

**YEREL EKONOMİLER BAĞLAMINDA BİGA İ.İ.B.F. ÖĞRENCİLERİNİN ELEKTRONİK  
TİCARETE BAKIŞ AÇILARI: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA<sup>1</sup>**Öğr. Gör. Mehmet ÖKSÜZ \* Doç. Dr. Timur TÜRGAY \* **ÖZET**

Gelişen teknoloji ile birlikte elektronik ticaretin pazar payının gün geçtikçe artması, yıllardır tartışılabilen elektronik ticaretin vergilendirilmesi sorununu da beraberinde getirmiştir. Vergilendirilemeyen kazanç, kayıt dışı ekonomiyi büyüttüğü gibi devletin vergi gelirlerinde de azalmaya neden olmaktadır. Ayrıca elektronik ticaretin, Türkiye'deki büyük birkaç kent dışında diğer kentlerdeki yerel ekonomiyi de olumsuz yönde etkilediği söylenebilir.

Çalışmanın temel amacı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde kayıtlı öğrencilerin elektronik ticaret hakkındaki görüşlerinin ve elektronik ortamda alışveriş yapma tutumlarının tespiti ile bu tutumların Biga'nın yerel ekonomisine olası etkilerinin değerlendirilmesidir. Bu amaçla çalışmada yüz yüze anket tekniği kullanılarak 197 öğrencinin görüş ve tutumları ölçülmüştür. Çalışmada elde edilen bulgulara göre öğrenciler; elektronik alışverişin kolay ve zahmetsiz olduğunu, elektronik alışverişin kısa zamanda yapıldığından dolayı zaman tasarrufu sağladığını, ürünler ve hizmetler hakkında karşılaştırma olanağı sağladığını ve elektronik alışverişte piyasada bulunmayan ürünlerin bulunabildiğini belirtmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Ticaret, İnternet, Yerel Ekonomi, Üniversite, Biga.

**JEL Sınıflandırması:** D12, F19, L81.

**BİGA FEAS STUDENTS' PERSPECTIVES ON ELECTRONIC COMMERCE IN THE  
CONTEXT OF LOCAL ECONOMIES: AN EMPIRICAL STUDY****ABSTRACT**

Along with developing technology, market share of electronic commerce increases day by day brings with it the problem of electronic commerce taxation which has been debated for years. Untaxed earnings cause the informal economy to grow and it also cause the state's tax revenue to decrease.

<sup>1</sup> Bu çalışma, 27-28 Haziran 2018 tarihleri arasında Bandırma/Balıkesir'de düzenlenen Uluslararası Uygulamalı Ekonomi ve Sosyal Bilimler Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ayvacık MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, [moksuz@comu.edu.tr](mailto:moksuz@comu.edu.tr)

\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İİBF, Maliye Bölümü, [timurturgay@comu.edu.tr](mailto:timurturgay@comu.edu.tr)

**Makale Geçmişi/Article History**

Başvuru Tarihi / Date of Application : 24 Eylül / September 2018

Düzeltilme Tarihi / Revision Date : 3 Mart / March 2019

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 15 Mayıs / May 2019

*Furthermore, it can be said that the electronic commerce affect adversely the local economy in other cities except in a few big cities in Turkey.*

*The main aim of the study is to determine views of the registered students at the Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences of Çanakkale Onsekiz Mart University about electronic commerce and their attitudes to electronic shopping and also to assess possible effects of these attitudes on Biga's local economy. For this purpose, the opinions and attitudes of 197 students were measured using the face-to-face survey technique in the study. According to findings obtained in the study; students stated that electronic shopping is easy and effortless, saves time because electronic shopping is done in a short time, allows comparison of products and services and the products that are not available on the market can be found in electronic shopping.*

**Keywords:** *Electronic Commerce, Internet, Local Economy, University, Biga.*

**Jel Classification:** *D12, F19, L81.*

## 1. GİRİŞ

İnternet teknolojisi günümüzde insan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Öyle ki, sunduğu yeniliklerle birlikte geleneksel düşünce yapısını değiştirip yeni bir nesil yaratmaktadır. Tabii ki bunun altında sağladığı kolaylıklar ve faydalarının rolü yadsınamaz. Birçok şeyi değiştirdiği gibi internet, ticaret sistemini ve yapısını da değiştirmiştir. Bu durum sadece çeşitliliği ve rekabeti arttırmamış, aynı zamanda ticarete alıcı ve satıcı arasındaki coğrafi sınırları da ortadan kaldırmıştır.

Üniversitelerin, kentlerin sosyo-ekonomik gelişimini sağlayan önemli bir aktör olduğu açıktır. Hatta üniversite denildiğinde yerel halkın aklına genellikle, öğrencilerin kentte yaptığı harcamalar gelmektedir. Şüphesiz ki, üniversitenin bünyesinde bulunan personel ve öğrencilerin yaptıkları harcamalar kent ekonomisinde ciddi miktarda genişletici etki göstermektedir.

İnternetin yaygınlaşmasıyla beraber değişen ticaret sistemine hızlıca ayak uydurabilen üniversite öğrencilerinin, kısıtlı olan bütçelerinin bir kısmını bulunduğu kentte değil de elektronik ticaret yoluyla bulunduğu kent dışında harcaması yerel ekonomiler açısından üniversitelerden beklenen genişletici etkinin gerçekleşmemesine neden olabilmektedir. Çalışmanın amacı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin elektronik ticaret hakkındaki tutumlarının tespit edilmesi ve bu tutumların Biga ekonomisine olası etkilerinin öznel olarak değerlendirilmesidir.

Çalışmanın bundan sonraki ikinci kısmında üniversitelerin yerel ekonomi için önemi değerlendirilmekte, üçüncü kısmında ampirik literatür taraması yapılmakta, dördüncü kısmında araştırmanın metodolojisine yer verilmekte, beşinci kısmında bulgular ortaya konulmakta, altıncı ve son kısmında ise araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilmektedir.

## 2. ÜNİVERSİTELERİN YEREL EKONOMİLER İÇİN ÖNEMİ

Yerel ekonominin sosyal bir kurumu olan üniversite; idari ve akademik personel, öğrenciler ve kamu tüzel kişiliğiyle kurulduğu kentin ekonomisini iktisadi ve mali yönüyle etkilemekle beraber kentin sosyal, fiziki, bilimsel, kültürel ve siyasal çevresiyle de devamlı etkileşim içindedir (Çatalbaş, 2007: 93).

