	32	50,0	15	23,4	3,860	0,957
Facebook,Instagram/Twitter vb. Sosyal Medya Profilini Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	7	10,9	7	10,9	13	20,3	22	34,4	15	23,4	3,480	1,272

Tablo 2’de de görüldüğü gibi, “*Kafe ve Restaurant vb. Çeşitli Mekânlarda Sosyal Birlikteliklere Zaman Ayırma Sıklığı*” ifadesine öğrencilerin 4’ü (%6,2’si) asla, 19’u (%29,7’si) nadiren, 28’i (%43,8’i) bazen, 12’si (%18,8’i) genellikle, 1’i (%1,6’sı) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “kafe ve restaurant vb. çeşitli mekânlarda sosyal birlikteliklere zaman ayırma” ifadesine orta ($\bar{x}=2,800$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Müze, Ören Yerleri vb. Eğitim ve Kültür Gezilerine Zaman Ayırma Sıklığı*” ifadesine öğrencilerin 13’ü (%20,3’ü) asla, 24’ü (%37,5’i) nadiren, 20’si (%31,2’si) bazen, 4’ü (%6,2’si) genellikle, 3’ü (%4,7’si) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “müze, ören yerleri vb. eğitim ve kültür gezilerine zaman ayırma” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,380$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Spor Faaliyetlerine Zaman Ayırma Sıklığı*” ifadesine öğrencilerin 7’si (%10,9’u) asla, 18’i (%28,1’i) nadiren, 21’i (%32,8’i) bazen, 11’i (%17,2’si) genellikle, 7’si (%10,9’u) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “spor faaliyetlerine zaman ayırma” ifadesine orta ($\bar{x}=2,890$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışverişlere Zaman Ayırma Sıklığı*” ifadesine öğrencilerin 11’i (%17,2’si) asla, 18’i (%28,1’i) nadiren, 17’si (%26,6’sı) bazen, 12’si (%18,8’i) genellikle, 6’sı (%9,4’ü) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “moda ilgisine yönelik giyim vb. alışverişlere zaman ayırma” ifadesine orta ($\bar{x}=2,750$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Çeşitli Türlerde Okumak İçin Kitaplara Zaman Ayırma Sıklığı*” ifadesine öğrencilerin 3’ü (%4,7’si) asla, 15’i (%23,4’ü) nadiren, 25’i (%39,1’i) bazen, 13’ü (%20,3’ü) genellikle, 8’i (%12,5’i) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “çeşitli türlerde okumak için kitaplara zaman ayırma” ifadesine orta ($\bar{x}=3,120$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Çeşitli Türlerde Okumak İçin Dergi ve Gazete Yayınlarına Zaman Ayırma Sıklığı*” ifadesine öğrencilerin 4’ü (%6,2’si) asla, 23’ü (%35,9’u) nadiren, 22’si (%34,4’ü) bazen, 11’i (%17,2’si) genellikle, 4’ü (%6,2’si) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “çeşitli türlerde okumak için dergi ve gazete yayınlarına zaman ayırma” ifadesine orta ($\bar{x}=2,810$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Televizyon Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?*” ifadesine öğrencilerin 8’i (%12,5’i) asla, 26’sı (%40,6’sı) nadiren, 21’i (%32,8’i) bazen, 8’i (%12,5’i) genellikle, 1’i (%1,6’sı) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “televizyon programlarını ne sıklıkla izlemektesiniz?” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,500$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Tartışma, Gündem vb. Güncel Haber Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?*” ifadesine öğrencilerin 6’sı (%9,4’ü) asla, 16’sı (%25,0’ı), 24’ü (%37,5’i) bazen, 16’sı (%25,0’ı) genellikle, 2’si (%3,1’i) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “tartışma, gündem vb. güncel haber programlarını ne sıklıkla izlemektesiniz?” ifadesine orta ($\bar{x}=2,880$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “*Teknoloji, Kültür vb. Alanlarda Öğretici Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?*” ifadesine öğrencilerin 7’si (%10,9’u) asla,

19'u (%29,7'si) nadiren, 27'si (%42,2'si) bazen, 7'si (%10,9'u) genellikle, 4'ü (%6,2'si) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “teknoloji, kültür vb. alanlarda öğretici programlarını ne sıklıkla izlemektesiniz?” ifadesine orta ($\bar{x}=2,720$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “Eğlence Türünde Yarışma, Moda, Evlilik vb. Programları Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?” ifadesine öğrencilerin 29'u (%45,3'ü) asla, 16'sı (%25,0'ı) nadiren, 10'u %15,6'sı bazen, 5'i (%7,8'i) genellikle, 4'ü (%6,2'si) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “eğlence türünde yarışma, moda, evlilik vb. programları ne sıklıkla izlemektesiniz?” ifadesine zayıf ($\bar{x}=2,050$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “İnternet Bağlantısına Ne Sıklıkla Ulaşabilmektesiniz?” ifadesine öğrencilerin 4'ü (%6,2'si) asla, 5'i (%7,8'i) nadiren, 11'i (%17,2'si) bazen, 26'sı (%40,6'sı) genellikle, 18'i (%28,1'i) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “internet bağlantısına ne sıklıkla ulaşabilmektesiniz?” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,770$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “İnternet İmkânlarını Bilgi Edinme Amaçlı Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?” ifadesine öğrencilerin 3'ü (%4,7'si) asla, 1'i (%1,6'sı) nadiren, 13'ü (%20,3'ü) bazen, 32'si (%50,0'ı) genellikle, 15'i (%23,4'ü) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “internet imkânlarını bilgi edinme amaçlı ne sıklıkla kullanmaktasınız?” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,860$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır. “Facebook, Instagram/Twitter vb. Sosyal Medya Profilini Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?” ifadesine öğrencilerin 7'si (%10,9'u) asla, 7'si (%10,9'u) nadiren, 13'ü (%20,3'ü) bazen, 22'si (%34,4'ü) genellikle, 15'i (%23,4'ü) daima yanıtını vermiştir. Öğrencilerin “Facebook, Instagram/Twitter vb. sosyal medya profilini ne sıklıkla kullanmaktasınız?” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,480$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

Aşağıdaki Tablo 3, araştırmaya katılan öğrencilerin harcama kalemlerine ayrılan tutar ile ilgili ifadelerle verdiği cevapların dağılımlarını göstermektedir.

