

TÜKETİCİLERİN ÜRÜN TERCİHİ: CEP TELEFONU TERCİHİ ÖRNEĞİ

Yrd.Doç.Dr. Fatih ÇEMREK
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Fen Ed. Fak. İstatistik Böl.
fcemrek@ogu.edu.tr

Yrd.Doç.Dr. Zeynep FİLİZ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Fen Ed. Fak. İstatistik Böl.
zfiliz@ogu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin cep telefonu tercihinde nelerin önemli olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için hazırlanan bir anket, 2008-2009 öğrenim yılında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerden rassal olarak seçilen 322 öğrenciye uygulanmıştır. Hazırlanan ankette yer alan sorulara verilen cevaplar 5'li Likert Ölçeği (1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3:Fikrim Yok, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum) olarak verilmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin çeşitli özellikleri (yaş, cinsiyet, bölüm vb.) için frekans ve yüzde değerleri, daha sonra da cep telefonu tercihine ilişkin sorulara verilen cevapların frekans ve yüzde değerleri belirlenmiştir. Çalışmaya katılan kız ve erkek öğrenciler arasında, sorulara verilen cevaplar bakımından farklılık olup olmadığını belirlemek için bağımsız iki örneklem t testi yapılmıştır. Ayrıca, çalışmaya katılan öğrencilerin kullandıkları cep telefonu markası, öğrenim gördükleri bölüm, cep telefonu kullanma süresi gibi özelliklere ait gruplar arasında cep telefonu tercih etmelerine ilişkin düşünceleri bakımından farklılık olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Ürün Tercihi, Cep Telefonu, Cep Telefonu Tercihi.

PRODUCT PREFERENCES OF CONSUMERS: CASE OF MOBILE TELEPHONE

ABSTRACT

In this study, it was tried to determine the important factors which effect the mobile phone preferences of university students. For this reason, a questionnaire form was prepared and the form was answered by 322 students who were chosen randomly from Eskişehir Osmangazi University studying in 2008-2009 term. The responses to the questions on the questionnaire were arranged in a Likert Scale as follows (1: Definitely I disagree, 2: I disagree, 3: No comment, 4: I agree, and 5: Definitely I agree). Frequencies and percentages for some properties of participants (age, gender, department etc.) were determined; thereafter frequencies and percentages for answers to the questions about mobile phone preferences of university students were resolved. Independent two samples t test was performed to determine whether there were differences between male and female participants in respect to the answers. Analysis of variance was also applied to find out if there are any differences in mobile phone preferences of the participants with regard to groups of factors such as mobile phone brands used by the participants, their departments, and for how long they have had their mobile phones.

Keywords: Consumer, Product Preference, Mobil Phone, Mobil Phone Preference.

1. GİRİŞ

Günümüzde insanlar her gün mal ve hizmet satın alırken, sözkonusu mal ve hizmetlerin çeşitli özelliklerini dikkate alarak bir tercih yapılmaktadır. Yapılan bu tercihler doğrultusunda ve hizmet satın alınmaktadır. Mal ve hizmet üretenler ise, kendi mal ve hizmetini satın alacak potansiyel tüketicilerin tercihlerini belirlemek amacıyla birçok araştırma yapmaktadır. Yapılan bu araştırmalarda tüketicilerin ürün satın alırken yaptıkları tercihlerin neler olduğu, yapılan tercihte nelere dikkat ettikleri belirlemek amacı güdülmektedir. Tüketicilerin mal ve hizmet tercihlerini belirleyerek, bu tercihlere uygun mal ve hizmet üretimi yapmak üzere mal ve hizmet geliştirme çalışmaları yapılmaktadır.

Tüketici tercihleri konusunda yapılan çalışmalara bakıldığında, Aktuğlu ve Temel (2006) yaptıkları çalışmada kamu sektöründe çalışan tüketicilerin giysi satın alma davranışlarında marka tercihleri ve bunları etkileyen faktörleri değerlendirmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, kamu sektöründe çalışanların giysi tercihlerinde markayı bazen önemli gördükleri belirlenmiştir. Ayrıca, belirli bir markayı tercih etmedikleri, markalı ürünleri kaliteli, fiyatı yüksek olarak değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka sonuçta ise, markanın garantili ve tanınır/bilinir ürünü ifade ettiği; markalı ürünleri satın alırken kalitesinin önemli olmasının yanında promosyonlar ve önerilerin etkili olduğu belirlenmiştir.

Akpınar ve Yurdakul (2008), tüketicilerin gıda ürünleri marka tercihinde etkili faktörleri analiz ederek marka sadakat düzeylerini ölçmüşlerdir. Gıda ürünlerinde marka tercihini belirleyen temel faktörlerin, ambalaj özellikleri, tat-kıvam, marka imajı-bulunabilirliği, ürün kalitesi ve ekonomikliği olduğu belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilen diğer sonuçlar ise, gıda ürünlerinde marka sadakat düzeyinin gelir gruplarına göre değiştiği, marka değiştirme koşullarının da sadakat düzeylerinde oldukça değişkenlik gösterdiği ve tüketicilerin tercihlerinin 2-3 marka arasında bölündüğü şeklindedir.

Tayfun ve Uygur Meydan (2008), üniversite öğrencilerinin fast food restoran tercihlerinde belirleyici olan faktörleri belirlemeye ve Türk ve yabancı kökenli markalı fast food restoran tercihlerini karşılaştırmaya çalışmışlardır. Yapılan istatistiksel analiz neticesinde tercih edilen restoranın markasının yerli ya da yabancı olması ile hizmet satın alınımında etkili olan fiziksel şartlar ve işletme imajı arasında farklılık olduğu şeklindedir.

Okumuş Aras ve Bulduk (2003), tüketicilerin süpermarketlerdeki alışveriş alışkanlıkları ve ürün seçimini etkileyen etmenleri belirlemek için Konya’da bir çalışma yapmışlardır. Alışveriş yapılan market seçiminde kadınlar en çok ulaşım kolaylığına dikkat ederken, erkeklerin otopark, kredi kartı kullanımı ve çocuk parkına en çok önem verdikleri belirlenmiştir. Gıda ürünleri satın alınımında ise, son kullanma tarihi ve sağlığa uygunluğa dikkat edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Tüketicilerin, gıda ürünlerini haftalık, temizlik ürünlerini ise aylık olarak satın aldıkları, gıda ve temizlik ürünlerini satın alırken markaya önem verdikleri de elde edilen diğer sonuçlardır.

Tüketicilerin satın alma davranışı ve yaşam tarzı üzerinde renklerin etkisini belirlemek için Sarıkaya ve Sütütemiz (2004) tarafından yapılan çalışmada, yaşam tarzı ile tüketicilerin renk tercihleri arasındaki ilişkiye yönelik olarak çıkarsamalar yapmanın

mümkün olmadığı ve tüketicilerin renkleri seçerken piyasada yer alan ürünlerin marka renklerinden etkilendikleri belirlenmiştir.

Cengiz vd. (2007), öğrencilerin orta öğretim kurumu tercihlerinde etkili olan okullarla ilgili faktörleri incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, okul tercihinde etkili faktörlerin okulun çevrede iyi eğitim veren başarılı bir okul olarak tanınmış olması, bu okuldan mezun olmanın üniversiteye girişte sağladığı kolaylık (ek puan, sınavsız geçiş hakkı gibi) ve okulun öğretmen kadrosunun deneyimli ve tanınmış öğretmenlerden oluşması olduğu saptanmıştır.

Tüketicilerin tercihlerini belirlemek için diğer araştırmalar (Örücü, 2003; Özdil vd., 2005; Adamczyk, 2005; Oktay, 2006; Çivitçi ve Terli, 2008) tarafından yapılmıştır.