Yükseköğretim kurumları; bireysel gelirin artması, toplumda verimliliğin artması, ekonomik açıdan gelişiminin sağlanması ve işsizliğin azalmasıyla beraber pek çok sosyo-kültürel iyileşmelerin gerçekleşmesine olanak sağladığından hem birey hem de toplum açısından büyük önem arz etmektedir. Üniversitelerin esas amacı, toplumun entelektüel yaşamlarına ve kişisel gelişime katkıda bulunmak olsa da bu kurumların iktisadi ve mali etki potansiyelleri göz ardı edilemeyecek boyuttadır (Görkemli, 2009: 171). Aynı zamanda bu iktisadi ve mali etkiler kolayca hesaplanabildiğinden sonuçları en hızlı görülen etkiler arasında olduğu söylenebilmektedir. Gerek idari ve akademik personel sayısı gerek öğrenci sayısı göz önünde bulundurulduğunda yükseköğretim kurumlarının kentin ekonomisine hem dolaylı hem de dolaysız çok önemli katkıları olduğu açıktır (Yavuzçehre, 2016: 239).

Üniversiteyi temel anlamda yalnızca eğitim amaçlı kurum olarak değerlendirmek yeterli olmamaktadır. Çünkü üniversite aynı zamanda doğrudan ve dolaylı etkileri nedeniyle fevkalade karmaşık yapıya sahip bir kurum niteliği taşımaktadır (Yıldız, 2016: 72). Bu kurumlar buldukları kentlerin iktisadi ve mali geleceğinin belirlenmesi açısından da birçok fırsat yaratırlar. Bu fırsatlar doğru şekilde kullanıldığında, üniversiteler buldukları kentlere ve ülke ekonomisine iktisadi ve mali açılardan da çok yönlü katkılarda bulunmaktadır. Bu katkılar şu şekilde özetlenebilir (Öztürk vd., 2011: 151-152):

- İktisadi ve mali katkılar (kent ekonomik yapısı, vergilerde ve sosyal güvenlik primlerinde artış sağlanması, kentsel gelir ve işgücü hareketliliğinde iyileşme sağlanması gibi),
- Fiziki altyapı katkıları (iletişimde, taşımacılıkta, konutta ve sağlık olanaklarında iyileşme gibi),
- Sosyo-kültürel katkılar (yaşam kalitesinin ve kültürel etkinliklerin artırılması gibi),
- Demografik ve eğitimsel katkılar (doğum ve ölüm oranlarında düşüş, eğitime katılma oranında artış, göçün azalması gibi).

Ayrıca, eğitim için yapılan harcamalar hem yatırım hem de tüketim harcamaları olarak değerlendirilebilmektedir. Bir açıdan bakıldığında, eğitimin sürdüğü dönemde (kısa dönemde) yapılan harcamaların geri dönüşü olmadığından bu harcamalar tüketim harcaması olarak kabul edilebilmektedir. Bir diğer açıdan bakıldığında ise eğitim harcamaları uzun dönemde hem kişisel geliri hem de ülkenin milli gelirini artırdığından yatırım harcaması olarak da görülebilmektedir. Bununla beraber eğitilmiş beşeri sermayenin, yapılan diğer yatırımların verimliliğini de artırdığından dolayı eğitim tamamlayıcı yatırım niteliğinde görülmektedir (Erkekoğlu, 2000: 213).

### 3. LİTERATÜR TARAMASI

Kentlerdeki genel yapının değişiminde üniversitelerin rolleri oldukça önemlidir. Bu kurumlar buldukları yerin iktisadi, mali ve sosyo-kültürel kalkınmasına, bölgede bulunan kaynakların değerlendirilmesine ve eğitim düzeyinin gelişmesine direkt olarak katkıda bulunmaktadır (Ergün, 2003: 68). Literatürde üniversitelerin buldukları yöreye katkılarının uygulamalı olarak incelendiği birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları yükseköğretim kurumlarının buldukları kente ekonomik katkılarını incelerken, bazıları ise sosyal ve kültürel katkıları ele almışlardır. Tablo 1’de 2010 yılından günümüze literatürde yer alan bazı ampirik çalışmalar gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Üniversitelerin Yöreye Katkılarını Ampirik Olarak Araştırmış Çalışmalar

| Araştırmacı               | Yöre                | Ele Alınan Katkılar                  |
|---------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| Akçakanat vd. (2010)      | Isparta             | Ekonomik                             |
| Çalışkan (2010)           | Uşak                | Ekonomik                             |
| Ceyhan ve Güney (2011)    | Bartın              | Ekonomik                             |
| Gözener ve Sayılı (2012)  | Tokat / Turhal      | Ekonomik                             |
| Yılmaz ve Kaynak (2011)   | Bayburt             | Sosyal, Ekonomik                     |
| Çalışkan ve Demir (2013)  | Manisa / Köprübaşı  | Ekonomik                             |
| Sönmez ve Başkaya (2013)  | Kilis               | Ekonomik                             |
| Yayar ve Demir (2013)     | Tokat               | Ekonomik                             |
| Çayın ve Yapraklı (2014)  | Batman              | Ekonomik                             |
| Kızıldere (2014)          | Van / Erciş         | Ekonomik                             |
| Mavruk vd. (2014)         | Niğde               | Ekonomik                             |
| Tatlı (2014)              | Bingöl              | Ekonomik                             |
| Çayın ve Özer (2015)      | Muş                 | Ekonomik                             |
| Karabaş ve Şafaklı (2015) | KKTC                | Ekonomik                             |
| Korkmaz (2015)            | Bayburt             | Ekonomik                             |
| Selim vd. (2015)          | Muğla / Ortaca      | Ekonomik                             |
| Uygun vd. (2016)          | Aksaray             | Sosyal, Ekonomik, Kültürel, Çevresel |
| İpek vd. (2017)           | Çanakkale / Ayvacık | Sosyal, Ekonomik                     |
| Sezer (2017)              | Bursa / Karacabey   | Sosyal, Kültürel, Ekonomik           |
| Beşballı ve Öztürk (2017) | Artvin              | Ekonomik                             |
| Köksal ve Özşen (2017)    | Ankara / Beypazarı  | Ekonomik                             |
| Sankır ve Sankır (2017)   | Zonguldak           | Sosyal, Kültürel, Ekonomik           |
| Yayar vd. (2018)          | Amasya              | Ekonomik                             |
| Özkan vd. (2018)          | Gaziantep           | Ekonomik                             |

