**Mutluluk ve Tüketim Arasındaki İlişki: Mersin Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğrencileri Örneği**

**Erkan AKTAŞ[[1]](#footnote-1)**

**Şahin NAS[[2]](#footnote-2)**

**Eren Can GÜRBÜZ[[3]](#footnote-3)**

**Özet**

İktisat biliminde tüketim ve mutluluk arasındaki ilişki önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Bu sebeple çalışmanın amacı Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine yönelik tüketim kalıpları ve mutluluk arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Çalışmada Oxford Mutluluk Ölçeği (OMÖ) anketi kullanılarak 286 öğrenciyle görüşme yapılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler sıralı probit (ordered probit) model yöntemiyle analiz edilmiştir. Analizin sonucunda elde edilen bulgulara göre öğrencilerin harcamaları ve mutluluk arasında bir ilişki olmadığı tahmin edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Davranışsal İktisat, Mutluluk, Tüketim, Sıralı Probit, Mersin Üniversitesi.

**The Relationship Consumption and Happiness: The Case of Mersin University F.E.A.S.**

**Abstract**

The relationship between consumption and happiness has become an important field of study in the economics science. The purpose of this study is to examine the relationship between consumption patterns and happiness for Mersin University, Faculty of Economics and Administrative Science. For this reason, 286 students were interviewed by means of Oxford Happiness Scale (OHS) questionnaire. The acquired data from questionnaires were analyzed by ordered probit model method. According to the findings as result of analysis, there was no relationship between student consumption and happiness.

**Key Words:** Behavioral Economics, Happiness, Consumption, Ordered Probit, Mersin University.

**GİRİŞ**

İktisat literatürüne hâkim ana akım teoriler bazı varsayımlar üzerine kurulmaktadır. Bu varsayımlar aracılığıyla ana akım teoriler bir takım politika önerilerinde bulunulmaktadır (Bocutoğlu, 2014:1). Bu bağlamda, özellikle neo-klasik iktisadi düşüncenin öne çıkan önemli bir varsayımı rasyonellik kavramıdır. Bu varsayıma göre bireyler (homoeconomicus) rasyoneldir ve rasyonel bir şekilde karar alır. Rasyonalizm tüketim açısından değerlendirilirse, rasyonel bireylerin yani en iyi alım-satım işlemi kararına sahip bireylerin, tüketim miktarı (tüketim sepetinde bulunan mal ve hizmet miktarı) artıkça toplam faydası yani mutluluk düzeyinin arttığı varsayılmaktadır (Hatipoğlu, 2012: 5). Bu anlamda neo-klasik iktisatçılar, insan ile mal ve hizmet (tüketim) arasındaki ilişkinin fayda ile oluştuğunu ifade etmektedirler. Bu açıdan özellikle neo-klasik iktisadi düşünceye göre fayda kavramı iktisadi düşüncede önem taşımaktadır (Savaş, 2000: 516-518).

Tüketici davranışları yaklaşımında fayda; mal ve hizmet tüketiminin pozitif bir fonksiyondur. Fayda yani diğer bir tanımıyla mutluluk bireyin tüketim miktarının artması ile artmaktadır. Çalışmada hedonik tüketimin, mal ve hizmetler karşısındaki heyecan verici durumunu ifade eden tavrına karşın fayda, tüketilen miktar ile ilişkili olarak ifade edilmektedir (Kükrer, 2011: 80). Dolayısıyla bireyler mutluluk seviyelerini maksimize etmek için tüketim ve tüketim yapmama arasında tercih yapmaktadır (Jevons, 1965: 11). Smith’e göre ise mutluluk, tüketimin aksine dinginlikte bulunmaktadır. Bu açıdan Smith’e göre bireyler daha fazla tüketim yaptıklarında üç değerli özelliği unutmaktadırlar. Bunlar; sakin yaşama biçimi, genel sosyal refah ve ihtiyatlılıktır. Bu üç özelliğin sürekli olarak yok sayılması durumda durumunda ekonomik aktivitelerin yavaşlayabileceği ileri sürülmektedir (Busch, 2008: 66-67).

