



Sosyal Medya Kullanımının Bilgisayarlı Muhasebe Dersi Başarısı Üzerine Etkisi

Osman AKIN¹, Osman Kürşat ONAT^{2*}

Geliş Tarihi/Received: 27.10.2020

Kabul Tarihi/Accepted: 30.10.2020

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

İnternet bireylerin daha sosyal olmaları konusunda dijital bir mecra sunmaktadır. Bireylerin günlük yaşayışları içerisinde akıllı cihazların kullanımı ve sosyal medya uygulamaları büyük bir oran kapsamaktadır. Bu durum bireylerin bilişim teknolojileri konusundaki farkındalıklarını da arttırmaktadır. Bu çalışmada sosyal medya uygulamalarının kullanılmasının öğrencilerin bilgisayarlı muhasebe derslerindeki başarıları üzerindeki etkileri araştırılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Muhasebe, Sosyal Medya, Bilgisayarlı Muhasebe, Başarı.

Effects of Social Media Usage Habits On Success At Computational Accounting Lesson

ABSTRACT

Internet provides a digital channel for people to get more social. Usage of smart devices and social media apps covers a huge proportion at Daily way of living of people. This conditon imporves awareness of people about information technologies. In this study, effects of social media usage of students' on the success of computational accounting lesson were researched and results were reviewed.

Keywords: Accounting, Social Media, Computational Accounting, Success.

¹ Doç Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Orcid No: 0000-0003-1863-4725

² Doç Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Orcid No: 0000-0002-4832-2901

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: dr_osmankursat@hotmail.com

1. GİRİŞ

İnternet olgusunun ortaya çıkışıyla birlikte tüm iş kolları, iş modelleri ve kitle iletişim yöntemleri önemli değişimler geçirmiş ve geçirmektedir. Bu değişimlerde sadece yazılım ve altyapı tarafı değil aynı zamanda donanım tarafı da büyük ölçüde önem arz etmiştir. 29 Haziran 2007 tarihinde Apple firmasının telefon ve bilgisayarı birleştiren ilk akıllı telefon cihazını piyasaya sürmesi de alternatif iletişim kanallarının çok hızlı bir şekilde gelişmesini ve yaygınlaşmasını sağlamıştır (Habertürk, 2018). Akıllı cihaz veya akıllı telefonlar bireylerin bilgisayar ve telefon ile yapabilecekleri tüm süreçleri bireysel olarak ve çok hızlı bir şekilde yapabilmelerine imkan sağlamıştır. Bu gelişme sadece bireylerin tekil olarak iletişim kurmalarından ibaret olmayıp aynı zamanda onların gerçek hayattakine benzer şekilde organize topluluklar oluşturmaları, bilgi alışverişini hızlı bir şekilde yürütmeleri, fiziksel ortamlardan uzak şekilde eğitim alabilmeleri, iletişim anlık olması ve daha öncesinde bilgisayardan yapılabilen tüm finansal işlemlerin de yapılabilmesi gibi önemli değişimler yaşanmıştır.

İnternet ve akıllı cihaz fenomenlerinin en fazla etkilediği alanlardan bir diğeri de sosyal medyadır. Sosyal medya genel olarak bireylerin tanışma ve iletişim kurma faaliyetlerini internet ortamında yapmaları olarak algılansa da gelinen nokta sosyal medyanın iletişimde vazgeçilmez bir noktada olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan ülkeler açısından da sosyal medya önemli toplumsal hareketleri beraberinde getiren bir uygulamadır.

Bu çalışmada sosyal medya kavramı açıklanarak Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi özelinde sosyal medya kullanımının öğrenme üzerine etkileri araştırılmış ve sonuçlar tartışılmıştır.

2. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, internet teknolojileri kullanılması yoluyla kullanıcıların iletişim kurmalarını ve etkileşim oluşturmalarını sağlayan araç ve teknolojiler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir tanımlamaya göre ise sosyal medya çok çeşitli uygulamalar ve ürünler ile kullanıcılara etkileşim ve işbirliği imkanı veren uygulamaları kapsayan bir kavramdır. Sosyal medyanın günlük yazıların yazılabildiği platformlar (blog, mikroblog), sosyal ağlar, medya etkileşimi sağlayan siteler, sosyal etiketleme ve bilgi kaynağı siteleri (wiki) ve oyunlar olmak üzere farklı türleri bulunmaktadır. Sosyal medya içerisinde sıklıkla kullanılmakta olan sosyal ağlar bireylerin kendilerine ait resim, fotoğraf, video ve yazıları ile diğer kullanıcılar ile etkileşim sağlamasına yardımcı olan ve en sık kullanılan uygulamadır.

Facebook, Twitter, LinkedIn teknolojik altyapı içerisinde en fazla kullanılan ve etkileşim sağlayan ağlardır (Eren, 2014, s. 231). Sosyal medya, insanların düşünce, görüş ve ilişkilerini internet üzerinden paylaştıkları bir ortam sunmaktadır (Yağmurlu, 2011, s. 5-6).

Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir ve aşağıdaki özellikleri içerir (Solmaz, Tekin, Herzem, ve Demir, 2013, s. 25):

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcılara cesaret verir ve geri bildirim vermelerine yardımcı olur.

Açıklık: Sosyal medya mecraları kullanıcılar tarafından yapılan yorum, oylama ve değerlendirmelere açıktırlar ve nadiren engellemeler olduğu için şeffaf olarak kabul edilirler.

Konuşma: Konvansiyonel kaynaklarda iletişim tek yönlü ike sosyal medyada iki yönlü bir iletişim akışı bulunmaktadır.

Toplum: Sosyal medya benzer duygu, düşünce, görüş, yaşam tarzı içerisinde yer alan bireylerin bir araya gelerek kendi içlerinde bir topluluk oluşturmalarına imkan sağlamaktadır.

Bağlantılılık: Sosyal medyanın çoğu türü, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır.

Sosyal medyanın günümüzde ve gelecekte en fazla etkilemesi beklenen alan ise öğretim ve öğrenme olarak değerlendirilmektedir. Sosyal medya bireylerin bilgi ve deneyim paylaşımlarını hızlı bir şekilde yapabilmeleri bireylere etkinlik sağlamaktadır. Sosyal medya genç kullanıcılar tarafından da etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Çalışmada sosyal medya kullanımının öğrenme üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bilgi ve iletişim teknolojileri eğitim sisteminin en önemli unsurlarıdır. Bilginin iletişim teknolojisindeki hızlı ilerlemesi birçok değişimi de beraberinde getirmiştir. Bu değişim yeni eğitim yöntemlerini ve araçlarını ortaya çıkararak eğitim sisteminin yeniden şekillenmesine neden olmuştur. Bireylerin internet aracılığıyla yaptığı paylaşımları içinde bulunduran ve dijital bir iletişim aracı olan sosyal medya da yeni eğitim araçlarından birisi olmuştur. Sosyal medyanın yükseköğretim de kullanılmasının farklı avantajlar sağladığı görülmektedir. Bu avantajlar öğrenme motivasyonunun yükseltilmesi iş birliğine dayanan yeteneklerin geliştirilmesi ve ders materyallerinin kullanılması olarak sıralanabilmektedir (Banar ve Zeytinoğlu, 2014).

Bu doğrultuda gerçekleştirmiş olduğumuz çalışma, sosyal medyanın bilgisayarlı muhasebe eğitiminde kullanımı ve bilgisayarlı muhasebe dersi alan öğrencilerin başarıları üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır.

