



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 41 Volume: 8 Issue: 41

Aralık 2015

December 2015

www.sosyalarastirmalar.com ISSN: 1307-9581

ÖĞRENCİLERİN BANKA TERCİHİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: GİRESUN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ A STUDY ON BANK PREFERENCE OF STUDENTS: GİRESUN UNIVERSITY EXAMPLE

İpek CEBECİ*

Öz

Bu çalışmanın amacı, bankacılık ve finans bölümü öğrencilerinin banka tercihlerini araştırmaktır. Çalışmada birincil veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. 250 anket formu Giresun Üniversitesi/ Görele UBYO Bankacılık ve Finans öğrencilerine dağıtılmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel testlerle değerlendirilmiştir. Sonuçta öğrencilerin banka tercihinde etkili olan en önemli üç unsurun "bankanın dürüstlüğü", "bankanın güvenilirliği" ve "banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması" olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Sektörü, Banka Tercih, Öğrenciler.

Abstract

The aim of this study is to examine the banking and finance department students' bank preferences. Research has been conducted and data has been collected by using a questionnaire. A sum of 250 banking and finance students of Giresun University/ Görele UBYO served as a sample for the research. Data has been analyzed by using statistical techniques. Finally, three premier factors influencing students' bank preference, "the bank's honesty", "the reliability of bank" and "friendly attitude of banking staff".

Keywords: Banking Industry, Bank Preference, Students.

1.GİRİŞ

Bankalar finansal sistemde yer alan ve finansal aracılık işlevini yerine getiren en önemli kuruluşlardır. Bankacılık sektörü, finansal sistemdeki her türlü değişimden en hızlı şekilde etkilenen kurumlar olup; hükümetlerin yaptığı her türlü düzenlemelerden, finansal sistemdeki yeniliklerden, bilgi teknolojilerindeki gelişmelerden hızlı şekilde etkilenir. Bilgi teknolojilerindeki her türlü yenilik, geleneksel bankacılık faaliyetlerinin dışında yeni finansal ürün ve hizmetlerin ortaya çıkmasına neden olur. Bankaların müşterilerine sundukları her türlü yeni finansal ürün ve hizmet, finansal işlem maliyetlerini düşürerek bankaların karlılıklarının artırma şeklinde bir etki meydana getireceği gibi müşterilerin bankaya duydukları memnuniyetlerini arttıracak, müşterilerin söz konusu banka sadakatlerini pekiştirecektir (www.tbb.org.tr).

Bankalar mevcut müşterilerini korumak ve yeni müşteriler kazanabilmek adına sürekli bir farklılık meydana getirme uğraşısı içerisindeyler. Bankaların müşteriye odak noktasına almaları ve pazarlama karması elemanlarını oluşturmaları, tüketiciye daha yakınlaşmalarına, ulusal ve uluslar arası rekabet ortamında farklılık kazanma gayretlerine katkı yapacaktır. Bankalar giderek yoğunlaşan ve karmaşık hale bürünen bu rekabet sistemi içerisinde etkin bir pazarlama stratejisi geliştirebilmesi için tüketiciyi çok iyi tanımalıdır (Karamustafa ve Yıldırım,2007:57).

Bu çalışmada amaç, bankacılık ve finans eğitimi alan üniversite öğrencilerinin banka tercihini incelenmek ve mevcut akademik yazına katkı sağlamaktır. Ayrıca bankacılık sektöründe özellikle bankaların pazarlama departmanlarına ışık tutacak bilgiler sunmayı hedeflemekteyiz.

Çalışmada önce konu ile ilgili mevcut yazın incelenmiş, ardından Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümü lisans öğrencilerine uygulanan anket sonucunda elde edilen birincil veriler istatistik analizler incelenmiş ve yorumlanmıştır.

2. BANKA TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: MEVCUT LİTERATÜR TARAMASI

Tüketicinin banka tercihini etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bu faktörleri mevcut literatür taraması kapsamında inceleyerek ele almak istersek; örneğin Mustafa ve Yıldırım'ın çalışmasında (2007); bankanın güvenilir olmasının, banka tarafından verilen hizmetlerin hızlı gerçekleştirilmesinin, para çekme makinelerinin yaygın ve hizmet çeşidinin fazla olmasının tüketicilerin banka tercihinde etkili olan faktörler arasında en yüksek derecede öneme sahip faktörler olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Taşkın v.d. de (2010), banka tercihini etkileyen en önemli unsurun "güvenilir olma" faktörü olduğunu görmüş, ayrıca banka için oluşturulan reklamların, bankanın kamuoyundaki imajının ikinci derecede önemli unsur olduğu belirlenmiştir. Delvin ve Gerrard (2005), banka tercihini etkileyen en temel faktörlerin bir bankanın hizmet kalitesi ve düşük faizli kredi verme olanağı sunmasının olduğunu tespit etmiştir. Aregbeyen (2011),

*Yrd.Doç.Dr.,Giresun Üniversitesi, Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,Bankacılık ve Finans Bölümü.

