

ÖĞRENCİLERİN ÜNİVERSİTE TERCİHİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Hayati Özcan**

ÖZ: Bu çalışmanın temel amacı, sayısı gün geçtikçe artan üniversitelerin, tercih edecek öğrenciler tarafından nasıl algılandıklarını belirlemek, öğrencilerin üniversite tercihlerinde hangi faktörlere önem verdiklerini tespit etmek ve üniversitelere sektörde farkındalık oluşturabilecek bir konum elde edebilmelerine yönelik öneriler sunmaktır. Çalışmanın konusunu, öğrencilerin üniversite tercihine etki eden faktörler oluşturmaktadır. Öğrencilerin üniversite tercihine etki eden muhtemel faktörlerin öğrenciler üzerindeki algıları incelenmiştir. Tabakalı örnekleme yöntemi esas alınarak yapılan bu çalışmada geçerli toplam 1112 anket formu elde edilmiş, elde edilen veriler SPSS programında analiz edilerek yorumlanmıştır. T-testi, Anova, Faktör Analizi ve Kümeleme Analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda, üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin üniversite tercihi ile ilgili düşünceleri; üniversitenin imaj ve marka değeri, üniversitenin sunduğu imkanlar, üniversitenin temel ihtiyaçları karşılama, üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi, üniversite tercihinde ailenin etkisi, arkadaş çevresi ve spor olanakları olmak üzere altı başlık altında toplanmıştır. Araştırmanın ilişki analizi sonucunda, öğrencilerin üniversite tercihine yönelik düşünceleri ile demografik özellikleri arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan farklılık analizi sonucunda ise öğrencilerin üniversite tercihine yönelik düşünceleri ile demografik özellikleri arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, öğrencilerin üniversite tercihine etki eden en önemli faktörler; üniversitenin bulunduğu şehir, üniversitenin iş güvencesi sağlama, tercih edilen bölümün imajının iyi olması gibi unsurlar oluşturmuştur. Elde edilen sonuçların, rekabet halinde olan üniversitelere strateji geliştirme hususunda fayda sağlayacağı öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Üniversite İmajı, Öğrenci Tercihi, Kurumsal İmkânlar.

AN INVESTIGATION ON FACTORS AFFECTING STUDENTS' UNIVERSITY CHOICE

ABSTRACT: The main objective of this study is to provide recommendations to the students about what they pay attention to what factors in the university preferences and to determine how they are perceived by students and to be able to get in a position to build awareness in the sector of growing universities. The subject of the study is consisted of factors affecting the students' university preferences. The students' perceptions on the potential factors which affecting the students' university preferences were examined. The researchers of the study consists of high school seniors preparing for the university entrance exam and graduated students in Turkey. The T-test, Anova, Factor analysis and Cluster analysis were performed. As a result of the research, the concerns of the students who preparing for university entrance exams are grouped under six headings; the university's image and brand value, the university's facilities that it offers, the basic needs that the university covers, social school and the prep school's guidance for the university choices, the influence of the family on university choice, including the sports facilities and circle of friends. As a result of correlation analysis of the research it revealed that there is a relationship between the demographic characteristics of students with their thoughts on university preferences. As a result of the differential analysis It was found significant differences between the thoughts of the students' preference on universities and demographic characteristics. In the study, the most important factors affecting the students' choice of university have created some elements such as; the universities in the city, the job security that university provide, to have a good image of the preferred sections in the university. It is for seen that the obtained results will benefit to the universities which are in competition matters about strategy development.

Key words: University image, student preferences, institutional opportunities.

*Bu çalışma, Doç. Dr. M. Nurullah Kurutkan danışmanlığında tamamlanan yüksek lisans tezine dayalı olarak hazırlanmıştır.

** Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi, hayatiozcan58@mynet

GİRİŞ

Dünyanın bir köy haline geldiği günümüzde, acımasız rekabet ortamı, ülkeleri en son bilgi ve hünerlerle teçhiz olmaya ve en yeni eğitim modellerini uygulamaya mecbur etmektedir (Çakmak, 2003: 9). Eğitimin ve özellikle yükseköğretimin önemini tam olarak kavramadan, dünkü toplum ile bugünkü toplumun farkını anlamak ve yarınki toplum hakkında sağlıklı tahminlerde bulunmak mümkün değildir. Mal, fiziki sermaye ve kaba insan gücünün geçer akçe olduğu sanayi toplumu dünde kalmıştır. Bilgi toplumunda, diğer bir deyişle endüstri sonrası toplumda sürdürülebilir gelişme ve refah için gereken temel stratejik kaynak, bilgidir; iyi eğitim görmüş olgun insandır ve beşeri sermayedir. Günümüzde ekonominin motoru bilgidir. Refah toplumunu oluşturmada en temel özellik bilgidir. İşte bundan dolayı birinci sınıf beyne sahip, iyi yetişmiş insan, bir millet için en büyük zenginliktir. Unutmamak gerekir ki bilgiyi ancak iyi eğitilmiş beyinler üretebilir, özümseyebilir ve uygulayabilir. Bilgi daha çok bilgi fabrikaları diyebileceğimiz üniversitelerde üretilir. Bu nedenle üniversiteler bilgi çağını yaşamamızı mümkün kılan en etkili vasıtalar (Marangoz, 2008:15-16)

Üniversite basit yapıları bir öğretmen-öğrenci topluluğu değil, bilgi ekonomisinin beyni niteliğinde bir bilgi fabrikası ve fevkalade karmaşık yapıya sahip bir işletmedir. Yükseköğretim sistemi mutlaka ülkenin genel sosyo-ekonomik politikaları kapsamında ele alınmalıdır (Gürüz, 2003: 333). Diğer pazarlama konularına oranla kısıtlı sayılabilecek eğitim ekonomisi konusunda literatüre katkı sağlayan ve eğitim ekonomisi ile ilgilenen kişilere yardımcı olan eser sayısı azdır. Zorlu rekabet koşullarında rakiplerinin arasından ön plana çıkmak ve öğrencilerin zihinlerinde kalıcılık ve farkındalık oluşturmak isteyen üniversiteler için yol gösterici çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu çalışma bu boşluğu doldurmak için yapılmıştır.

Araştırmanın Problemi

Türkiye’de üniversiteler, eğitim sektöründe yer edinmek ve rakiplerinden farklı bir konumda olmak için farklı arayışlar içine girmektedir. Aynı hedef kitleye hitap eden, puanları ve eğitim ücretleri hemen hemen aynı olan üniversitelerin başarılı olabilmeleri için, öğrencilerin zihninde farklılaşmaları gerekmektedir. 2015 YÖK verilerine göre Türkiye’de 104 devlet, 72 vakıf ve 7 yüksekokul olmak üzere 183 yükseköğretim kurumu bulunmaktadır. Üniversite sayılarındaki bu artış, rekabeti de beraberinde getirmektedir. Bu rekabette başarılı olabilmek için öğrencilerin üniversitelerle ilgili görüşleri, hangi faktörlerden ne ölçüde etkilendikleri ve üniversiteleri nasıl algıladıkları önem kazanmaktadır. Üniversite tercihleri konusunda Türkiye’de kapsamlı çalışma yok denecek kadar az. Yapılan çalışmalar da lokal düzeyde kalmıştır. Fakat yabancı ülkelerde bu konuda epey bir çalışma var. Biraz bunlardan bahsedelim:

Hanson, Norman ve Williams 1998 yılında yaptıkları çalışmada öğrencilerin üniversiteye kaydolmasını sağlayan en önemli üç pozitif faktörün; akademik ün, derslerin kalitesi ve üniversitenin prestiji olduğunu belirtmektedirler. Zuker kişisel deneyimlerine ve öğrencilerle görüşmelerine dayanarak üniversite tercihini etkileyen yedi önemli faktör sıralamaktadır. Bunlar; üniversitenin büyüklüğü, üniversitenin yeri, akademik çevre, sosyal çevre, bölümler, ders dışı faaliyetler ve maliyetlerdir. Anderson 1999 yılında yaptığı çalışmada üniversite tercihini en çok etkileyen faktörleri; bölüm özellikleri, üniversitenin yeri ve sosyal hayat olarak belirtmektedir. Domino ve diğerleri 2006 yılında yaptıkları araştırmada öğrencileri etkileyen faktörleri ekonomik ve ekonomik olmayan faktörler olarak ayırmışlardır. Buna göre ekonomik faktörler; eğitim ücreti, finansal yardımlar, genel maliyetler olarak belirtilirken ekonomik olmayan faktörler ise; üniversitenin yeri, büyüklüğü, kampüs çevresi ve akademik ün olarak belirtilmektedir.

Yukarıdaki yabancı çalışmalara baktığımızda bir üniversitenin bulunduğu yer, bölümün imajının iyi olması, kampüsün gelişmiş olması, köklü bir üniversite olması, sosyal imkanların iyi olması, akademik kadro gibi özellikler bizim çalışmamızda çıkan sonuçlarla örtüşmektedir. Bu araştırma, üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin, üniversite tercihlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesini amaçlamaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmayla üniversite sınavına hazırlanan ve tercih arefesinde olan öğrencilerin, üniversiteleri nasıl algıladıklarının, algılama sürecinde hangi konulara önem verdiklerinin, aynı zamanda öğrencilerin tercihlerinde demografik özelliklerin farklılık gösterip göstermediklerinin anlaşılması amaçlanmaktadır. Ortaya çıkan sonuçların, üniversitelerin ileriki yıllarda ortaya koyacakları hedeflere yardımcı olacağı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle, bu çalışmada amaç, üniversite tercihi yapacak öğrencilerin üniversite algılarını belirlemektir. Bu aşamada diğer alt amaçları şöyle sıralayabiliriz:

1-Üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin, üniversiteye yönelik düşüncelerinin cinsiyete göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemek,

2-Üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin, üniversiteye yönelik düşüncelerinin alanlarına göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemek,

3-Üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin, üniversiteye yönelik düşüncelerinin okul türlerine göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemek,

4-Üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin, üniversiteye yönelik düşüncelerinin devlet ya da vakıf üniversiteleri tercihinde değişiklik gösterip göstermediğini belirlemektir.