Tablo 1’de görüldüğü üzere üniversitelerin yöreye katkılarının araştırılması oldukça popüler bir konu haline gelmiştir. Yılmaz ve Kaynak (2011), Uygun vd. (2016), İpek vd. (2017), Sezer (2017), Sankır ve Sankır (2017) hariç diğer çalışmalarda üniversitelerin yöreye yalnızca ekonomik katkıları

incelenmişken, adı geçen çalışmalarda ise kültürel, sosyal ve çevresel katkılar gibi farklı alanlar da ele alınmıştır. Bu ampirik araştırmalardan bazılarında ilçelerde bulunan yükseköğretim birimleri (Turhal, Köprübaşı, Erciş, Ortaca, Ayvacık, Karacabey, Beypazarı), bazılarında il merkezleri, bazılarında ise ülkede (KKTC) bulunan tüm üniversiteler ele alınmıştır. Çalışmaların neredeyse tamamında, üniversitelerin kentlere çok önemli derecede katkıları olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Kent-üniversite etkileşiminin incelendiği ampirik çalışmalarda değinilen temel noktanın, yükseköğretim kurumlarının bölgesel kalkınma politikalarına ve bir ülkenin veyakentin gelişmesindeki birincil etken olarak insan unsurunu ele alan “sürdürülebilir insani gelişmeye” yönelik olduğu görülmektedir (Taşçı vd., 2011: 132).

#### **4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ**

Bu başlık altında; ilk olarak araştırmanın amacına ve önemine, ikinci olarak evreni ve örnekleme, üçüncü olarak yöntemine ve son olarak da güvenilirlik testi bulgularına yer verilecektir.

##### **4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla beraber meydana gelen etkiler, elektronik ticaretin var olduğu ülkenin ya da bölgenin, gelişmiş veya gelişmekte olma durumundan bağımsız olarak, ülkenin ya da bölgenin tümünü yakından ilgilendirmektedir. Ancak, ilgili ülkenin ya da bölgenin içinde bulunduğu iktisadi, mali, sosyal, kültürel ve siyasi şartlar çerçevesinde elektronik ticaretin olumlu ve olumsuz etkilerinden söz etmek mümkündür (Altınışık, 2007: 47).

Öğrencilerin elektronik ticaret alışkanlıklarının özelde Biga ekonomisine, genelde ise kent ekonomilerine olası etkilerine ışık tutulması bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan farkı ise, öğrencilerin elektronik ticaret alışkanlıklarının yöreye etkisinin araştırılmasının yanı sıra iktisadi ve mali sonuçlarının değerlendirilmesidir. Ayrıca, yükseköğrenim öğrencilerin elektronik ticaret alışkanlıklarının yöreye ve ülke ekonomisine iktisadi ve mali etkilerinin ortaya konulduğu az sayıda çalışmadan birisi olduğundan ilgili literatüre katkı sağlaması beklenilmektedir.

##### **4.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme**

Hakkında bilgi edinilmek istenen ve belirli bir tanıma uyan (biçimsel homojenliğe sahip) kolektif olay niteliğindeki birimlerin oluşturduğu topluluğa ana kütle adı verilir. Ana kütle için doğal bir parçası olan ve gözlem yapılmak için ana kütlede seçilen birimlerin oluşturduğu alt topluluğa ise örneklem denilmektedir (Serper, 2004: 23). Yani örneklem, evren yerine incelenecek olan büyük grubun içinden, onun bütün özelliklerini gösteren, temsil kabiliyeti olan küçük bir parçanın, belirli kurallara uyulmak suretiyle seçilip incelenmesidir (Baloğlu, 2009: 103).

Araştırmanın evreni, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (ÇOMÜ BİİBF) olarak seçilmiştir. Araştırma kapsamı, ÇOMÜ İİBF’de 2017-2018 eğitim öğretim yılında üçüncü ve dördüncü sınıfta öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmada özellikle belirtilen sınıflarda öğrenim gören öğrenciler seçilmiştir. Bunun nedeni, bahsedilen öğrenci grubunun yeni başlayanlara göre Biga yerelindeki olanakları daha iyi tanınmasıdır. Araştırma kapsamında toplam 197 öğrenciye ulaşılmıştır.

### **4.3. Araştırmanın Yöntemi**

Yöntem, bir bilim dalının aradığı gerçeklere varmakta kullandığı zihinsel işlemlerin tümüdür. Bilimsel gerçeğe varmada nasıl bir yol belirlenmelidir sorusu, ilgili bilim dalının yöntemi ile cevaplandırılır. Elde edilen sonucun bilime uygunluğu kullanılan yöntemle ölçülür ve değerlendirilir (İslamoğlu, 2011: 28). Ölçme; bireylerin herhangi bir özelliğe sahip olup-olmadığını veya ne kadarına sahip olduğunu belirlemek için önceden belirlenen standartlarda hazırlanmış sembolik değerler verme işlemidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 75).

Araştırmacının, ihtiyaç duyduğu özgün verileri çalışmasında kullanmak üzere çeşitli araçlar yoluyla bizzat kendisinin toplaması ile elde edilen verilere birincil veriler denmektedir ve birincil verileri toplamanın yöntemlerinden birisi de anket yöntemidir (Altunışık vd., 2005: 68). Anket araştırması sosyal bilimlerde sık kullanılan gözlem şeklidir. Anket araştırması geniş kitleleri tanımlayabilmek ve direk olarak gözlemleyebilmek için gerçek bilgiye ulaşmada sosyal araştırmacı için muhtemelen en iyi yöntem olarak görülmektedir (Babbie, 2007: 244). Bu araştırmada da verileri elde edebilmek amacıyla anket yöntemi seçilmiştir. Öğrencilere uygulanan ankette kullanılan soruların belirlenmesinde Altunışık, Usta ve Çakmak (2007) ile Demirel (2010) tarafından yapılan ampirik çalışmalardan faydalanılmıştır.

Öğrencilerin elektronik ticarete bakışının ölçülmesi için ankette yer alan 15 kapalı uçlu soru, “tutum, algı ve inanç gibi faktörlerin çeşitli düzeylerini saptamak ve bu konuda yapılan araştırmalarda toplanan verileri analiz etmek üzere geliştirilen ölçek türlerinden biri olan Likert toplama ölçeği” (İpek vd., 2012: 247) kullanılarak oluşturulmuştur.