müşterilerin banka tercihini etkileyen en önemli unsurların fonların güvenliği ve teknoloji tabanlı hizmetlerin mevcudiyeti olduğunu belirlemiştir. Rehman ve Ahmed (2008), banka tercihinde müşterileri etkileyen faktörlerin kolaylık, müşteri servisleri, online bankacılık imkanları, bankanın genel ortamı olduğunu, ancak en önemlisinin "kolaylık" faktörü olduğunu belirtmiştir. Junior ve diğerleri (2013), müşterin mesleğinin ve mevduatların güvenliğinin banka seçiminde etkili unsurlar olduğu görülmüştür. Bunun dışında müşterilerin evlerine ya da işyerlerine yakın olan, rahat bir şekilde ulaşılabilen bankaları tercih ettiği de tespit edilmiştir. Mokhlis ve diğerleri (2009), tek banka kullanan müşterilerle çok sayıda banka kullanan müşterileri karşılaştırmıştır. Bu iki grup açısından bankanın çekiciliği, şubenin konumu, ATM hizmeti, finansal avantajlar ve güvenlik hissi faktörleri arasında farklılıkların olduğu görülmüştür. Birden fazla bankanın müşterisi olanların tüm faktörlere daha fazla önem verdiği görülmüştür.

Özsoy ve diğerleri (2013), katılım bankalarını tercih eden müşterilerin katılım bankası tercihini etkileyen en önemli faktörün hizmet/ürün kalitesi olduğunu tespit etmişlerdir. Banka tercihinde etkili olan ikinci sıradaki faktör bankanın imaj ve güveni, üçüncü sıradaki faktör personel kalitesi, dördüncü sıradaki faktör ise dini/çevresel motivasyonlar olarak belirlenmiştir.

Chigamba ve Fatoki (2011), üniversite öğrencilerinin ticari bankaları seçiminde hizmet, yakınlık, çekicilik, tavsiyeler, pazarlama ve fiyat faktörlerinin belirleyici olduğunu tespit etmişlerdir. Öğrencilerin banka seçiminde etkili olan en önemli unsur bankanın sunduğu hizmetlerin kalitesi ilk sırada yer alırken iken bunu, bankanın lokasyonu izlemektedir. Khaitbaeva vd. (2014), üniversite öğrencilerinin banka tercihini etkileyen en önemli üç faktörün; hizmet ücretleri, ATM konum ve kolaylık olduğu görülmüştür. Gençler üzerine yapılan bir diğer çalışmada ise ATM'lerin konumu, ATM'lerin sayıca fazla ve çalışır durumda olması, bankanın itibarı, ATM'lerin her zaman hizmet vermesi ve bankaya yakın noktalarda araç park yerinin olması banka tercihinde en etkili faktörler olarak bulunmuştur (Almossawi, 2001).

3. ARAŞTIRMA: YÖNTEM, ANALİZ VE BULGULAR

Bu bölümde, araştırmanın amacı, yöntemi ve analiz bulguları yer almaktadır.

3.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulunda okuyan Bankacılık ve Finans lisans öğrencilerinin banka tercihini incelemek ve konu ile ilgili akademik literatüre katkı sağlamaktır.

3.2 Çalışma Grubu

Bu araştırmanın evrenini 2014-2015 eğitim öğretim yılı güz döneminde, Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans bölümünde, birinci ve ikinci öğretim programında lisans eğitimlerini sürdürmekte olan toplam 840 aktif üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü %99 güven düzeyi ve %10 örnekleme hatası için 139 kişi olarak belirlenmiştir. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

3.3 Anket Formlarının Oluşturulması, Uygulanması ve Analizi

Geçerli bir anket formu için ilk etapta detaylı bir literatür taraması gerçekleştirilmiş ve bu çalışmalar doğrultusunda anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan anket taslağında anlaşılmayan hususların tespiti için ön test yapılmış ve elde edilen geri bildirimler sonrasında anket formuna son şekli verilmiştir. Banka tercihinde etkili olabilecek 34 önermeye anket formunda yer verilmiştir. Birinci ve ikinci öğretimde okuyan bankacılık ve finans öğrencilerine toplamda 250 anket formu 02/11/2015-20/11/2015 tarihleri arasında dağıtılmış, uygulanmıştır. Elde edilen anketlerden eksiksiz, hatasız doldurulan 201 adet anket değerlendirilmeye alınmıştır. Veriler "Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı SPSS" kullanılarak analiz edilmiştir. Ankette yer alan 34 maddeye ilişkin toplu olarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Cronbach Alfa değeri 0.853 olarak bulunmuştur. Anketteki soruların yüksek bir güvenilirlik seviyesi sunduğu bu şekilde tespit edilmiştir.

Toplanan verilere tanımlayıcı istatistik testlerinin uygulanması dışında öğrencilerin demografik verileri ile ankette yer alan maddeleri için kurulan hipotezler Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis H parametrik olmayan test istatistikleri uygulanmıştır.