İktisadi düşünceye göre değerlendirildiğinde, bireylerin hoş bir içsel deneyimi, mutluluk anlayışına benzeyen soyut bir ruh hali olarak tatmini ve faydayı maksimize etmeye çalıştıkları varsayılır. İktisadi faaliyetlerin amacı pozitif tatmine yönelik bir ruh hali olarak görülmüştür. Bu anlamda Bentham; zevk, mutluluk ve faydayı aynı anlamda kullanmaktadır ve mutluluğu bireylerin sürekli olarak daha fazla tatmin için yapılan çaba olarak ifade etmektedir (Burns, 2005: 46). Bu tanıma göre faydacılar, mutluluk ile zevki ilişkili hale getirerek büyük ölçüde duyusal olan öznel arzuların tatminini yüce bir iyilik amacıyla kutsallaştırmaya çalışmışlardır. Ancak mutluluk terimi, Aristo’dan beri klasik felsefede nihai bir iyi oluş halini ifade etmektedir (Weisskopf, 1996: 62-88).

Tüketmek, bir mal veya hizmetin varlığını gerçekten veya manen yok etmektir. Mal ve hizmetler yenilerek (tüketilerek) veya eskitilerek fiziksel olarak yok olmakta veya çekiciliğini yitirmektedir. Belirli bir miktar tüketimden sonra mal ve hizmetler artık tüketicide istek uyandırmaz hale gelir ve bireylerin ihtiyaçlarını ve arzularını tatmin etme kapasitelerini kaybeder. Bu süreç sonunda mal ve hizmetler tüketim için uygunsuz hale gelir. Tüketme eyleminin sonucunda bireylerin tatmin olma durumunu daha ileriye taşıma maksadıyla bireylerin daha fazla tüketmesi için yeni bir psikolojik yaklaşım ve/veya bir tür iktisadi güdü tarafından tüketime yönlendirilmesi ve bireylerin tüketim halinin devam edebilmesi için sürekli olarak cezp edici yeni isteklere maruz bırakılması gerekmektedir. Tatmini arttırmak amacıyla mal ve hizmetlerin sembollerle veya ilgi uyandıran reklam yöntemlerinin kullanılmasıyla bireylerin tüketim güdüleri canlı tutulmakta ve bireylerin özellikle iktisadi tüketim tercihleri yönlendirilmektedir. Ancak firmaların tüketimi arttırmaya yönelik çabaları yani bireylerin, kullanılan sembol veya nesnelerin çekici gelmesi nedeniyle daha yüksek tüketim eğilimine sahip olması ve yüksek fiyatları ödemeye razı gelmesi ‘’rasyonel birey (homoeconomics)’’ varsayımına pek uymamaktadır. Bu nedenle tüketimdeki bu rasyonel dışı faaliyetler sadece bolluğun değil, nesnel doğruya ve ortak faydaya ilişkin tüm kalıntıları ortadan kaldırarak bireyi değer yoksunluğuna iten biçimselci fayda ve refah kuramının bir sonucudur (Bauman, 1999: 39-43 ve Weisskopf, 1996: 94).

Verilen tanımlar ve firmaların maksimum kâr elde etme maksatlı çabaları sonucunda bireylerin tüketim davranışları ve mutluluk arasındaki ilişki analize dâhil edildiğinde karşımıza mutluluk ekonomisi çıkmaktadır. Mutluluk ekonomisi ise davranışsal iktisadın bir alt disiplini olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda mutluluk ekonomisi, tüketim ve/veya gelirin yanı sıra çeşitli demografik faktörlerin bireylerin mutluluğu üzerindeki etkisini analiz eder (Eser ve Tiogonbaeva, 2011: 288, Rojas, 2007: 1 ve Dumludağ, 2011: 8-9). Günümüzde tüketim eğiliminin bu denli artması mutluluk ekonomisi alanının yükselişine sebep olmaktadır. Bu bağlamda tüketim ve/veya gelir ile mutluluk arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek amacıyla yapılan ampirik çalışmaların sayısı artmaktadır. Mutluluk Ekonomisi literatüründe hem Dünya’da hem de Türkiye’de yapılmış bazı ampirik çalışmaların sonucunda elde edilmiş bulguları aşağıdaki gibi derleyebiliriz.