Ayrıca, elde edilen verilerin yorumlanması aşamasında analiz yöntemi olarak da frekans (sıklık) analizi kullanılmıştır. Frekans (sıklık) dağılımları verilerin özetlenerek yorumlanabilmesi için kullanılan bir yöntemdir. Dağılımdaki değerler teker teker, her bir değere (ya da yanıt, kategoriye) cevap verenlerden kaç kişinin düştüğüne göre sıraya dizilmektedir. Bu durumda yüzde değerler kullanılabilmesi gibi mutlak değerlerde kullanılabilir (Punch, 2014: 110).

Bunlara ek olarak veriler, normallik testine tabi tutulmuş ve Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda anlamlılık değerinin 0,000 olduğu ve Shapiro-Wilk testi sonucunda ise anlamlılık değerinin 0,015 olduğu görülmüştür. Bu değerlere göre verilerin normal dağılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu

sebeple, veriler normal dağılmadığında kullanılan ve non-parametrik testler olarak bilinen “Mann Whitney U Testi” ile “Kruskal Wallis Testi” yapılmıştır. Ancak, yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgularda anlamlı bir fark olmadığından burada yer verilmemiştir.

#### 4.4. Güvenilirlik Testi

Bilimsel araştırmaların en önemli ölçütlerinden birisinin sonuçların inandırıcılığı ölçütü olduğu kabul edilir. Bu açıdan “güvenilirlik”, araştırmacıların yaptıkları çalışmalarda yaygın olarak kullandıkları göstergelerden birisidir. Özellikle nicel araştırmalarda, güvenilirlik kavramı, yapılan çalışmanın bilimselliğini belirleyen en önemli unsurdur (Yıldırım ve Şimşek, 2004: 89). Güvenilirlik, en basit anlamda, elde edilen test skorlarının hatalardan arınlık derecesi olarak tanımlanmaktadır (Kartal ve Dirlik, 2016: 1869). Cronbach alfa güvenilirlik analizi adından anlaşılacağı üzere Lee Cronbach tarafından 1951 yılında ortaya atılmış bir analiz türüdür. Maddeler ikili (doğru/yanlış, evet/hayır vb.) olarak kodlanmadığında yani likert tipli ölçeklerde kullanılması uygun bir iç tutarlılık analizidir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 14). Cronbach alfa katsayısı 0.00 ve 1.00 aralığında değerler alır. Bu katsayının 1.00’a yaklaşan değerler alması, ölçekteki maddelerin kendi içerisinde tutarlı olduğunu ve yine ölçekte yer alan her bir maddenin ölçeğin bütünü ile ölçülmek istenen özelliği ölçtüğünü, bu sebeple de iç tutarlılığın sağlandığını göstermektedir (Nartgöl, 2001: 146). Cronbach alfa katsayısı ( $\alpha$ );  $0 \leq \alpha < 0,5$  ise kabul edilemez,  $0,5 \leq \alpha < 0,6$  ise zayıf,  $0,6 \leq \alpha < 0,7$  ise kabul edilebilir,  $0,7 \leq \alpha < 0,9$  ise iyi,  $\alpha \geq 0,9$  ise mükemmel olarak kabul edilmektedir (Kılıç, 2016: 48).

**Tablo 2:** Güvenilirlik Testi Bulguları

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | İfade Sayısı |
|------------------|--|--------------|
| ,654             | ,667   | 15           |

Tablo 2’de uygulanan ankette yer alan likert tipi soruların güvenilirlik testi sonuçları gösterilmiştir. 15 likert tipi ifadenin güvenilirlik testi sonuçları 0,654 olarak belirlenmiştir. Bu da ifadelerin kabul edilebilir oranda (Kılıç, 2016: 48) güvenilir olduğunun bir göstergesidir.

#### 5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Uygulanan ankete yönelik elde edilen bulgular Tablo 3-10’da gösterilmiştir. Burada katılımcıların önce demografik özelliklerine değinilecek, daha sonra internet alışkanlıkları ve elektronik ticaret deneyimlerine ilişkin bulgular gösterilecektir. Son olarak ise katılımcıların elektronik ticaret hakkındaki tutumlarına yer verilecektir.



**Tablo 3:** Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

|                               |                  | Sıklık | %    |
|-------------------------------|------------------|--------|------|
| <b>Cinsiyet</b>               | Erkek            | 76     | 38,6 |
|                               | Kadın            | 121    | 61,4 |
| <b>Yaş</b>                    | 20               | 5      | 2,5  |
|                               | 21               | 41     | 20,8 |
|                               | 22               | 68     | 34,5 |
|                               | 23               | 58     | 29,4 |
|                               | 24               | 17     | 8,6  |
|                               | +24              | 8      | 4,1  |
| <b>Sınıf</b>                  | 3                | 51     | 25,9 |
|                               | 4                | 131    | 66,5 |
|                               | +4               | 15     | 7,6  |
| <b>Aylık Ortalama Harcama</b> | 0-499 TL         | 18     | 9,1  |
|                               | 500-999 TL       | 101    | 51,3 |
|                               | 1.000-1.499 TL   | 61     | 31   |
|                               | 1.500 TL ve üstü | 17     | 8,6  |

Tablo 3'te katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiştir. Burada toplam 197 öğrencinin ankete katıldığı ve katılımcıların %38,6'sının erkek, %61,4'ünün ise kadın olduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında %34,5'inin 22 yaşında, %29,4'ünün ise 23 yaşında olduğu görülmektedir. Böylece katılımcıların yaş ortalaması 22,3 olarak tespit edilmiştir. Biga'yı ve yöredeki olanakları daha iyi bildikleri için çalışmada üçüncü sınıf ve üzeri öğrencilere anket yapılmıştır. Katılımcıların %25,9'u 3. sınıf öğrencilerinden, %66,5'i 4. sınıf öğrencilerinden ve %7,6'sı ise öğrenimini normal süresi içinde tamamlayamayan öğrencilerden oluşmaktadır. Bu katılımcıların aylık ortalama harcamalarına bakıldığında ise %51,3'ünün 500 ile 999 TL arasında, %31'inin 1.000 ile 1.499 TL arasında, %9,1'inin 499 TL'ye kadar ve %8,6'sının da 1.500 TL ve üzeri harcama yaptığı belirlenmiştir.