3.4. Bulgular

Bu bölümde, araştırma kapsamında elde edilen tüm bulgulara yer verilmektedir.

3.4.1 Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Öğrencilerin demografik özelliklerine ait bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Ankete katılan öğrencilerin %59.2'si kız, %40.8'i erkektir. Öğrencilerin %73.6'sı 17-21 yaş grubunda yer almaktadır. Ankete katılan bankacılık finans bölümü öğrencilerinin %56.2'si ikinci öğretimde %43.8'i ise birinci öğretimde okumaktadır.

Ankete katılan öğrencilerin %36.3'ü birinci sınıf, %30.8'i 4. sınıf, %17.4'ü ikinci sınıf, %15.4'ü ise üçüncü sınıf öğrencisidir. Öğrencilerin %67.6'sı 500TL'nin altında bir aylık gelir ile okul eğitim, yaşam masraflarını karşılamaktadır. Öğrencilerin %59.7'sinin aile toplam gelir aylık olarak 1001-3001TL aralığında, %31.3'ünün 1000TL ve altında, %9'unun ise 3001TL ve üzerindedir.

Ankete katılan öğrencilerin %51.2'si üç kardeş ve üzeri sayıda kardeşe sahip olduğunu anket formunda işaretleyerek bize kalabalık bir aile yapısına sahip oldukları bilgisini sunmaktadırlar.

Öğrencilerin babasının %30.3'ü serbest meslek sahibidir. %22.9'u ise emekli, %15.4'ü ise işçidir. Geri kalan oran ise diğer meslek gruplarına dağılmıştır. Detaylı bilgi Tablo 1'de verilmiştir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun annesi (%86.6) ev hanımıdır.

Ankete katılan öğrencilere sorulan diğer sorulardan alınan cevapların bulguları ise şu şekildedir: Öğrencilerin %50.7'sinin bir bankada, %33.8'nin iki bankada, %13.4'ünün üç bankada, %2.1'inin ise dört ve daha çok sayıda bankada hesabı olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin %36.3'ü 2015 yılında, %22.4'ü 2014 yılında, %16.4'ü 2012 yılında, %13.9'u 2013 yılında, %6.5'i 2011 yılında, %4.5'u ise belirtilen tarihlerden daha evvel hesap açtığını belirtmiştir.

Ankete katılan 201 öğrenciye ayrıca en çok kullandığı banka hesabı hangi bankaya ait olduğu sorulmuştur. Öğrencilerin %68.7'si Ziraat Bankası hesabını en çok kullandığını belirtmiştir. İkinci sırada ise %17.4 oranla İş Bankası hesabını kullanan öğrenciler yer almıştır.

Ankete katılan öğrencilerin %65.7 si hangi banka ile çalışacağı hususunda kararını kendi verebileceğini, yeterli finansal bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir. %28.3 ü kararsız kalmış, %6 sı ise kendini yetersiz bulduğunu belirtmiştir. Öğrencilerin %84.1'i banka hesabı açtırmadan önce bunun üzerinde detaylı düşünmektedir. Öğrencilerin %71.6'sı hizmet aldığı banka tercihinden oldukça memnun olduğunu belirtmiştir.

Tablo 1: Anketi Cevaplayan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
Kız	119	%59.2
Erkek	82	%40.8
Öğrenci Yaş Grubu	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
17-21 yaş	148	%73.6
22-25 yaş	50	%24.9
25 yaş ve üstü	3	%1.5
Öğrenim Türü	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
1. Öğretim	88	%43.8
2. Öğretim	113	%56.2
Sınıf Seviyesi	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
1. sınıf	73	%36.3
2. sınıf	35	%17.4
3. sınıf	31	%15.4
4. sınıf	62	%30.8
Öğrencinin Aylık Gelir	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
0-300 TL	69	%34.3
300-500TL	67	%33.3
500-750 TL	22	%10.9
750-1000TL	21	%10.4
1000TL ve üstü	22	%10.9
Ailenin Toplam Geliri	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
1000TL ve altı	63	%31.3
1001-3001 TL	120	%59.7
3001-5000 TL	12	%6
5000TL ve üzeri	6	%3
Kardeş Sayısı	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
Kardeşi olmayan	7	%3.5
1 kardeş	37	%18.4
2 kardeş	54	%26.9
3 kardeş	51	%25.4
4 kardeş ve üzeri	52	%25.8
Babanın Mesleği	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
Çalışmıyor veya Vefat eden	6	%3.0
Emekli	46	%22.9
Çiftçi	20	%10
Özel sektör çalışanı	23	%11.4
İşçi	31	%15.4
Serbest Meslek	61	%30.3
Memur	14	%7.0
Annenin Mesleği	Frekans	Yüzdesel Dağılım (%)
Emekli	3	%1.5
Ev hanımı	174	%86.6
Özel sektör çalışanı	10	%5
Sağlık Çalışanı	5	%2.5
Memur	5	%2.5