Çirkin ve Göksel (2016) tarafından Türkiye’de 622 kişiye anket yapılmıştır. Yapılan anketler sıralı probit model yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmalarında mutluluğun, gelirin yanı sıra farklı ekonomik ve demografik değişkenlerden nasıl etkilendiği incelenmiştir. Gelirde meydana gelen artışın mutluluk seviyesi üzerinde istatistiki olarak anlamlı olmadığı bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca bireyin cinsiyetinin kadın olması, evlilik veya birliktelik ve eğitim seviyesi mutlu olma olasılığını ve daha yüksek bir yaşam doyum seviyesine sahip olma olasılığını artırırken, kişinin yaşında meydana gelen artış, çocuk sahibi olma gibi faktörler de mutlu olma olasılığını ve daha yüksek yaşam doyum seviyesine sahip olma olasılığını azaltmaktadır.

Köksal ve Şahin (2015) çalışmalarında, gelir ve gelir karşılaştırması değişkenlerini kullanarak bu değişkenlerin mutluluk üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Bu amaçla Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2012 yılında yapılan Yaşam Memnuniyeti Araştırması’ndan elde edilen verileri kullanmışlardır. Çalışmalarında gelirin ve gelir karşılaştırmasının bireylerin mutlulukları üzerindeki tek tek etkisini ve birlikte etkisini test etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda aylık hane halkı gelirinin bireylerin mutluluğu üzerinde pozitif etki yarattığı ancak mevcut durumları geçmişten daha iyi olan bireylerin mutluluğu üzerinde negatif etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Verilen iki değişkenin birlikte mutluluk üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Becchatti ve Rosetti (2009) gelirin neden her zaman mutluluk getirmediğini analiz etmişlerdir. Bunun için 1984-2003 dönemi için Almanya’da büyük bir örneklem üzerinde mutluluk ve gelir arasındaki ilişkiyi test etmek için probit panel tahmin yöntemini kullanmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre; sağlığın bozulması, eksik istihdam, negatif nispi gelir etkisi, olumsuz medeni durum şokları, sosyal yaşam göstergelerdeki değişimler ve gelirdeki eş zamanlı bir artışın her zaman mutluluk getirmeyebileceği sonucuna varılmıştır.

Tsui (2014) çalışmasında Tayvan Sosyal Değişim Anketi (TSCS) tarafından elde edilen verilerden yararlanmıştır. Tayvan’da mutluluğu etkileyen faktörleri, gelir ve mutluluk arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla sıralı probit modeli kullanılmıştır. Yazar tarafından yapılan analizler incelendiğinde mutlak gelir, nispi gelir ve beklenen gelirin, yani genel olarak gelirin mutluluk üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Ancak mutlak gelirin açıklayıcı değişkenler arasında en büyük etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca analizde cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, medeni durum, iş-meşguliyeti (occupation) gibi faktörlerin de mutluluk üzerindeki etkisi incelenmektedir. Buna göre Tayvan toplumunda kadınlar erkeklerden, genç ve yaşlı grubu ve orta yaş grubundan, evli bireylerin bekâr bireylerden daha mutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda eğitim seviyesinin de mutluluk üzerinde pozitif etki yarattığı görülmüştür.