**Tablo 4:** Katılımcıların Kredi Kartı Kullanma Durumu

| Kredi Kartı | Sıklık | %    |
|-------------|--------|------|
| Evet        | 122    | 61,9 |
| Hayır       | 75     | 38,1 |

Tablo 4'te katılımcıların kredi kartı kullanma durumları gösterilmektedir. Buna göre 197 katılımcının 122'si kredi kartı kullanırken 75'i ise kredi kartı kullanmadığını söylemiştir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların %61,9'u kredi kartı kullanırken, %38,1'i kredi kartı kullanmamaktadır.

**Tablo 5:** Katılımcıların Alışveriş Yaptığı Şehir Dağılımı

| Şehir     | Sıklık | %    |
|-----------|--------|------|
| Çanakkale | 75     | 38,1 |
| İstanbul  | 65     | 33   |
| Ankara    | 15     | 7,6  |
| Diğer     | 42     | 21,3 |

Tablo 5'te katılımcıların en çok hangi illerde alışveriş yaptığının dağılımı verilmektedir. Bu soruda katılımcıların 75'i Çanakkale'de, 65'i İstanbul'da, 15'i ise Ankara'da alışveriş yaptığını



belirtmiştir. 42 katılımcı ise bunlar haricinde diğer illerde alışveriş yaptığını belirtmiştir. Bu kategoride katılımcıların; 7'si Bursa'da, 5'i Kocaeli'de, 4'ü İzmir'de, 4'ü Tekirdağ'da, 3'ü Balıkesir'de, 3'ü Samsun'da, 3'ü Antalya'da, 3'ü Eskişehir'de, 2'si Hatay'da, 2'si Çorum'da, 1'i Adana'da, 1'i Düzce'de, 1'i Edirne'de, 1'i Artvin'de, 1'i Sakarya'da ve 1'i de Denizli'de alışveriş yaptığını söylemiştir.

**Tablo 6:** Katılımcıların Ortalama Günlük İnternet Kullanım Süresi Dağılımı

| Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresi | Sıklık | %    |
|--|--------|------|
| 0-1 saat                                 | 8      | 4,1  |
| 2 saat                                   | 19     | 9,6  |
| 3 saat                                   | 36     | 18,3 |
| 4 saat                                   | 26     | 13,2 |
| 5 saat                                   | 40     | 20,3 |
| 5 saatten fazla                          | 68     | 34,5 |

Katılımcıların günlük ortalama internet kullanım sürelerinin dağılımı ise Tablo 6'da gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların %35,5'i günde 5 saatten fazla internet kullandığını söylerken, %4,1'i ise günde 0 ile 1 saat arasında internet kullandığını belirtmiştir.

**Tablo 7:** Katılımcıların İnternette Alışveriş Yapma Durumu

| İnternette Alışveriş | Sıklık | %    |
|----------------------|--------|------|
| Evet                 | 175    | 88,8 |
| Hayır                | 22     | 11,2 |

Katılımcıların internette alışveriş deneyimleri Tablo 7'de gösterilmiştir. Buna göre 197 katılımcıdan 175'i daha önce internette alışveriş yaptığını söylerken, 22'si ise daha önce internette alışveriş yapmadığını söylemiştir. Yani katılımcıların %88,8'i internette alışveriş yaparken, %11,2'si internette hiç alışveriş yapmamıştır.

**Tablo 8:** İnternette Alışveriş Yapan Katılımcıların Aldıkları Ürünler

| İnternette Alınan Ürünler                             | Sıklık | %    |
|---|--------|------|
| Giyim, aksesuar                                       | 139    | 70,6 |
| Seyahat biletleri (otobüs, uçak vb.)                  | 93     | 47,2 |
| Kitap, dergi, DVD                                     | 71     | 36   |
| Hediyelik eşyalar                                     | 60     | 30,5 |
| Bilgisayar, telefon, bilgisayar parçaları, tablet vb. | 40     | 20,3 |
| Sağlık ve bakım ürünleri                              | 27     | 13,7 |
| Şans oyunları (iddia vb.)                             | 16     | 8,1  |

\* Bu soruda katılımcılar birden fazla şıkki işaretlemişlerdir.

İnternette alışveriş yapmış olan 175 katılımcının hangi ürünleri satın aldığı Tablo 8'de gösterilmektedir. Buna göre internette alışveriş yapma deneyimine sahip olan katılımcıların %70,6'sı internette giyim ve aksesuar ürünleri aldığını belirtmiştir. Bunu %47,2 ile seyahat biletleri, %36 ile kitap, dergi, DVD, %30,5 ile hediyelik eşyalar, %20,3 ile bilgisayar, telefon, bilgisayar parçaları, tablet vb. ürünler, %13,7 ile sağlık ve bakım ürünleri ve son olarak da %8,1 ile şans oyunları takip etmektedir.

**Tablo 9:** Katılımcıların Elektronik Alışveriş Yapma Sıklıkları

| Elektronik Alışveriş Sayısı | Sıklık | %    |
|-----------------------------|--------|------|
| Hiç                         | 22     | 11,2 |
| 1-3 defa                    | 62     | 28,4 |
| 4-6 defa                    | 52     | 26,4 |
| 7-9 defa                    | 22     | 11,2 |
| 10-12 defa                  | 16     | 8,1  |
| 12'den fazla                | 29     | 14,7 |

İnternette alışveriş yapmış olan 175 katılımcının son 1 yıl içinde hangi sıklıkla alışveriş yaptığı ise Tablo 9'da görülmektedir. 62 katılımcı 1-3 defa, 52 katılımcı 4-6 defa, 22 katılımcı 7-9 defa, 16 katılımcı 10-12 defa ve 29 katılımcı ise 12'den fazla elektronik alışveriş yaptığını söylemiştir.