Cep telefonunun Türkiye ve Dünyadaki gelişimi ve çeşitli istatistikler hakkında bilgi vermek gerekirse; Türkiye cep telefonu sektörü açısından dünyada en hızlı büyüme gösteren bir ülkeler arasındadır. Türkiye’de cep telefonu 1994 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Ulaştırma Bakanlığı ve Bilgi Teknolojileri İletişim Kurumu verilerine göre, Türkiye’de 1994 yılında abone sayısı 80000 olarak gerçekleşmiştir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) 2009 yılı Haziran ayında cep telefonu abone sayısını 63.614.157 olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı tarafından hazırlanan "Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü 3 Aylık (2010 Yılı 1. Çeyrek) Pazar Verileri Raporu"na göre 2010 yılı ilk üç ayı sonunda abone sayısı 61.5 milyon olmuştur. Rapora göre, önceki üç aylık döneme göre abone sayıları bakımından Turkcell’de yüzde 3,1, Avea’da yüzde 2,4 azalma görülürken, Vodafone’da ise yüzde 0,9 oranında artış gerçekleşmiştir. Bu yılın üç aylık dönemi itibarıyla Avea’nın abone sayısı 11 milyon 550 bin, Turkcell’in abone sayısı 34 milyon 260 bin, Vodafone’un abone sayısı ise 15 milyon 720 bin oldu. (TK, 2010; SABAH, 2010, UBAK, 2010). (Erişim tarihi: 28 Temmuz 2010).

Ipsos KMG’nin her ay düzenli olarak gerçekleştirdiği Telefon ve İnternet Kullanım Raporu’nun Eylül ayı sonuçlarına göre Türkiye’de iletişim harcamalarında cep telefonu yüzde 60’lık oranla ilk sırada yer alırken, ev/iş telefonları yüzde 28 – 30, internet kullanımı ise yüzde 11 olduğu belirtilmiştir. 15 – 17 yaş grubu yüzde 48,4 ile en çok SMS kullanan grup olarak öne çıkıyor. Türkiye’de toplam GSM hat sayısı 53 milyona ulaşmış olup, 15 yaş üstündeki 43,5 milyon birey cep telefonu sahibidir. En fazla günlük ortalama görüşme yapan grup 18–24 yaş grubu yüzde 10,7’ lik bir kesimi oluşturmaktadır. Diğer yaş gruplarının ise günlük konuşma oranı yüzde 7 dolaylarında seyretmektedir. Rapora göre ayrıca, Eylül ayında günde ortalama 135 milyon dakika telefon görüşmesi gerçekleştirilirken 139 milyon SMS gönderilmiştir (CEPDESTEK, 2009).

İlk olarak 1986 yılında NMT-450 araç telefonu sistemi ile mobil teknolojiler ile tanışan Türkiye, 1994 yılında TTAŞ ile Turkcell ve Telsim arasında imzalanan gelir ortaklığı anlaşmaları ile GSM şebekelerine kavuşmuştur. 1998 yılında bu sözleşmeler lisans haline getirilmiş ve bu iki işletmeci ile imtiyaz sözleşmeleri imzalanmıştır. Bu lisansların verilmesinin ulusal telekomünikasyon sektöründe ilk kez özel sektörün doğrudan hizmet sunması anlamına geldiği için büyük önemi bulunmaktadır.

2000 yılında GSM 1800 frekans bandında ihaleye çıkmış fakat biri İŞTİM (Aria) diğeri TTAŞ'a (Aycell) olmak üzere iki lisans verilebilmiştir. Bu iki işletmecinin 2004 yılında birleşmeleri sonucunda TT-TIM kurulmuş ve GSM operatörü sayısı üçe düşmüştür.

VIII. Plan Dönemine ilişkin mobil telefon abone sayısı tahmini, 2003 yılı için 35 milyon, 2005 yılı için ise 40 milyon olarak geçmektedir. 2005 yılı Temmuz ayı itibarıyla abone sayısı ise 40,4 milyonu bulmuş ve plan hedefine ulaşılmıştır. Ayrıca, kritik bir eşik olan sabit telefon potansiyel abone sayısının aşılmış olması (cross-over) önemlidir. Buna rağmen Türkiye OECD ülkeleri arasında 100 kişi başına düşen hat sayısında sondan ikinci durumdadır (DPT, 2007: 27).

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) raporlarına göre 2008 yılında cep telefonu abonesi sayısının 4 Milyar kişiyi aştığı tahmin edilmektedir. 2000-2008 yılları arasında mobil telefon abone sayısı artışı yılda ortalama yüzde 24 olarak gerçekleşmiştir (ITU, 2009).

Tablo 1: Cep Telefonu Üreticilerinin Dünyadaki Pazar Payları

Marka	Yüzde
Nokia	37
Siemens	2
Motorola	13
Samsung	10
Sony Ericsson	9
LG	2
Diğer	7

Kaynak: Curevy (2007), www.Curevy.com, Newsletter, March 2007 (Erişim Tarihi: 17.11.2009).

Dünyadaki cep telefonu kullanımına ilişkin bazı istatistiklere bakılırsa;

- Dünyada ortalama konuşma süresi yaklaşık 5 dakika,
- Kısa mesajda kullanılan karakter uzunluğu ortalama 51 karakter,
- Bir ayda gönderilen ortalama kısa mesaj sayısı 17,
- Aylık ortalama cep telefonu ile konuşma süresi 37 dakika,
- Aylık ortalama görüşmeye harcanan para 27 avro ve
- Aylık ortalama kısa mesaj için harcanan tutar 13 avro olarak gerçekleşmiştir.

Amerika'da aylık ortalama kısa mesaj için harcanan tutar 7.87 ABD Doları, aylık ortalama GPRS harcaması da 7.87 ABD Doları olarak belirlenmiştir. Hollanda'da aylık ortalama kısa mesaj için harcanan tutar 12 Avro'dur. Amerika'da kullanılan cep telefonlarının yüzde 55'inin kamerası vardır ve cep telefonu kullanıcılarının yüzde 15'i düzenli olarak cep telefonundan internete girmektedir. Avrupa'da bu oran yüzde 17 ve Çin'de ise yüzde 28 olarak gerçekleşmiştir (Curevy, 2007).

Cep telefonu tercihi ile yapılan çalışmalar incelendiğinde, Aydın ve Özer (2004), yaptıkları araştırmada diskriminant analizi kullanarak, cep telefonu abonesinin GSM operatörü tercihinde, abonenin yakın çevresindeki kişilerin kullandığı GSM operatörü, operatörün ek hizmetleri, müşteri hizmetleri, kapsam alanı, kişinin çevresinin tavsiyesi

ve ücret tarifesi kriterlerine göre operatörlerin konumlandırılması gruplamaya çalışmışlardır.

Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada Gülmez (2005), faturalı-kontrollü hat tercihinde farklılık olup olmadığını araştırmış ve GSM operatörü tercihinde etkili faktörleri belirlemiştir. GSM operatörünün seçiminde en çok önem verilen hususların kapsama alanı, aile ve arkadaşlarının kullandığı GSM operatörünün yaygınlığı, ekonomik olması, hizmet kalitesi ve firma güvenilirliği olduğu sonucu elde edilmiştir.

Özer ve diğerlerinin (2006) yaptığı çalışmada ise, çeşitli sosyo-ekonomik değişkenlere göre cep telefonu hat (faturalı-faturasız) tercih olasılığı logit regresyon modeliyle belirlenmiştir. Oktay ve diğerleri (2006) ise, üniversite öğrencilerinin faturalı-faturasız cep telefonu abonelik türünün tercihini belirlemek üzere yaptıkları çalışmada, okul türü, sınıf, yaş, cinsiyet, barınma yeri türü, aile reisinin eğitim düzeyi, ailedeki fert sayısı ve ailenin gelir düzeyi gibi değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçen nominal ilişki ölçüm yöntemleri kullanarak, etkili faktörleri incelemişlerdir.