3.1. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın evrenini, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu Muhasebe Bölümü'nde 3. ve 4. sınıfta öğrenim gören 300 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmamızda evrenin tamamına ulaşılmak hedeflenmiş, ancak toplamda 215 öğrenciye ulaşılabilmektedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerini belirleyecek sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde internet ve sosyal medya kullanımına ilişkin temel özellikler araştırılmıştır. Söz konusu anket uygulamasının ikinci bölümünde yer alan soruların bazılarını Bedir (2016) tarafından yapılan çalışmalardan alınmıştır. Üçüncü bölümde ise sosyal medya kullanımının öğrencilerin bilgisayarlı muhasebe dersi başarıları üzerinde etki düzeyini ve 5'li likert ölçeğinde tanımlanan on üç adet soru yer almaktadır. Söz konusu anket uygulamasını üçüncü bölümünde yer alan soruların bazılarını Banar ve Zeytinoğlu (2013) tarafından yapılan çalışmalardan alınmıştır.

3.2. Veri Hazırlama

Araştırma neticesinde elde edilen veriler SPSS 20.0 paket programına yüklendikten sonra veri dosyasını hazırlamak için; kayıp veri, uç değer, güvenilirlik, homojenlik test edilmiştir.

Kayıp veri: Her bir ankette cevabı boş bırakılan maddelerin toplam maddelere oranı %15 ve yukarısı olup olmadığına bakılmış. Böyle bir anket olmadığı için kayıp veriye atama işlemi yapılmamıştır.

Homojenlik: Yapılan “homogeneity test” sonucunda sig. değeri 0.05'ten büyük çıktığı için verilerin homojen olduğuna karar verilmiştir

Uç Değer: “Z” ve “T” puanları + 3 ve – 3 üzerinde olan ankete rastlanmamıştır.

Güvenilirlik: Güvenilirlik analizi ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Kalaycı, 2008: 403). Ankette yer alan tüm ifadelerin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,613 olarak hesaplanmıştır. Bu alfa değeri muhasebe meslek

mensuplarının gelecek ilgili düşüncelerinin ölçülmesine yönelik anketin kendi içinde oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.3. Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde ilk olarak demografik bulgular ele alınmıştır.

Tablo 1. Demografik bilgiler

Yaş	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
18-21 arası	102	47,4
22-24 arası	103	47,9
24-26 arası	7	3,3
26 ve üzeri	3	1,4
Cinsiyet	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
Kadın	121	56,3
Erkek	94	43,7
Sınıf	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
3. Sınıf	128	59,5
4. Sınıf	87	40,5
Öğrenim Türü	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
1.öğretim	90	41,9
2.öğretim	125	58,1
Mezun Olduğu Lise	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
Meslek Lisesi	165	76,7
Düz Lise	50	23,3

Ankete katılan öğrencilerin %47,9 (103 kişi)'sinin 22-24 yaş aralığında, %47,4 (102 kişi)'ünün 18-21 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Anketi yanıtlayan öğrencilerin %56,3 (121 kişi)'ü bayan öğrenciler oluşturmakta ve %59,5 (128 kişi)'ini 3. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Mezun olunan lise türüne bakıldığında ise %76,7 (165 kişi)'sinin meslek lisesi mezunu olduğu görülmektedir.

Ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerini inceledikten sonra sosyal medya kullanım ilişkin temel özellikleri belirlemeye yönelik soruların yanıtlarına bakıldığında;

Öğrencilerin %93 (200 kişi)'ü bir sosyal medya hesabının bulunduğunu, %7 (15 kişi)'si ise herhangi bir sosyal medya hesabı bulunmadığını söylemişlerdir. Sahip olunan sosyal medya hesaplarını türler itibari ile sorguladığımızda ise;

Tablo 2. En sık kullandığınız sosyal medya aracı

Sosyal Medya Hesapları	Sayı	Yüzde
Facebook	104	48,4
Instagram	35	16,3
Youtube	63	29,3
Wikipedia	9	4,2
Linkedin	3	1,4
Secondlife	1	,5
Toplam	215	100,0

Öğrencilerin sahip oldukları sosyal medya hesapları incelendiğinde, %48,4 (104 kişi)'ünün Facebook hesabı olduğu, bunun yanısıra Youtube üyelikleri ve Instagram hesaplarının bulunduğu görülmektedir.