**Tablo 10:** Katılımcıların Elektronik Ticarete Bakışı

|   | Katılıyorum |      | Kararsızım |      | Katılmıyorum |      |
|---|-------------|------|------------|------|--------------|------|
|   | Sıklık      | %    | Sıklık     | %    | Sıklık       | %    |
| Elektronik alışveriş kolay ve zahmetsizdir.   | 164         | 83,2 | 26         | 13,2 | 7            | 3,6  |
| Elektronik alışveriş kısa zamanda yapıldığından dolayı zaman tasarrufu sağlar.                              | 162         | 82,2 | 27         | 13,7 | 8            | 4,1  |
| Elektronik alışverişte piyasada bulunmayan ürünler bulunabilir.   | 155         | 78,7 | 27         | 13,7 | 15           | 7,6  |
| Ürünler ve hizmetler hakkında karşılaştırma olanağı sağlar.   | 155         | 78,7 | 29         | 14,7 | 13           | 6,6  |
| Günün 24 saati kesintisiz alışveriş yapılabilir.  | 139         | 70,6 | 30         | 15,2 | 28           | 14,2 |
| Elektronik alışverişte yeni ürün ve hizmetler ile ilgili çok daha hızlı bilgi sahibi olunur.                | 133         | 67,5 | 52         | 26,4 | 12           | 6,1  |
| Elektronik alışveriş pek bilgisi olmayan kişiler tarafından tercih edilmez.                                 | 126         | 64   | 53         | 26,9 | 18           | 9,1  |
| Hizmetler ve ürünlerle ilgili çok kolay bilgi edinilir.   | 117         | 59,4 | 56         | 28,4 | 24           | 12,2 |
| Ürünlerin fiyatı elektronik alışverişte piyasaya göre daha uygundur.  | 104         | 52,8 | 67         | 34   | 26           | 13,2 |
| Satın alınmak istenen ürüne dokunma, hissetme olanağı olmadığından elektronik alışveriş pek tercih edilmez. | 61          | 31   | 93         | 47,2 | 43           | 21,8 |
| Elektronik alışveriş geleneksel alışverişe göre zevksizdir.   | 58          | 29,4 | 62         | 31,5 | 77           | 39,1 |
| Elektronik alışveriş sadece kredi kartı ile yapılabilir.  | 36          | 18,3 | 45         | 22,8 | 116          | 58,9 |
| Elektronik alışveriş güvenli değildir.  | 26          | 13,2 | 116        | 58,9 | 55           | 27,9 |
| Elektronik alışveriş konusunda yasal düzenlemeler yeterli değildir.   | 25          | 12,7 | 93         | 47,2 | 79           | 40,1 |
| Elektronik alışverişte sipariş edilen ürünle teslim edilen ürün farklı olabilir.                            | 15          | 7,6  | 57         | 28,9 | 125          | 63,5 |

Tablo 10'da katılımcıların elektronik ticaret hakkındaki görüşleri gösterilmiştir. Katılımcılar elektronik ticaretin; kolay ve zahmetsiz olduğunu, zaman tasarrufu sağladığını, piyasada bulunmayan ürünleri bulmalarını kolaylaştırdığını ve ürünler hakkında karşılaştırma olanağı sağladığını düşünmektedirler. Bu olumlu yönlerine karşın katılımcıların %58,9'unun ise elektronik ticaretin güvenli olup olmadığı konusunda kararsız olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların %31'i ise satın alınmak

istenen ürüne dokunma, hissetme olanağı olmadığından elektronik alışverişin geleneksel ticarete göre pek tercih edilmediğini düşünmektedir.

## 6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde, gerek yapılan akademik çalışmalarda ulaşılan sonuçlara bakıldığında, gerekse günlük yaşantımızda gözlemediğimiz üzere üniversitelerin kentlere iktisadi, mali, sosyal, kültürel ve çevresel açılardan önemli derecede katkılar sunduğu bir gerçektir. Bu çalışmada ise, üniversitelerin iktisadi ve mali katkıları ile bunların yerel ekonomiye olası etkileri ele alınmıştır.

Gün geçtikçe yaygınlaşan internet ve onun sağladığı olanaklar sayesinde geleneksel ticaret şeklinin yanı sıra elektronik ticaret sistemi de gündelik hayatımızda önemli bir yer edinmiştir. Değişime ve gelişime hızlı ayak duydurabilen genç nüfustan oluşan üniversite öğrencileri de geleneksel alışverişin yanı sıra elektronik alışverişe de yönelmiş durumdadır. Bu durum ise, öğrencilerin harcamalarının bir kısmının yaşadığı kentte gerçekleşmemesine ve başka yerlere yönlendirilmesine neden olmaktadır. Tepkisel sonuç dikkate alındığında, elektronik ticaretin ülkemiz yönüyle belli başlı büyük birkaç kent (İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi) haricindeki diğer küçük yerleşim alanlarının ekonomilerinin, beklentilere göre nispeten daralmasına sebep olduğu genel düşüncesi hâkimdir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin elektronik ticarete bakışının ölçülmesi ve bu durumun Biga'nın yerel ekonomisine olası etkilerinin değerlendirilmesi amacıyla taşıyan bu araştırmada, yüz yüze anket tekniği kullanılarak 197 öğrenciye ulaşılmıştır. Çalışman elde edilen bulgular ışığında öğrenciler;

- Elektronik alışverişin kolay ve zahmetsiz olduğunu,
- Elektronik alışverişin kısa zamanda yapıldığından dolayı zaman tasarrufu sağladığını,
- Elektronik alışverişin ürünler ve hizmetler hakkında karşılaştırma olanağı sağladığını,
- Elektronik alışverişte piyasada bulunmayan ürünlerin bulunabildiğini,
- Günün 24 saati kesintisiz alışveriş yapılabildiğini,
- Elektronik alışverişte yeni ürün ve hizmetler ile ilgili çok daha hızlı bilgi sahibi olunabildiğini,
- Elektronik alışverişin pek bilgisi olmayan kişiler tarafından tercih edilmediğini,
- Hizmetler ve ürünlerle ilgili çok kolay bilgi edinildiğini ve
- Ürünlerin fiyatının elektronik alışverişte piyasaya göre daha uygun olduğunu belirtmişlerdir.