3.4.2 Analizlere İlişkin Bulgular

Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörlere yönelik Tablo 2'de verilen merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalamaların sıralamaları dikkate alınarak değerlendirme yapılacak olunursa, "bankanın dürüstlüğü" (4.7761), "bankanın güvenilirliği" (4.7214), "banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması" (4.6866), "bankanın hızı" (4.6617) ve "personelin uzmanlık seviyesi" (4.5672) faktörlerinin ankete cevap verenler açısından banka tercihinde etki derecelerinin yüksek olduğu görülmüştür. Buna karşın "Banka şubesinin araç park yerinin olması" (3.0498), "bankanın katılım bankası olması" (3.1045), "bankanın uluslararası bir bankanın iştiraki olması" (3.2886), "arkadaşların bankayı tavsiye etmesi" (3.4726) faktörlerinin ise etki derecelerinin en düşük dört faktördür.

Tablo 2: Banka Tercihinde Etkili Olan Faktörler

Maddeler	n	Medyan	Mod	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
M1:Bankanın yerli veya yabancı olması	201	4	4	3.6418	0.08841	28
M2:Bankanın uluslararası olması	201	4	4	3.8159	0.07265	24
M3:Bankanın kamu bankası olması	201	4	4	3.7463	0.08074	25
M4:Bankanın katılım bankası olması	201	3	3	3.1045	0.07867	33
M5:Bankanın uluslararası bir bankanın iştiraki olması	201	3	4	3.2886	0.07843	32
M6: Bankanın boyutu	201	4	4	4.0000	0.07364	22
M7:Bankanın istikrarı	201	5	5	4.4378	0.05218	9
M8: Bankanın güvenilirliği	201	5	5	4.7214	0.04064	2
M9: Bankanın dürüstlüğü	201	5	5	4.7761	0.03956	1
M10: Bankanın itibarı ya da görüntüsü	201	5	5	4.4279	0.05536	11
M11: Bankanın çevre dostu olması	201	4	5	4.1493	0.06494	19
M12: Bankanın hizmet çeşitliliği	201	5	5	4.4179	0.05438	13
M13:Faiz oranlarının seviyesi	201	5	5	4.3483	0.06758	17
M14: Banka hesap işletim ücretleri, komisyon maliyetleri	201	5	5	4.4328	0.05887	10
M15:İşlemler için müşteri bekleme süresi	201	5	5	4.4229	0.05753	12
M16:Kredi kullanma kolaylığı	201	5	5	4.3532	0.06107	15
M17:Hesap açma kolaylığı	201	5	5	4.5075	0.04893	6
M18:İnternet bankacılığı kullanılabilmesi	201	5	5	4.4527	0.05812	8
M19:Bankanın çekici teklifler sunması (indirim,ücretsiz ürün vb.)	201	5	5	4.4080	0.05955	14
M20:Değerlendirme kuruluşlarının verdiği dereceler	201	4	4	4.0050	0.06784	21
M21:Banka şubesinin evime yakın bir konumda olması	201	4	5	3.6318	0.09125	29
M22: Banka şubesinin okuluma veya iş yerime yakın bir konumda olması	201	4	5	3.7015	0.08951	26
M23:Para çekme makinelerinin bulunması	201	5	5	4.5075	0.06073	7
M24: Banka şubesinin araç park yerinin olması	201	3	2	3.0498	0.09351	34
M25:Bankanın çalışma saatleri,açık olduğu saatler	201	4	4	4.2736	0.05772	19
M26:Banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması	201	5	5	4.6866	0.04151	3
M27:Personelin uzmanlık seviyesi	201	5	5	4.5672	0.04767	5
M28:Bankanın hızı (hızlı iletişim kurulması, hızlı bilgi,hızlı karar süreci ve işlem hızı)	201	5	5	4.6617	0.04489	4
M29:Bankanın şube sayısı	201	4	4	3.9353	0.17467	23
M30:Bankanın aileniz tarafından size tavsiye edilmesi	201	4	4	3.6915	0.07741	27
M31:Arkadaşlarınızın size bankayı tavsiye etmesi	201	4	4	3.4726	0.07631	31
M32:Geçmiş tecrübeleriniz	201	4	5	4.3483	0.05455	16
M33:Bankaya bursunuzun veya maaşınızın yatırıyor olması	201	5	5	4.3184	0.06534	18
M34:Banka ile ilgili TV,gazete reklamları	201	4	4	3.5672	0.08216	30

ölçek değerleri: 1=Kesinlikle önemsiz , 2=önemsiz, 3=Kararsızım, 4=önemli , 5=Çok önemli

Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörlere yönelik sorulan 34 adet soruda ilk 11 sırada yer alan maddelerin en önemli unsurlar olduğu kabul edilirse, (Tablo 2) merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalamaların sıralamaları dikkate alınarak değerlendirme yapıldığında, 1.sırada "bankanın dürüstlüğü" (4.7761), 2.sırada "bankanın güvenilirliği" (4.7214), 3.sırada "banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması" (4.6866), 4.sırada "bankanın hızı" (4.6617), 5.sırada "personelin uzmanlık seviyesi" (4.5672) faktörlerinin ankete cevap verenler açısından banka tercihinde etki derecelerinin yüksek olduğunu belirtmiştik. Bunu takip eden unsurlara bakmaya devam edersek; 6.sırada "hesap açma kolaylığı", 7.sırada "para çekme makinelerinin bulunması", 8.sırada "internet bankacılığı kullanılabilmesi", 9.sırada "bankanın istikrarı", 10.sırada "banka hesap işletim ücretleri ve komisyon maliyetleri", 11.sırada ise "bankanın itibarı veya görüntüsü" gelmektedir.