Tablo 3. Sosyal medya kullanım sıklığı

Kullanım Sıklığı	Sayı	Yüzde
1 saatten az	23	10,7
1-3 saat arası	105	48,8
4-6 saat arası	60	27,9
6 saat ve üzeri	26	12,1
Hiç Kullanmıyorum	1	,5
Toplam	215	100,0

Ankete katılan öğrencilerin sosyal medya hesaplarını kullanma sıklıklarına bakıldığında, %48,8 (105 kişi)'nin günde 1-3 saat arası sosyal medya hesaplarına zaman harcadığı görülmektedir.

Öğrencilerin muhasebe eğitiminde sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde, %35,2 (76 kişi)'sinin yeni bilgiler edinmek amacıyla, %30,2 (65 kişi)'sinin proje ya da ödev hazırlamak amacıyla sosyal medya hesaplarını kullandığı görülmektedir.

Tablo 4. Muhasebe eğitimi için sosyal medyayı kullanmanızın temel amacı

Amaç	Sayı	Yüzde
Öğretim Üyeleriyle İletişim Kurabilmek	15	7,0
Proje ya da Ödev Hazırlamak	65	30,2
Yeni Bilgiler Edinmek	76	35,3
Derste Öğrendiklerimi Pekiştirmek	15	7,0
Ödev Paylaşımı Yapmak	10	4,7
Derslerle İlgili Bilgilendirme Paylaşımları	34	15,8
Toplam	215	100,0

Ankete katılan öğrencilerin muhasebe eğitiminde en sık kullandığı sosyal medya hesaplarının neler olduğuna dair sorulan soruya vermiş oldukları yanıtlara bakıldığında %33

(71 kişi)'nün youtube kanalları üyelikleri ile muhasebe eğitim videoları izlediklerini söylemişlerdir. Aynı şekilde öğrencilerin %73 (157 kişi)'ü sosyal medya kullanımının muhasebe eğitimine olumlu etkisi olduğunu düşünmektedir.

Tablo 5.Almış olduğunuz muhasebe eğitimini bilgisayar uygulamalarında kolaylıkla yapabiliyor musunuz?

	Sayı	Yüzde
Evet	208	96,7
Hayır	7	3,3
Toplam	215	100,0

Ankete katılan öğrencilerin %96,7 (208 kişi)'si Almış oldukları muhasebe eğitiminin bilgisayar uygulamalarını kolaylıkla yapabildiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 6. Tablo muhasebe paket programları dersinde hangi program eğitimini aldınız?

Program	Sayı	Yüzde
Eta	58	27,0
Logo	146	67,9
Zirve	4	1,9
Mikro	6	2,8
Datasoft	1	,5
Toplam	215	100,0

Derslerde alınan Paket program eğitiminde kullanılan program türüne bakıldığında %67,9 (146 kişi)'nün logo programını kullandığı görülmektedir.

Ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerini inceledikten sonra sosyal medya kullanımının öğrencilerin bilgisayarlı muhasebe dersi başarısı üzerinde etki düzeyini ölçen likert türü sorulara vermiş oldukları yanıtları inceleyecek olursak;

Tablo 7. Sosyal medya kullanımının öğrencilerin bilgisayarlı muhasebe dersi başarısı üzerinde etki düzeyini ölçen sorulara vermiş oldukları yanıtların ortalamaları