Araştırmanın Önemi

Eğitim ekonomisi alanında yapılan araştırmalara bakıldığında kaynakların kısıtlı olduğu görülmektedir. Yükseköğrenim kurumlarının ekonomi konusunda da çok az araştırma bulunmaktadır. Mevcut çalışmalar ise genelde lokal düzeyde yapılmış çalışmalardır. Üniversiteye hazırlanan öğrencilerin üniversite algılarını ölçmeye çalışan bu çalışma, Türkiye geneli olması yönüyle önem arz etmektedir. Bu çalışmanın; üniversite yönetimlerine, öğrenci algılarını öğrenme ve bu sayede yeni stratejiler oluşturma, hangi konulara ağırlık vermeleri gerektiği hususlarında yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Araştırmanın konusunu oluşturan üniversitelerin algılanış biçimi Türkiye geneli olması ve örneklem sayısı düşünüldüğünde, bu çalışmanın, ilgili akademik camiaya ve üniversitelere faydalı olacağı öngörülmektedir. Üniversiteler, sektörde var olmak ve farkındalık oluşturabilmek için öğrencilerin üniversite algılarını dikkate almak durumundadır. Bu çalışma sonucunda ortaya çıkacak verilere göre mevcut üniversiteler kendilerini tekrar gözden geçirebilir; eğitim sektörüne girmek isteyen üniversiteler ise strateji belirlemede öğrencilerin algılarını dikkate alarak kendilerine bir yol haritası çizebilirler.

YÖNTEM

Bilimsel bir araştırmanın amacına ulaşmasında araştırma modelinin seçimi önemlidir. Uygulamalı çalışmalarda izlenen yöntem, çalışmanın amacına ulaşmasında uygun bilimsel sürecin seçilmesini içermektedir (Keskin, 2008). Bir araştırmanın amaç ve sınırlarını belirlemek, ne yapmak istendiğinin ortaya konulmasıdır. Konunun hangi yaklaşımla ele alındığı, nasıl bir yolla çözüldüğü ve bu çözüme uygun olarak hangi tekniklerin kullanıldığı ise yöntemle açıklanabilmektedir (İslamoğlu, 2003: 53). Model kurma, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkilerin belirlenerek bu ilişkinin tahmini ya da tanımsal eşitliklere taşınması işlemidir (Zikmund, 1999). Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan modelde, değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkiler doğrultusunda bulgular ile ilgili tanımlamalar yapılmıştır, bu bulgulardan hareketle önerilerde bulunulmuştur. Araştırmada; cinsiyet, alan, okul türü, üniversite türü ile öğrencilerin üniversite düşünceleri arasındaki ilişkiler belirtilmiştir. Bu çalışmada öğrencilerin üniversite algısını öğrenebilmek için bir ölçek geliştirilmiştir. Ankette üniversite tercihi ile ilgili ifadelerin yanında, ankete öğrencilerin demografik özelliklerinin tespiti için ek sorular eklenmiştir.

Toplanan anket formlarından geçerli olanlar ayrılarak analiz aşamasına dahil edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm genel olarak öğrencilerin üniversite tercihi ile ilgili düşüncelerini ihtiva eden sorular, ikinci bölümde ise demografik özellikler yer almaktadır.

Çalışmada örneklem büyüklüğünün analize uygun olup olmadığı araştırılmıştır. Bu aşamada

örneklem büyüklüğü faktör analizi için önemlidir. Çalışmada 1112 bireye ulaşılmıştır. Faktör Analizi için KMO ve Barlett's testi uygulanmıştır. KMO örneklem yeterliliği 0,929, Barlett's testi 10695,091 $p < 0,00001$ sonuçları elde edilmiştir.

Çalışmada çıkarımsal istatistik bazında verilere güvenilirlik analizi de uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi bir ölçekte yer alan maddeler arasındaki iç tutarlılığı ölçmekte ve bu maddeler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi sunmaktadır (Bayram, 2004). Bu alanda kabul görmüş en önemli ölçeklerden birisi likert tutum ölçeğidir. Bu çalışmada beşli likert tutum ölçeği uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenilirlik değeri (Cronbach Alpha Katsayısı) 0,897 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç dikkate alındığında, ölçeğin iyi derecede güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Zira alfanın 0.40'dan küçük olması ölçeğin güvenilir olmadığını, 0.40-0.60 arası düşük güvenilirlikte olduğunu, 0.60-0.80 arası güvenilir olduğunu, 0.80-1.0 arası ise yüksek güvenilirliğe karşılık geldiğini göstermektedir (Özdamar, 2002).

1.1. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmanın amacına uygun olarak değişkenler arasında ilişki ve farklılık hipotezleri olmak üzere iki temel hipotez geliştirilmiştir. Bu temel hipotezler aşağıdaki gibidir;

1. **Hipotez. H₀:** Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin demografik özellikleri ile üniversiteye yönelik düşünceleri arasında ilişki yoktur. **H₁:** Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin demografik özellikleri ile üniversiteye yönelik düşünceleri arasında ilişki vardır.

2. **Hipotez. H₀:** Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin demografik özellikleri ile üniversiteye yönelik düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur. **H₁:** Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin demografik özellikleri ile üniversiteye yönelik düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotezlere bağlı olarak geliştirilen alt hipotezler aşağıdaki gibidir.

- 1- Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin üniversiteye yönelik düşünceleri, cinsiyete göre farklılık arz etmektedir.
- 2- Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin üniversiteye yönelik düşünceleri, alanlarına göre farklılık göstermektedir.
- 3- Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin, üniversiteye yönelik düşünceleri, okudukları okul türüne göre farklılık göstermektedir.
- 4- Üniversite tercihi yapacak öğrencilerin, üniversiteye yönelik düşünceleri tercih edecekleri üniversite türüne göre farklılık göstermektedir.

1.2. Evren ve Örneklem

Evren, araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve edindiği sonuçları genelleştireceği gruptur. Belli sınırlamalar getirerek her türlü grubu evrene dönüştürmek mümkündür. Örneklem ise bir çalışma için seçildikleri büyük grubu (evren) temsil edebilecek şekilde, grup içerisinde belli sayıda elemandan (denek) oluşan bir alt elemanlar grubu oluşturulması sürecidir. Örneklemenin amacı, araştırmacıya evren hakkında genellemeler yapabileceği (tümevarım) bilgiyi, evrenin bütününe tek tek araştırmasına gerek kalmadan sağlamaktır (Altunışık ve diğerleri, 2010: 130-131).

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'de 2013 yılında üniversite sınavının ikinci basamağı olan LYS'ye girecek öğrenciler oluşturmaktadır. 2013 ÖSYM verilerine göre birinci aşama olan YGS'ye 1.805.125 öğrenci girmiştir. Bu öğrencilerden 572.150 öğrenci 180 puan barajını aşamadığından dolayı ikinci aşama olan LYS'ye 1.232.975 öğrenci girmeye hak kazanmıştır. Dolayısıyla evren 1.232.975 iken, örneklem sayısı 1112'dir. Örneklem türümüz tabakalama örneklem türüdür. Tabakalı örneklem, bir anakütleden özel bir şekil olasılık örneklem yöntemi ile veri elde edilmesidir. Araştırma, Türkiye'nin yedi bölgesinde ve her bölgenin en büyük ilinde –İstanbul, Ankara, İzmir, Erzurum, Adana, Samsun ve Gaziantep- üniversite sınavına hazırlanan lise son sınıf öğrencilerine ve mezun öğrencilere anket uygulanarak yapılmıştır. 1112 öğrencinin ankete verdiği cevaplar analiz edilmiştir.

1.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplamak amacıyla araştırmanın yapısına uygun olarak nicel araştırma yöntemlerinden birisi olan anket tekniği kullanılmıştır.

Nicel araştırma, önceden hazırlanmış bir soru formuna bağlı kalınarak, sayısal yorum ve genelleme yapılabilen araştırma türüdür. Niceliksel araştırma yönteminde, araştırılan konuya ilişkin, evreni temsil edecek örneklemden sayısal sonuçlar elde edilmektedir. Elde edilen sonuçlar üzerinde gerekli istatistiksel ve matematiksel analizler yapılabilir. Nicel araştırma yönteminde, araştırma evreninin araştırma konusu hakkındaki fikrinin yönü sorgulanmaktadır (Nakip, 2005 aktaran Bilgin, 2011). Anketler 2013 yılı nisan ve mayıs aylarında uygulanmıştır. Toplamda 1350 anket formu dağıtılmış, içlerinden hatalı ve eksik olanlar çıkartılarak 1112 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

1.4. Verilerin Analizi

Elde edilen anket formları daha sonra SPSS 17.0 (Statistical Packet for Social Science) paket programında değerlendirilmek üzere kodlanmış ve bilgisayar ortamında bir veri tabanı oluşturulmuştur. Oluşturulan bu veri tabanı ile istatistiksel değerlendirmeler yapıp elde edilen bulgular üzerinden sonuçlar elde edilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

Veriler istatistiksel yöntemler ile % 95 anlamlılık seviyesinde değerlendirilerek açıklanmıştır. Verilerin analizinde izlenen aşamalar ise Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo-1: Verilerin Analizinde İzlenecek Aşamalar

Aşama	Yöntemi	Analiz Amacı
1	Betimsel Analiz	Örneklemin özelliklerinin sayısal gösterimle özetlenmesi ve verilerin düzenlenebilmesi,
2	Faktör Analizi	Hazırlanan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini ölçmek, Çok sayıda değişkenden toplanan bilgiyi özetleyerek, en az bilgi kaybıyla, karma ve daha az sayıda yeni bir boyutlar seti oluşturmak,
3	T-Testi Analizi	Ölçülen değişkenlerin her birinin orta değerden (nötr) ne yönde farklı olup olmadıklarının tespiti,
4	Anova Analizi	İkiden fazla grubun karşılaştırılmasını sağlamak ve bu gruplar arasındaki farklılıkların kaynağını belirlemek.
5	Kümeleme Analizi	Yargıların temel özellikleri dikkate alınarak onların gruplandırılması ve önem düzeylerinin belirlenmesi...