Tablo 3. Öğrencilerin Harcama Kalemlerine Ayrılan Tutar İle İlgili İfadelerle Verdiği Cevapların Dağılımları

	0 TL		1-15 TL		16-31 TL		32-63 TL		64-99 TL		100 TL ve üstü	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Cep Telefonu vb. İletişim Araçlarının Fatura ve/veya Kontör Harcamaları	4	6,2	1	1,6	18	28,1	27	42,2	7	10,9	7	10,9
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışveriş Harcamaları	5	7,8	6	9,4	6	9,4	10	15,6	21	32,8	16	25,0
Çeşitli Türlerde Kitap ve Dergi Harcamaları	12	18,8	21	32,8	15	23,4	10	15,6	4	6,2	2	3,1
Sinema, Tiyatro vb. Kültürel Aktivite Harcamaları	17	26,6	17	26,6	11	17,2	8	12,5	6	9,4	5	7,8
Şehir İçi ve/veya Şehirlerarası Ulaşım Harcamaları	7	10,9	9	14,1	9	14,1	10	15,6	13	20,3	16	25,0
Kafe, Restaurant, Bowling, Playstation vb. Mekânlarda Çeşitli Eğlence Harcamaları	9	14,1	8	12,5	17	26,6	12	18,8	9	14,1	9	14,1
Kullanmakta İseniz Sigara vb. Harcamaları	34	53,1	7	10,9	6	9,4	4	6,2	2	3,1	11	17,2

Tablo 3’de de görüldüğü gibi, “*Cep Telefonu vb. İletişim Araçlarının Fatura ve/veya Kontör Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin 4’ü (%6,2’si) 0 TL, 1’, (%1,6’sı) 1-15 TL, 18’i (%28,1’i) 16-31 TL, 27’si (%42,2’si) 32-63 TL, 7’si (%10,9’u) 64-99 TL, 7’si (%10,9’u) 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. “*Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışveriş Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin 5’i (%7,8’i) 0 TL, 6’sı (%9,4’ü) 1-15 TL, 6’sı (%9,4’ü) 16-31 TL, 10’u (%15,6’sı) 32-63 TL, 21’i (%32,8’i) 64-99 TL, 16’sı %25,0’ı 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. “*Çeşitli Türlerde Kitap ve Dergi Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin, 12’si %18,8’i 0 TL, 21’i (%32,8’i) 1-15 TL, 15’i (%23,4’ü) 16-31 TL, 10’u (%15,6’sı) 32-63 TL, 4’ü (%6,2’si) 64-99 TL, 2’si (%3,1’i) 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. “*Sinema, Tiyatro vb. Kültürel Aktivite Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin 17’si (%26,6’sı) 0 TL, 17’si (%26,6’sı) 1-15 TL, 11’i (%17,2’si) 16-31 TL, 8’i (%12,5’i) 32-63 TL, 6’sı (%9,4’ü) 64-99 TL, 5’i (%7,8’i) 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. “*Şehir İçi ve/veya Şehirlerarası Ulaşım Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin 7’si (%10,9’u) 0 TL, 9’u (%14,1’i) 1-15 TL, 9’u (%14,1’i) 16-31 TL, 10’u (%15,6’sı) 32-63 TL, 13’ü (%20,3’ü) 64-99 TL, 16’sı (%25,0’ı) 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. “*Kafe, Restaurant, Bowling, Playstation vb. Mekânlarda Çeşitli Eğlence Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin 9’u (%14,1’i) 0 TL, 8’i (%12,5’i) 1-15 TL, 17’si (%26,6’sı) 16-31 TL, 12’si (%18,8’i) 32-63 TL, 9’u (%14,1’i) 64-99 TL, 9’u (%14,1’i) 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. “*Kullanmakta İseniz Sigara vb. Harcamaları*” ifadesine öğrencilerin 34’ü (%53,1’i) 0 TL, 7’si (%10,9’u) 1-15 TL, 6’sı (%9,4’ü) 16-31 TL, 4’ü (%6,2’si) 32-63 TL, 2’si (%3,1’i) 64-99 TL, 11’i (%17,2’si) 100 TL ve üstü yanıtını vermiştir. Aşağıdaki Tablo 4, araştırmaya katılan öğrencilerin kredi kartı sahipliğine göre aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma sıklığının dağılımını göstermektedir.

Tablo 4. Kredi Kartı Sahipliğine Göre Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığının Dağılımı

		Evet		Hayır		p
		n	%	n	%	
Kafe ve Restaurant vb. Çeşitli Mekânlarda Sosyal Birlikteliklere	Asla	1	%2,7	3	%11,1	$X^2=3,187$ $p=0,527$
	Nadiren	10	%27,0	9	%33,3	
	Bazen	18	%48,6	10	%37,0	
	Genellikle	7	%18,9	5	%18,5	
	Daima	1	%2,7	0	%0,0	
Müze, Ören Yerleri vb. Eğitim Ve Kültür Gezilerine	Asla	4	%10,8	9	%33,3	$X^2=5,700$ $p=0,223$
	Nadiren	14	%37,8	10	%37,0	
	Bazen	14	%37,8	6	%22,2	
	Genellikle	3	%8,1	1	%3,7	
	Daima	2	%5,4	1	%3,7	
Spor Faaliyetlerine	Asla	3	%8,1	4	%14,8	$X^2=4,812$ $p=0,307$
	Nadiren	10	%27,0	8	%29,6	
	Bazen	10	%27,0	11	%40,7	
	Genellikle	8	%21,6	3	%11,1	
	Daima	6	%16,2	1	%3,7	

Tablo 5 (Devam). Kredi Kartı Sahipliğine Göre Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığının Dağılımı

Moda İlgisine Yönelik Giyim vb Alışverişlere	Asla	6	%16,2	5	%18,5	$X^2=3,362$ $p=0,499$
	Nadiren	8	%21,6	10	%37,0	
	Bazen	10	%27,0	7	%25,9	
	Genellikle	8	%21,6	4	%14,8	
	Daima	5	%13,5	1	%3,7	
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Kitaplara	Asla	1	%2,7	2	%7,4	$X^2=4,210$ $p=0,378$
	Nadiren	8	%21,6	7	%25,9	
	Bazen	15	%40,5	10	%37,0	
	Genellikle	10	%27,0	3	%11,1	
	Daima	3	%8,1	5	%18,5	
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Dergi ve Gazete Yayınlarına	Asla	2	%5,4	2	%7,4	$X^2=1,238$ $p=0,872$
	Nadiren	12	%32,4	11	%40,7	
	Bazen	14	%37,8	8	%29,6	
	Genellikle	6	%16,2	5	%18,5	
	Daima	3	%8,1	1	%3,7	
Televizyon Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	5	%13,5	3	%11,1	$X^2=5,611$ $p=0,230$
	Nadiren	18	%48,6	8	%29,6	
	Bazen	8	%21,6	13	%48,1	
	Genellikle	5	%13,5	3	%11,1	
	Daima	1	%2,7	0	%0,0	
Tartışma, Gündem vb. Güncel Haber Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	3	%8,1	3	%11,1	$X^2=4,805$ $p=0,308$
	Nadiren	8	%21,6	8	%29,6	
	Bazen	12	%32,4	12	%44,4	
	Genellikle	13	%35,1	3	%11,1	
	Daima	1	%2,7	1	%3,7	
Teknoloji, Kültür vb. Alanlarda Öğretici Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	5	%13,5	2	%7,4	$X^2=3,901$ $p=0,420$
	Nadiren	11	%29,7	8	%29,6	
	Bazen	13	%35,1	14	%51,9	
	Genellikle	6	%16,2	1	%3,7	
	Daima	2	%5,4	2	%7,4	
Eğlence Türünde Yarışma, Moda, Evlilik vb. Programları Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	14	%37,8	15	%55,6	$X^2=2,585$ $p=0,629$
	Nadiren	11	%29,7	5	%18,5	
	Bazen	7	%18,9	3	%11,1	
	Genellikle	3	%8,1	2	%7,4	
	Daima	2	%5,4	2	%7,4	
İnternet Bağlantısına Ne Sıklıkla Ulaşabilmektesiniz?	Asla	3	%8,1	1	%3,7	$X^2=4,315$ $p=0,365$
	Nadiren	4	%10,8	1	%3,7	
	Bazen	4	%10,8	7	%25,9	
	Genellikle	14	%37,8	12	%44,4	
	Daima	12	%32,4	6	%22,2	
İnternet İmkânlarını Bilgi Edinme Amaçlı Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	Asla	2	%5,4	1	%3,7	$X^2=2,351$ $p=0,671$
	Nadiren	1	%2,7	0	%0,0	
	Bazen	9	%24,3	4	%14,8	
	Genellikle	16	%43,2	16	%59,3	
	Daima	9	%24,3	6	%22,2	
Facebook, Instagram/Twitter vb. Sosyal Medya Profilini Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	Asla	2	%5,4	5	%18,5	$X^2=4,499$ $p=0,343$
	Nadiren	5	%13,5	2	%7,4	
	Bazen	6	%16,2	7	%25,9	
	Genellikle	14	%37,8	8	%29,6	
	Daima	10	%27,0	5	%18,5	