İfadeler	Sayı	Ortalama	Standart Sapma
Sosyal Medyayı Kullanmam Öğretim Üyeleriyle Etkileşimimi Kolaylaştırdığını Düşünüyorum	215	3,23	1,085
Sosyal Medyayı Kullanmam Öğretim Üyeleriyle İletişimimi Kolaylaştırdığını Düşünüyorum	215	3,30	1,017
Sosyal Medyanın Bilgisayarlı Muhasebe Dersi Eğitimime Katkısı Olduğunu Düşünüyorum	215	3,38	1,133
Sosyal Medya da Bilgisayarlı Muhasebe ile İlgili Araştırma Yapmam Bana Katkı Sağladığını Düşünüyorum	215	3,58	,982
Bilgisayarlı Muhasebe de Karşılaştığım Sorunları Sosyal Medya Aracılığı ile Giderebiliyorum	215	3,37	1,090
Sosyal Medyayı Muhasebe Paket Programları İndirmek İçin Kullanıyorum	215	2,92	1,141
Sosyal Medyadan Muhasebe Paket Programları İle İlgili Değişiklikleri Takip Ediyorum	215	3,01	1,150
Bilgisayarlı Muhasebe Dersinde Öğrendiğim Paket Programları Hakkında Sosyal Medyadan Bilgi Ediniyorum	215	3,25	1,132
Sosyal Medyayı Kullanmam Akademik Faaliyetlerimi ve Arkadaşlarımla Koordinasyonumu Kolaylaştırdığını Düşünüyorum	215	3,66	,958
Sosyal Medya Üzerinden Kurulan Öğrenci-Öğretim Üyesi İlişkisi Akademik Performansımı Arttırdığını Düşünüyorum	215	3,30	,984
Kullandığımız Paket Programın Bütünleşmiş Olması İleride Yapacağımız İşlemleri Kolaylaştırdığını ve Zaman Kazandırdığını Düşünüyorum	215	3,80	,927
Okulumuzda Almış Olduğumuz Paket Programının Kullanımı kolaydır	215	3,71	1,069
Kullandığımız Paket programı Uygulamada İhtiyacımızı Karşılacak Düzeydedir	215	3,32	1,201
Toplam	215		

Tabloyu incelediğimizde, ankete katılanların sosyal medya kullanımının bilgisayarlı muhasebe dersi başarısı etkisi ile düşüncelerinde en yüksek ortalamaya (3,80) “*Kullandığımız paket programın bütünleşmiş olması ileri yapacağımız işlemleri kolaylaştırdığını ve zaman kazandırdığını düşünüyorum*” ifadesinin yer aldığı görülmektedir. En düşük ortalamaya ise, (2,92) “*Sosyal medyayı muhasebe paket program indirmek için kullanıyorum*” ifadesi yer almaktadır. Öğrenciler bilgisayarlı muhasebe dersinin gerekliliği inanmak ile birlikte söz konusu dersin muhasebe işlemlerini kolaylaştırdığını ve hızlandırdığını düşünmektedir. Bununla birlikte her ne kadar ankete katılan öğrenciler sosyal medya yoğun bir şekilde kullanıyor olsalar da sosyal medya hesaplarını paket programı indirmek veya yüklemekten ziyade daha çok yeni gelişmelerden bilgi sahibi olmak amacıyla kullandıklarını beyan etmektedirler.

Araştırma kapsamında demografik bulguları ve ortalamaları inceledikten sonra; araştırma kapsamında yer alan sorular çapraz tablo ve ki kare analizi yapılmıştır.

H0: Sosyal medya hesabınız var mı ifadesi ile sosyal medyanın bilgisayarlı muhasebe dersi eğitimine katkısı olduğu ifadesi arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Tablo 8. Sosyal medya sitelerinde (facebook,twitter..vb.) hesabınız var mı ifadesi ile sosyal medyanın bilgisayarlı muhasebe dersi eğitimine katkısı olduğunu düşünüyorum ifadesi arasındaki çapraz tablo ve ki kare analiz sonuçları

	Sosyal Medyanın Bilgisayarlı Muhasebe Dersi Eğitimine Katkısı Olduğunu Düşünüyorum					Toplam	
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Sosyal Medya Sitelerinde(facebook,twitter..vb) Hesabınız Var mı?	Evet	15	29	47	84	25	200
	Hayır	2	3	1	5	4	15
	Toplam	17	32	48	89	29	215
		Değer		Df		Asymp.Sig (2-sided)	
Ki Kare İlişki Katsayısı		4,984a		4		,289	
Olasılık Oranı		5,082		4		,279	
Doğrusal Olarak Birleşme		,007		1		,934	