Verileri analiz ederken yukarıdaki aşamalara göre veriler analiz edilmiştir.

BULGULAR VE YORUMLAR

Aşağıda öğrencilerin demografik özelliklerine ait veriler belirtilmiştir.

1.1. Betimsel Analiz

Tablo-2: Öğrencilerin Demografik Özellikleri-1

Demografik Özellikler		Frekans(n)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Erkek	745	66,9
	Bayan	363	32,6
	Cinsiyet Belirtmeyen	4	0,05
	Toplam	1112	100
Alan	Sayısal	536	48,2

	Eşit-Ağırlık	407	36,6
	Sözel	163	14,6
	Alan Belirtmeyen	6	0,6
	Toplam	1112	100

Ankete katılan öğrencilerin % 66,9'unu erkek, % 32,6'sını bayanlar oluşturmaktadır. Sınava gireceklerin alanlarına baktığımızda Sayısal alandan % 48,2; Eşit Ağırlık alanından % 36,6 ve Sözel alandan % 14,6 oranında öğrencinin olduğu görülmektedir. Her sene üniversite kontenjanları değişmekle beraber 2011 yılında Türkiye'de üniversite kontenjanlarının %40'ını Sayısal bölümler, % 31'ini Eşit Ağırlık bölümleri, % 13'ünü Sözel bölümler, % 12'sini YGS puanıyla alan bölümler ve % 4'ünü de Dil puanı ile alan bölümler oluşturmaktadır.

Tablo-3: Öğrencilerin Demografik Özellikleri-2

Demografik Özellikler		Frekans(n)	Yüzde(%)
Lise Türü	Fen Lisesi	69	6,2
	Anadolu Lisesi	418	37,3
	Düz Lise	364	32,7
	Meslek Lisesi	207	18,6
	Diğer	54	5,2
	Toplam	1112	100
Tercih Edilen Üniv. Türü	Devlet	875	78,6
	Vakıf	65	5,8
	Tercih Belirtmeyen	172	15,6
	Toplam	1112	100

Ankete katılan öğrencilerin okudukları okullara bakıldığında Fen lisesinde % 6,2; Anadolu lisesinde % 37,3; Düz lisede % 32,7; Meslek lisesinde ise % 18,6 oranında öğrenci okumaktadır.

2014 ÖSYM sayısal verilerine göre sınava giren iki milyon öğrencinin % 90'ı Anadolu lisesi, Düz lise ve Meslek lisesi öğrencisinden oluşmaktadır.

Tercih edilecek üniversite türünde öğrencilerin % 78,6'sı devlet, % 5,8'inin de vakıf üniversitelerini tercih ederken % 15,6'sı da herhangi bir tercihte bulunmadığı görülmektedir. Devlet üniversitelerinin daha fazla tercih edilmesinde, vakıf üniversitelerinin ücretli olması önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. Diğer bir etken de devlet üniversitelerinin hem akademik kadro hem de köklü, eğitim anlayışında oturmuş birer üniversite olduğu söylenebilir.

Tablo-4: Öğrencilerin Demografik Özellikleri-3

Demografik Özellikler		Frekans(n)	Yüzde(%)
Yaşanılan Şehir	İstanbul	198	17,8
	Ankara	138	12,4
	İzmir	194	17,4
	Adana	122	11
	Gaziantep	127	11,4
	Erzurum	150	13,5
	Samsun	128	11,5
	Diğer	55	5
	Toplam	1112	100

Ankete katılan öğrencilerin yaşadıkları şehirlere baktığımızda İstanbul, Ankara ve İzmir gibi metropol şehirlerde yaşayanlar, örneklemin % 47,6'sını oluşturmaktadır. 2013 TÜİK verilerine göre Türkiye nüfusunun % 18,5'ini İstanbul'da yaşayanlar teşkil etmektedir. Ankete İstanbul'dan katılan öğrencilerin oranı da % 17,8'dir. Diğer illere bakıldığında Ankara % 12,4; İzmir % 17,4; Adana % 11; Gaziantep % 11,4; Erzurum % 13,5; Samsun % 11,5 öğrenci oranıyla ankete katılmışlardır.

1.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, özellikle sosyal bilimler, eğitim bilimleri, tıp, psikoloji, sosyoloji gibi alanlarda, birbirinden çok sayıdaki birbirleriyle ilişkili özellikleri arasından, birlikte ele alınabilen, birbirleriyle ilişkisiz fakat oluşumu (olayı) açıklamakta yararlanılabilecek olanlarını bir araya toplayarak (gruplayarak) yeni bir isimle faktör olarak tanımlamayı sağlayan, yaygın kullanımı olan bir yöntemdir.

Faktör analizinin temel iki amacı vardır. Bunlar;

1. Değişken sayısını azaltmak,
2. Değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak bazı yeni yapılar ortaya çıkarmaktır (Özdamar, 2002).

Çalışmada ayrıca örneklem büyüklüğünün analize uygun olup olmadığı da araştırılmıştır. Bu aşamada örneklem büyüklüğü faktör analizi için önemlidir. Olgu sayısı değişken sayısından fazla olmalıdır. Genel olarak 100-200 arası birey analiz için yeterlidir. Çalışmada 1112 bireye ulaşılması bu şartı da sağlamaktadır. Çalışmada çıkarımsal istatistik bazında verilere güvenilirlik analizi de uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi bir ölçekte yer alan maddeler arasındaki iç tutarlılığı ölçmekte ve bu maddeler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi sunmaktadır (Bayram, 2004). Bu alanda kabul görmüş en önemli ölçeklerden birisi likert tutum ölçeğidir. Likert tutum ölçeğinde yer alan sorular beş ya da yedi ölçekle yanıtlanmaktadır. Geliştirilen anketler genel olarak bu ölçekler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Likert tipi bir tutum ölçeğinde, bir maddeden elde edilen puan dağılımının sürekli değişken olduğu varsayılmaktadır. Ayrıca, ölçekte yanıt seçenekleri ikiden daha fazladır ve seçenekler içinde tek bir doğru yanıt bulunmamaktadır. Bunun dışında, bu ölçeğin temel varsayımlarından biri, ölçekteki her bir maddenin ölçülen tutumla monotonik bir ilişki içinde olduğudur. Bunun anlamı, her bir maddenin aynı tutumu ölçtüğüdür. Bundan dolayı, likert tipi bir tutum ölçeğinde güvenilirlik düzeyini saptamak için iç tutarlılığın bir ölçütü olan, Cronbach tarafından geliştirilen 'Cronbach Alpha' katsayısının kullanılması uygun bulunmaktadır (Tavşancıl, 2002).

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenilirlik değeri (Cronbach Alpha Katsayısı) 0,897 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç dikkate alındığında, ölçeğin iyi derecede güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Zira alfanın 0.40'dan küçük olması ölçeğin güvenilir olmadığını, 0.40-0.60 arası düşük güvenilirlikte olduğunu, 0.60-0.80 arası güvenilir olduğunu, 0.80-1.0 arası ise yüksek güvenilirliğe karşılık geldiğini göstermektedir (Özdamar, 2002).

Değişkenler arasındaki korelasyon analizleri, ileri sürülen ilişki hipotezlerin varyans analizleri ile test edilmesinden önce, '**Öğrencilerin Üniversite Tercihine Etki Eden Faktörler**' ölçeğinin yapı geçerliliği ve maddelerin faktör yapısını tespit etmek amacıyla faktör analizinde, temel bileşenlere ayırma yöntemi ve verimax dönüştürmesi uygulanmıştır. İki aşamadan oluşan faktör analizinin, birinci aşamasında öz değeri 1 ve daha fazla olan, toplam varyansın % 58,279'unu açıklayan 6 faktör saptanmıştır. Faktör yükü 0,50'nin altında kalan ifadeler analiz dışında tutulmuştur.

Kalan yargılara uygulanan ikinci faktör analizi sonrasında Tablo 5'de görüldüğü gibi maddelerin yüklenme değerleri 0,50'nin ve öz değeri 1'den fazla olan toplam varyansın % 58,279'unu açıklayan anlamlı 6 boyut (faktör) elde edilmiştir. Faktör analizi bulgularında; KMO örneklem yeterliliği 0,929, Barlett's testi 10695,091 $p < 0,00001$ sonuçları elde edilmiştir. Verimax dönüşümü sonuçlarına göre gruplanan sorular, alınan cevaplara göre birleştirilerek güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen faktörlerin faktör yükleri, öz değerleri, varyans yüzdeleri ve Cronbach's

Alpha katsayıları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo-5: Faktörlerin Faktör Yükleri, Öz Değerleri, Varyans Yüzdeleri ve Cronbach’s Alpha Katsayıları