Dündar ve Ecer (2008), cep telefonu hattı satın alımında GSM operatörlerinin (Turkcell, Vodafone, Avea) tercih edilme sıralamasını belirlemek üzere analitik hiyerarşi süreci yöntemini kullanmıştır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin cep telefonu hattı satın alımında GSM operatörlerinin (Turkcell, Vodafone, Avea) tercih edilme sıralaması belirlenmiştir. GSM operatörlerinin karar kriterlerine göre tercih edilme sıralaması, tercih düzeyi yüksek olandan başlamak üzere konuşma ücreti kriterine göre Vodafone-Avea-Turkcell; kapsama alanı kriterine göre Turkcell-Vodafone-Avea; ailenin GSM operatörü aboneliği kriterine göre Turkcell-Vodafone-Avea; hizmet kalitesi kriterine göre Turkcell-Vodafone-Avea ve hat ücreti kriterine göre ise Vodafone-Avea-Turkcell şeklindedir. Bu beş kriter birlikte değerlendirildiğinde ise GSM operatörlerinin tercih edilme sıralaması Turkcell-Vodafone-Avea şeklinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca, Sohn ve Yoonseong (2008), Güney Kore’de mobil iletişim abonelerine sunulan hizmetlerin kullanım yapılarını araştırmışlardır. Cep telefonu kullanıcıları, GSM operatörlerinin hizmetlerinin kullanımına göre gruplandırmaya çalışmışlardır. Sonuçta üç grup kullanıcı tipi ortaya çıkmıştır. Birinci grup kullanıcılar, boş vakit geçirme ve eğlence amaçlı hizmetleri kullanmaktadır. İkinci grupta yer alan kullanıcıların, düşük fiyatlı ve pratik amaçlı hizmetleri kullandıkları belirlenmiştir. Üçüncü grupta yer alan kullanıcıların ise, genel kullanım karakteristikleri olmayan abonelerdir.

AB üyesi ve aday ülkelerde cep telefonu abone sayısı ve 100 kişiye düşen cep telefonu sayısına ilişkin değerler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2’ye göre, en çok cep telefonu abone sayısı olan ülkeler arasında sırasıyla Almanya, İtalya, Birleşik Krallık, Türkiye ve Fransa ilk 5 sırayı almaktadır. 100 kişiye düşen cep telefonu sayısına bakıldığında ise ilk 5 sırada yer alan ülkelerin Lüksemburg, Litvanya, İtalya, Çek Cumhuriyeti ve Estonya olduğu görülmektedir.

Türkiye’de ilk cep telefonu kullanımı 1994 yılında başlamıştır. 1994-2008 yılları arasında Türkiye’de cep telefonu abone sayısı Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 2: AB Üyesi ve Aday Ülkelerde Cep Telefonu Abone Sayısı ve 100 Kişiyeye Düşen Cep Telefonu Sayısı (2006)

ÜLKE	CEP TELEFONU ABONE SAYISI (1000)	100 KİŞİYE DÜŞEN CEP TELEFONU SAYISI
AB(27)	520094	106
AB(25)	494422	107
AB(15)	418536	107
AVRO BÖLGESİ	255808	83
BELÇİKA	9383	89
BULGARİSTAN	8253	107
ÇEK CUMHURİYETİ	12753	124
DANİMARKA	5830	107
ALMANYA	85700	104
ESTONYA	1579	117
İRLANDA	4700	112
YUNANİSTAN	10980	99
İSPANYA	46169	106
FRANSA	51663	82
İTALYA	78571	134
KIBRIS	868	113
LETONYA	2184	95
LİTVANYA	4718	139
LÜKSEMBURG	714	155
MACARİSTAN	9966	99
MALTA	347	86
HOLLANDA	18400	113
AVUSTURYA	9257	112
POLONYA	36758	96
PORTEKİZ	12226	116
ROMANYA	17419	81
SLOVENYA	1820	91
SLOVAKYA	4893	91
FİNLANDIYA	5679	108
İSVEÇ	9607	106
İNGİLTERE (BİRLEŞİK KRALLIK)	69657	115
HIRVATİSTAN	4395	99
TÜRKİYE	52663	73

Kaynak: EUROSTAT (2009),

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/images/1/14/Mobile_phone_subscriptionsyüzde 2C_2006_yüzde 28average_number_of_subscriptions_per_100_inhabitantsyüzde 29.PNG , (Erişim Tarihi: 11 Kasım 2009).

Tablo 3: Türkiye’de Yıllara Göre Cep Telefonu Abone Sayısı (Milyon)

Yıllar	GSM Abone Sayısı	Değişim Oranı (Yüzde)	Yıllar	GSM Abone Sayısı	Değişim Oranı (Yüzde)
1994	81.968	***	2002	23.323.113	27,95
1995	332.716	305,91	2003	27.887.535	19,57
1996	692.779	108,22	2004	34.707.549	24,46
1997	1.481.323	113,82	2005	43.608.965	25,64
1998	3.360.000	126,82	2006	52.662.709	17,00
1999	7.560.000	125,00	2007	61.975.807	17,68
2000	14.970.000	98,02	2008	65.824.110	6,21
2001	18.228.598	21,77	2009	62.800.000	-4,59

Kaynak: DPT (2001), Telekomünikasyon Kurumu Faaliyet Raporu 2001, DPT Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Haberleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu; Kahraman Yapıcı, 2007, GSM’de Pazar Büyüyor, Rekabet Küçülüyor .

Tablo 3 incelendiğinde, Türkiye’de 1994 yılında yaklaşık 82 bin olan abone sayısının 2009 yılında, 766 katına çıkarak, yaklaşık 63 milyona ulaşmış olduğu görülmektedir.

2. ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN CEP TELEFONU TERCİHİNE İLİŞKİN ANALİZ SONUÇLARI

Cep telefonu tercihinde etkili olan nedenleri belirlemek için, 2008-2009 öğretim yılında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde öğrenim gören 16182 öğrenci arasından basit rassal örnekleme yoluyla öğrenciler seçilmiştir. Örneklem hacmi, 0.05 anlamlılık düzeyine karşılık gelen $z=1.96$, d (duyarlılık)= 0.05 ve p ve $q=0.5$ alındığında uygun örneklem büyüklüğü 384 birim olarak hesaplanmıştır. 384 anketten 322’si geri dönmüştür. 322 öğrenciye Tablo 5’te yer alan sorular sorulmuştur. Analizde elde edilen sonuçlara aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmiştir

2.1. Çalışmaya Katılanların Çeşitli Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri

Çalışmaya katılan öğrencilerin çeşitli özellikleri için elde edilen frekans ve yüzdeler Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4’ten de görüleceği üzere, çalışmaya katılanların yüzde 48’i erkek, yüzde 52’si bayan; yüzde 17.4’ü 17-19 yaş grubunda, yüzde 68.3’ü 20-22 yaş grubunda ve kalan yüzde 14.9’u 22 ve daha fazla yaşa sahiptir; çalışmaya katılan öğrencilerin yüzde 24.5’i Matematik, yüzde 23.3’ü İktisat, yüzde 7.1’i Biyoloji, yüzde 7.1’i İstatistik, yüzde 8.7’si Matematik Öğretmenliği, yüzde 3.7’si Fizik, yüzde 12.7’si Endüstri Mühendisliği, yüzde 5’i Maliye, yüzde 6.2’si Tıp ve yüzde 1.6’sı Kimya öğrencisidir.

Gelirlerine bakıldığında öğrencilerin, 200-299 TL aylık geliri olan öğrenciler en yüksek frekansla gözlenmiştir. yüzde 28.9’luk bir kesim 300-399 TL aylık gelire sahiptir. Kullanılan cep telefonu markası incelendiğinde ise; yüzde 55,9’u Nokia marka, yüzde 16,1’i Siemens marka, yüzde 9’u Sony-Ericsson, yüzde 4’ü Motorola marka ve kalan yüzde 14.9’u ise diğer marka cep telefonu kullanmaktadırlar.