Ulaşılan bu bulgular, öğrencilerin elektronik ticareti seçme nedenlerini ortaya koymaktadır. Ayrıca öğrenciler; elektronik alışveriş ile en çok hangi ürünleri alıyorsunuz sorusuna, en çok (öğrencilerin %70,6'sı) giyim ve aksesuar ürünlerini aldıklarını belirtmişlerdir. İkinci sırada seyahat biletleri (otobüs, uçak vb.) ve üçüncü sırada ise kitap, dergi, DVD ürünlerini aldıklarını beyan etmişlerdir. Bunlara ek olarak, öğrencilerin %88,8'inin internetten alışveriş yaptığı dikkate alındığında,

öğrencilerin internette alışveriş yapma alışkanlıklarının yaygın olduğu görülmektedir. Bu açıdan, öğrencilerin Biga ekonomisine katkısının, olması gerekenden daha az olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Genel çerçevede; elektronik ticaret pazar payının artmasının, kayıt dışı ekonominin artmasına sebep olan olumsuz bir durum olarak görüldüğü kabul edilmektedir (Çetinkaya, 2016: 235). Bu kabulü geçerli kılan temel olgular “işyeri kavramı sorunu”, “vergilendirilebilir gelirin tespiti sorunu” ile “vergilendirmede ve tahsilatta muhatap sorunu” gibi çeşitli nedenlerle elektronik ticaret yoluyla elde edilen gelirlerin vergilendirilememesi şeklinde kayıt dışı ekonomiyi artıran durumlardır.

Öte yandan oluşan diğer bir sorun ise, vergilendirme açısından elektronik ticarete bahsedilen sorunların olmadığı (veya çok daha az olduğu) geleneksel ticaret pazarının elektronik ticaretin yaygınlık kazanması ile paralel bir şekilde daralma göstermesidir. Bu durum, geleneksel ticaret pazarlarını oluşturan birimlerin gelirinin azalmasının yanı sıra, bu kesimlerin devlete ödedikleri vergilerin de gerek miktar gerekse oran olarak süreç içerisinde azalması anlamına gelmektedir. Bunlara ek olarak, elektronik ticarete kayıt dışı ekonominin varlığı dikkate alındığında vergi idaresi de toplamda vergi geliri kaybına uğramış olmaktadır.

Ancak belirtmelidir ki, yukarıda bahsedilen kayıt dışılık ve vergi kaybı sorunları, elbette elektronik ticaretten elde edilen kazançların mümkün olduğunca kayıpsız bir şekilde vergilendirilebilmesi halinde ortadan kalkacaktır. Bu çerçevede, son dönemlerde Türkiye’de elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda, henüz yeterli bir düzeyde olmasa da, önemli bazı düzenlemeler (örneğin 6745 sayılı Kanun) yapıldığı gözlenmektedir.

Yerel ölçekte küçük yerleşim birimlerinde öğrenim gören öğrencilerin harcamalarının önemli bir miktarını elektronik ticaret aracılığıyla yapmaları ve dolayısıyla kent ekonomisinin nispeten daraldığı bir gerçektir. Çözüm olarak küreselleşen dünya düzeni içerisinde geleneksel ticaret pazarlarını oluşturan mükelleflerin, müşteri portföylerinde geniş bir profil oluşturan öğrencileri mümkün olduğu derecede tekrar ancak inovasyon geçirmiş bir geleneksel alışverişe yönlendirebilmeleri amacıyla; mümkün olduğunca yeni pazarlama teknikleri ortaya koyup kullanımını yaygınlaştırmakla birlikte ürün çeşitliliğini artırmaları, müşteriye ürünler hakkında yanıltıcı veya eksik bilgi yerine daha detaylı bilgi vermeleri ve ürünlerin fiyatlarını daha makul seviyeye çekmeleri, bunlara ek olarak, özellikle giyim ve aksesuar ürünleri konusunda öğrencilerin kentsel düzeydeki ihtiyaçlarını uygun şartlarda gidermenin faydalı olabileceği düşünülmektedir. Ancak bununla birlikte geleneksel ticaret pazarlarını oluşturan mükelleflerin başta ürün depolama maliyetleri ile ürün alım yerlerinden nakliye ve ürün satış alanlarına ulaşılabilirlik maliyetlerini, istihdam maliyetlerini, sosyal güvenlik primi yüklerini, yerel ve merkezi vergi yüklerini vergisel teşvik ve önlemler ile elektronik ticaret uygulamalarına göre nispeten farklılaştırarak rekabet güçlerinin artırılması gerektiği de düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akçakanat, T., Çarıkcı, İ. ve Dulupçu, M.A. (2010) “Üniversite Öğrencilerinin Buldukları İl Merkezine Ekonomik Katkıları ve Harcama Eğilimleri: Isparta 2003–2009 Yılları Örneği”, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22: 165-178.
- Altınışık, İ., Usta, S. ve Çakmak, Y. (2007) “Elektronik Ticaretin Yerel Ekonomiler Üzerindeki Etkisi ve Karaman Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 10(1-2): 47-58.
- Altınışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005) “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı”, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Babbie, E. (2007) “The Practise of Social Research”, California: Cengage Learning.
- Baloğlu, B. (2009) “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi”, İstanbul: Der Yayınları.
- Beşbalı, S.G. ve Öztürk, Z. (2017) “Artvin Çoruh Üniversitesi Öğrencilerinin Harcamalarının Artvin Ekonomisine Katkısı”, Karadeniz Araştırmaları Dergisi, 56: 135-157.
- Ceyhan, M.S. ve Güney, G. (2011) “Bartın Üniversitesi’nin Bartın İli’nin Ekonomik Gelişimine 20 Yıllık Projeksiyonda Katkılarının Değerlendirilmesi”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(2): 183-207.
- Çalışkan, Ş. (2010) “Üniversite Öğrencilerinin Harcamalarının Kent Ekonomisine Katkısı (Uşak Üniversitesi Örneği)”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 9(31): 169-179.
- Çalışkan, Ş. ve Demir, F. (2013) “Celal Bayar Üniversitesi Köprübaşı Meslek Yüksek Okulu Öğrenci Harcamalarının Bileşimi ve İlçe Ekonomisindeki Yeri”, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(3): 357-371.
- Çatalbaş, N. (2007) “Üniversite-Yerel Ekonomi İlişkisinde Kutuplaşma Teorisi İyi Bir Model Olabilir Mi?”, Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı: 90-101.
- 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.
- Çayın, M. ve Yapraklı, S. (2014) “Üniversitelerin Yerel Gelir ve İstihdam Üzerindeki Etkileri: Batman Üniversitesi Üzerine Bir Uygulama”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 15(2): 155-172.
- Çetinkaya, Ş. (2016) “E-Ticaret Uygulamalarının Makro Ekonomik Göstergelere Etkisi SWOT Analizi ve Türkiye’de E-Ticaret Gelişimi İçin Bir Eylem Planı Önerisi”, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11): 235-256.