FAKTÖRLER	Faktör Yükleri	Öz Değer	Varyans (%)	Alpha Katsayısı
Faktör-1: Üniversitenin imaj ve marka değeri		7,452	31,050	0,897
Üniversite kampüsünün gelişmiş olması tercihlerimde etkilidir.	0,569			
İş güvencesi sağlayan üniversitelere tercihlerimde öncelik veririm.	0,639			
Tercih ettiğim üniversitenin köklü bir üniversite olmasını isterim.	0,615			
Tercih yaparken üniversitenin marka değerinin yüksek olmasını dikkate alırım.	0,578			
Tercihlerimde dünya görüşümü rahatlıkla yaşayabileceğim ortamı olan bir üniversite tercih ederim.	0,626			
Üniversite tercihlerimde, sunulan staj olanaklarını dikkate alırım.	0,529			
Tercih edeceğim üniversitenin imajının iyi olmasını önemserim.	0,795			
Tercih edeceğim bölümün imajının iyi olmasını önemserim.	0,816			
Üniversitenin tercih edeceğim alana/programa odaklanmış olmasını dikkate alırım.	0,69			
Tercihlerimi yaparken, okuyacağım üniversitenin bulunduğu şehri dikkate alırım.	0,73			
Faktör-2: Üniversitenin sunduğu imkanlar		1,899	7,911	0,731
Tercih ettiğim üniversitenin akademik kadrosu benim için önemlidir.	0,619			
Tercih edeceğim üniversitenin laboratuvar olanaklarının yeterli olmasını isterim.	0,674			
Üniversitenin kütüphane olanakları tercihlerimde etkilidir.	0,563			
Üniversite-sanayi işbirliğinin olması tercihlerimi olumlu yönde etkiler.	0,593			
Tercihle bulunmadan önce, o üniversiteden mezun öğrencilerin profillerini dikkate alırım.	0,642			
Faktör-3: Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılaması		1,279	5,326	0,615
Yiyecek-ıçecek olanaklarının zenginliği üniversite tercihlerimde etkilidir.	0,574			
Sunulan sağlık hizmetleri tercihlerimde etkilidir.	0,65			
Üniversitenin engelli bireylere uygun olması tercihlerimde etkili rol oynar.	0,751			
Faktör-4: Üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi		1,233	5,139	0,66
Tercihlerimde dershanenin yönlendirmelerini dikkate alırım.	0,846			
Tercihlerimde okulun yönlendirmelerini dikkate alırım.	0,809			
Faktör-5: Üniversite tercihinde ailenin etkisi		1,090	4,542	0,481
Ailemin görüşleri üniversite tercihlerimde etkilidir.	0,779			
Üniversitenin ailemin yaşadığı yere yakın olması benim için tercih sebebidir.	0,754			

Faktör-6: Arkadaş çevresi ve spor olanakları		1,035	4,312	0,278
Yakın arkadaşlarımla aynı üniversitede olma fikri tercihimde etkilidir.	0,804			
Üniversitenin spor olanakları tercihlerimde etkilidir.	0,528			
Açıklanan Toplam Varyans			58,279	

1.2.1. Faktör Analizi Bulguları

Faktör analizinin en önemli aşamalarından biri de faktör sayısına karar vermektir. Faktör sayısına karar vermede farklı yöntemler olmakla beraber sıklıkla kullanılan Kaisers' ölçütü ve öz değer grafiği (Screeplot) yöntemleridir. Kaisers' ölçütüne göre öz değeri (eigenvalue) 1.00'a eşit veya daha büyük olan faktörler analizde kalır (Howardand Tinsley, 1987). Çalışmada ortaya çıkan boyutlar ve bunların içerdiği alt değişkenler incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin üniversite tercihlerine ilişkin temel özellikler özdeğeri 1.00'den büyük 6 başlık (faktör) altında toplanmıştır.

Tablo 5 incelendiğinde ölçeğin 6 faktörlü bir yapısının olduğu, ilk faktörün toplam açıklanan varyansın % 31,050'sini tek başına açıkladığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu 6 faktör, toplam değişkenliğin % 58,279'unu açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda faktör yükü 0.50'nin altında olan cümleler ile modelin yapısını bozan ve madde toplam korelasyonu düşük olan 9 madde araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Maddelerin faktör yükleri 0,528 ile 0,846 arasında değişmektedir. Ortaya çıkan faktör yüklerine ve aynı faktör altındaki anlamlarına göre değişkenler 24 gösterge ve 6 faktör olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu faktörler:

Faktör-1: Üniversitenin imaj ve marka değeri (Ortalama: 4,0706). Kendi içinde 0,897 güvenilirliğe sahip bu faktör (Cronbach's Alpha) yüksek güvenilirliğe sahiptir ve açıklanan varyansın % 31,050'sini tek başına açıklayabilmektedir. Faktör-1 on farklı değişkenle açıklanmaktadır. Faktör 1'de yer alan değişkenler katılımcıların üniversitenin imaj ve marka değeri ile ilgili yargılardan oluşmaktadır. Faktör-1'e en büyük katkısı 'Tercih edeceğim bölümün imajının iyi olmasını önemserim.' yargısı faktör yükü 0,816 ile sağlamaktadır. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla 'Tercihlerimi yaparken, okuyacağım üniversitenin bulunduğu şehri dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü 0,73); 'Tercih edeceğim üniversitenin imajının iyi olmasını önemserim.' değişkeni (Faktör yükü 0,795); 'Üniversitenin tercih edeceğim alana/programa odaklanmış olmasını dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü 0,69); 'İş güvencesi sağlayan üniversitelere tercihlerimde öncelik veririm.' değişkeni (Faktör yükü 0,639); 'Tercihlerimde dünya görüşümü rahatlıkla yaşayabileceğim ortamı olan bir üniversite tercih ederim.' değişkeni (Faktör yükü 0,626); 'Tercih ettiğim üniversitenin köklü bir üniversite olmasını isterim.' değişkeni (Faktör yükü 0,615); 'Tercih yaparken üniversitenin marka değerinin yüksek olmasını dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü 0,578); 'Üniversite kampüsünün gelişmiş olması tercihlerimde etkilidir.' değişkeni (Faktör yükü 0,569); 'Üniversite tercihlerimde, sunulan staj olanaklarını dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü 0,529). Faktör 1'e ait yargıların faktör yükleri 0,816 ile 0,529 arasında değişmekte ve hepsinin de 0,50'den yüksek olduğu görülmektedir.

Faktör-2: Üniversitenin sunduğu imkanlar (Ortalama: 3,6205). Faktör-2 kendi içinde 0,731 güvenilirliğe sahiptir (Cronbach's Alpha) ve oldukça güvenilir bir yapıdadır. Faktör-2 açıklanan varyansın % 7,911'ini tek başına açıklayabilmektedir. Faktör-2 beş farklı maddeden oluşmuştur. Bu yargılar daha çok üniversitenin sunduğu imkanlar ile ilgili yargılardır. 'Tercih edeceğim üniversitenin laboratuvar olanaklarının yeterli olmasını isterim.' yargısı Faktör-2'ye 0,674 faktör yükü ile en yüksek katkısı yapan değişken olmaktadır. Faktör-2'ye katkı yapan diğer değişkenler sırasıyla 'Tercihte bulunmadan önce, o üniversiteden mezun öğrencilerin profillerini dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü: 0,642); 'Tercih ettiğim üniversitenin akademik kadrosu benim için önemlidir.' değişkeni (Faktör yükü: 0,619); 'Üniversite-sanayi işbirliğinin olması tercihlerimi olumlu yönde etkiler.' değişkeni (Faktör yükü: 0,593); 'Üniversitenin kütüphane olanakları tercihlerimde etkilidir.' değişkenidir (Faktör yükü:0,563). Faktör-2'de yer alan yargıların hepsinin faktör yükü 0,50'nin üzerindedir ve

0,674 ile 0,563 arasında değişmektedir.

Faktör-3: Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılması (Ortalama: 3,4604). Faktör-3'ün kendi içindeki güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,615'dir. Faktör-3 açıklanan varyansın % 5,326'sını tek başına açıklayabilecek bir yapıya sahiptir. Faktör-3 üç farklı yargıdan oluşmaktadır ve daha çok üniversitenin temel ihtiyaçları karşılması ile ilgili yargılardan meydana gelmektedir. Bu faktör içinde yer alan yargılar içinde yer alan 'Üniversitenin engelli bireylere uygun olması tercihlerimde etkili rol oynar.' yargısı Faktör 3'e 0,751 faktör yükü ile en yüksek katkıyı yapan yargı olmaktadır. Faktör-3 içinde yer alan diğer yargıların faktör yükleri 0,751 ile 0,574 arasında değişmekte ve hepsinin de 0,50'den daha fazla olduğu görülmektedir. Faktör-3'e katkı yapan diğer değişkenler sırasıyla 'Sunulan sağlık hizmetleri tercihlerimde etkilidir.' değişkeni (Faktör yükü: 0,65); 'Yiyecek-ıçecek olanaklarının zenginliği üniversite tercihlerimde etkilidir.' değişkeni (Faktör yükü: 0,574) yer almaktadır.

Faktör-4: Üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi (Ortalama:3,0719). Faktör-4'ün kendi içindeki güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,660'dır. Faktör-4 açıklanan varyansın % 5,139'unu tek başına açıklayabilecek bir yapıdadır. Faktör-4 içerisinde 2 yargı yer almaktadır ve bu yargılar üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi ile ilgili yargıları içermektedir. Faktör- 4 içerisinde 'Tercihlerimde dershanenin yönlendirmelerini dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü: 0,846) ile 'Tercihlerimde okulun yönlendirmelerini dikkate alırım.' değişkeni (Faktör yükü: 0,809) yer almaktadır. Bu iki değişkenin faktör yükleri 0,846 ve 0,809'dur ve her ikisi de 0,50'nin üzerinde hesaplanmıştır.

Faktör-5: Üniversite tercihinde ailenin etkisi (Ortalama: 3,1933). Bu faktör içerisinde üniversitenin tercihinde ailenin etkisi merak edilen bir konudur. Faktör- 5'in kendi içinde güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,481'dir. Bu hali ile Faktör 5 güvenilirliği biraz zayıftır. Faktör-5 iki yargı ile açıklanan varyansın % 4,542'sini tek başına açıklayabilmektedir. Faktör-5 içerisinde yer alan iki yargı ve faktör yükleri 'Ailemin görüşleri üniversite tercihlerimde etkilidir.' değişkeni (Faktör yükü: 0,779) ve 'Üniversitenin ailemin yaşadığı yere yakın olması benim için tercih sebebidir.' değişkeni (Faktör yükü: 0,754) şeklindedir. Faktör-5 içerisinde yer alan iki faktörün de faktör yükü 0,50'nin üzerinde belirlenmiştir.