Öğrencilerin yüzde 41.3'ü 1-3 yıldır, yüzde 24.8'i 1 yıldan az, yüzde 23.6'sı 3-5 yıl ve yüzde 10.2'si ise 5 yıl ve daha fazla zamandır cep telefonu kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 4: Ankete Katılanların Frekansları ve Yüzdeleri

Değişken	Düzyey	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Bay	155	48.1
	Bayan	167	51.9
Yaş	17-19	56	17.4
	20-22	220	68.3
	23-25	44	13.7
	26-28	1	0.3
	29+	1	0.3
	Bölüm	Matematik	79
İktisat		75	23.3
Biyoloji		23	7.1
İstatistik		23	7.1
Matematik Öğrt.		28	8.7
Fizik		12	3.7
Endüstri Müh.		41	12.7
Maliye		16	5.0
Tıp		20	6.2
Kimya		5	1.6
Gelir	150-199	50	15.5
	200-299	112	34.8
	300-399	93	28.9
	400-499	31	9.6
	500+	36	11.2
Cep Telefonu Markası	Nokia	180	55.9
	Sony-Ericsson	29	9.0
	Motorola	13	4.0
	Siemens	52	16.1
	Diğer	48	14.9
Cep Telefonu Kullanma Süresi	1 yıldan az	80	24.8
	1-3 yıl	133	41.3
	3-5 yıl	76	23.6
	5 yıl ve daha fazla	33	10.2

Anketi cevaplayan öğrencilerin, çalışmada cep telefonu tercihine ilişkin tutumları ifade eden sorulara verilen cevaplar için frekans ve yüzdeleri Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5: Çalışmada Kullanılan Sorulara Verilen Cevaplara İlişkin Frekans ve Yüzdeler

Kullandığım cep telefonu markasını;	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	f	yüzde	f	yüzde	f	yüzde	f	yüzde	f	yüzde
Uzun ömürlü olduğu için tercih ediyorum.	116	36,0	148	46,0	31	9,6	21	6,5	6	1,9
Ucuz olduğu için tercih ediyorum.	18	5,6	87	27,0	42	13,0	143	44,4	32	9,9
Garanti süresi olduğu için tercih ediyorum .	78	24,2	152	47,2	48	14,9	35	10,9	9	2,8
Kolay kullanımlı olduğu için tercih ediyorum.	124	38,5	145	45,0	17	5,3	28	8,7	8	2,5
Küçük olduğu için tercih ediyorum.	129	40,1	123	38,2	21	6,5	41	12,7	8	2,5
Hafif olduğu için tercih ediyorum.	128	39,8	120	37,3	19	5,9	47	14,6	8	2,5
Fotoğraf çekme özelliği olduğu için tercih ediyorum.	18	5,6	22	6,8	49	15,2	125	38,8	108	33,5
Kamera işlevi gördüğü için tercih ediyorum.	12	3,7	18	5,6	57	17,7	124	38,5	111	34,5
İnternete bağlanabildiğim için tercih ediyorum.	43	13,4	68	21,1	50	15,5	93	28,9	68	21,1
Oyun oynama imkanı olduğu için tercih ediyorum.	27	8,4	74	23,0	48	14,9	104	32,3	69	21,4
Radyo bağlantısı olduğu için tercih ediyorum.	23	7,1	47	14,6	43	13,4	137	42,5	72	22,4
Melodi yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	38	11,8	112	34,8	37	11,5	90	28,0	45	14,0
Logo yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	39	12,1	98	30,4	42	13,0	94	29,2	49	15,2
Ses kaydı olduğu için tercih ediyorum.	40	12,4	81	25,2	45	14,0	104	32,3	52	16,1
Resim düzenleyici olduğu için tercih ediyorum.	33	10,2	73	22,7	49	15,2	107	33,2	60	18,6
Birden fazla ekran rengi olduğu için tercih ediyorum.	33	10,2	53	16,5	61	18,9	103	32,0	72	22,4
Kullandığım bu cep telefonunu;	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Fikrim yok		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	f	yüzde	f	yüzde	f	yüzde	f	yüzde	f	yüzde
Hiçbir şartta değiştirmem.	23	7,1	29	9,0	49	15,2	168	52,2	53	16,5
Kalitesi düşerse değiştiririm.	77	23,9	143	44,4	12	3,7	70	21,7	20	6,2
Şarjı normalden daha kısa sürede biterse değiştiririm.	146	45,3	133	41,3	11	3,4	17	5,3	15	4,7
Çevremdeki insanlar çok ısrar ederse değiştiririm.	9	2,8	30	9,3	39	12,1	118	36,6	126	39,1
Farklı markaları deneme merakımdan dolayı değiştiririm.	29	9,0	55	17,1	27	8,4	124	38,5	87	27,0
Kendimle özleştiriyorum.	44	13,7	68	21,1	78	24,2	85	26,4	47	14,6

Tablo 5'ten aşağıdaki sonuçlara ulaşılabılır:

- Ankete katılanların yüzde 82'si telefonu uzun ömürlü olacağı için kullanmaktadır.
- Yüzde 71'i telefonun garantisi olduğu için tercih etmektedir.

- Katılımcıların yüzde 84'ü cep telefonunun kullanımını kolay olduğu için tercih etmektedir.
- Katılımcıların yaklaşık yüzde 78'inin cep telefonunun hafif ve küçük olduğu için tercih ettiği görülmektedir.
- Fotoğraf çekme, kamera, internete bağlanma, ses kaydı, resim düzenleyicisi, radyosunun olması gibi özelliklerin cep telefonu tercihinde önem verilmeyen konular olduğu görülmektedir.
- Ayrıca, katılımcılar, cep telefonunun kalitesi düşerse (marka bağlamında), şarj süresinin azalması durumunda, kullanılan cep telefonunu değiştireceklerini belirttikleri belirlenmiştir.

2.2. t Testi Sonuçları

Çalışmaya katılan kız ve erkek öğrenciler arasında, Tablo 5'te yer alan sorulara verilen cevaplar bakımından farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan bağımsız iki örneklem t testi sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören kız ve erkek öğrencilerin cep telefonu kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören bay ve bayan öğrencilerin cep telefonu kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo 6'dan, kızlarla erkekler arasında;

- cep telefonunu **ucuz** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından;
- cep telefonunu **küçük** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından;
- cep telefonu **hafif** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından;
- cep telefonun **fotoğraf çekme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından;
- cep telefonunun **interneteye bağlandığı** için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından;
- cep telefonunun oyun oynama imkanı olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından;
- cep telefonunu şarjı normalden daha kısa sürede biterse değiştiririm sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6: Cinsiyet İle Cep Telefonu Kullanımına İlişkin Sorular Arasında Farklılık Olup Olmadığını Araştırmak İçin Yapılan t Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t istatistiği	p değeri
Uzun	Bay	155	1.9032	0.94508	-0.352	0.725
	Bayan	167	1.9401	0.93590		
Ucuz	Bay	155	3.0774	1.09031	-2.844	0.005
	Bayan	167	3.4311	1.13795		
Garanti	Bay	155	2.2581	1.08615	0.848	0.397
	Bayan	167	2.1617	0.95260		
Kolay	Bay	155	1.8194	0.99656	1.674	0.095
	Bayan	167	2.0060	1.00299		
Küçük	Bay	155	1.8645	1.12860	-2.048	0.041
	Bayan	167	2.1138	1.05522		
Hafif	Bay	155	1.8258	1.08800	-3.147	0.002
	Bayan	167	2.2156	1.13073		
Foto	Bay	155	3.7419	1.16127	-2.126	0.034
	Bayan	167	4.0060	1.06701		
Kamera	Bay	155	3.8581	1.04097	-1.433	0.153
	Bayan	167	4.0240	1.03524		
İnternet	Bay	155	2.8258	1.40569	-5.428	0.000
	Bayan	167	3.6108	1.18652		
Oyun	Bay	155	3.0581	1.40610	-4.112	0.000
	Bayan	167	3.6287	1.07261		
Radyo	Bay	155	3.5097	1.19722	-1.078	0.282
	Bayan	167	3.6527	1.18183		
Melodi	Bay	155	2.8581	1.32625	-1.573	0.117
	Bayan	167	3.0838	1.24868		
Logo	Bay	155	3.0452	1.34523	-0.060	0.952
	Bayan	167	3.0539	1.26232		
Resim	Bay	155	3.1871	1.38539	-1.163	0.246
	Bayan	167	3.3533	1.17749		
Ekran	Bay	155	3.2645	1.37263	-1.804	0.072
	Bayan	167	3.5210	1.17626		
Sart	Bay	155	3.5613	1.16264	-0.903	0.367
	Bayan	167	3.6707	1.00866		
Kalite	Bay	155	2.4645	1.26531	0.631	0.528
	Bayan	167	2.3772	1.21545		
Sarj	Bay	155	1.9548	1.16408	2.143	0.033
	Bayan	167	1.7066	.90721		
İsrar	Bay	155	3.9226	1.18176	-1.255	0.211
	Bayan	167	4.0719	.94785		
Merak	Bay	155	3.5871	1.39007	0.168	0.867
	Bayan	167	3.5629	1.20013		
Özdes	Bay	155	3.2129	1.32893	1.939	0.053
	Bayan	167	2.9401	1.19588		