Tablo 4’de de görüldüğü gibi, öğrencilerin kredi kartı sahipliği ile aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Aşağıdaki Tablo 5, araştırmaya katılan öğrencilerin burs durumuna göre aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma sıklığının dağılımını göstermektedir.

Tablo 6. Burs Durumuna Göre Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığının Dağılımı

		Evet, Devlet Tarafından Verilen		Evet, Vakıf veya Özel Kurum Tarafından Verilen		Hayır		p
		n	%	n	%	n	%	
Kafe ve Restaurant vb. Çeşitli Mekanlarda Sosyal Birlikteliklere	Asla	1	%3,4	1	%16,7	2	%6,9	$X^2=7,922$ $p=0,441$
	Nadiren	10	%34,5	0	%0,0	9	%31,0	
	Bazen	10	%34,5	3	%50,0	15	%51,7	
	Genellikle	7	%24,1	2	%33,3	3	%10,3	
	Daima	1	%3,4	0	%0,0	0	%0,0	
Müze, Ören Yerleri vb. Eğitim ve Kültür Gezilerine	Asla	5	%17,2	0	%0,0	8	%27,6	$X^2=8,611$ $p=0,376$
	Nadiren	10	%34,5	2	%33,3	12	%41,4	
	Bazen	10	%34,5	3	%50,0	7	%24,1	
	Genellikle	1	%3,4	1	%16,7	2	%6,9	
	Daima	3	%10,3	0	%0,0	0	%0,0	
Spor Faaliyetlerine	Asla	3	%10,3	0	%0,0	4	%13,8	$X^2=2,985$ $p=0,935$
	Nadiren	8	%27,6	2	%33,3	8	%27,6	
	Bazen	10	%34,5	2	%33,3	9	%31,0	
	Genellikle	4	%13,8	2	%33,3	5	%17,2	
	Daima	4	%13,8	0	%0,0	3	%10,3	
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışverişlere	Asla	4	%13,8	0	%0,0	7	%24,1	$X^2=15,271$ $p=0,054$
	Nadiren	5	%17,2	3	%50,0	10	%34,5	
	Bazen	12	%41,4	0	%0,0	5	%17,2	
	Genellikle	7	%24,1	1	%16,7	4	%13,8	
	Daima	1	%3,4	2	%33,3	3	%10,3	
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Kitaplara	Asla	2	%6,9	0	%0,0	1	%3,4	$X^2=2,652$ $p=0,954$
	Nadiren	7	%24,1	1	%16,7	7	%24,1	
	Bazen	10	%34,5	3	%50,0	12	%41,4	
	Genellikle	6	%20,7	2	%33,3	5	%17,2	
	Daima	4	%13,8	0	%0,0	4	%13,8	
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Dergi ve Gazete Yayınlarına	Asla	2	%6,9	0	%0,0	2	%6,9	$X^2=6,182$ $p=0,627$
	Nadiren	13	%44,8	3	%50,0	7	%24,1	
	Bazen	9	%31,0	1	%16,7	12	%41,4	
	Genellikle	4	%13,8	2	%33,3	5	%17,2	
	Daima	1	%3,4	0	%0,0	3	%10,3	
Televizyon Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	2	%6,9	1	%16,7	5	%17,2	$X^2=4,158$ $p=0,843$
	Nadiren	12	%41,4	3	%50,0	11	%37,9	
	Bazen	9	%31,0	2	%33,3	10	%34,5	
	Genellikle	5	%17,2	0	%0,0	3	%10,3	
	Daima	1	%3,4	0	%0,0	0	%0,0	
Tartışma, Gündem vb. Güncel Haber Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	3	%10,3	1	%16,7	2	%6,9	$X^2=10,429$ $p=0,236$
	Nadiren	8	%27,6	0	%0,0	8	%27,6	
	Bazen	13	%44,8	2	%33,3	9	%31,0	
	Genellikle	3	%10,3	3	%50,0	10	%34,5	
	Daima	2	%6,9	0	%0,0	0	%0,0	
Teknoloji, Kültür vb. Alanlarda Öğretici Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	3	%10,3	1	%16,7	3	%10,3	$X^2=3,924$ $p=0,864$
	Nadiren	7	%24,1	1	%16,7	11	%37,9	
	Bazen	13	%44,8	2	%33,3	12	%41,4	
	Genellikle	4	%13,8	1	%16,7	2	%6,9	
	Daima	2	%6,9	1	%16,7	1	%3,4	

Tablo 7 (Devam). Burs Durumuna Göre Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığının Dağılımı

Eğlence Türünde Yarışma, Moda, Evlilik vb. Programları Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	13	%44,8	2	%33,3	14	%48,3	$X^2=8,963$ $p=0,345$
	Nadiren	8	%27,6	2	%33,3	6	%20,7	
	Bazen	2	%6,9	1	%16,7	7	%24,1	
	Genellikle	2	%6,9	1	%16,7	2	%6,9	
	Daima	4	%13,8	0	%0,0	0	%0,0	
İnternet Bağlantısına Ne Sıklıkla Ulaşabilmektesiniz?	Asla	0	%0,0	1	%16,7	3	%10,3	$X^2=7,208$ $p=0,514$
	Nadiren	3	%10,3	1	%16,7	1	%3,4	
	Bazen	6	%20,7	1	%16,7	4	%13,8	
	Genellikle	10	%34,5	2	%33,3	14	%48,3	
	Daima	10	%34,5	1	%16,7	7	%24,1	
İnternet İmkânlarını Bilgi Edinme Amaçlı Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	Asla	0	%0,0	1	%16,7	2	%6,9	$X^2=14,868$ $p=0,062$
	Nadiren	0	%0,0	1	%16,7	0	%0,0	
	Bazen	6	%20,7	1	%16,7	6	%20,7	
	Genellikle	15	%51,7	3	%50,0	14	%48,3	
	Daima	8	%27,6	0	%0,0	7	%24,1	
Facebook, Instagram/Twitter vb. Sosyal Medya Profilini Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	Asla	1	%3,4	1	%16,7	5	%17,2	$X^2=7,748$ $p=0,458$
	Nadiren	4	%13,8	1	%16,7	2	%6,9	
	Bazen	8	%27,6	1	%16,7	4	%13,8	
	Genellikle	8	%27,6	1	%16,7	13	%44,8	
	Daima	8	%27,6	2	%33,3	5	%17,2	

Tablo 5’de de görüldüğü gibi, öğrencilerin burs durumu ve burs türü ile aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Aşağıdaki Tablo 6, araştırmaya katılan öğrencilerin aylık gelire göre aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma sıklığının dağılımını göstermektedir.