Faktör-6: Arkadaş çevresi ve spor olanakları (Ortalama: 3,2976). Faktör- 6'nın kendi içindeki güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,278'dir. Literatüre göre ölçek güvenilirliği düşük yapıdadır. Faktör-6 iki yargıdan oluşmaktadır ve daha çok arkadaş çevresi ve spor olanakları ile ilgili yargıları içermektedir. Faktör-6 iki yargı ile açıklanan varyansın % 4,312'sini tek başına açıklayabilmektedir. Faktör-6 içerisinde yer alan iki yargı 'Yakın arkadaşlarımla aynı üniversitede olma fikri tercihimde etkilidir.' (Faktör yükü: 0,804) ve 'Üniversitenin spor olanakları tercihlerimde etkilidir (Faktör yükü: 0,528)'dir. Bu iki değişkenin faktör yükleri 0,804 ve 0,528'dir ve her ikisi de 0,50'nin üzerinde hesaplanmıştır.

1.3. T-Testi Analizi

T-testi sosyal bilimlerin birçok alanında yaygın olarak kullanılan testlerden biridir. İnceleme konusu değişken (en az aralık seviyesinde ölçülmüş olması gerekli) açısından iki grup arasında anlamlı bir farkın olup olmadığının tespitinde kullanılmaktadır. İki'den fazla gruplar arası karşılaştırmalar için Anova testi uygundur (Altunışık ve diğ.,:2010: 180-181).

Tablo-6: Faktörlerin Cinsiyete Göre Anlamlılık Düzeyleri

FAKTÖRLER		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
faktör1	Equal variances assumed	8,615	,003	3,991	1106	,000	,18943	,04746	,09631	,28256
	Equal variances not assumed			4,301	873,435	,000	,18943	,04404	,10299	,27587
faktör2	Equal variances assumed	13,316	,000	2,607	1106	,009	,13277	,05094	,03283	,23271
	Equal variances not assumed			2,748	824,763	,006	,13277	,04832	,03793	,22761
faktör3	Equal variances assumed	3,809	,051	3,141	1106	,002	,17274	,05499	,06485	,28064
	Equal variances not assumed			3,283	805,891	,001	,17274	,05262	,06945	,27604
faktör4	Equal variances assumed	2,431	,119	2,319	1106	,021	,15896	,06854	,02448	,29344
	Equal variances not assumed			2,409	793,062	,016	,15896	,06599	,02943	,28849
faktör5	Equal variances assumed	4,301	,038	7,100	1106	,000	,47414	,06678	,34311	,60517
	Equal variances not assumed			7,360	788,968	,000	,47414	,06442	,34769	,60060
faktör6	Equal variances assumed	1,462	,227	-4,326	1106	,000	-,26063	,06024	-,37883	-,14243
	Equal variances not assumed			-4,410	754,443	,000	-,26063	,05911	-,37666	-,14460

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi araştırmaya katılan 363 bayan öğrencinin ortalama katılım düzeyi, araştırmaya katılan 745 erkek öğrencinin ortalama katılım düzeyinden fazladır. Bayan ve erkek öğrencilerin katılım düzeylerindeki bu farkın anlamlı bir fark olup olmadığını Tablo 6'daki Sig. (2-tailed) değerinden anlaşılabilir. Anlamlılık değeri olan bu değer 0,05'ten küçük olduğu zaman iki grup arasında anlamlı bir fark vardır denir. Yapılan analizde anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olan faktör1 (Üniversitenin imaj ve marka değeri, sig.: 0,000), faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar, sig.: 0,009), faktör3 (Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılama, sig.: 0,002), faktör4 (Üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi, sig.: 0,021), faktör5 (Üniversite tercihinde ailenin etkisi, sig.: 0,000), faktör6 (Üniversite tercihinde ailenin etkisi, sig.: 0,000)'nın bayan ve erkek öğrencilerin katılım düzeylerinde anlamlı farklılıkların olduğunu anlıyoruz. İlk beş faktörde bayanların; üniversitenin imaj ve marka değerine, üniversitenin sunduğu imkanlara, üniversitenin temel ihtiyaçları karşılama, üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesine, üniversite tercihinde ailenin

etkisine daha fazla önem verdiklerini görülüyor. Erkeklerin ise altıncı faktör olan arkadaş çevresi ve spor olanakları değişkenine bayanlara göre daha fazla önemsediklerini görülmektedir.

Tablo-7: Faktörlerin Üniversite Türüne Göre Anlamlılık Düzeyleri

faktörler		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
faktör1	Equal variances assumed	4,172	,041	-,382	938	,703	-,03633	,09516	-,22308	,15043
	Equal variances not assumed			-,339	71,399	,736	-,03633	,10719	-,25003	,17738
faktör2	Equal variances assumed	,193	,660	,772	938	,440	,07861	,10179	-,12116	,27838
	Equal variances not assumed			,728	72,546	,469	,07861	,10794	-,13654	,29376
faktör3	Equal variances assumed	,997	,318	-1,641	938	,101	-,18089	,11026	-,39729	,03550
	Equal variances not assumed			-1,528	72,294	,131	-,18089	,11840	-,41690	,05511
faktör4	Equal variances assumed	5,956	,015	-1,191	938	,234	-,16299	,13688	-,43162	,10564
	Equal variances not assumed			-,975	70,099	,333	-,16299	,16716	-,49637	,17039
faktör5	Equal variances assumed	,047	,828	-2,402	938	,016	-,32598	,13570	-,59228	-,05967
	Equal variances not assumed			-2,380	73,616	,020	-,32598	,13696	-,59890	-,05305
faktör6	Equal variances assumed	1,491	,222	-1,516	938	,130	-,18435	,12157	-,42294	,05423
	Equal variances			-1,376	71,793	,173	-,18435	,13400	-,45148	,08278

not assumed									
-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi araştırmaya katılan öğrencilerin üniversite türü tercihlerinde anlamlı bir fark olup olmadığını Tablo-7'deki Sig. (2-tailed) değerinden anlaşılmaktadır. Anlamlılık değeri olan bu değer 0,05'ten küçük olduğu zaman iki grup arasında anlamlı bir fark vardır. Yapmış olduğumuz analizde faktör1 (Üniversitenin imaj ve marka değeri, sig.: 0,703), faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar, sig.: 0,440), faktör3 (Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılaması, sig.: 0,101), faktör4 (Üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi, sig.: 0,234) ve faktör6 (Arkadaş çevresi ve spor olanakları, sig.: 0,130) anlamlılık değeri 0,05'ten büyük olduğundan katılımcıların devlet ya da vakıf üniversite tür tercihleri düzeylerinin anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir. Fakat faktör5 (Üniversite tercihinde ailenin etkisi)'te 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların üniversite tür tercihlerinde anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Bu farklılığın nedeni ise bayan öğrencilerin ailelerinin üniversite tercihlerinde erkeklere göre daha etkili olduğu anlaşılmaktadır.

1.4. Anova Analizi

T-testi, iki grup arasındaki farklılıkların incelenmesi için uygulanır. Ancak uygulamada ikiden fazla grubun karşılaştırılması gerekebilmektedir. Bu gibi durumlarda uygun test ANOVA (Analysis of Variance) testidir. Bu testin ön şartlarından biri bütün grupların normal dağılım sergileyen bir ana kütlede tesadüfi olarak seçilmiş örnekler olmasıdır. Bunun yanında bütün grupların varyanslarının birbirine eşit olması da istenmektedir. Anova testi sonuçları, sadece, karşılaştırma yapılan gruplar (üç veya daha fazla sayıda olabilir) arasında herhangi bir farkın olup olmadığını göstermekle beraber, bu farklılığa sebep olan grubun hangi grup veya gruplardan kaynaklandığı konusunda herhangi bir bilgi vermemektedir. Bu amaçla one-way Anova testi uygulamak gereklidir (Altunışık ve diğ., 2010: 197-198).

**Tablo-8: (SAYISAL-EŞİT AĞIRLIK-SÖZEL)
Faktörler ile Gruplar Arasındaki Anlamlılık Düzeyleri**

Faktörler		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
faktör1	Between Groups	1,504	2	,752	1,362	,257
	Within Groups	608,867	1103	,552		
	Total	610,371	1105			
faktör2	Between Groups	11,608	2	5,804	9,296	,000
	Within Groups	688,667	1103	,624		
	Total	700,275	1105			
faktör3	Between Groups	,786	2	,393	,530	,589
	Within Groups	817,823	1103	,741		
	Total	818,609	1105			
faktör4	Between Groups	3,577	2	1,788	1,558	,211
	Within Groups	1266,491	1103	1,148		
	Total	1270,068	1105			
faktör5	Between Groups	3,534	2	1,767	1,557	,211
	Within Groups	1251,712	1103	1,135		
	Total	1255,246	1105			
faktör6	Between Groups	3,189	2	1,594	1,788	,168

	Within Groups	983,651	1103	,892		
	Total	986,840	1105			

Yukarıdaki tabloya baktığımızda araştırmaya katılan öğrencilerin alanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını tablo-8'deki Sig. (2-tailed) değerinden anlayabiliriz. Anlamlılık değeri olan bu değer 0,05'ten küçük olduğu zaman iki grup arasında anlamlı bir fark vardır. Faktörlerden sadece faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar, sig.:0,000) bu şartı sağladığı için gruplar arasında anlamlı bir farklılık vardır diyoruz. Diğer faktörler ise faktör1 (Üniversitenin imaj ve marka değeri sig.:0,257), faktör3 (Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılaması sig.:0,589), faktör4 (Üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi, sig.:0,211), faktör5 (Üniversite tercihinde ailenin etkisi, sig.:0,211) ve faktör6 (Arkadaş çevresi ve spor olanakları, sig.:0,168) 0,05'ten büyük olduğu için gruplar arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo-9: Faktörler ile Alanlar Arasında Anlamlılık Düzeyleri
Tukey HSD