2.3. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

2.3.1. Farklı Marka Cep Telefonu Kullanan Öğrencilerin Sorulara Verdikleri Cevaplar İçin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin kullandıkları cep telefonu markasının cep telefonu kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin kullandıkları cep telefonu markasının cep telefonu kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Farklı marka cep telefonu kullanan öğrencilerin Tablo 5'te yer alan sorulara verdikleri cevaplar bakımından marka grupları arasında farklılık olup olmadığını araştırmak için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7'den kullanılan cep telefonu markası grupları arasında;

- Cep telefonunu **uzun ömürlü** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık belirlenmiştir ve farklı olan grupların ise **Nokia-Motorola, Siemens- Motorola ve Diğer-Motorola** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **ucuz** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık olduğu belirlenmiş ve farklı olan grupların ise, **Nokia-Motorola, Nokia-Siemens ve Nokia-Diğer** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **kolay kullanımlı** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar, **Nokia-Motorola, Panasonic-Motorola, Sony Ericsson-Motorola, Siemens-Motorola ve Diğer-Motorola** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **küçük** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar, **Nokia-Sony Ericsson, Nokia-Siemens, Sony Ericsson-Diğer ve Siemens-Diğer** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **hafif** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise, **Nokia-Sony Ericsson-Motorola** grupları olduğu,
- Cep telefonununun **kamera işlevi** gördüğü için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan grupların **Nokia-Motorola, Nokia-Diğer ve Sony Ericsson-Motorola** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **radyo bağlantısı** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Nokia-Panasonic, Nokia-Motorola, Nokia-Siemens ve Nokia-Diğer** grupları olduğu,
- Cep telefonununun **melodi yükleme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Nokia-Diğer, Nokia-Sony Ericsson ve Siemens-Sony Ericsson** grupları olduğu,

Tablo 7: Farklı Marka Cep Telefonu Kullanan Öğrencilerin Cep Telefonunu Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

SORU		KT	sd	KO	F	p	Tukey Sonuçlarına Göre Farklı Olan Gruplar
Uzun ömürlü olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	13.820	5	2.764	3.244	0.007	Nokia-Motorola, Siemens- Motorola Diğer-Motorola
	Grup içi	269.239	316	0.852			
	Toplam	283.059	321				
Ucuz olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	34.750	5	6.950	5.883	0.000	Nokia-Motorola, Nokia-Siemens Nokia-Diğer
	Grup içi	373.337	316	1.181			
	Toplam	408.087	321				
Garanti süresi olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	8.105	5	1.621	1.576	0.166	
	Grup içi	324.954	316	1.028			
	Toplam	333.059	321				
Kolay kullanımlı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	37.517	5	7.503	8.313	0.000	Nokia-Motorola, Sony Ericsson-Motorola Siemens-Motorola, Diğer-Motorola
	Grup içi	285.219	316	.903			
	Toplam	322.736	321				
Küçük olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	32.362	5	6.472	5.784	0.000	Nokia-Sony Ericsson, Nokia-Siemens, Sony Ericsson-Diğer, Siemens-Diğer
	Grup içi	353.625	316	1.119			
	Toplam	32.362	5				
Hafif olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	14.382	5	2.876	2.317	0.043	Nokia-Sony Ericsson
	Grup içi	392.366	316	1.242			
	Toplam	406.748	321				
Fotoğraf çekme özelliği olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	9.057	5	1.811	1.456	0.204	
	Grup içi	393.219	316	1.244			
	Toplam		321				
Kamera işlevi gördüğü için tercih ediyorum.	Gruplar arası	13.137	5	2.627	2.487	0.031	Nokia-Motorola, Nokia-Diğer Sony Ericsson-Motorola
	Grup içi	333.857	316	1.057			
	Toplam	346.994	321				
İnternete bağlanabildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	10.281	5	2.056	1.126	0.347	
	Grup içi	577.250	316	1.827			
	Toplam	587.531	321				
Oyun oynama imkanı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	16.136	5	3.227	2.017	0.076	
	Grup içi	505.503	316	1.600			
	Toplam	521.640	321				
Radyo bağlantısı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	22.159	5	4.432	3.241	0.007	Nokia-Panasonic, Nokia-Motorola, Nokia-Siemens,Nokia-Diğer
	Grup içi	432.077	316	1.367			
	Toplam	454.236	321				
Melodi yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	26.685	5	5.337	3.326	0.006	Nokia-Diğer, Nokia-Sony Ericsson Siemens-Sony Ericsson
	Grup içi	507.116	316	1.605			
	Toplam	533.801	321				
Logo yükleyebildiğim için tercih ediyorum	Gruplar arası	38.724	5	7.745	4.851	0.000	Nokia-Motorola, Nokia-Diğer, Siemens-Motorola
	Grup içi	504.481	316	1.596			
	Toplam	543.205	321				
Ses kaydını olduğu için tercih ediyorum	Gruplar arası	21.744	5	4.349	2.621	0.024	Nokia-Siemens, Nokia-Diğer Motorola-Diğer
	Grup içi	524.396	316	1.659			
	Toplam	546.140	321				
Resim düzenleyici olduğu için tercih ediyorum	Gruplar arası	27.379	5	5.476	3.457	0.005	Nokia-Motorola, Nokia-Diğer, Nokia-Diğer, Siemens-Diğer, Sony Ericsson-Motorola,
	Grup içi	500.571	316	1.584			
	Toplam	527.950	321				
Birden fazla ekran rengi olduğu için tercih ediyorum	Gruplar arası	18.770	5	3.754	2.343	0.041	Motorola-Diğer, Nokia-Diğer, Siemens-Diğer,
	Grup içi	506.348	316	1.602			
	Toplam	525.118	321				

- Cep telefonunu **logo yükleme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise, **Nokia-Motorola, Nokia- Diğer** ve **Siemens-Motorola** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **ses kaydetme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Nokia-Siemens, Nokia-Diğer** ve **Motorola-Diğer** grupları olduğu,

- Cep telefonunun **resim düzenleme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Nokia-Motorola, Nokia-Diğer, Siemens-Diğer, Sony Ericsson-Motorola** ve **Sony Ericsson-Diğer** grupları olduğu,
- Cep telefonunun **birden fazla ekran rengi olma özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Motorola-Diğer, Nokia-Diğer** ve **Siemens-Diğer** grupları olduğu belirlenmiştir.

2.3.2. Farklı Marka Cep Telefonu Kullanan Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanımıyla İlgili Tutumlarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Farklı marka cep telefonu kullanan öğrencilerin cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlarına ilişkin Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir.

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin kullandıkları cep telefonu markasının cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin kullandıkları cep telefonu markasının cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo 8: Farklı Marka Cep Telefonu Kullanan Öğrencilerin Cep Telefonunu Kullanımıyla İlgili Tutumlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

SORU		KT	sd	KO	F	p	Tukey Sonuçlarına Göre Farklı Olan Gruplar
Hiçbir şartta değiştirmem.	Gruplar arası	10.331	5	2.066	1.776	0.117	
	Grup içi	367.684	316	1.164			
	Toplam	378.016	321				
Kalitesi düşerse değiştiririm.	Gruplar arası	14.897	5	2.979	1.972	0.083	
	Grup içi	477.504	316	1.511			
	Toplam	492.401	321				
Şarjı normalden daha kısa sürede biterse değiştiririm.	Gruplar arası	13.497	5	2.699	2.533	0.029	Sony Ericsson-Siemens, Nokia- Sony Ericsson, Sony Ericsson-Diğer
	Grup içi	336.764	316	1.066			
	Toplam	350.261	321				
Çevremdeki insanlar çok ısrar ederse değiştiririm.	Gruplar arası	4.676	5	.935	.818	0.538	
	Grup içi	361.324	316	1.143			
	Toplam	366.000	321				
Farklı markaları deneme merakımdan dolayı değiştiririm.	Gruplar arası	15.639	5	3.128	1.897	0.095	
	Grup içi	521.072	316	1.649			
	Toplam	536.711	321				
Kendimle özleştiriyorum.	Gruplar arası	4.071	5	.814	.503	.774	
	Grup içi	511.286	316	1.618			
	Toplam	515.357	321				

Tablo 8’den; cep telefonunu **şarjı normalden daha kısa sürede bitirse değiştiririm** sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık olduğu belirlenmiş ve farklı olan gruplar ise, **Sony Ericsson-Siemens, Nokia- Sony Ericsson ve Sony Ericsson-Diğer** grupları olduğu görülmektedir.