Banka tercihinde etkisi en düşük son 10 faktöre bakacak olursak; 24.sırada "bankanın uluslararası olması", 25.sırada "bankanın kamu bankası olması", 26.sırada " Banka şubesinin okuluma veya iş yerime yakın bir konumda olması, 27. sırada " Bankanın aileniz tarafından size tavsiye edilmesi", 28.sırada "Bankanın yerli veya yabancı olması", 29.sırada "Banka şubesinin evime yakın bir konumda olması", 30.sırada " Banka ile ilgili TV, gazete reklamları", 31.sırada "arkadaşların bankayı tavsiye etmesi", 32.sırada "bankanın uluslararası bir bankanın iştiraki olması" , 33.sırada "bankanın katılım bankası olması" ve 34. son sırada " Banka şubesinin araç park yerinin olması" gelmektedir.

Öğrencilerin banka tercihlerinde etkili olabilecek faktörlerin demografik özellikler açısından anlamlı bir fark gösterip göstermediğini değerlendirebilmek adına, bağımsız değişkenlerin nominal (kategorik), bağımsız değişkenlerin ise ordinal (sıralanmış) veri olmasından ve ordinal verilerin merkezi eğilim ölçütlerinin simetrik dağılmasından dolayı parametrik olmayan testler Mann Whitney U ve Kruskal - Wallis testleri uygulanmıştır.

Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörleri cinsiyete göre karşılaştırmak için aşağıda yer alan hipotez oluşturulmuş (H1) ve Mann-Whitney U ile test edilmiştir.

Ho: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

H1: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

Mann-Whitney U testi sonucunda Tablo 3'teki faktörlere ilişkin, ankete cevap veren öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Anket sorulan diğer maddelerle öğrencilerin cinsiyeti arasında anlamlı farklılıklar bulunmadığı tespit edildiğinden tabloda yer verilmemiştir.

Tablo 3: Öğrencilerin Banka Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin Cinsiyet Gruplarına Göre Karşılaştırılması						
	Cinsiyet	Sıra Numaraları Ortalaması	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Madde 21: Banka şubesinin evime yakın bir konumda olması	Kız	108.39	4000.000	7403.000	- 2.253	0.024*
	Erkek	90.28				
Madde 24: Banka şubesinin araç park yerinin olması	Kız	109.71	3842.500	7245.500	-2.620	0.009*
	Erkek	88.36				
Madde 30: Bankanın aileniz tarafından size tavsiye edilmesi	Kız	108.46	3991.500	7394.500	-2.287	0.022*
	Erkek	90.18				
Madde 31: Arkadaşlarınızın size bankayı tavsiye etmesi	Kız	109.92	3818.000	7221.000	-2.724	0.006*
	Erkek	88.06				
* p<0.05						

Tablo 3'te görüldüğü gibi, kız öğrenciler tabloda yer alan "banka şubesinin eve yakın bir konumda olması" (p=0.024<0.05), "banka şubesinin araç park yerinin olması" (p=0.009<0.05), bankanın aile (p=0.0022<0.05), ve arkadaş çevresi (p=0.006<0.05) tarafından tavsiye edilmesi unsurları açısından cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir (p<0.05).

Sıra ortalama değerlerine baktığımızda; banka tercihinde madde 21: banka şubesinin eve yakın bir konumda olması, madde 24: banka şubesinin araç park yerinin olması, madde 30:bankanın aileniz tarafından size tavsiye edilmesi ve madde 31:bankanın arkadaşlarınız tarafından tavsiye edilmesine kız öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla önem verdiği görülmektedir.

Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörlerin öğrencinin öğrenim türü değişkenine göre karşılaştırmak için aşağıda yer alan hipotez oluşturulmuş (H2) ve Mann-Whitney U ile test edilmiştir.

Ho: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler öğrenim türü değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

H2: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler öğrenim türü değişkenine göre farklılık göstermektedir.

Mann-Whitney U testi sonucunda Tablo 4'teki faktörlere ilişkin, ankete cevap veren öğrencilerin öğrenim türüne göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Anket sorulan diğer maddelerle öğrencilerin öğrenim türü arasında anlamlı farklılıklar bulunmadığı tespit edildiğinden tabloda yer verilmemiştir.