Yapılan çalışmada söz konusu iki değişkene ait sonuca göre H0 hipotezi red edilmektedir. Bu durum Ki-Kare ilişki katsayısı sonucunun 0,05'ten büyük olmasıyla 0.289 oranı ile açıklamak mümkündür. Çapraz tablo sonucuna bakıldığında Sosyal medya hesapları bulunan 84 kişi aynı zamanda sosyal medyanın bilgisayarlı muhasebe dersi eğitimine katkısı olduğunu düşüncesine katılıyorum şeklinde yanıt vermişlerdir.

H1: Sosyal medyayı kullanmanın muhasebe eğitimine olumlu etkisi var mıdır ifadesi ile sosyal medya da bilgisayarlı muhasebe ile ilgili araştırma yapmam bana katkı sağladığını düşünüyorum ifadesi arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Tablo 9. Sosyal medyayı kullanmanın muhasebe eğitimine olumlu etkisi var mıdır ifadesi ile sosyal medya da bilgisayarlı muhasebe ile ilgili araştırma yapmam bana katkı sağladığını düşünüyorum ifadeleri arasındaki çapraz tablo ve ki kare analiz sonuçları

	Sosyal Medya da Bilgisayarlı Muhasebe ile İlgili Araştırma Yapmam Bana Katkı Sağladığını Düşünüyorum.					Toplam	
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Sosyal Medyayı Kullanmanın Muhasebe Eğitimine Olumlu Etkisi Var mıdır?	Evet	6	15	22	90	24	157
	Hayır	4	7	20	26	1	58
	Toplam	17	22	42	116	25	215
		Değer		Df		Asymp.Sig (2-sided)	
Ki Kare İlişki Katsayısı		18,133a		4		,001	
Olasılık Oranı Doğrusal Olarak Birleşme		19,747		4		,001	
		10,235		1		,001	

Yapılan çalışmada söz konusu iki değişkene ait sonuca göre H1 hipotezi kabul edilmektedir. Bu durumda Ki-Kare ilişki katsayısı sonucunun 0,05'ten küçük olmasıyla 0.001 oranı ile açıklamak mümkündür. Çapraz tablo sonucu incelendiğinde sosyal medya kullanmanın muhasebe eğitimine olumlu etkisi olduğunu düşünenler (90 kişi), sosyal medyada bilgisayarlı muhasebe ile ilgili araştırma yapmam bana katkı sağlar ifadesine katıldıkları görülmektedir.

H2: Sosyal medyayı kullanma sıklığı ile sosyal medyadan muhasebe paket programları ile ilgili değişiklikleri takip ediyorum ifadesi arasında anlamlı ilişki vardır.

Tablo 10. Sosyal Medya Kullanım Sıklığı İle Sosyal Medyadan Muhasebe Paket Programları İle İlgili Değişiklikleri Takip Ediyorum İfadeleri Arasındaki Çapraz Tablo ve Ki Kare Analiz Sonuçları

		Sosyal Medyadan Muhasebe Paket Programları İle İlgili Değişiklikleri Takip Ediyorum.					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	1 saatten az	3	7	2	7	4	23
	1-3 saat arası	7	30	27	32	9	105
	4-6 saat arası	7	12	16	21	4	60
	6 saat ve üzeri,	4	8	6	6	2	26
	Hiç kullanmıyorum	0	0	1	0	0	1
Toplam		21	58	52	65	19	215
		Değer		Df		Asymp.Sig (2-sided)	
Ki Kare İlişki Katsayısı		12,788a		16		,688	
Olasılık Oranı		12,920		16		,679	
Doğrusal Olarak Birleşme		,729		1		,393	

Tabloyu incelendiğinde H2 hipotezinin red edildiği görülmektedir. Bu durumda Ki-Kare ilişki katsayısı sonucunun 0,05'ten büyük olmasıyla 0.688 oranı ile açıklamak mümkündür. Çapraz tablo sonuçlarına baktığımızda, sosyal medyayı 1-3 saat arasında kullanan öğrenciler sosyal medyadan muhasebe paket programları ile ilgili değişiklikleri takip ediyorum ifadesine katıldıkları görülmektedir.