Caporale vd. (2009) 19 Avrupa ülkesi[[4]](#footnote-4) için Avrupa Sosyal Anket (ESS) tarafından toplanan yatay kesit verilerinden yararlanarak mutluluk, gelir ve nispi gelir arasındaki ilişkiyi sıralı probit modeli (ordered probit model) ile test etmişlerdir. Modellerinde mutluluğu bağımlı değişken, gelir ve nispi geliri ise bağımsız değişken olarak ele almışlardır. Yapılan analiz sonucunda yaşam doyum düzeyi (life satisfaction level) ile gelir arasında güçlü pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Gelir artışının yaşam doyum seviyesinin artırdığı görülmüştür. Referans gelir ise nispi gelir hipotezini destekleyen bir sonuç vermiştir. Yani referans gelir grubunun, refah üzerinde olumsuz bir etki yarattığı tespit edilmiştir. Ancak Doğu Avrupa[[5]](#footnote-5) ülkelerinde referans gelir grubunun refah üzerinde olumlu etki yarattığı sonucu elde edilmiştir. Ayrıca analiz sonucunda şu bulgulara da ulaşılmıştır; evlilik, sağlıklı yaşam mutluluk üzerinde pozitif etkiye sahipken, boşanmak, ayrılmak ve çocuk sahibi olmak ise negatif etkiye sahiptir.

Bu çalışmada davranışsal iktisadın bir alt disiplini olan mutluluk ekonomisi çerçevesinde tüketim ve mutluluk düzeyi arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek amacıyla Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek anket çalışması yapılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler kullanılarak sıralı probit model yöntemiyle öğrencilerin mutluluk ve tüketimleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde tüketim ve mutluluk arasındaki ilişki teorik olarak tartışılmış ve mutluluk ekonomisi ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. İkinci bölümde çalışmada kullanılan veri, yöntem ve analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Sonuç kısmında ise bulguların sonuçları tartışılmaktadır.

**1. YÖNTEM, VERİ VE ANALİZ SONUÇLARI**

Kalil ve Delerie’nin mutluluk ve tüketim arasındaki ilişkiyi tespit etme amacıyla yapmış olduğu çalışmada, tüketim ve mutluluk arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Sadece tüketimin bir alt kalemi olan boş zaman tüketimi ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Kalil ve Delerie, 2010: 163). Mutluluk ve tüketim arasındaki ilişkiye tersten bakılabilir. Yani, mutluluk ve tüketim arasındaki ilişki mutluluğun tüketime etkisi olarak yeniden tasarlanabilir. İlişkinin tersten kurulması sonucunda mutlu bireylerin daha fazla tasarruf yaptığı görülmektedir. (Guven, 2012: 701) Beş ülke[[6]](#footnote-6) üzerinde yapılan bir çalışmada ise mutluluğun tüketimden çok servetin etkilediği görülmektedir (Headey, Muffels ve Wooden, 2004: 24-25).