	Öğrenim Türü	Sıra Numaraları Ortalaması	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
M3: Bankanın kamu bankası olması	1.Öğretim	88.15	3841.500	7757.500	-2.901	0.004*
	2.Öğretim	111.00				
M6: Bankanın boyutu	1.Öğretim	91.02	4094.000	8010.000	-2.312	0.021*
	2.Öğretim	108.77				
M7: Bankanın istikrarı	1.Öğretim	92.26	4202.500	8118.500	-2.125	0.034*
	2.Öğretim	107.81				
M10: Bankanın itibarı ya da görüntüsü	1.Öğretim	89.32	3944.000	7860.000	-2.843	0.004*
	2.Öğretim	110.10				
M13: Faiz oranlarının seviyesi	1.Öğretim	90.40	4039.500	7955.500	-2.583	0.010*
	2.Öğretim	109.25				
M19: Bankanın çekici teklifler sunması	1.Öğretim	89.30	3242.500	7858.500	-2.852	0.004*
	2.Öğretim	110.11				
M29: Bankanın şube sayısı	1.Öğretim	91.99	4179.000	8095.000	-2.053	0.040*
	2.Öğretim	108.02				
* p<0.05						

Tablo 4'te izlenebileceği gibi, ikinci öğretimde okuyan bankacılık ve finans öğrencileri; bankanın kamu bankası olmasına, bankanın büyüklüğüne, istikrarına, itibarına, faiz oranlarının seviyesine, şube sayısına ve çekici teklifler sunmasına birinci öğretimde okuyan bankacılık finans öğrencilerine göre daha fazla önem vermektedir.

Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörlerin öğrencinin yaş gruplarına göre karşılaştırmak için H3 hipotezi kurulmuş ve Mann-Whitney U testi ile test edilmiştir.

Ho: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler yaş gruplarına göre farklılık göstermemektedir.

H3: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Öğrencilerin yaş grupları 17-21 yaş ve 22 ve üzeri yaş olmak üzere yeniden kodlanmış ve bu iki farklı gruba yönelik H3 hipotezi Mann-Whitney U testi ile test edilmiştir. Analiz sonucunda ankette sorulan maddelerin hiç biri için öğrencilerin yaş gruplarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Tüm maddeler için $p>0.05$ 'dir.

İkiden fazla seçenekli bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakılmak istendiğinde uygulanacak parametrik olmayan test Kruskal-Wallis H testidir. Kruskal-Wallis H testi sonucunda Tablo 5'teki faktörlere ilişkin, ankete cevap veren öğrencilerin sınıf seviye gruplarına göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Anket sorulan diğer maddelerle öğrencilerin sınıf seviye türü arasında anlamlı farklılıklar bulunmadığı tespit edildiğinden tabloda yer verilmemiştir.

Ho: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler sınıf seviyelerine göre farklılık göstermemektedir.

H4: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler sınıf seviyelerine göre farklılık göstermektedir.

FAKTÖRLER	1.SINIF	2.SINIF	3.SINIF	4.SINIF	X ²	s.d.	p
M4: Bankanın katılım bankası olması	116.03	106.93	83.56	88.68	11.562	3	0.009*
M6: Bankanın boyutu	90.05	125.17	81.42	110.03	15.822	3	0.001*
M7: Bankanın istikrarı	91.25	110.39	86.84	114.27	10.244	3	0.017*
M25: Bankanın çalışma saatleri	84.32	111.21	108.15	111.31	11.585	3	0.009*
M32: Geçmiş tecrübeleriniz	84.84	100.01	98.76	121.70	16.724	3	0.001*
* p<0.05							

Uygulanan Kruskal-Wallis H testi sonucunda Tablo 5'te belirtilen faktörler, ankete katılan öğrencilerin sınıf seviye gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Son sınıfta okuyan öğrencilerin bankanın istikrarına, banka çalışma saatlerine ve geçmiş tecrübelerine diğer alt sınıflarda okuyan öğrencilerinden daha fazla önem vermekte, bir diğer ifade ile banka tercihinde diğer gruplara göre bu maddeleri daha etkili faktörler olarak görmektedir.

Bankanın katılım bankası olması faktörüne ise birinci sınıfta okuyan öğrencilerin (116.03) diğer gruplardan daha fazla önem verdiği belirlenmiştir. Bu hususa en az önem veren 3. sınıf öğrencileridir (83.56).

Madde 6'yı incelersek; ikinci sınıf öğrencileri "bankanın boyutu" faktörünü diğer sınıflarda okuyanlara göre daha önemli (125.17) görmektedir. Bankanın boyutuna en az önem veren 3. sınıf (81.42) öğrencileridir.

Bankanın çalışma saatleri hususunda en hassas olan öğrenciler son sınıfta okuyanlardır (111.31). İkinci sınıf öğrencileri de bankanın çalışma saatlerine önem veren ikinci gruptur (111.21). Banka çalışma saatlerini en az önemseyenler ise birinci sınıf öğrencileridir (84.32).