Tablo 8. Aylık Gelire Göre Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığının Dağılımı

		300 TL ve Altı		301 - 400 TL		401 - 500 TL		501 - 600 TL		701-800 TL		801 TL ve üzeri		p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Kafe ve Restaurant vb. Çeşitli Mekanlarda Sosyal Birlikteliklere	Asla	4	%20,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	$X^2=16,347$ $p=0,695$
	Nadiren	6	%30,0	2	%18,2	4	%36,4	2	%40,0	3	%27,3	2	%33,3	
	Bazen	8	%40,0	5	%45,5	5	%45,5	2	%40,0	5	%45,5	3	%50,0	
	Genellikle	2	%10,0	3	%27,3	2	%18,2	1	%20,0	3	%27,3	1	%16,7	
	Daima	0	%0,0	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	
Müze, Ören Yerleri vb. Eğitim Ve Kültür Gezilerine	Asla	4	%20,0	1	%9,1	3	%27,3	0	%0,0	4	%36,4	1	%16,7	$X^2=23,509$ $p=0,265$
	Nadiren	7	%35,0	5	%45,5	3	%27,3	5	%100,0	2	%18,2	2	%33,3	
	Bazen	9	%45,0	2	%18,2	3	%27,3	0	%0,0	4	%36,4	2	%33,3	
	Genellikle	0	%0,0	1	%9,1	1	%9,1	0	%0,0	1	%9,1	1	%16,7	
	Daima	0	%0,0	2	%18,2	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	
Spor Faaliyetlerine	Asla	2	%10,0	1	%9,1	1	%9,1	0	%0,0	3	%27,3	0	%0,0	$X^2=20,505$ $p=0,427$
	Nadiren	5	%25,0	1	%9,1	5	%45,5	1	%20,0	4	%36,4	2	%33,3	
	Bazen	7	%35,0	3	%27,3	3	%27,3	4	%80,0	3	%27,3	1	%16,7	
	Genellikle	4	%20,0	4	%36,4	1	%9,1	0	%0,0	1	%9,1	1	%16,7	
	Daima	2	%10,0	2	%18,2	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	2	%33,3	
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışverişlere	Asla	6	%30,0	1	%9,1	2	%18,2	1	%20,0	0	%0,0	1	%16,7	$X^2=26,786$ $p=0,141$
	Nadiren	4	%20,0	1	%9,1	5	%45,5	3	%60,0	4	%36,4	1	%16,7	
	Bazen	6	%30,0	2	%18,2	3	%27,3	1	%20,0	3	%27,3	2	%33,3	
	Genellikle	2	%10,0	6	%54,5	1	%9,1	0	%0,0	3	%27,3	0	%0,0	
	Daima	2	%10,0	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	1	%9,1	2	%33,3	

Meslek Yüksekokulu Muhasebe Ve Vergi Programı Öğrencilerinin Sosyal Ve Ekonomik Profilinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Ağrı Myo Örneği

Tablo 9 (Devam). Aylık Gelire Göre Aktivitelere ve Teknoloji Aygıtlarına Zaman Ayırma Sıklığının Dağılımı

Çeşitli Türlerde Okumak İçin Kitaplara	Asla	2	% 10,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	X ² =10,159 p=0,965
	Nadiren	3	% 15,0	2	% 18,2	4	% 36,4	2	% 40,0	3	% 27,3	1	% 16,7	
	Bazen	7	% 35,0	4	% 36,4	4	% 36,4	2	% 40,0	5	% 45,5	3	% 50,0	
	Genellikle	4	% 20,0	3	% 27,3	2	% 18,2	1	% 20,0	1	% 9,1	2	% 33,3	
	Daima	4	% 20,0	2	% 18,2	1	% 9,1	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	
Çeşitli Türlerde Okumak İçin Dergi ve Gazete Yayınlarına	Asla	1	% 5,0	1	% 9,1	0	% 0,0	0	% 0,0	2	% 18,2	0	% 0,0	X ² =18,121 p=0,579
	Nadiren	9	% 45,0	4	% 36,4	4	% 36,4	3	% 60,0	3	% 27,3	0	% 0,0	
	Bazen	6	% 30,0	4	% 36,4	4	% 36,4	1	% 20,0	3	% 27,3	4	% 66,7	
	Genellikle	1	% 5,0	2	% 18,2	2	% 18,2	1	% 20,0	3	% 27,3	2	% 33,3	
	Daima	3	% 15,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	
Televizyon Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	5	% 25,0	0	% 0,0	2	% 18,2	1	% 20,0	0	% 0,0	0	% 0,0	X ² =25,419 p=0,186
	Nadiren	5	% 25,0	4	% 36,4	7	% 63,6	0	% 0,0	6	% 54,5	4	% 66,7	
	Bazen	5	% 25,0	5	% 45,5	2	% 18,2	3	% 60,0	4	% 36,4	2	% 33,3	
	Genellikle	5	% 25,0	1	% 9,1	0	% 0,0	1	% 20,0	1	% 9,1	0	% 0,0	
	Daima	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	
Tartışma, Gündem vb. Güncel Haber Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	4	% 20,0	1	% 9,1	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	X ² =19,099 p=0,515
	Nadiren	0	% 0,0	3	% 27,3	6	% 54,5	1	% 20,0	4	% 36,4	2	% 33,3	
	Bazen	9	% 45,0	4	% 36,4	3	% 27,3	3	% 60,0	3	% 27,3	2	% 33,3	
	Genellikle	6	% 30,0	3	% 27,3	2	% 18,2	1	% 20,0	2	% 18,2	2	% 33,3	
	Daima	1	% 5,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	
Teknoloji, Kültür vb. Alanlarda Öğretici Programlarını Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	3	% 15,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	2	% 18,2	1	% 16,7	X ² =20,370 p=0,435
	Nadiren	5	% 25,0	2	% 18,2	7	% 63,6	1	% 20,0	3	% 27,3	1	% 16,7	
	Bazen	6	% 30,0	7	% 63,6	3	% 27,3	4	% 80,0	4	% 36,4	3	% 50,0	
	Genellikle	4	% 20,0	2	% 18,2	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	
	Daima	2	% 10,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	1	% 16,7	
Eğlence Türünde Yarışma, Moda, Evlilik vb. Programları Ne Sıklıkla İzlemektesiniz?	Asla	9	% 45,0	5	% 45,5	7	% 63,6	1	% 20,0	5	% 45,5	2	% 33,3	X ² =17,867 p=0,596
	Nadiren	4	% 20,0	4	% 36,4	1	% 9,1	2	% 40,0	2	% 18,2	3	% 50,0	
	Bazen	3	% 15,0	0	% 0,0	2	% 18,2	2	% 40,0	2	% 18,2	1	% 16,7	
	Genellikle	2	% 10,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	2	% 18,2	0	% 0,0	
	Daima	2	% 10,0	2	% 18,2	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	
İnternet Bağlantısına Ne Sıklıkla Ulaşabilmektesiniz?	Asla	3	% 15,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	X ² =24,255 p=0,231
	Nadiren	1	% 5,0	0	% 0,0	2	% 18,2	0	% 0,0	2	% 18,2	0	% 0,0	
	Bazen	5	% 25,0	0	% 0,0	3	% 27,3	0	% 0,0	3	% 27,3	0	% 0,0	
	Genellikle	5	% 25,0	6	% 54,5	5	% 45,5	4	% 80,0	2	% 18,2	4	% 66,7	
	Daima	6	% 30,0	5	% 45,5	1	% 9,1	1	% 20,0	3	% 27,3	2	% 33,3	
İnternet İmkânlarını Bilgi Edinme Amaçlı Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	Asla	3	% 15,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	X ² =22,284 p=0,325
	Nadiren	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 9,1	0	% 0,0	
	Bazen	5	% 25,0	0	% 0,0	4	% 36,4	1	% 20,0	3	% 27,3	0	% 0,0	
	Genellikle	10	% 50,0	7	% 63,6	5	% 45,5	3	% 60,0	3	% 27,3	4	% 66,7	
	Daima	2	% 10,0	4	% 36,4	2	% 18,2	1	% 20,0	4	% 36,4	2	% 33,3	
Facebook, Instagram/Twitter vb. Sosyal Medya Profilini Ne Sıklıkla Kullanmaktasınız?	Asla	4	% 20,0	0	% 0,0	0	% 0,0	1	% 20,0	2	% 18,2	0	% 0,0	X ² =20,971 p=0,399
	Nadiren	2	% 10,0	1	% 9,1	1	% 9,1	0	% 0,0	2	% 18,2	1	% 16,7	
	Bazen	5	% 25,0	2	% 18,2	4	% 36,4	1	% 20,0	0	% 0,0	1	% 16,7	
	Genellikle	5	% 25,0	2	% 18,2	5	% 45,5	3	% 60,0	5	% 45,5	2	% 33,3	
	Daima	4	% 20,0	6	% 54,5	1	% 9,1	0	% 0,0	2	% 18,2	2	% 33,3	