Çalışmada tüketim ve mutluluk arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek amacıyla literatürde sıkça kullanılan Oxford Mutluluk Ölçeği’nin (Oxford Happiness Scale) kısa Türkçe formu kullanılmıştır (Öztürk, L. vd., 2017: 29). Gül, s. (2017), Öztürk, L. vd.(2017), Doğan, T. ve Çötok, A. (2011) ve Demir, R. ve Murat M. (2017) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda da bu ölçek tercih edilmiştir. Oxford mutluluk ölçeği 1980'lerin sonunda Oxford Üniversitesi tarafından Deneysel Psikoloji Bölümü'nün kurum içi kullanımları için kişisel mutluluğun geniş bir ölçüsü olarak tasarlanmıştır (Hills ve Argyle, 2002: 1073). Ölçek toplamda 29 ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadelerden 12 tanesi negatif değere sahiptir. Yani bu 12 soru çalışmalarda negatif değer alacak şekilde hesaplanmaktadır. Ölçek ile ilgili ifadeleri içeren anket EK-1’de yer almaktadır. Oxford mutluluk ölçeğini içeren anket Mersin Üniversitesi İ.İ.B.F. öğrencilerine yüz yüze görüşmeler yapılarak uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan evrenin bu şekilde seçilmesindeki temel amaç öğrencilerin mutluluğuna etki eden faktörlerin belirlenmesidir. Öğrenci mutluluğuna etki eden faktörlerin belirlenmesiyle birlikte mutluluk düzeylerini arttırmaya yönelik çalışmaların da yapılabileceği öngörülmektedir. Anketlerin yapıldığı 2017-2018 eğitim-öğretim yılının bahar döneminde İ.İ.B.F.’de 1456’sı kadın ve 1519’u erkek olmak üzere toplamda 2975 öğrenci bulunmaktadır. Mersin Üniversitesi İ.İ.B.F’de toplamda altı bölüm bulunmaktadır. Bu bölümlerden ikisinin ikinci öğretim programı bulunmaktadır. Seçilen örneklem, Tablo 1’de gösterilen biçimde öğrencilerin bölüm ve cinsiyet ağırlıkları göz önüne alınarak evrenin yaklaşık yüzde 10’u olacak şekilde belirlenmiştir.

**Tablo 1: Mersin Üniversitesi İ.İ.B.F Öğrenci Sayıları ve Ağırlıkları ve Seçilen Örneklem Sayıları**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bölüm Adı** | **Kadın Öğrenci Sayısı** | **Erkek Öğrenci Sayısı** | **Toplam Öğrenci Sayısı** | **Kadın Öğrenci Sayısı Örneklem Sayısı (%10)** | **Erkek Öğrenci Sayısı Örneklem Sayısı (%10)** | **Toplam Öğrenci Sayısı Örneklem Sayısı (%10)** |
| **Çalışma Ekonomisi (Örgün)** | 196 | 171 | 367 | 19,6 | 17,1 | 37 |
| **Çalışma Ekonomisi (İ.Ö)** | 59 | 74 | 133 | 5,9 | 7,4 | 13 |
| **İktisat (Örgün)** | 223 | 199 | 422 | 22,3 | 19,9 | 42 |
| **İktisat (İ.Ö)** | 222 | 315 | 537 | 22,2 | 31,5 | 54 |
| **İşletme** | 230 | 253 | 483 | 23 | 25,3 | 48 |
| **Kamu Yönetimi** | 222 | 190 | 412 | 22,2 | 19 | 41 |
| **Maliye** | 170 | 192 | 362 | 17 | 19,2 | 36 |
| **Uluslararası İlişkiler** | 134 | 125 | 259 | 13,4 | 12,5 | 26 |
| **İ.İ.B.F. Toplam** | **1456** | **1519** | **2975** | **145,6** | **151,9** | **298** |

Belirlenen örnekleme uygun olarak Mersin Üniversitesi İktisadi ve İdari Fakültesinden seçilen 298 öğrenciyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Toplamda 298 anketin yapılmasına karşın, anketlerden 12 tanesinin eksik veya hatalı doldurulduğu tespit edilmiştir. Hatalı veya eksik doldurulan anketler analize dâhil edilmemiştir. Seçilen örneklemin mutluluk düzeyini ölçmek üzere kullanılan Oxford Mutluluk Ölçeği yeniden düzenlenerek altılı likert ölçeği haline dönüştürülmüştür. Altılı likert ölçeğinde; 1 hiç katılmıyorum, 2 çoğunlukla katılmıyorum, 3 biraz katılıyorum, 4 katılıyorum, 5 çoğunlukla katılıyorum ve 6 tamamen katılıyorum ifade etmektedir (Gül, 2017: 29). Ölçeğin altılı olarak seçilmesinin sebebi ise, bireylerin sorulara daha rahat ve sağlıklı yanıtlar vermesini sağlamaktır. Üçlü ölçeğin yanıtları yeterince ayrıştıramaması, yedi ve daha fazla ölçeklerin ise bireyler tarafından algılanamaması, altılı likert ölçeğinin seçilmesinde etkili olmuştur.