- Demirel, H. (2010) “Üniversite Öğrencilerinin Elektronik Alışveriş Hakkındaki Görüşleri”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3): 119-134.
- Ergün, E. (2003) “A.K.Ü. Bolvadin Meslek Yüksekokulu’nun Bolvadin’in Sosyo-Kültürel Yapısına ve Ekonomisine Katkıları”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(1): 63-78.
- Erkekoğlu, H. (2000) “Bölge Üniversitelerinin Yerel Ekonomiye Katkıları: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Örneği”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16: 211-230.
- Görkemli, H. N. (2009) “Selçuk Üniversitesi’nin Konya Kent Ekonomisine Etkileri”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22: 169-186.
- Gözener, B. ve Sayılı, M. (2012) “Tokat İli Turhal İlçesinde Yükseköğretimin Genel Olarak Değerlendirilmesi”, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 7(2): 169-185.
- İpek, S., Kaynar, İ. ve Öksüz, M. (2012) “Vergi Aflarının Yükümlü Psikolojisi Açısından Değerlendirilmesi: Trakya Bölgesi Örneği”, Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, 4(1): 245-253.
- İpek, S., Yücesan, M. ve Öksüz, M. (2017) “Ayvacık Yöresinin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyinin Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Tarafından Algılanma Düzeyi”, Akademia Sosyal Bilimler Dergisi, 1(3): 11-21.
- İslamoğlu, A.H. (2011) “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri”, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Karabaş, E. ve Şafaklı O.V. (2015) “KKTC Yükseköğretim Sektörünün Performansı Üzerine Bir Değerlendirme”, LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 6(2): 76-86.
- Kartal, S.K. ve Dirlik, E.M. (2016) “Geçerlik Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Güvenirlikte En Çok Tercih Edilen Yöntem: Cronbach Alfa Katsayısı”, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 16(4): 1865-1879.
- Kılıç, S. (2016) “Cronbach’ın Alfa Güvenirlik Katsayısı”, Journal of Mood Disorders, 6(1): 47-48.
- Kızıldere, C. (2014) “Meslek Yüksekokullarının Buldukları Yerleşim Yerlerindeki Ekonomik Etkileri: Erciş Örneği”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31: 101-115.
- Korkmaz, Ö. (2015) “Üniversite Öğrencilerinin Harcamalarının İl Ekonomisine Katkısı: Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Analiz”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 29(2): 233-250.

- Köksal, Y. ve Özşen, Z. S. (2017) “Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İlçe Ekonomisine Katkısı”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 59: 402-422.
- Mavruk, C., Tekinarslan, A.İ., Gürün, M. ve Akkurt, A.A. (2014) “Niğde Üniversitesinin Yerel Ekonomiye Katkısı: Enflasyon Etkisi Altında Bir Hesaplama”, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(2): 17-37.
- Nartgöl, Z. (2001) “Klasik Test Kuramındaki Cronbach  $\alpha$  Güvenirlik Katsayısı ile Örtük Özellikler Kuramındaki Bilgi Fonksiyonları ve Marjinal Güvenirlik Katsayısının Karşılaştırılması”, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(2): 143-161.
- Özkan, M., Tekbaş, M. ve Oğuz, İ.H. (2018) “Gaziantep Üniversitesi'nin Kente Ekonomik Katkısı ve Öğrenci Harcamalarının Farklı Değişkenler Açısından Analizi”, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 17(2): 633-647.
- Öztürk, S., Torun, İ. ve Özkök, Y. (2011) “Anadolu’da Kurulan Üniversitelerin İllerin Sosyo-Ekonomik Yapılarına Katkıları”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(16): 145-158.
- Punch, K.F. (2014) “Sosyal Araştırmalara Giriş”, (Çev.: Dursun Bayrak, H. Bader Arslan ve Zeynep Akyüz), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Sankır, H. ve Sankır, Ş. (2017) “Toplumsal Değişim Açısından Üniversite-Kent Etkileşimi ve Algısı: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği”, Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 7(3): 473-483.
- Selim, S., Gölbaşı, A. ve Kaya, O. (2015) “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Yerel Ekonomiye Katkıları”, VII. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongresi, Muğla.
- Serper, Ö. (2004) “Uygulamalı İstatistik 1”, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Sezer, S. (2017) “Öğrenci Bakışı ile Karacabey Meslek Yüksekokulu’nun Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Katkısının Değerlendirilmesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 8(17): 70-82.
- Sönmez, M.E. ve Başkaya, Z. (2013) “Üniversitelerin Şehirlerin Ekonomisi ve Şehiriçi Arazi Kullanımı Üzerindeki Etkileri: Kilis 7 Aralık Üniversitesi Örneği”, 3. International Geography Symposium, Antalya.
- Taşçı, D., Gökalp, E., Kumtepe, E.V., Kumtepe, A.T. ve Toprak, E. (2011) “Kentün Üniversite Algısı: Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Örneği”, Amme İdaresi Dergisi, 44(2): 131-146.
- Tatlı, H. (2014) “Bingöl Üniversitesi Öğrencilerinin Bingöl Ekonomisine Katkısı”, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(7): 79-94.



- Uygun, M., Mete, S., Kara, F.Z. ve Bağcı, H. (2016) “Üniversitenin Kente Olan Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halk Algısı”, Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(4): 66-85.
- Yavuzçehre, P.S. (2016) “Üniversitelerin Kentlerine Etkileri: Denizli Pamukkale Üniversitesi Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(1): 235-250.
- Yayar, R. ve Demir, D. (2013) “Gaziosmanpaşa Üniversitesinin Tokat İli Ekonomisine Etkisi”, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 5(8): 106-122.
- Yayar, R., Şeker, H. ve Karanfil, N. (2018) “Amasya Üniversitesinin İl Ekonomisine Etkisi”, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 55(635): 37-49.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007) “SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004) “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018) “Alan Araştırmalarında Güvenirlilik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama”, Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1): 14-28.
- Yıldız, R. (2016) “Üniversitenin Misyonu, Yeni Kurulan Üniversiteler ve Yerel Kalkınma Önceliği”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 47: 65-84.
- Yılmaz, M.K. ve Kaynak, S. (2011) “Sosyo-Ekonomik Dönüşüm Sürecinde Üniversitelerin Rolü ve Yöre Halkının Üniversite’den Beklentileri ile İlgili Bir Uygulama”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(4): 55-73.
- 6745 sayılı Yatırımların Proje Bazında Desteklenmesi ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun, Resmi Gazete Tarihi: 07.09.2016, Resmi Gazete Sayısı: 29824.