Dependent Variable	(I) Alanınız	(J) Alanınız	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
faktör1	Sayısal	Sözel	,10925	,06646	,228	-,0467	,2652
		Eşit Ağırlık	,03223	,04885	,787	-,0824	,1469
	Sözel	Sayısal	-,10925	,06646	,228	-,2652	,0467
		Eşit Ağırlık	-,07702	,06887	,503	-,2386	,0846
	Eşit Ağırlık	Sayısal	-,03223	,04885	,787	-,1469	,0824
		Sözel	,07702	,06887	,503	-,0846	,2386
faktör2	Sayısal	Sözel	,28489*	,07068	,000	,1190	,4508
		Eşit Ağırlık	,14185*	,05195	,018	,0199	,2638
	Sözel	Sayısal	-,28489*	,07068	,000	-,4508	-,1190
		Eşit Ağırlık	-,14304	,07324	,125	-,3149	,0289
	Eşit Ağırlık	Sayısal	-,14185*	,05195	,018	-,2638	-,0199
		Sözel	,14304	,07324	,125	-,0289	,3149
faktör3	Sayısal	Sözel	,05511	,07702	,754	-,1256	,2359
		Eşit Ağırlık	-,02688	,05661	,883	-,1597	,1060
	Sözel	Sayısal	-,05511	,07702	,754	-,2359	,1256
		Eşit Ağırlık	-,08199	,07982	,560	-,2693	,1053
	Eşit Ağırlık	Sayısal	,02688	,05661	,883	-,1060	,1597
		Sözel	,08199	,07982	,560	-,1053	,2693
faktör4	Sayısal	Sözel	-,16500	,09585	,198	-,3899	,0599
		Eşit Ağırlık	-,06449	,07045	,631	-,2298	,1008
	Sözel	Sayısal	,16500	,09585	,198	-,0599	,3899
		Eşit Ağırlık	,10050	,09933	,570	-,1326	,3336
	Eşit Ağırlık	Sayısal	,06449	,07045	,631	-,1008	,2298
		Sözel	-,10050	,09933	,570	-,3336	,1326
faktör5	Sayısal	Sözel	,11410	,09529	,455	-,1095	,3377
		Eşit Ağırlık	,11270	,07004	,242	-,0517	,2771
	Sözel	Sayısal	-,11410	,09529	,455	-,3377	,1095
		Eşit Ağırlık	-,00139	,09874	1,000	-,2331	,2303

	Eşit Ağırlık	Sayısal	-,11270	,07004	,242	-,2771	,0517
		Sözel	,00139	,09874	1,000	-,2303	,2331
faktör6	Sayısal	Sözel	,15710	,08447	,151	-,0411	,3553
		Eşit Ağırlık	,05675	,06209	,632	-,0890	,2025
	Sözel	Sayısal	-,15710	,08447	,151	-,3553	,0411
		Eşit Ağırlık	-,10035	,08753	,486	-,3058	,1051
	Eşit Ağırlık	Sayısal	-,05675	,06209	,632	-,2025	,0890
		Sözel	,10035	,08753	,486	-,1051	,3058

Tablo-9'a göre p değeri (sig.) 0,05'ten küçük sadece faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar)'de alanlar arasında fark olduğu görülmektedir. Diğerleri 0,05'ten büyük olduğu için öğrencilerin alanları arasında anlamlı bir fark yoktur. Buna göre faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar)'de Sayısalcılar ile Eşit ağırlıkçılar ve Sözelciler arasında anlamlı farklılıklar vardır, diyoruz. Yine faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar)'de Sözelciler ile Sayısalcılar arasında ve Eşit ağırlıkçılar ile Sayısalcılar arasında p değeri 0,05'ten küçük olduğu için anlamlı farklılıklar vardır, diyoruz.

Tablo-10: Faktörler ile Okul Türleri Arasındaki Anlamlılık Düzeyleri

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
faktör1	Between Groups	10,428	5	2,086	3,821	,002
	Within Groups	596,648	1093	,546		
	Total	607,076	1098			
faktör2	Between Groups	7,885	5	1,577	2,528	,028
	Within Groups	681,852	1093	,624		
	Total	689,737	1098			
faktör3	Between Groups	13,820	5	2,764	3,790	,002
	Within Groups	797,138	1093	,729		
	Total	810,958	1098			
faktör4	Between Groups	25,395	5	5,079	4,514	,000
	Within Groups	1229,889	1093	1,125		
	Total	1255,283	1098			
faktör5	Between Groups	8,817	5	1,763	1,554	,170
	Within Groups	1240,176	1093	1,135		
	Total	1248,993	1098			
faktör6	Between Groups	11,891	5	2,378	2,673	,021
	Within Groups	972,366	1093	,890		
	Total	984,257	1098			

Tablo-10'a baktığımızda ankete katılan öğrencilerin okudukları okullara göre farklılık gösterip göstermediklerini p değerine bakarak anlayabiliriz. P değeri 0,05'ten küçük ise farklılık vardır diyebiliriz. Buna göre p değeri(sig.) 0,05'ten küçük olan faktör1 (Üniversitenin imaj ve marka değeri), faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar), faktör3 (Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılaması),

faktör4 (Üniversite tercihinde dersane ve okulun yönlendirmesi) ve faktör6 (Arkadaş çevresi ve spor olanakları)'da gruplar arası farklılık vardır diyebiliriz.

Tablo-11: Faktörler ile Okul Türlerinin Ortalamaları ve Standart Sapmaları

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
faktör1	Fen Lisesi	69	4,0884	,68675	,08268	3,9234	4,2534	1,40	5,00
	Anadolu Lisesi	418	4,0634	,79133	,03871	3,9873	4,1395	,80	5,00
	Düz Lise	364	4,1214	,68754	,03604	4,0506	4,1923	1,20	5,00
	Meslek Lisesi	207	4,0531	,70172	,04877	3,9570	4,1493	1,20	5,00
	Diğer	40	4,0450	,88316	,13964	3,7626	4,3274	1,00	5,00
	Total	1098	4,0743	,75010	,06917	3,9362	4,2124	1,12	5,00
faktör2	Fen Lisesi	69	3,7159	,75569	,09097	3,5344	3,8975	1,40	5,00
	Anadolu Lisesi	418	3,6234	,82009	,04011	3,5446	3,7023	,00	5,00
	Düz Lise	364	3,6489	,77033	,04038	3,5695	3,7283	,60	5,00
	Meslek Lisesi	207	3,5913	,76153	,05293	3,4870	3,6957	,40	5,00
	Diğer	40	3,6250	,84269	,13324	3,3555	3,8945	1,00	5,00
	Total	1098	3,6293	,79258	,02391	3,5824	3,6762	,00	5,00
faktör3	Fen Lisesi	69	3,4589	,77776	,09363	3,2721	3,6458	1,33	5,00
	Anadolu Lisesi	418	3,3756	,89411	,04373	3,2896	3,4616	,00	5,00
	Düz Lise	364	3,5568	,79107	,04146	3,4752	3,6383	,00	5,00
	Meslek Lisesi	207	3,5330	,87754	,06099	3,4128	3,6533	1,00	5,00
	Diğer	40	3,3667	,97197	,15368	3,0558	3,6775	1,00	5,00
	Total	1098	3,4680	,85941	,02592	3,4171	3,5189	,00	5,00
faktör4	Fen Lisesi	69	2,9130	1,14390	,13771	2,6382	3,1878	1,00	5,00
	Anadolu Lisesi	418	2,9151	1,11318	,05445	2,8080	3,0221	,00	5,00
	Düz Lise	364	3,2060	1,02992	,05398	3,0999	3,3122	,50	5,00
	Meslek Lisesi	207	3,2536	,97402	,06770	3,1202	3,3871	,00	5,00
	Diğer	40	3,0375	1,05847	,16736	2,6990	3,3760	1,00	5,00

	Total	1098	3,0796	1,06923	,03225	3,0163	3,1429	,00	5,00
faktör5	Fen Lisesi	69	3,1159	1,07835	,12982	2,8569	3,3750	1,00	5,00
	Anadolu Lisesi	418	3,0993	1,07415	,05254	2,9960	3,2026	,50	5,00
	Düz Lise	364	3,2404	1,07272	,05623	3,1298	3,3510	,50	5,00
	Meslek Lisesi	207	3,3237	1,08345	,07530	3,1752	3,4721	1,00	5,00
	Diğer	40	3,2875	,72402	,11448	3,0559	3,5191	1,50	4,50
	Total	1098	3,1961	1,06654	,03217	3,1330	3,2592	,50	5,00
faktör6	Fen Lisesi	69	3,3696	,87721	,10560	3,1588	3,5803	1,00	5,00
	Anadolu Lisesi	418	3,3349	,95034	,04648	3,2436	3,4263	,50	5,00
	Düz Lise	364	3,2720	,93091	,04879	3,1760	3,3679	1,00	5,00
	Meslek Lisesi	207	3,3285	,96457	,06704	3,1963	3,4607	,50	5,00
	Diğer	40	3,0375	,97657	,15441	2,7252	3,3498	1,00	4,50
	Total	1098	3,3016	,94679	,02856	3,2456	3,3577	,50	5,00

Tablo 11'e baktığımızda gruplar arası farklılıkları şöyle özetlenebilir:

Faktör1 (Üniversitenin imaj ve marka değeri)'de Düz lisede okuyanların katılım düzeylerinin diğer liselere oranla daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Fen lisesinde okuyanların Anadolu lisesine göre; Anadolu lisesinde okuyanların da Meslek lisesinde okuyanlara göre katılım düzeylerinin daha fazla olduğunu görülmektedir.