Çalışmada mutluluk bağımlı değişken olarak modelde yerini bulmaktadır. Bağımlı değişkeni, ortalama tüketim (harcama/gelir), toplam harcama, spor yapma sıklığı, yurtta kalma, cinsiyet, sosyal faaliyet sıklığı, giyecek harcaması, gıda harcaması, kitap harcaması, ulaşım harcaması, bilişim harcaması, iletişim harcaması, genel not ortalaması ve yaş gibi faktörlerin nasıl etkilediğini sıralı probit model yöntemiyle analiz edilmiştir. Bağımlı değişkenin sıralı (ordinal) yapısı nedeniyle sıralı logit ve probit modellerin kullanılmasının daha uygun olduğu söylenebilir[[7]](#footnote-7) (Dumludağ, 2011: 122 ve Ball ve Chernova, 2008: 510). Ayrıca altılı likert ölçeği ile yapılan anketler sonucu Chronbach’s Alpha güvenirlilik testi katsayısının 0,88 çıkması altılı likert ölçeği seçiminin güvenilir olduğunu göstermektedir. Sıralı probit yöntemiyle yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2: Sıralı Probit Model Tahmin Sonuçları**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Bağımsız Değişken** | **Kat Sayı** | **Prob. (Olasılık Değeri)** |
| Harcama/Gelir | 0.000181 | 0.4336 |
| Harcama | -7.66E-05 | 0.6218 |
| Spor | 0.000237 | 0.8646 |
| **Yurt** | 0.309263 | **0.0355** |
| Cinsiyet | 6.57E-05 | 0.4500 |
| **Sosyal Aktiviteler** | 0.001371 | **0.0674** |
| Kişisel Bakım Harcamaları | -0.000880 | 0.5699 |
| Giyinme Harcamaları | 0.006258 | 0.2249 |
| Gıda Harcamaları | 0.002161 | 0.5185 |
| Kitap vb Harcamaları | 0.000208 | 0.5845 |
| Ulaşım Harcamaları | 0.000782 | 0.5506 |
| Bilişim Harcamaları | -0.013908 | 0.1985 |
| İletişim Harcamaları | -0.000168 | 0.8993 |
| **Genel Not Ortalaması** | 6.16E-05 | **0.0911** |
| Yaş | -0.001053 | 0.2229 |

Tahmin edilen modelin sonuçları incelendiğinde, özellikle ortalama tüketim (harcama/gelir), harcama değişkenleri ve mutluluk arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmektedir. İletişim, bilişim, ulaşım, kitap, gıda, giyinme ve kişisel bakım gibi diğer harcama kalemlerinin de mutluluk üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin yurtta kalması, cinsiyet, sosyal aktivite, yaş ve genel not ortalaması gibi demografik faktörlere bakıldığında, özellikle öğrencilerin yaşı ve cinsiyeti ve mutluluk arasında bir ilişki olmadığı görülmektedir. Ancak özellikle öğrencilerin yurtta kalıyor olmasının mutlulukları üzerinde olumlu etki yarattığı tespit edilmiştir. Bu anlamda öğrencilerin yurtta ikamet etmesi mutluluğu 0.30 oranında artırmaktadır. Sosyal aktiviteler ve genel not ortalaması 0.10 düzeyinde istatistikî olarak anlamlı sonuçlar vermektedir. Yapılan ampirik çalışma, öğrencilerin sosyal aktivitelere ayırdıkları zamanın artışı ve genel not ortalamalarının artışının mutluluklarındaki artış ile sonuçlandığını göstermektedir.