2.3.3. Cep Telefonu Kullanma Süresine Göre Öğrencilerin Cep Telefonunu Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

Cep telefonu kullanma süresine göre öğrencilerin cep telefonunu tercih etme nedenine ait görüşlerine ilişkin Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 9’da gösterilmiştir.

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin cep telefonu kullanma sürelerinin cep telefonu kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin cep telefonu kullanma sürelerinin cep telefonu kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo 9’dan cep telefonu kullanma süresi grupları arasında;

- Cep telefonunu **ucuz** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık olduğu belirlenmiş ve farklı olan grupların ise, **1 yıldan az 1-3 yıl, 1 yıldan az 3-5 yıl ve 1 yıldan az- 5 yıl ve daha fazla** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **küçük** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar, **1 yıldan az- 1-3 yıl ve 1 yıldan az- 3-5 yıl** grupları olduğu,
- Cep telefonunu **hafif** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise, **1 yıldan az- 1-3 yıl ve 1 yıldan az- 3-5 yıl** grupları olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9: Cep Telefonu Kullanma Süresine Göre Öğrencilerin Cep Telefonunu Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

SORU		KT	sd	KO	F	p	Tukey Sonuçlarına Göre Farklı Olan Gruplar
Uzun ömürlü olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	2.034	3	0.678	0.767	0.513	
	Grup içi	281.025	318	0.884			
	Toplam	283.059	321				
Ucuz olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	19.258	3	6.419	5.250	0.002	1 yıldan az 1-3 yıl, 1 yıldan az: 3-5 yıl, 1 yıldan az- 5 yıl ve daha fazla
	Grup içi	388.829	318	1.223			
	Toplam	408.087	321				
Garanti süresi olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	1.938	3	0.646	0.620	0.602	
	Grup içi	331.121	318	1.041			
	Toplam	333.059	321				
Kolay kullanımlı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	2.565	3	0.855	0.849	0.468	
	Grup içi	320.171	318	1.007			
	Toplam	322.736	321				
Küçük olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	12.738	3	4.246	3.618	0.014	1 yıldan az 1-3 yıl, 1 yıldan az: 3-5 yıl
	Grup içi	373.249	318	1.174			
	Toplam	385.988	321				
Hafif olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	15.686	3	5.229	4.252	0.006	1 yıldan az 1-3 yıl, 1 yıldan az: 3-5 yıl
	Grup içi	391.063	318	1.230			
	Toplam	406.748	321				
Fotoğraf çekme özelliği olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	2.434	3	0.811	0.645	0.586	
	Grup içi	399.842	318	1.257			
	Toplam	402.276	321				
Kamera işlevi gördüğü için tercih ediyorum.	Gruplar arası	.441	3	0.147	0.135		
	Grup içi	346.553	318	1.090			
	Toplam	346.994	321				
İnternete bağlanabildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	11.614	3	3.871	2.138	0.095	
	Grup içi	575.91	318	1.811			
	Toplam	587.53	321				
Oyun oynama imkanı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	11.496	3	3.832	2.389	0.069	
	Grup içi	510.14	318	1.604			
	Toplam	521.64	321				
Radyo bağlantısı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	6.879	3	2.293	1.630	.182	
	Grup içi	447.35	318	1.407			
	Toplam	454.23	321				
Melodi yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	11.452	3	3.817	2.324	0.075	
	Grup içi	522.34	318	1.643			
	Toplam	533.80	321				
Logo yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	4.065	3	1.355	0.799	0.495	
	Grup içi	539.14	318	1.695			
	Toplam	543.20	321				
Ses kaydı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	4.332	3	1.444	0.848	0.469	
	Grup içi	541.80	318	1.704			
	Toplam	546.14	321				
Resim düzenleyici olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	0.936	3	0.312	0.188	0.904	
	Grup içi	527.01	318	1.657			
	Toplam	527.95	321				
Birden fazla ekran rengi olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	0.841	3	0.280	0.170	0.917	
	Grup içi	524.27	318	1.649			
	Toplam	525.11	321				

2.3.4. Cep Telefonu Kullanma Süresine Göre Öğrencilerin Cep Telefonunu Kullanımıyla İlgili Tutumlarına İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin cep telefonu kullanma süresine göre cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin cep telefonu kullanma süresine göre cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Cep telefonu kullanma süresine göre öğrencilerin cep telefonunu tercih etme nedenine ait görüşlerine ilişkin Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10'dan cep telefonu kullanma süresi grupları arasında cep telefonunu **hiçbir şartta değiştirmem** sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık olduğu belirlenmiş ve farklı olan gruplar ise, **1-3 yıl 3-5 yıl ve 3-5 yıl- 5 yıl ve daha fazla** olan gruplar olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Cep Telefonu Kullanma Süresine Göre Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanımıyla İlgili Tutumlarına İlişkin ANOVA Sonuçları (Kullandığım bu cep telefonunu;)

SORU		KT	sd	KO	F	p	Tukey Sonuçlarına Göre Farklı Olan Gruplar
Hiçbir şartta değiştirmem.	Gruplar arası	18.779	3	6.260	5.541	0.001	1-3 yıl: 3-5 yıl, 3-5 yıl: 5 yıl ve daha fazla
	Grup içi	359.237	318	1.130			
	Toplam	378.016	321				
Kalitesi düşerse değiştiririm.	Gruplar arası	1.716	3	0.572	0.371	0.774	
	Grup içi	490.684	318	1.543			
	Toplam	492.401	321				
Şarjı normalden daha kısa sürede biterse değiştiririm.	Gruplar arası	2.587	3	0.862	0.789	0.501	
	Grup içi	347.674	318	1.093			
	Toplam	350.261	321				
Çevremdeki insanlar çok ısrar ederse değiştiririm.	Gruplar arası	6.586	3	2.195	1.942	0.123	
	Grup içi	359.414	318	1.130			
	Toplam	366.000	321				
Farklı markaları deneme merakımdan dolayı değiştiririm.	Gruplar arası	7.186	3	2.395	1.439	0.231	
	Grup içi	529.525	318	1.665			
	Toplam	536.711	321				
Kendimle özleştiriyorum.	Gruplar arası	1.616	3	0.539	0.333	0.801	
	Grup içi	513.741	318	1.616			
	Toplam	515.357	321				

2.3.5. Öğrenim Görülen Bölüme Göre Öğrencilerin Cep Telefonunu Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin bölümleri ile cep telefonu tercih etme nedenlerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin bölümleri ile cep telefonu tercih etme nedenlerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Öğrenim görülen bölümlere göre öğrencilerin cep telefonunu tercih etme nedenlerine ait görüşleri için Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11'den öğrenim görülen bölümler arasında;

- Cep telefonunu **hafif** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise, **İktisat-Mat. Öğrt., İktisat-Tıp, Matematik-Mat. Öğrt., Matematik-Tıp, İktisat-End. Müh., İktisat-Maliye, Biyoloji-Mat. Öğrt. ve Biyoloji-Tıp** bölümleri olduğu,
- Cep telefonunun **kamera özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise **İktisat-Mat. Öğrt., İktisat-Tıp, Biyoloji-Mat. Öğrt., Biyoloji-Tıp, İstatistik-Mat. Öğrt., İstatistik-Tıp, Fizik-Mat. Öğrt. ve Fizik-Tıp** bölümleri olduğu,
- Cep telefonunun **internete bağlanabilme** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise **Matematik-Mat. Öğrt., İktisat- Mat. Öğrt., Matematik-Endüstri Müh., İktisat-Endüstri Müh., Biyoloji- Mat. Öğrt., İstatistik- Mat. Öğrt. ve Kimya-Mat. Öğrt.** bölümleri olduğu,
- Cep telefonunun **kamera işlevi gördüğü** için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise **İktisat-Mat. Öğrt., İktisat-Tıp, Biyoloji-Mat. Öğrt., Biyoloji-Tıp, İstatistik-Mat. Öğrt., İstatistik-Tıp, Fizik-Mat. Öğrt. ve Fizik-Tıp** bölümleri olduğu,
- Cep telefonunun **kamera özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar ise **İktisat-Mat. Öğrt., İktisat-Tıp, Biyoloji-Mat. Öğrt., Biyoloji-Tıp, İstatistik-Mat. Öğrt., İstatistik-Tıp, Fizik-Mat. Öğrt. ve Fizik-Tıp** bölümleri olduğu,
- Cep telefonunun **radyo bağlantısı** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Maliye-Mat. Öğrt., Matematik-Mat. Öğrt., Matematik-Maliye, İktisat-Maliye, Biyoloji-Mat. Öğrt. Biyoloji-Endüstri Müh. ve Biyoloji-Tıp** bölümleri olduğu,