H3: Sosyal medya üzerinden muhasebe alanında edinilen bilginin faydalı mıdır ifadesi ile bilgisayarlı muhasebe de karşılaştığım sorunları sosyal medya aracılığı ile giderebiliyorum ifadesi arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Tablo 11. Sosyal medya üzerinden muhasebe alanında edinilen bilgi faydalı mıdır ifadesi ile bilgisayarlı muhasebe de karşılaştığım sorunları sosyal medya aracılığı ile giderebiliyorum ifadeleri arasındaki çapraz tablo ve ki kare analiz sonuçları

		Bilgisayarlı Muhasebe de Karşılaştığım Sorunları Sosyal Medya Aracılığı İle Giderebiliyorum.					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Sosyal Medya Üzerinden Muhasebe Alanında Edinilen Bilgi Faydalı mıdır?	Evet	9	22	37	75	25	168
	Hayır	5	11	17	12	2	47
	Toplam	14	33	54	87	27	215
		Değer		Df		Asymp.Sig (2-sided)	
Ki Kare İlişki Katsayısı		13,659a		4		,004	
Olasılık Oranı		14,211		4		,003	
Doğrusal Olarak Birleşme		11,591		1		,001	

Tablo 11'i incelediğimizde H3 hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Bu durumda Ki-Kare ilişki katsayısı sonucunun 0,05'ten küçük olmasıyla 0.001 oranı ile açıklamak mümkündür. Çapraz tablo sonuçlarına bakıldığında sosyal medya üzerinden muhasebe alanından edinilen bilginin faydalı olduğunu düşünen (75 kişi), aynı zamanda bilgisayarlı muhasebe de karşılaştığı sorunları sosyal medya aracılığı ile giderebildiklerini ifade etmektedir.

4. SONUÇ

Günümüzde teknolojik gelişmeler bireyler ve toplumlar açısından geri dönülmez bir noktaya gelmiş durumdadır. Bu yönüyle teknolojinin iş süreçlerini ve faaliyetleri hızlandırması, süreçlerin etkin şekilde takip ve denetimi de sağladığı ifade edilebilir. Sosyal medya da günümüzdeki bu bozucu teknolojik değişimlerin en önemli fenomenlerindedir. Sosyal medya bireylerin iletişim kurma, hareket ve toplanma davranışlarını büyük ölçüde değiştirmiştir.

Çalışmamız sosyal medya kullanımının muhasebe eğitimi konusundaki etkinliği araştırılmıştır. Araştırma sonucunda muhasebe eğitimi alan öğrencilerin sosyal medyayı muhasebe eğitimi konusundaki bilgi paylaşımında kullandıkları görülmektedir ki sosyal medyanın bilgi paylaşım süreçlerini hızlandırarak etkinleştirdikleri görülmektedir.

Diğer taraftan kullanıcıların birçoğu sosyal medyanın eğitim süreçlerinde etkin oldukları görülmektedir. Çalışmamızda elde edilen sonuçlara göre sosyal medya kullanımı muhasebe öğrenim süreçlerine olumlu etki etmekte ve kullanıcıların öğrenme süreçlerine olumu etki etmektedir.

KAYNAKÇA

Banar, K., & Zeytinoğlu, E. (2014). *Sosyal medyanın muhasebe bölümü öğrencilerinin akademik performansı üzerindeki etkisi: Ampirik Bir Çalışma*. 33. *Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (s. 153-177). Antalya: Anadolu Üniversitesi.

Bedir, A. (2016). *Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.

Habertürk. (2018, 09 11). *HaberTürk*. <https://www.haberturk.com/hangi-iphone-ne-zaman-cikti-2137582-ekonomi/2> adresinden alındı

Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(4), 23-32.

Yağmurlu, A. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 5-15.