**SONUÇ**

Neo-klasik iktisadi düşüncenin rasyonellik varsayımına göre bireyler rasyoneldir ve rasyonel karar verirler. Rasyonellik varsayımı tüketim açısından değerlendirildiğinde; rasyonel bireyin tüketim miktarı arttıkça toplam faydası ya da diğer bir tanımıyla mutluluğunun artması gerekmektedir. Bu varsayım çerçevesinde bu çalışmada öğrencilerin tüketim alışkanlıkları ve mutlulukları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Yapılan anketler sonucunda elde edilen veriler sıralı probit model yöntemiyle analiz edilmiştir. Mersin Üniversitesi İ.İ.B.F öğrencileriyle kısıtlı tutulan çalışmada tüketim ile mutluluk arasında bir ilişki bulunmamıştır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar, Kalil ve Delerie (2010), Becchatti ve Rosetti (2009) ve Çirkin ve Göksel (2016) tarafından yapılan çalışmalarda elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir. Ancak genel not ortalaması, sosyal aktivite harcamaları ve yurtta kalmanın öğrencilerin mutluluğu üzerinde olumlu etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Yurtta kalmanın mutluluğu pozitif yönde etkilemesi; yurdun kampüs içinde yer alması, sosyal aktivite olanaklarına kolay erişim sağlaması ve ulaşım imkânlarına sahip olunması gibi faktörlerin etkili olduğu ileri sürülebilir. Ayrıca yurtta kalan öğrencilerin birbirleriyle daha fazla iletişim kurabilmesi ve alanlarıyla ilgili bilgi alışverişinde bulunmaları gibi dolaylı faktörlerin mutluluk üzerinde etkisi olduğu da söylenebilir. Dolayısıyla öğrencilerin mutluluğunu etkileyen faktörlerin, gelir ve tüketim gibi iktisadi değişkenlerden ziyade sosyo-kültürel ve demografik faktörlerin daha etkili olduğu görülmektedir. Bu nedenle öğrencilerin başarılarının artırılması ve bunun hem zihinsel hem de ruhsal durumlarını daha iyi bir hale getirebilecek sosyal ve kültürel olanakların artırılması ve finansal desteğin sağlanması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Çalışmanın sonucundan yola çıkarak bir sonraki çalışmada Mersin Üniversitesinin tüm öğrencilerine yönelik yeni bir çalışmanın yapılması planlanmaktadır.

**KAYNAKÇA**

Ball, R. & Chernova, K. (2008). Absolute Income, Relative Income, and Happiness.*Social Indicators Research, 88(3). 4*97-529.

Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. Sarmal Yayınevi: İstanbul.

Becchett, L. & Rossetti, F. (2009). When money does not buy happiness: The case of “frustrated achievers”. *The Journal of Socio-Economics, 38*.159–167.

Bocutoğlu, E. (2014). Ana Akım Konjonktür Teorileri ve 2007 Küresel Finansal Krizi. *International Review of Economics and Management*, *2*(2), 1-39.

Burns, J. H. (2005). Happiness and utility: Jeremy Bentham's equation. *Utilitas*, *17*(1), 46-61.

Busch, M. (2008). Adam Smith and Consumerism’s Role in Happiness: Modern Society Re-examined. *Major Themes in* *Economics*, 10(6). 65-77.

Caporale, G. M., vd. (2009). Income and happiness across Europe: Do reference values matter? Journal of Economic Psychology, 30. 42–51.

Caporale, G. M., vd. (2009). Income and happiness across Europe: Do reference values matter? Journal of Economic Psychology, 30. 42–51.

Çirkin, Z. & Göksel, T. (2016). Mutluluk ve Gelir. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 71(2*). 375-400.

DeLeire, T. & Kali, A. (2010). Does consumption buy happiness? Evidence from the United States. *Int Rev Econ, 57*. 163–176.

DeLeire, T., & Kalil, A. (2010). Does consumption buy happiness? Evidence from the United States. *International Review of Economics*, *57*(2), 163-176.