Öğrencilerin geçmiş tecrübelerinin banka tercihinde etkili olduğu sınıf derecelerini incelersek; dördüncü sınıf öğrencileri (121.70) ilk sırada, ikinci sınıf öğrencileri (100.01) ikinci sırada, üçüncü sınıf öğrencileri (98.76) üçüncü sırada, birinci sınıf öğrencileri ise son sırada (84.84) yer alır.

Öğrencilerin aylık gelirleri ile banka tercihleri arasında istatistiksel farklılık olup olmadığı Kruskal-Wallis H testi ile incelenmiş, Tablo 6'daki faktörlere ilişkin, ankete cevap veren öğrencilerin gelir seviye gruplarına göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Ho: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler ile öğrencinin aylık geliri gruplarına göre farklılık göstermemektedir.

H5: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler ile öğrencinin aylık geliri gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 6: Öğrencilerin Banka Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin Öğrencilerin Aylık Gelir Gruplarına Göre Karşılaştırılması								
FAKTÖRLER	0-300 TL	300-500TL	500-750TL	750-1000TL	1000TL ve üstü	X ²	s.d.	p
M4:Bankanın katılım bankası olması	114.54	85.83	96.50	88.74	120.93	12.785	4	0.012*
* p<0.05								

Uygulanan Kruskal-Wallis H testi sonucunda (Tablo 6), ankete katılan öğrencilerin sadece bankanın katılım bankası olması ile öğrencilerin aylık gelir gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur (p=0.012<0.05). Aylık 1000TL ve üzeri gelir ile geçinen öğrencilerin tabloda yer alan diğer gelir seviye gruplarındaki öğrencilere göre bankanın katılım bankası olmasına daha fazla önem vermektedir.

Öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelirleri ile öğrencilerin banka tercihleri arasında istatistiksel farklılık olup olmadığı Kruskal-Wallis H testi ile incelenmiş, Tablo 7'deki faktörlere ilişkin, ankete cevap veren öğrencilerin ailelerinin gelir gruplarına göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Ho: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler ile öğrencinin ailesinin aylık toplam geliri gruplarına göre farklılık göstermemektedir.

H6: Öğrencilerin banka tercihinde etkili olan faktörler ile öğrencinin ailesinin aylık toplam geliri gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 7: Öğrencilerin Banka Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin Öğrencilerin Ailelerinin Aylık Toplam Geliri Gruplarına Göre Karşılaştırılması							
FAKTÖRLER	1000 TL VE ALTI	1001-3000 TL	3001-5000TL	5001TL VE ÜZERİ	X ²	s.d.	p
M26:Banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması	105.14	102.14	95.50	46.75	9.537	3	0.023*
* p<0.05							

Kruskal-Wallis H testi sonucunda (Tablo 7), ankete cevap veren öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelir gruplarına göre "Banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması" maddesi arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (p=0.023<0.05). Ailesi aylık 1000TL ve altında bir gelir ile geçinen öğrenciler, bankada çalışan personelin güler yüzlü davranmasına diğer gruplardaki öğrencilerden daha fazla önem vermektedir. Bu maddeye (M26) en az önem veren öğrenci grubunun ailesi ise ankette aylık en üst geliri belirten (5001TL ve üzeri gelir) aile grubudur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Görelle Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümü'nde eğitim gören üniversite öğrencilerinin banka tercihleri üzerine gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarını aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz;

Öğrencilerin %68'i kamu bankası (Ziraat Bankası) müşterisidir. Bunda Ziraat Bankası'nın ülke genelindeki yaygın şube ağı ve para çekme makinesi sayısı gibi unsurlarla bankaya ulaşılabilirliğinin kolay olması, bankanın güvenilirliği, itibarı gibi unsurlar ve bütün bunlara ek olarak öğrencilerin devlet burslarının bu bankaya yatıyor olması etkilidir.

Öğrencilerin %71.6'sı hizmet aldığı banka tercihinden oldukça memnun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin banka tercihinde önem verdikleri en önemli unsurlar sırasıyla bankanın dürüstlüğü", "bankanın güvenilirliği", "banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması", "bankanın hızı" ve "personelin uzmanlık seviyesi" olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın " Banka şubesinin araç park yerinin olması", "bankanın katılım bankası olması", "bankanın uluslararası bir bankanın iştiraki olması", "arkadaşların bankayı tavsiye etmesi" faktörlerinin ise etki derecelerinin en düşük dört faktördür.

Öğrencilerin gerek kendi gerekse ailelerinin toplam gelirleri dikkate alındığında orta seviyenin altında bir gelir grubu örneklemimizi oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin araç sahibi olma olasılığı oldukça düşük olduğundan, bu grubun banka tercihinde bankaya yakın bir konumda araç park yerinin bulunmaması banka tercihini en az seviyede etkileyecek madde olarak karşımıza çıkmıştır.

Kız öğrenciler; "banka şubesinin eve yakın bir konumda olması, banka şubesinin araç park yerinin olması, bankanın aile ve arkadaş çevresi tarafından tavsiye edilmesi unsurlarını erkeklere göre daha önemli bulduğu sonucu elde edilmiştir.