Tablo 6’da da görüldüğü gibi, öğrencilerin aylık gelirleri ile aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Aşağıdaki Tablo 7, araştırmaya katılan öğrencilerin aylık gelirlerine göre harcama kalemlerine ayrılan tutarların dağılımını göstermektedir.

Tablo 10. Aylık Gelire Göre Harcama Kalemlerine Ayrılan Tutarın Dağılımı

		300 TL ve Altı		301 - 400 TL		401 - 500 TL		501 - 600 TL		701-800 TL		801 TL ve üzeri		p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Cep Telefonu vb. İletişim Araçlarının Fatura ve/veya Kontör Harcamaları	0 TL	4	%20,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	X ² =27,782 p=0,318
	1-15 TL	1	%5,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	
	16-31 TL	6	%30,0	5	%45,5	4	%36,4	1	%20,0	1	%9,1	1	%16,7	
	32-63 TL	4	%20,0	6	%54,5	3	%27,3	3	%60,0	7	%63,6	4	%66,7	
	64-99 TL	2	%10,0	0	%0,0	3	%27,3	1	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	
	100 TL ve üstü	3	%15,0	0	%0,0	1	%9,1	0	%0,0	2	%18,2	1	%16,7	
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışveriş Harcamaları	0 TL	4	%20,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	1	%9,1	0	%0,0	X ² =31,462 p=0,174
	1-15 TL	3	%15,0	1	%9,1	0	%0,0	1	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	
	16-31 TL	2	%10,0	1	%9,1	1	%9,1	0	%0,0	2	%18,2	0	%0,0	
	32-63 TL	3	%15,0	0	%0,0	5	%45,5	1	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	
	64-99 TL	4	%20,0	3	%27,3	5	%45,5	2	%40,0	3	%27,3	4	%66,7	
	100 TL ve üstü	4	%20,0	6	%54,5	0	%0,0	1	%20,0	3	%27,3	2	%33,3	
Çeşitli Türlerde Kitap ve Dergi Harcamaları	0 TL	6	%30,0	1	%9,1	1	%9,1	0	%0,0	2	%18,2	2	%33,3	X ² =32,990 p=0,131
	1-15 TL	4	%20,0	7	%63,6	3	%27,3	3	%60,0	4	%36,4	0	%0,0	
	16-31 TL	4	%20,0	0	%0,0	2	%18,2	1	%20,0	5	%45,5	3	%50,0	
	32-63 TL	3	%15,0	3	%27,3	3	%27,3	1	%20,0	0	%0,0	0	%0,0	
	64-99 TL	2	%10,0	0	%0,0	2	%18,2	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	
Sinema, Tiyatro vb. Kültürel Aktivite Harcamaları	0 TL	6	%30,0	2	%18,2	2	%18,2	2	%40,0	3	%27,3	2	%33,3	X ² =19,575 p=0,769
	1-15 TL	7	%35,0	4	%36,4	1	%9,1	2	%40,0	3	%27,3	0	%0,0	
	16-31 TL	3	%15,0	1	%9,1	4	%36,4	0	%0,0	2	%18,2	1	%16,7	
	32-63 TL	1	%5,0	2	%18,2	3	%27,3	1	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	
	64-99 TL	2	%10,0	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	1	%9,1	2	%33,3	
	100 TL ve üstü	1	%5,0	1	%9,1	1	%9,1	0	%0,0	1	%9,1	1	%16,7	
Şehir İçi ve/veya Şehirlerarası Ulaşım Harcamaları	0 TL	3	%15,0	1	%9,1	1	%9,1	2	%40,0	0	%0,0	0	%0,0	X ² =28,227 p=0,298
	1-15 TL	4	%20,0	2	%18,2	2	%18,2	0	%0,0	1	%9,1	0	%0,0	
	16-31 TL	3	%15,0	2	%18,2	1	%9,1	0	%0,0	3	%27,3	0	%0,0	
	32-63 TL	5	%25,0	0	%0,0	3	%27,3	1	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	
	64-99 TL	2	%10,0	2	%18,2	3	%27,3	2	%40,0	2	%18,2	2	%33,3	
Kafe, Restaurant, Bowling, Playstation vb. Mekanlarda Çeşitli Eğlence Harcamaları	0 TL	2	%10,0	3	%27,3	1	%9,1	2	%40,0	1	%9,1	0	%0,0	X ² =20,566 p=0,717
	1-15 TL	4	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	2	%18,2	1	%16,7	
	16-31 TL	5	%25,0	3	%27,3	5	%45,5	1	%20,0	3	%27,3	0	%0,0	
	32-63 TL	4	%20,0	2	%18,2	2	%18,2	1	%20,0	1	%9,1	2	%33,3	
	64-99 TL	3	%15,0	1	%9,1	3	%27,3	0	%0,0	1	%9,1	1	%16,7	
	100 TL ve üstü	2	%10,0	1	%9,1	0	%0,0	1	%20,0	3	%27,3	2	%33,3	
Kullanmakta İseniz Sigara vb. Harcamaları	0 TL	10	%50,0	7	%63,6	5	%45,5	1	%20,0	6	%54,5	5	%83,3	X ² =25,886 p=0,414
	1-15 TL	4	%20,0	1	%9,1	1	%9,1	0	%0,0	1	%9,1	0	%0,0	
	16-31 TL	4	%20,0	0	%0,0	2	%18,2	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	
	32-63 TL	0	%0,0	1	%9,1	1	%9,1	1	%20,0	1	%9,1	0	%0,0	
	64-99 TL	1	%5,0	1	%9,1	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	0	%0,0	
100 TL ve üstü	1	%5,0	1	%9,1	2	%18,2	3	%60,0	3	%27,3	1	%16,7		