Demir, R. ve Murat, M. (2017). Öğretmen Adaylarının Mutluluk, İyimserlik, Yaşam Anlamı ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 13(7).* 349-378.

Doğan, T. & Çötok, N.A.(2011). Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi, 4 (36).*165-172.

Doğan, T. ve Çötok, A. (2011). Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4(36).* 165-172.

Dumludağ, Ö. G. (2011). Mutluluk Ve İktisadi Parametreler Üzerine Bir İnceleme (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dumludağ, Ö. G. (2011). Mutluluk Ve İktisadi Parametreler Üzerine Bir İnceleme (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Eser, R. & Toigonbaeva, D. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisİ, 6(1)*. 287‐321.

Guven, C. (2012). Reversing the question: Does happiness affect consumption and savings behavior?. *Journal of Economic Psychology*, *33*(4), 701-717.

Gül, S. (2017). Mutluluk Ekonomisi ve Göç Üzerine Bir İnceleme (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hatipoğlu, Y. Z. (2012). Davranışsal İktisat: Bilişsel Psikoloji İle Krizi Anlamak. (2017 tarihinde teacongress.org/papers2012/HATIPOGLU.pdf adresinden alındı)

Headey, B., Muffels, R., & Wooden, M. (2004). Money doesn't buy happiness.... Or does it? A reconsideration based on the combined effects of wealth, income and consumption. Tartışma Metni, IZA DP No: 1218.

Hills, P., & Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and individual differences*, *33*(7), 1073-1082.

Jevons, W. S. (1965). *The Theory Of Political Economy*.

Köksal, O. & Şahin, F. (2015). Gelir ve Mutluluk: Gelir Karşılaştırmasının Etkisi. *Sosyoekonomi, 23(26*). 45-59.

Kükrer, Ö. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Hedonik Tüketimin Cinsiyete Göre Farklılaşması. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmalar Dergisi, 1*. 78 – 87.

Öztürk, L. vd. (2017). Lisans Öğrencilerinin Mutluluk ve Dindarlık İlişkisi: Kırıkkale Üniversitesi Örneği. *Akademik Yaklaşım Dergisi, 8(1).* 23-39.

Rojas, M. (2007). Heterogeneity in the relationship between income and happiness: A conceptual-referent-theory explanation. *Journal of Economic Psychology, 28*. 1–14.

Savaş, P.D. (2000). İktisadın Tarihi. Siyasal Kitabevi: Ankara

Tsui, H. (2014).What affects happiness: Absolute income, relativeincome or expected income? *Journal of Policy Modeling, 36*. 994–1007.

Weisskopf, W. A. (1971). *Yabancılaşma ve İktisat*. Anahtar Yayınevi: İstanbul.

1. Doç. Dr. Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Mersin-Türkiye, [aktaserkan@gmail.com](mailto:aktaserkan@gmail.com). [↑](#footnote-ref-1)
2. Arş. Gör. Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Mersin-Türkiye, [sahinnass@gmail.com](mailto:sahinnass@gmail.com), [snas@mersin.edu.tr](mailto:snas@mersin.edu.tr). [↑](#footnote-ref-2)
3. Arş. Gör. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Kayseri-Türkiye, [ecangurbuz@gmail.com](mailto:ecangurbuz@gmail.com). [↑](#footnote-ref-3)
4. Analize dahil edilen Avrupa Ülkeleri; Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, Lüksemburg, Hollanda, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovenya, İspanya, İsveç, İsviçre ve Birleşik Krallık. [↑](#footnote-ref-4)
5. Analize dahil edilen Doğu Avrupa Ülkeleri; Slovenya, Polonya, Yunanistan, Macaristan, Çek Cumhuriyeti. [↑](#footnote-ref-5)
6. Avustralya, İngiltere, Almanya, Macaristan ve Hollanda [↑](#footnote-ref-6)
7. Ayrıca bkz. Gül (2007), DeLeire ve Kalil (2010) ve Caporale vd. (2009). [↑](#footnote-ref-7)