Tablo 11: Bölümlere Göre Öğrencilerin Cep Telefonunu Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

SORU		KT	sd	KO	F	p	Tukey Sonuçlarına Göre Farklı
Uzun ömürlü olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	12.542	9	1.394	1.607	0.112	
	Grup içi	270.517	312	0.867			
	Toplam	283.059	321				
Ucuz olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	19.114	9	2.124	1.703	0.087	
	Grup içi	388.973	312	1.247			
	Toplam	408.087	321				
Garanti süresi olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	8.984	9	0.0998	0.961	0.472	
	Grup içi	324.075	312	1.039			
	Toplam	333.059	321				
Kolay kullanımlı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	12.17	9	1.424	1.434	0.173	
	Grup içi	309.919	312	0.993			
	Toplam	322.736	321				
Küçük olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	15.158	9	1.684	1.417	0.180	
	Grup içi	370.830	312	1.189			
	Toplam	385.988	321				
Hafif olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	29.809	9	3.312	2.741	0.004	İktisat-Mat.Öğrt., İktisat-Tıp, Matematik-Mat.Öğrt., Matematik-Tıp, İktisat-End.Müh.,İktisat-Maliye, Biyoloji-Mat.Öğrt., Biyoloji-Tıp
	Grup içi	376.940	312	1.208			
	Toplam	406.748	321				
Fotoğraf çekme özelliği olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	19.322	9	2.147	1.749	0.077	
	Grup içi	382.955	312	1.227			
	Toplam	402.276	321				
Kamera işlevi gördüğü için tercih ediyorum.	Gruplar arası	21,054	9	2.339	2.239	0.020	İktisat-Mat.Öğrt., İktisat-Tıp, Biyoloji-Mat.Öğrt., Biyoloji-Tıp, İstatistik-Mat.Öğrt., İstatistik-Tıp, Fizik-Mat.Öğrt. Fizik-Tıp
	Grup içi	325,940	312	1.045			
	Toplam	346,994	321				
İnternete bağlanabildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	35.683	9	3.965	2.242	0.019	Matematik-Mat.Öğrt, İktisat-Mat.Öğrt Matematik-Endüstri Müh.İktisat-Endüstri Müh., Biyoloji- Mat.Öğrt., İstatistik-Mat.Öğrt
	Grup içi	551.848	312	1.769			
	Toplam	587.531	321				
Oyun oynama imkanı olduğu için tercih ediyorum	Gruplar arası	24.043	9	2.671	1.675	0.094	
	Grup içi	497.596	312	1.595			
	Toplam	521.640	321				
Radyo bağlantısı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	24.490	9	2.721	1.976	0.042	Maliye-Mat.Öğrt., Matematik-Mat.Öğrt., Matematik-Maliye, İktisat-Maliye, Biyoloji-Mat.Öğrt. Biyoloji-Endüstri Müh., Biyoloji-Tıp
	Grup içi	429.746	312	1.377			
	Toplam	454.236	321				
Melodi yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	18.631	9	2.70	1.254	0.262	
	Grup içi	515.170	312	1.651			
	Toplam	533.801	321				
Logo yükleyebildiğim için tercih ediyorum.	Gruplar arası	25.572	9	2.841	1.713	0.085	
	Grup içi	517.633	312	1.659			
	Toplam	543.205	321				
Ses kaydı olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	50.415	9	5.602	3.526	0.000	Biyoloji-Mat.Öğrt., Biyoloji-Endüstri Müh., Maliye-Endüstri Müh., Maliye-Mat.Öğrt., Matematik-Mat.Öğrt., Matematik-Endüstri Müh. İktisat-Mat. Öğrt., İktisat-Endüstri Müh.,
	Grup içi	495.725	312	1.589			
	Toplam	546.140	321				
Resim düzenleyici olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	50.320	9	5.591	3.652	0.000	İktisat- Matematik, İstatistik-Matematik, Endüstri Müh.- Matematik, Matematik-Mat.Öğrt Matematik-Fizik,Matematik-Tıp Matematik-Kimya
	Grup içi	477.630	312	1.531			
	Toplam	527.950	321				
Birden fazla ekran rengi olduğu için tercih ediyorum.	Gruplar arası	22.566	9	2.507	1.557	0.127	
	Grup içi	502.552	312	1.611			
	Toplam	525.118	321				

- Cep telefonunu **ses kaydetme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **Biyoloji-Mat. Öğrt., Biyoloji-Endüstri Müh., Maliye-Endüstri Müh., Maliye-Mat. Öğrt Matematik-Mat. Öğrt., Matematik-Endüstri Müh., İktisat-Mat. Öğrt. ve İktisat-Endüstri Müh.** bölümleri olduğu,
- Cep telefonunun **resim düzenleme özelliği** olduğu için tercih ediyorum sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık vardır ve farklı olan gruplar **İktisat-Matematik, İstatistik-Matematik, Endüstri Müh.-Matematik, Matematik-Mat. Öğrt., Matematik-Fizik, Matematik-Tıp ve Matematik-Kimya** bölümleri olduğu görülmektedir.

2.3.6. Öğrenim Görülen Bölüme Göre Öğrencilerin Cep Telefonunu Kullanımıyla İlgili Tutumlarına İlişkin Görüşlerine İlişkin ANOVA Sonuçları

H₀: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin bölümleri ile cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

H₁: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin bölümleri ile cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Öğrenim görülen bölümlere göre öğrencilerin cep telefonu kullanımıyla ilgili tutumlarına ilişkin Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 12: Bölümlere Göre Öğrencilerin Cep Telefonu Kullanımıyla İlgili Tutumlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

SORU		KT	sd	KO	F	p	Tukey Sonuçlarına Göre Farklı Olan Gruplar
Hiçbir şartta değiştirmem.	Gruplar arası	34.001	9	3.778	3.426	0.000	İstatistik-Matematik, İstatistik-İktisat, İstatistik-Mat. Öğrt., Maliye-Matematik, İktisat-Biyoloji, İktisat-Endüstri Müh., İktisat-Maliye, İstatistik-Endüstri Müh.
	Grup içi	344.014	312	1.103			
	Toplam	378.016	321				
Kalitesi düşerse değiştirim.	Gruplar arası	17.29	9	1.959	1.287	0.243	
	Grup içi	474.771	312	1.522			
	Toplam	492.401	321				
Şarjı normalden daha kısa sürede biterse değiştirim.	Gruplar arası	15.427	9	1.714	1.597	0.115	
	Grup içi	334.834	312	1.073			
	Toplam	350.261	321				
Çevremdeki insanlar çok ısrar ederse değiştirim.	Gruplar arası	15.634	9	1.737	1.547	0.131	
	Grup içi	350.366	312	1.123			
	Toplam	366.000	321				
Farklı markaları deneme merakından dolayı değiştirim.	Gruplar arası	27.424	9	3.047	1.867	0.056	
	Grup içi	509.287	312	1.632			
	Toplam	536.711	321				
Kendimle özleştiriyorum.	Gruplar arası	21.251	9	2.361	1.491	0.150	
	Grup içi	494.106	312	1.584			
	Toplam	515.357	321				