Tablo 7'de de görüldüğü gibi, öğrencilerin aylık gelirleri ile harcama kalemlerine ayrılan tutarlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (p>0,05).

Aşağıdaki Tablo 8, araştırmaya katılan öğrencilerin burs durumuna göre harcama kalemlerine ayrılan tutarların dağılımını göstermektedir.

Tablo 11. Burs Durumuna Göre Harcama Kalemlerine Ayrılan Tutarın Dağılımı

		Evet, Devlet Tarafından Verilen		Evet, Vakıf veya Özel Kurum Tarafından Verilen		Hayır		p
		n	%	n	%	n	%	
Cep Telefonu vb. İletişim Araçlarının Fatura ve/veya Kontör Harcamaları	0 TL	1	%3,4	1	%16,7	2	%6,9	X ² =7,546 p=0,673
	1-15 TL	1	%3,4	0	%0,0	0	%0,0	
	16-31 TL	10	%34,5	3	%50,0	5	%17,2	
	32-63 TL	11	%37,9	2	%33,3	14	%48,3	
	64-99 TL	3	%10,3	0	%0,0	4	%13,8	
	100 TL ve üstü	3	%10,3	0	%0,0	4	%13,8	
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışveriş Harcamaları	0 TL	2	%6,9	0	%0,0	3	%10,3	X ² =5,909 p=0,823
	1-15 TL	3	%10,3	1	%16,7	2	%6,9	
	16-31 TL	5	%17,2	0	%0,0	1	%3,4	
	32-63 TL	5	%17,2	1	%16,7	4	%13,8	
	64-99 TL	8	%27,6	2	%33,3	11	%37,9	
	100 TL ve üstü	6	%20,7	2	%33,3	8	%27,6	
Çeşitli Türlerde Kitap ve Dergi Harcamaları	0 TL	7	%24,1	0	%0,0	5	%17,2	X ² =9,366 p=0,498
	1-15 TL	11	%37,9	2	%33,3	8	%27,6	
	16-31 TL	5	%17,2	1	%16,7	9	%31,0	
	32-63 TL	4	%13,8	1	%16,7	5	%17,2	
	64-99 TL	1	%3,4	1	%16,7	2	%6,9	
	100 TL ve üstü	1	%3,4	1	%16,7	0	%0,0	
Sinema, Tiyatro vb. Kültürel Aktivite Harcamaları	0 TL	6	%20,7	0	%0,0	11	%37,9	X ² =17,789 p=0,059
	1-15 TL	9	%31,0	1	%16,7	7	%24,1	
	16-31 TL	7	%24,1	0	%0,0	4	%13,8	
	32-63 TL	2	%6,9	1	%16,7	5	%17,2	
	64-99 TL	3	%10,3	2	%33,3	1	%3,4	
	100 TL ve üstü	2	%6,9	2	%33,3	1	%3,4	
Şehir İçi ve/veya Şehirlerarası Ulaşım Harcamaları	0 TL	3	%10,3	0	%0,0	4	%13,8	X ² =7,362 p=0,691
	1-15 TL	5	%17,2	1	%16,7	3	%10,3	
	16-31 TL	4	%13,8	1	%16,7	4	%13,8	
	32-63 TL	7	%24,1	0	%0,0	3	%10,3	
	64-99 TL	4	%13,8	1	%16,7	8	%27,6	
	100 TL ve üstü	6	%20,7	3	%50,0	7	%24,1	
Kafe, Restaurant, Bowling, Playstation vb. Mekânlarda Çeşitli Eğlence Harcamaları	0 TL	4	%13,8	0	%0,0	5	%17,2	X ² =15,428 p=0,117
	1-15 TL	3	%10,3	3	%50,0	2	%6,9	
	16-31 TL	11	%37,9	1	%16,7	5	%17,2	
	32-63 TL	4	%13,8	2	%33,3	6	%20,7	
	64-99 TL	3	%10,3	0	%0,0	6	%20,7	
	100 TL ve üstü	4	%13,8	0	%0,0	5	%17,2	
Kullanmakta İseniz Sigara vb. Harcamaları	0 TL	13	%44,8	2	%33,3	19	%65,5	X ² =19,447 p=0,035
	1-15 TL	4	%13,8	2	%33,3	1	%3,4	
	16-31 TL	4	%13,8	1	%16,7	1	%3,4	
	32-63 TL	4	%13,8	0	%0,0	0	%0,0	
	64-99 TL	0	%0,0	1	%16,7	1	%3,4	
	100 TL ve üstü	4	%13,8	0	%0,0	7	%24,1	

Tablo 8’de de görüldüğü gibi, öğrencilerin burs durumu ile harcama kalemlerinden sadece sigara harcamalarına ayrılan tutarlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Sigara harcamalarının burs almayan öğrencilerde yoğunlaştığı, burs alan öğrenciler incelendiğinde ise vakıf ve ya özel kurumdan burs alanlarda devletten burs alanlara göre 1-15 TL aralığında sigara harcamalarının fazla olduğu görülmektedir ($p > 0,05$). Diğer harcama kalemlerinde burs alma durumu ve burs türüne göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır

(p>0,05).

Aşağıdaki Tablo 9, araştırmaya katılan öğrencilerin kredi kartı sahipliğine göre harcama kalemlerine ayrılan tutarların dağılımını göstermektedir.