Faktör2 (Üniversitenin sunduğu imkanlar)'de ise Fen lisesinde okuyanların diğer liselerde okuyanlara oranla katılım düzeylerinin daha fazla olduğunu, katılım düzeyi en az olanların Meslek lisesi öğrencileri olduğu görülmektedir.

Faktör3 (Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılması)'te katılım düzeylerinin Anadolu lisesi, Düz lise, Meslek lisesi ve Fen lisesi şeklinde sıralandığı görülmektedir.

Faktör4 (Üniversite tercihi dersane ve okulun yönlendirmesi)'te katılım düzeylerine baktığımızda en fazla Meslek lisesi öğrencileri, daha sonra da Düz lise, Anadolu lisesi ve Fen lisesi şeklinde sıralandığı görülmektedir.

Faktör6 (Arkadaş çevresi ve spor olanakları)'da gruplar arasındaki farklılıklara baktığımızda Fen lisesi öğrencilerinin diğer lise öğrencilerine göre katılım düzeylerinin daha fazla olduğu, katılım düzeyi en düşük olan ise Düz lise öğrencileri olduğu görülmektedir.

1.5. Kümeleme Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen katılımcıların üniversite tercihi etki eden faktörlerin önem düzeylerine göre değerlendirme sonuçları Tablo 12'de verilmiştir. Üniversite tercihi etki eden faktörlerin önem düzeyine göre değerlendirilmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Kümeleme analizi kullanılmasında temel amaç araştırma sonucunda elde edilen yargıların temel özellikleri dikkate alınarak onların gruplandırılmasını ve önem düzeylerini belirlemektir (Kalaycı: 2006). Analiz sırasında yargıların 1: En önemli; 2: Önemli ve 3: En az önemli olacak şekilde gruplandırılması yapılmıştır.

Tablo-12: Üniversite Tercihine Etki Eden Faktörlerin Önem Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi

Yargılar	1	2	3
Tercihlerimi yaparken, okuyacağım üniversitenin bulunduğu şehri dikkate alırım.	+	--	--
İş güvencesi sağlayan üniversitelere tercihlerimde öncelik veririm.	+	--	--
Tercih edeceğim bölümün imajının iyi olmasını önemserim.	+	--	--
Üniversitenin tercih edeceğim alana/programa odaklanmış olmasını dikkate alırım.	+	--	--
Tercihlerimde dünya görüşümü rahatlıkla yaşayabileceğim ortamı olan bir üniversite tercih ederim.	+	--	--
Tercih edeceğim üniversitenin imajının iyi olmasını önemserim.	+	--	--
Üniversite kampüsünün gelişmiş olması tercihlerimde etkilidir.	+	--	--
Üniversite tercihlerimde, sunulan staj olanaklarını dikkate alırım.	+	--	--
Tercih ettiğim üniversitenin köklü bir üniversite olmasını isterim.	+	--	--
Tercihlerimde üniversitenin ulaşım olanaklarını dikkate alırım.	+	--	--
Tercihlerimde üniversitedeki sosyal olanakların fazlalığını dikkate alırım.	+	--	--
Üniversitenin sağladığı barınma olanakları üniversite tercihlerimde etkilidir.	+	--	--
Tercih ettiğim üniversitenin akademik kadrosu benim için önemlidir.	+	--	--
Üniversitenin kütüphane olanakları tercihlerimde etkilidir.	--	+	--
Tercih edeceğim üniversitenin laboratuvar olanaklarının yeterli olmasını isterim.	--	+	--
Sunulan sağlık hizmetleri tercihlerimde etkilidir.	--	+	--
Tercih yaparken üniversitenin marka değerinin yüksek olmasını dikkate alırım.	--	+	--
İlgi alanıma uygun öğrenci kulüplerinin bulunması, üniversite tercihlerimde etkili rol oynar.	--	+	--
Üniversitenin politikadan uzak olması tercihlerimde etkilidir.	--	+	--
Burs olanakları fazla olan üniversiteler tercihimde ilk sıralarda yer alır.	--	+	--
Tercihlerimde üniversitenin yurtdışı eğitim olanaklarını göz önünde bulundururum.	--	+	--
Ailemin görüşleri üniversite tercihlerimde etkilidir.	--	+	--
Tercihle bulunmadan önce, o üniversiteden mezun öğrencilerin profillerini dikkate alırım.	--	+	--

Yiyecek- içecek olanaklarının zenginliği üniversite tercihlerimde etkilidir.	--	+	--
Üniversitenin spor olanakları tercihlerimde etkilidir.	--	+	--
Üniversite-sanayi işbirliğinin olması tercihlerimi olumlu yönde etkiler.	--	+	--
Üniversitenin engelli bireylere uygun olması tercihlerimde etkili rol oynar.	--	+	--
Tercihlerimde dershanenin yönlendirmelerini dikkate alırım.	--	+	--
Yakın arkadaşlarımla aynı üniversitede olma fikri tercihimde etkilidir.	--	--	+
Okuyacağım bölüm için hazırlık sınıfı olan üniversiteler tercihlerimde önceliklidir.	--	--	+
Üniversitenin ailemin yaşadığı yere yakın olması benim için tercih sebebidir.	--	--	+
Tercihlerimde okulun yönlendirmelerini dikkate alırım.	--	--	+
Üniversite tercihi yaparken bir yakınımın bu üniversitede okumuş/okuyor olması benim için önemlidir.	--	--	+

Öğrencilerin üniversite tercihinde etki eden faktörlere katılım düzeylerine baktığımızda en önemli faktörün ‘Tercihlerimi yaparken, okuyacağım üniversitenin bulunduğu şehri dikkate alırım.’ ifadesi olduğu görülmektedir. Buradan şunu anlıyoruz ki, üniversitenin bulunduğu şehrin büyüklüğü, imkanları, konumu tercihte etkilidir. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi metropol şehirlerin çokça tercih edilmesi bunun en güzel örneğidir. Diğer bir önemli faktör, ‘İş güvencesi sağlayan üniversitelere tercihlerimde öncelik veririm.’ ifadesidir. Günümüzde en önemli şey insanın bir meslek sahibi olması ya da geçimini sağlayacak bir işinin olmasıdır. Bundan dolayı bir üniversiteyi bitirdikten sonra hemen bir iş bulma ya da mesleğini icra edebilecek bir yerde istihdam edilme üniversite tercihinde önemli bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Üniversite tercihinde üçüncü öneme sahip faktör, ‘Tercih edeceğim bölümün imajının iyi olmasını önemserim.’ ifadesidir. Tıp alanında Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi, Hukuk alanında Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Mühendislik alanında İTÜ Mühendislik Fakültesi, İlahiyat alanında Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi... kendi alanlarında isim yapmış ve öğrencilerin çokça tercih ettikleri bölümlerdir. Diğer bir önemli faktör, ‘Üniversitenin tercih edeceğim alana/programa odaklanmış olmasını dikkate alırım.’ ifadesidir. Bu faktör de bir önceki faktöre benzer bir ifadedir. Türkiye’de her üniversitenin öne çıkmış bölümleri vardır ve öğrenciler tercihlerinde bu bölümleri daha çok tercih etmektedirler. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi, Şifa Üniversitesi Tıp Fakültesi, Boğaziçi Üniversitesi Mühendislik Fakültesi bunlardan bazılarıdır.

Önemli bir diğer faktör, ‘Tercihlerimde dünya görüşümü rahatlıkla yaşayabileceğim ortamı olan bir üniversite tercih ederim.’ ifadesidir. Türkiye’de 77 milyon insan yaşamaktadır. İnançlara saygı evrensel bir değer olduğu için üniversiteler de buna riayet etmek durumundadır. Yükseköğretim Kurumunun verilerine göre Türkiye’de 48.183 yabancı öğrenci bulunmaktadır. En fazla öğrenci İstanbul Üniversitesi (3051), Marmara Üniversitesi (2146) ve Anadolu Üniversitesi (2078)’nde okumaktadır. Değişik din ve inançlara sahip bu öğrencilerin inançlarını yaşayabilecek bir ortamda okumaları en doğal haklarıdır. Başörtüsünün yasak olduğu dönemlerde bazı üniversitelerin katı tutumu öğrencilerin o üniversiteleri tercih etme hususunda olumsuz bir etkisi vardı, çünkü özellikle bayanlar inançlarını yaşamada sıkıntı yaşıyorlardı. Bu yasaklar demokrasinin gelişmesiyle yerini özgürlüklere bırakmaya başlamıştır.

‘Tercih edeceğim üniversitenin imajının iyi olmasını önemserim.’ ifadesi de öğrencilerin tercihinde önemli bir faktör olarak görülmektedir. Türkiye’de Boğaziçi, OTDÜ, Bilkent, Fatih, Koç,

Sabancı gibi üniversiteler hem buldukları şehir, hem akademik kadro hem de mezuniyet sonrası iş imkanları yönüyle öğrenciler arasında imajı iyi olan üniversitelerdir. Dolayısıyla da tercihte bu faktör önemli bir yere sahiptir. Tercihde diğer bir önemli faktör, ‘Üniversite kampüsünün gelişmiş olması tercihlerimde etkilidir.’ ifadesidir. Popüler ve gözde üniversitelerin hepsinin de kampüsünün olması ve bu kampüste öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak imkanların, sosyal alanların bulunması, bu düşünceyi desteklemektedir.