Tablo 12'den, cep telefonunu **hiçbir şartta değiştirmem** sorusuna verilen puan ortalamaları bakımından farklılık olduğu belirlenmiş ve farklı olan gruplar ise, **İstatistik-Matematik, İstatistik-İktisat, İstatistik-Mat. Öğrt., Maliye-Matematik,**

İktisat-Biyoloji, İktisat-Endüstri Müh., İktisat-Maliye ve İstatistik-Endüstri Müh. bölümleri görülmektedir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Cep telefonu kullanımında, abonelerin beklentileri ve tercihleri farklılık gösterebilmektedir. Bu çalışmada, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi öğrencilerinin cep telefonu tercihinde nelerin önemli olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışmada, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi öğrencilerinin cep telefonu tercihinde nelere önem verdikleri araştırılmıştır. Cep telefonu markasında en çok tercih edilen markanın yüzde 55,9 ile Nokia olduğu, ikinci en çok tercih edilen markanın da yüzde 16,1 ile Siemens olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan öğrencilerin yüzde 84'ü cep telefonu kullanımı kolay olduğu için tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Cinsiyet ile cep telefonu kullanımında tercih edilen markanın özellikleri bakımından farklılığı incelendiğinde, kız öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında, cep telefonunun küçük, ucuz, hafif, fotoğraf çekme özelliğine sahip olma, internete bağlanma ve oyun oynama imkanı sağlama özellikleri bakımından fark olduğu tespit edilmiştir.

Kullandığı cep telefonunun şarjı normalden daha kısa sürede biterse, cep telefonunu değiştiren diyen öğrencilerin oranı yüzde 86,6'dır. Öğrenciler için telefonun şarj süresi büyük öneme sahiptir. Öğrencilerin kullandıkları markalara göre, telefonun uzun ömürlü, ucuz, kolay kullanım, küçük, hafif, radyo bağlantısı, melodi yükleme, ses kaydetme ve resim düzenleme özellikleri bakımından istatistiksel açıdan önemli bir fark bulunmuştur.

Cep telefonu kullananlarla ilgili yapılacak çalışmalar cep telefonu üreten firmaların pazarlarını genişletme konusunda faydalı olacaktır. Cep telefonu üreten firmalar tüketicilerin taleplerini belirleyerek, buna göre strateji geliştirebilirler. Cep telefonu kullanımıyla ilgili analizlerin yapılması, cep telefonu üreten firmalara pazar stratejilerini belirlerken doğru kararlar verebilmelerini sağlayacaktır. Bu çalışmanın uygulayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adamczyk, Grazyna (2005), "Food Preferences of Young Consumers on the Example of Milk", *Roczniki Akademii Rolniczej W Poznaniu – CCCLXVII*, Ekon. 4, pp. 3-9.
- Akpınar, M. Göksel ve Oğuz Yurdakul (2008), "Gıda Ürünlerinde Marka Tercihini Etkileyen Faktörler", *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 1, ss. 1-6.
- Aktuğlu Karpat, Işıl ve Ayşen Temel (2006), "Tüketiciler Markaları Nasıl Tercih Ediyor? (Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markalarını Tercihini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma)", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 15, ss. 43-59, www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos.../AKTUĞLU_yuzde20Işilyuzde20vd..pdf, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).

- Aydın, Serkan ve Gökhan Özer (2004), “Türk GSM Sektöründe Abonelerin Tercih Kriterlerine Göre Operatörlerin Konumlandırılması: Ayrıştırma (Diskiriminant) Analizi”, *Pazarlama Dünyası*, Sayı 5, ss. 30-34.
- Cengiz, Gönül, Osman Titrek ve Özcan E. Akgün (2007), “Öğrencilerin Ortaöğretim Kurumu Tercihinde Okullarla İlgili Faktörlerin Etkisi”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1, www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/download/250/213, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- Çivitçi Şule ve Arzu Terli, (2008), “Ergenlik Dönemindeki Gençlerin Satın Alma Davranışları”, *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume: 3, Number: 2, ss. 192-203, www.newwsa.com, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- DPT (2001), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Haberleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- DPT (2007), Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, Bilgi ve İletişim Teknolojileri Özel İhtisas Komisyonu, Telekomünikasyon Alt Raporu, Ankara.
- Dündar, Süleyman ve Fatih Ecer (2008), “Öğrencilerin GSM Operatörü Tercihinin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemiyle Belirlenmesi”, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt: 15, Sayı: 1, ss. 195-205.
- Gülmez, Mustafa (2005), “Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Satın Alma ve Kullanımı Etkileyen Faktörler: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi ile Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesinde Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 24, ss. 37-62.
- Oktay, Erkan, Hüseyin Özer ve M. Suphi Özçomak (2006), “Atatürk Üniversitesi Öğrencilerinin Cep Telefonu Abonelik Türünü Tercih Etmeleriyle İlişkili Faktörlerin Tespiti”, *EKEV Akademi Dergisi*, Cilt: 10, Sayı: 27, ss. 275-296.
- Oktay, Kutay (2006), “Kırgızistan’daki Tüketicilerin Giyim Tercihleri Üzerine Bir Araştırma”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 15, ss. 197-211.
- Okumuş Aras, Bendegül ve Sıdıka Bulduk (2003), “Tüketicilerin Süpermarketlerdeki Alışveriş Alışkanlıkları Ve Ürün Seçimini Etkileyen Etmenler”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 4, ss. 70-83.
- Örücü, Edip (2003), “Kredi Kartı Kullanımının Tüketici Davranışları Üzerine Olan Etkisinin Kamu Çalışanları Açısından İncelenmesi: Manisa Orman İşletmesi Çalışanları Örneği”, *Mevzuat Dergisi*, Sayı:68 <http://www.mevzuatdergisi.com/2003/08a/01.htm>, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- Özgül, Tuncer, İlham Yılmaz ve Cengiz Yılmaz (2005), “Seçilmiş Ürünlerde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Etmenler”, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Aralık 2005 sayısı, ss. 185-195.
- Özer Hüseyin, M. Suphi Özçomak ve Oktay Erkan (2006), “Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Hat Tercih Olasılığının Belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi Örneği”, *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 2, <http://dergiibf.gazi.edu.tr>, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).

- Sarıkaya, Nilgün ve Nihal Sütütemiz (2004), “Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Ve Yaşam Tarzı Üzerinde Renklerin Etkisine Yönelik Bir Araştırma”, 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25-26 Kasım 2004 Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Eskişehir <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/05-03.pdf>, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- Sohn, So Young and Kim Yoonseong (2008), “Searching Customer Patterns of Mobile Service Using Clustering and Quantitative Association Rule”, *Expert System With Application*, Vol: 34, No: 2, pp. 1070-1077.
- Tayfun, Ahmet ve Selma Meydan Uygur (2008), “Öğrencilerin Fast Food (Hızlı Servis) Restoranlarını Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörler Üzerine Bir Araştırma”, *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 1, ss. 120-131.
- Telekomünikasyon Kurumu (2001), Telekomünikasyon Kurumu 2001 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara.
- Yapıcı, Kahraman (2007), GSM’de Pazar Büyüyor, Rekabet Küçülüyor, *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, 430. Sayı, ss. 52-58.
- CEPDESTEK, (2009), <http://www.cepdestek.com/cep-telefonu-istatistikleri.html>, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- CUREVY, (2009) <http://www.curevy.com/files/newsletter0307.pdf>, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- EUROSTAT,(2009),http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/images/1/14/Mobile_phone_subscriptionsyüzde2C_2006_yüzde28average_number_of_subscriptions_per_100_inhabitantsyüzde29.PNG, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- ITU(2009),<http://www.itu.int/ITU-D/ict/newslog/Worldwide+Mobile+Cellular+Subscribers+To+Reach+4+Billion+Mark+Late+2008.aspx>, (Erişim Tarihi: 17.11.2009).
- SABAH (2010), http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/2010/06/03/cep_telefonu_elimizden_dusmuor, (Erişim Tarihi: 28.07.2010).
- TK (2010), <http://www.btk.gov.tr/Yayin/istatistikler/istatistik/2009/gsm2009.htm>, (Erişim Tarihi: 28.07.2010).
- UBAK (2010), <http://www.ubak.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 28.07.2010).