Tablo 12. Kredi Kartı Sahipliğine Göre Harcama Kalemlerine Ayrılan Tutarın Dağılımı

		Evet		Hayır		p
		n	%	n	%	
Cep Telefonu vb. İletişim Araçlarının Fatura ve/veya Kontör Harcamaları	0 TL	3	%8,1	1	%3,7	X ² =12,895 p=0,024
	1-15 TL	0	%0,0	1	%3,7	
	16-31 TL	6	%16,2	12	%44,4	
	32-63 TL	18	%48,6	9	%33,3	
	64-99 TL	3	%8,1	4	%14,8	
	100 TL ve üstü	7	%18,9	0	%0,0	
Moda İlgisine Yönelik Giyim vb. Alışveriş Harcamaları	0 TL	2	%5,4	3	%11,1	X ² =6,901 p=0,228
	1-15 TL	2	%5,4	4	%14,8	
	16-31 TL	2	%5,4	4	%14,8	
	32-63 TL	5	%13,5	5	%18,5	
	64-99 TL	16	%43,2	5	%18,5	
	100 TL ve üstü	10	%27,0	6	%22,2	
Çeşitli Türlerde Kitap ve Dergi Harcamaları	0 TL	5	%13,5	7	%25,9	X ² =5,945 p=0,312
	1-15 TL	12	%32,4	9	%33,3	
	16-31 TL	9	%24,3	6	%22,2	
	32-63 TL	5	%13,5	5	%18,5	
	64-99 TL	4	%10,8	0	%0,0	
	100 TL ve üstü	2	%5,4	0	%0,0	
Sinema, Tiyatro vb. Kültürel Aktivite Harcamaları	0 TL	6	%16,2	11	%40,7	X ² =8,400 p=0,136
	1-15 TL	10	%27,0	7	%25,9	
	16-31 TL	6	%16,2	5	%18,5	
	32-63 TL	6	%16,2	2	%7,4	
	64-99 TL	4	%10,8	2	%7,4	
	100 TL ve üstü	5	%13,5	0	%0,0	
Şehir İçi ve/veya Şehirlerarası Ulaşım Harcamaları	0 TL	5	%13,5	2	%7,4	X ² =9,892 p=0,078
	1-15 TL	3	%8,1	6	%22,2	
	16-31 TL	6	%16,2	3	%11,1	
	32-63 TL	3	%8,1	7	%25,9	
	64-99 TL	7	%18,9	6	%22,2	
	100 TL ve üstü	13	%35,1	3	%11,1	
Kafe, Restaurant, Bowling, Playstation vb. Mekânlarda Çeşitli Eğlence Harcamaları	0 TL	4	%10,8	5	%18,5	X ² =2,900 p=0,715
	1-15 TL	4	%10,8	4	%14,8	
	16-31 TL	9	%24,3	8	%29,6	
	32-63 TL	8	%21,6	4	%14,8	
	64-99 TL	5	%13,5	4	%14,8	
	100 TL ve üstü	7	%18,9	2	%7,4	
Kullanmakta İseniz Sigara vb. Harcamaları	0 TL	20	%54,1	14	%51,9	X ² =8,607 p=0,126
	1-15 TL	4	%10,8	3	%11,1	
	16-31 TL	5	%13,5	1	%3,7	
	32-63 TL	0	%0,0	4	%14,8	
	64-99 TL	2	%5,4	0	%0,0	
	100 TL ve üstü	6	%16,2	5	%18,5	

Tablo 9’da da görüldüğü gibi, öğrencilerin kredi kartı sahipliği ile harcama kalemlerinden sadece cep telefonu vb. iletişim araçlarının fatura ve/veya kontör harcamalarına ayrılan tutarlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (p<0,05). Cep telefonu vb. iletişim araçlarının fatura ve/veya kontör harcamaları incelendiğinde kredi kartı olan öğrencilerin 32-

63 TL harcama tutarında yoğunlaştığı, kredi kartı olmayanların ise 16-31 TL harcama tutarında yoğunlaştığı görülmektedir. Diğer harcama kalemlerinde kredi kartı sahipliğine göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

SONUÇ

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Ağrı Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Programı öğrencilerinin sosyal ve ekonomik profilini, zaman ve para kullanımlarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın demografik sonuçlarına göre; cinsiyet değişkenine göre araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu bayan öğrencilerdir. Yaş değişkenine göre öğrencilerin çoğunluğu 18-20 ile 21-23 yaş aralığındadır. Aile durumlarına göre öğrencilerin çoğunluğunun ebeveynleri sağ ve beş veya üstü çocuklu bir ailedir. Bölge değişkenine göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Doğu Anadolu Bölgesi'ndendir. Barınma durumuna göre öğrencilerin çoğunluğu ailesi ile birlikte evde yaşamaktadır. Aylık gelir durumuna göre öğrencilerin çoğunluğu 300 TL ve altı gelire sahiptir. Sosyal medya profiline göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğu sosyal medya kullanmaktadır. Kredi kartı sahipliğine göre öğrencilerin çoğunluğu kredi kartına sahiptir.

Çalışmanın öğrencilerin ilgili aktivitelere ve teknolojik aygıtlara ayırdıkları zamana ilişkin sonuçlarına göre; öğrencilerin “kafe ve restaurant vb. çeşitli mekânlarda sosyal birlikteliklere” orta düzeyde zaman ayırdıkları, “müze, ören yerleri vb. eğitim ve kültür gezilerine” zayıf düzeyde zaman ayırdıkları, spor faaliyetlerine orta düzeyde zaman ayırdıkları, “moda ilgisine yönelik giyim vb. alışverişlere” orta düzeyde zaman ayırdıkları, çeşitli türlerde okumak için kitaplara orta düzeyde zaman ayırdıkları, “çeşitli türlerde okumak için dergi ve gazete yayınlarına” orta düzeyde zaman ayırdıkları, “televizyon programlarını izlemeye” zayıf düzeyde zaman ayırdıkları, “tartışma, gündem vb. güncel haber programlarını izlemeye” orta düzeyde zaman ayırdıkları, “teknoloji, kültür vb. alanlarda öğretici programları izlemeye” orta düzeyde zaman ayırdıkları, “eğlence türünde yarışma, moda, evlilik vb. programları izlemeye” zayıf düzeyde zaman ayırdıkları, “internet bağlantısına ulaşabilme sıklıklarının” yüksek düzeyde olduğu, “internet imkânlarını bilgi edinme amacıyla kullanmaya” yüksek düzeyde katıldıkları, “Facebook,Instagram/Twitter vb. sosyal medya profilini/hesabını kullanmaya” yüksek düzeyde zaman ayırdıkları belirlenmiştir.

Çalışmanın öğrencilerin harcama kalemleri için aylık süre zarfında kullandıkları para tutarına ilişkin sonuçlarına göre; öğrencilerin çoğunluğu “cep telefonu vb. iletişim araçlarının fatura ve/veya kontör harcamaları” için 32-63 TL kullanmakta, “moda ilgisine yönelik giyim vb. alışveriş harcamaları” için 64-99 TL kullanmakta, “çeşitli türlerde kitap ve dergi harcamaları”

için 1-15 TL kullanmakta, “sinema, tiyatro vb. kültürel aktivite harcamaları” için 1-15 TL kullanmakta, “şehir içi ve/veya şehirlerarası ulaşım harcamaları” için 100 TL ve üstü kullanmakta, “kafe, restaurant, bowling, playstation vb. mekânlarda çeşitli eğlence harcamaları” için 16-31 TL, “sigara kullananların sigara vb. harcamaları” için 100 TL ve üstü kullandıkları belirlenmiştir.