İkinci öğretimde okuyan bankacılık ve finans öğrencileri; bankanın kamu bankası olmasına, bankanın büyüklüğüne, istikrarına, itibarına, faiz oranlarının seviyesine, şube sayısına ve çekici teklifler sunmasına birinci öğretimde okuyan bankacılık finans öğrencilerine göre daha fazla önem verdiği görülmüştür.

Son sınıfta okuyan öğrenciler bankanın istikrarına, banka çalışma saatlerine ve geçmiş tecrübelerine diğer alt sınıflarda okuyan öğrencilerinden daha fazla önem vermektedir. Bankanın katılım bankası olması faktörüne ise birinci sınıfta okuyan öğrencilerin diğer sınıflarda okuyan öğrencilerden daha fazla önem verdiği belirlenmiştir. İkinci sınıf öğrencileri ise "bankanın boyutu" faktörünü 1., 3. ve 4. sınıflarda okuyan öğrencilere göre daha önemsedığı sonucu elde edilmiştir.

Öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelir gruplarına göre "Banka personelinin müşteriye güler yüzlü davranması" maddesi arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Ailesi aylık 1000TL ve altında bir gelir ile geçinen öğrenciler, bankada çalışan personelin güler yüzlü davranmasına diğer gruplardaki öğrencilerden daha fazla önem vermektedir.

Araştırma bulguları ışığında; öğrencilerin bankacılık tercihleri hususunda görüşlerinin farklı bankalardan hizmet almaları sonrasında değişebileceği düşünülmektedir. Dolayısı ile öğrencilerin kamu bankası dışında diğer özel banka hizmet ve ürün alımlarının önerilebilir veya en azından ön yargıları mevcut ise bunu aşma hususunda çalışmalar gerçekleştirilebilir. Banka sektöründe pazarlama departman çalışanları bu hususa dikkatlerini çekebiliriz.

Bu çalışmaya benzer şekilde, başka örneklem grupları ile çalışma yapılabilir. Farklı üniversite ve bölümlerin öğrencilerine uygulama yapılabilir. Özellikle gelir seviyesi yüksek olan vakıf üniversitelerinde okuyan öğrenciler için çalışma önerilir.

KAYNAKÇA

- ALMOSSAWI, Mohammed (2001). "Bank Selection Criteria Employed by College Students in Bahrain: An Empirical Analysis", *The International Journal of Bank Marketing*, 19(3),s.115-125.
- AREGBEYEN, Omo (2011). "The Determinants of Bank Selection Choices by Customers: Recent and Extensive Evidence from Nigeria", *International Journal of Business and Social Science*, 2(2), s.276-288.
- CHIGAMBA, Cleopas & FATOKI, Olawale (2011). "Factors Influencing the Choice of Commercial Banks by University Students in South Afrika", *International Journal of Business and Management*, 6(6), s.66-76.
- DELVIN, James & GERRARD, Philip (2005). "A Study of Customer Choice Criteria for Multiple Bank Users", *Journal of Retail and Consumer Services*, 12(4), s.50-63.
- JUNIOR, Atta Dabone, OSEI, Bright Addiyiah & PETERSHIE, Biggles (2013). "Factors Affecting Customers Choice of Retail Banking in Ghana", *International Journal of Research in Social Sciences*, 3(1), s.37-44.
- KARAMUSTAFA, Kurtuluş & YILDIRIM, Mehmet (2007). "Tüketicilerin Bireysel Banka Tercihine İlişkin Kayseri İlinde Yapılan Bir Araştırma", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), s.56-92.
- KHAİTBAEVA, Shirin, AL-SUBAİEY, Abdulaziz Ahmed & Enyinda,Chris I. (2014). "An Empirical Analysis of Attributes Influencing Bank Selection Choices by Customers in the UAE: The Dubai Context", *Proceedings of the First Middle East Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking (ME14 DUBAI Conference) Dubai, 10-12 October 2014 ISBN: 978-1-941505-16-8 Paper ID_D4115*

MOKHLIS, Safiek, SALLEH, Hayatul Safrah & MAT, Nik Hazimat Nik (2009). "Commercial Bank Selection: Comparison between Single and Multiple Bank Users in Malaysia", *International Journal of Economics and Finance*, 1(2), s.263-273.

ÖZSOY, İsmail, GÖRMEZ, Birol, MEKİK & Seden (2013). "Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri:Ampirik Bir Tetkik", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1),s.187-206.

REHMAN, Hafeez Ur & AHMED, Saima (2008). "An Empirical Analysis of the Determinants of Bank Selection in Pakistan:A Customer View", *Pakistan Economic and Social Review*, 46(2), s.147-160.

TAŞKIN, Çağatan, AKAT,Ömer & EROL, Züheyla (2010). "Tüketicilerin Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bursa'da Bir Araştırma", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), s.11-22.

<http://www.tbb.org.tr/content/upload/dokuman/796/rekabetkitap.pdf> , Erişim Tarihi:26/11/2015.