Çalışmada öğrencilerin kredi kartı sahipliği ile aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Yine, öğrencilerin burs durumu ve burs türü ile aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Yine, öğrencilerin aylık gelirleri ile aktivitelere ve teknoloji aygıtlarına zaman ayırma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Yine, öğrencilerin aylık gelirleri ile harcama kalemlerine ayrılan tutarlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Ayrıca, öğrencilerin burs durumu ile harcama kalemlerinden sadece sigara harcamalarına ayrılan tutarlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Sigara harcamalarının burs almayan öğrencilerde yoğunlaştığı, burs alan öğrencilerde ise vakıf veya özel kurumdan burs alanlarda devletten burs alanlara göre 1-15 TL aralığında sigara harcamalarının fazla olduğu görülmüştür ($p>0,05$). Diğer harcama kalemlerinde burs alma durumu ve burs türüne göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Son olarak, öğrencilerin kredi kartı sahipliği ile harcama kalemlerinden sadece cep telefonu vb. iletişim araçlarının fatura ve/veya kontör harcamalarına ayrılan tutarlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Cep telefonu vb. iletişim araçlarının fatura ve/veya kontör harcamaları incelendiğinde, kredi kartı olan öğrencilerin 32-63 TL harcama tutarında yoğunlaştığı, kredi kartı olmayanların ise 16-31 TL harcama tutarında yoğunlaştığı görülmüştür. Diğer harcama kalemlerinde kredi kartı sahipliğine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Sonuç olarak; günümüzde üniversiteler, sadece bilimsel bilgi üreten birimler olmayıp, kuruldukları bölgelere özellikle sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan katkılar sağlayan kurumlardır. Bu bakımdan üniversiteler, yerel bir ekonomi için son derece önemli olan ekonomik bir aktördür. Aslında üniversiteler, eğitim-öğretim gerçekleştiren birimler olarak önem taşıyorlar da ekonomiye doğrudan ve dolaylı olarak önemli katkılar sağlayan, bilim alanlarındaki gelişmelere büyük ve önemli katkıları olan kurumlardır. Üniversitelerin yerel ekonomik gelişmelere katkıları oldukça fazladır. Özellikle kentleşmenin tam olarak gerçekleştirilemediği bölgelerde kurulan meslek yüksekokulları, buldukları bölgenin sosyal ve ekonomik gelişmişlik düzeyinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Genel olarak bu çalışmada, Ağrı Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Programı öğrencilerinin daha

çok doğu ve kırsal bölgelerden gelen ailelerin çocukları olduğu, maddi olarak çok rahat bir konumda olmadıkları ve bu durumun onların bazı etkinliklere ayırdıkları zamanı ve bütçeyi etkilediği ve öğrencilerin bütçelerini daha temel/zaruri harcama kalemlerine ayırdıkları söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akçakanat, T., Çarıkçı, İ. ve Dulupçu, M.A. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Buldukları İl Merkezine Ekonomik Katkıları ve Harcama Eğilimleri: Isparta 2003-2009 Yılları Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 165-178.
- Arı, S. (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özelliklerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Çalışması: Selçuk Üniversitesi Çumra Meslek Yüksekokulu Örneği. *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences (JILSES)*, 3(2), 295-315.
- Atalay, B. (2016). *Türkiye’de Muhasebe Eğitimi* (Bölüm Adı: Ön Lisans Düzeyinde Muhasebe Eğitimi, ss.55-105, Editör: Ahmet Gökgez,). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ayyıldız, H. ve Toksoy, D. (2001). Kafkas Üniversitesi-Artvin Orman Fakültesi Öğrencilerinin Sosyo-Ekonomik Yapısını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi Artvin Orman Fakültesi Dergisi*, 1, 75-82.
- Bilgili, E., Uçan, O. ve Çetin, F. (2003). ODTÜ İktisat, Erciyes ve Niğde Üniversiteleri İktisat ve İşletme Bölümü Öğrencilerinin Profillerinin Karşılaştırılması. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21, 1-18.
- Bozkurt, Y. ve Şener, G. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Meslek Yüksekokulu ve Fakülte Öğrencilerinin Karşılaştırılması. *Erciyes İletişim Dergisi “akademia”*, 3(1), 94-108.
- Çayın, M. ve Özer, H. (2015). Üniversitelerin İl Ekonomisine Katkısı ve Öğrencilerin Tüketim Yapısı: Muş Alparslan Üniversitesi Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 131-147.
- Çevik, O., Doğanay, T.C. ve Karaçayır, E. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal ve Ekonomik Profiline Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(32), 27-33.
- Demir, B. (2015). Meslek Yüksekokullarında Verilen Muhasebe Eğitiminde Stajın Önemi, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 76-80.
- Erilli, N.A. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Buldukları İl Ekonomisine Katkıları: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 2(1), 79-96.
- Işık, Ş. (2008). Türkiye’de Üniversitelerin Kentleşme Üzerine Etkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(10), 159-181.
- İş, E., Balcı, S. ve Kayan, M.S. (2017). Mardin Artuklu Üniversitesi Öğrenci Profili ve Harcama Analizi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 137-150.

- Kuru, E. ve Pepe, K. (2002). Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Özel Yetenek Sınavlarına Katılan Öğrencilerin Sosyoekonomik Profilleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1), 253-265.
- Nartgün, Ş.S. ve Yüksel, E. (2009). Ahi Evran Üniversitesi Kaman Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyo-Ekonomik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 1-18.
- Otlu, F., Durmuş, A.F. ve Solak, B. (2012). Meslek Yüksekokulları Muhasebe ve Vergi Bölümlerindeki Muhasebe Eğitimi ve Bölümün Geleceği Hakkında Bir Araştırma: Malatya Meslek Yüksekokulu Uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 55, 35-50.
- Özdemir, S. (2010). Ön Lisans Muhasebe Öğrencilerinin Kariyer Planlanmasını Etkileyen Unsurlar: Ege Bölgesinde Bir Araştırma. *Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi*, 12(2), 103- 122.
- Özel, A. (2006). Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Fakültesinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Yapısı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 317-336.
- Saraç, T.B. ve Ceylan, D.A. (2006). Meslek Yüksekokullarında Okuyan Öğrencilerin Demografik Yapısı ve Meslek Yüksekokullarının Etkinliği. 4. Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, Bergama/İzmir.
- Sarıhan, E.O., Arslan Duru, A. ve Parlakay, O. (2015). Uşak Üniversitesi Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi Öğrenci Profili ve Sosyo-Ekonomik Yapısı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 20(2), 52-59.
- Sezgin, A., Erem, T. ve Aksoy, A. (2008). Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Durumları ve Genel Eğilimlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 39(1), 1-8.
- Sevüktekin, M., Nargeleçekenler, M. ve Çetin, I. (2012). Uludağ Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyo-Ekonomik Profil Araştırması. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XXXI(2), 99-128.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.
- Yaylalı, M. Oktay E., Özen Ü., Akan Y., Özer H., Kızıltan A., Naralan A., Doğan E., Özçomak M. ve Aktürk, E. (2006). *Üniversite Gençliğinin Sosyo-Ekonomik Profili Araştırması*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, 109.
- Zaif, F. ve Ayanoğlu, Y. (2007). Muhasebe Eğitiminde Kalitenin Arttırılmasında Ders Programlarının Önemi: Türkiye’de Bir İnceleme. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 115-136.