Bir diğer önemli faktör, ‘Üniversite tercihlerimde, sunulan staj olanaklarını dikkate alırım.’ ifadesidir. Mezuniyet sonrası iş bulma imkanının önemli olduğu bir zamanda, üniversitenin staj olanakları önemlidir. Bazı üniversiteler daha okurken öğrencilere staj imkanı sağlamaktadır. Özellikle mühendislik bölümleri olan üniversiteler, öğrencilerin teorik bilgilerini pratiğe çevirmeleri için bu imkanı sunmaktadır. ‘Tercih ettiğim üniversitenin köklü bir üniversite olmasını isterim.’ ifadesi de tercihte önemli bir faktördür. Dünya çapında en önemli üniversiteler denilince akla gelen; Harvard, Yale, Oxford gibi üniversitelerdir. Bu üniversitelerin en önemli özelliği kuruluşlarının çok eskiye dayanması yani köklü birer üniversite olmasıdır. Türkiye’de de aynı durum geçerlidir. İstanbul, Ankara, Hacettepe gibi üniversitelere baktığımızda kuruluşlarının çok eskiye dayandığını ve bazı alanlarda birer ekol olduklarını görmekteyiz.

Öğrenci tercihinde önemli faktörlerden biri de ‘Tercihlerimde üniversitenin ulaşım olanaklarını dikkate alırım.’ ifadesidir. Yine büyük üniversitelere baktığımızda kampüslerinin merkezi yerlerde olduğunun ve ulaşım imkanlarının da iyi olduğunu görmekteyiz. İstanbul, Ankara, Marmara, Ege Üniversiteleri gibi. Bazı üniversitelerin ulaşım imkanları sıkıntılı olduğu için tercihte olumsuz bir etkiye sahiptir. Örneğin Arel Üniversitesi... Üniversite İstanbul’da olmasına rağmen ulaşımı çok sıkıntılıdır.

Diğer önemli bir faktör ise ‘Tercihlerimde üniversitedeki sosyal olanakların fazlalığını dikkate alırım.’ ifadesidir. Üniversite öğrenciye mesleki bilgiler vermenin yanında onu hayata da hazırlar. Bu da öğrencinin sosyal olanakları kullanmasıyla doğru orantılıdır. Bir insanın sosyalleşmesi için sosyal aktivitelere katılması gerekmektedir. ‘Üniversitenin sağladığı barınma olanakları üniversite tercihlerimde etkilidir.’ ifadesi de önemli bir tercih sebebidir. Üniversiteyi kazanan öğrencilerin en önemli sorunu barınma sorunudur. Çoğu üniversite bu barınma sorununu, kampüse yaptığı yurtlarla çözmeye çalışmaktadır.

Ve son önemli faktör, ‘Tercih ettiğim üniversitenin akademik kadrosu benim için önemlidir.’ ifadesidir. Rekabetin çok olduğu günümüzde üniversitelerin farkındalık oluşturmak için akademik kadrolarına; nitelikli, popüler isimleri kattığını görüyoruz. Bunun en belirgin göstergesi tercih zamanlarında üniversitelerin, reklamını yaparken akademik kadrolarını da ilan etmeleridir.

Katılımcıların ikinci dereceden önemli gördükleri faktörlere baktığımızda bu faktörlerin;

1. Üniversitenin kütüphane olanakları tercihlerimde etkilidir.
2. Tercih edeceğim üniversitenin laboratuvar olanaklarının yeterli olmasını isterim.
3. Sunulan sağlık hizmetleri tercihlerimde etkilidir.
4. Tercih yaparken üniversitenin marka değerinin yüksek olmasını dikkate alırım.
5. İlgi alanıma uygun öğrenci kulüplerinin bulunması, üniversite tercihlerimde etkili rol oynar.
6. Üniversitenin politikadan uzak olması tercihlerimde etkilidir.
7. Burs olanakları fazla olan üniversiteler tercihimde ilk sıralarda yer alır.
8. Tercihlerimde üniversitenin yurtdışı eğitim olanaklarını göz önünde bulundururum.
9. Ailemin görüşleri üniversite tercihlerimde etkilidir.
10. Tercihle bulunmadan önce, o üniversiteden mezun öğrencilerin profillerini dikkate alırım.
11. Yiyecek-içecek olanaklarının zenginliği üniversite tercihlerimde etkilidir.
12. Üniversitenin spor olanakları tercihlerimde etkilidir.
13. Üniversite-sanayi işbirliğinin olması tercihlerimi olumlu yönde etkiler.
14. Üniversitenin engelli bireylere uygun olması tercihlerimde etkili rol oynar.
15. Tercihlerimde dershanenin yönlendirmelerini dikkate alırım.’ ifadeleridir.

Katılımcıların üniversite tercihine etki eden faktörlerde en az önem verdikleri ya da diğer bir ifadeyle önemsemedikleri faktörler;

1. Yakın arkadaşlarımla aynı üniversitede olma fikri tercihimde etkilidir.
2. Okuyacağım bölüm için hazırlık sınıfı olan üniversiteler tercihlerimde önceliklidir.
3. Üniversitenin ailemin yaşadığı yere yakın olması benim için tercih sebebidir.
4. Tercihlerimde okulun yönlendirmelerini dikkate alırım.
5. Üniversite tercihi yaparken bir yakınımın bu üniversitede okumuş/okuyor olması benim için önemlidir.' ifadeleridir.

Burada dikkat çeken bir nokta da öğrencilerin üniversite tercihinde dershanenin okula göre daha etkili olduğu düşüncesidir.

SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Rekabet koşullarının hızla arttığı günümüzde üniversitelerin, rakipleri arasında daha iyi bir yer edinmeleri için hedef kitlesi olan öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak bir pazarlama sistemi oluşturmaları ve bunu başarıyla uygulayabilmeleri için de tüketici konumundaki öğrenciler hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Tercih yapmak her zaman zor bir süreçtir. Hele bu tercih insanın tüm hayatını etkileyecek derecedeysen daha da zordur. Bu nedenle karar verici, tercihler içinde en uygununu seçmek için belirli kriterleri göz önünde bulundurmaktadır. Türkiye’de yaşayan ve liseden mezun olmuş ve mezun olabilecek durumda olup da yükseköğretime devam etmek isteyen öğrencilerin aşmaları gereken ilk engel üniversiteye giriş sınavıdır. Bu sınava katılıp ilk aşamada, 180 puan ve üzeri almaları gerekmektedir. İkinci aşamada ise yine 180 ve üzeri puan alan öğrenciler, okumak isteyecekleri üniversiteler arasında tercihte bulunmaktadırlar.

Çalışmada, cinsiyet ile ‘Üniversitenin imaj ve marka değeri, Üniversitenin sunduğu imkanlar, Üniversitenin temel ihtiyaçları karşılaması, Üniversite tercihinde dershane ve okulun yönlendirmesi, Üniversite tercihinde ailenin etkisi, Arkadaş çevresi ve spor olanakları’ ifadeleri arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmüştür. Bu farklılıkta sadece ‘Arkadaş çevresi ve spor olanakları’ faktöründe erkeklerin bayanlara oranla katılım düzeyleri fazla iken diğer faktörlerde bayanların katılım düzeylerinin daha fazla olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Öğrencinin seçeceği üniversite türü ile ‘Üniversite tercihinde ailenin etkisi’ ifadesi arasında da anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Öğrencinin Alanı ile ‘Üniversitenin sunduğu imkanlar’ ifadesi arasında da anlamlı bir farklılığın olduğu ortaya çıkan bulgulardan biridir. Yine öğrencinin okuduğu okul türü ile ‘Arkadaş çevresi ve spor olanakları’ ifadesi arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Çalışmada ayrıca, öğrencilerin üniversite tercihinde en önemli ifadenin ‘Tercihlerimi yaparken, okuyacağım üniversitenin bulunduğu şehri dikkate alırım.’ ifadesinin olduğu görülmüştür. Türkiye’nin en prestijli ve en çok rağbet edilen üniversitelerinin metropol dediğimiz; İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi şehirlerde olması bu ifadenin ne kadar doğru olduğunu göstermektedir. Diğer önemli bir faktör ise ‘İş güvencesi sağlayan üniversitelere tercihlerimde öncelik veririm.’ ifadesidir. Günümüzde bir insanda aranan en büyük özellik bir meslek sahibi olup olmamasıdır. Çünkü meslek, o kişinin toplumdaki sosyal statüsünü belirleyen en önemli göstergedir. İnsanların da üniversiteyi bitirdikten sonra bir meslek sahibi olmaları en doğal haklarıdır. Fakat üniversitelerin çoğalıp mezunların artması; bunun yanında istihdamın buna paralel olarak artmaması, iş bulmayı güçleştirmiştir. Türkiye’de 2015 TÜİK verilerine göre 600 bin civarında işsiz üniversite mezununun bulunması düşündürücüdür. Tabi bunda devletin eğitim politikasının yanlış yönetilmesinin de payı olduğu öngörülebilir. Çünkü ihtiyaç olmayan alanlarda üniversitelerde bölüm açıp öğrenci yetiştirmek, mezun ettikten sonra o öğrencileri istihdam edememek yanlış politikanın sonucu olduğu söylenebilir. Bundan dolayı öğrenciler üniversiteyi tercih ederken iş bulma olasılığı yüksek olan üniversiteleri tercih etmektedirler. Çünkü bazı işverenler belirli üniversitelerden ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Hatta iş ilanlarında ‘sadece OTDÜ, Boğaziçi Üniversitesi öğrencileri başvurabilir’ gibi ifadelerin de olduğu görülmektedir.

Üçüncü derecede önemli faktör ise, ‘Tercih edeceğim bölümün imajının iyi olmasını önemserim.’ ifadesi olduğu anlaşılmıştır. Türkiye’de üniversitelerin bazı bölümleri üniversiteyle özdeşleşmiştir. Hukuk denildiğinde akla gelen Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi’dir. Tıp denildiğinde Hacettepe ya da Cerrahpaşa Tıp Fakülteleri; İlahiyat denilince Marmara İlahiyat gelir akla. Bu nedenle bazı bölümler üniversitenin önüne geçmiştir popülerlik yönüyle. Bu da öğrencilerin tercihinde üçüncü derecede önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada öğrencilerin

tercihte en az etkili olduğu faktörlerin; ‘Üniversite tercihi yaparken bir yakınımın bu üniversitede okumuş/okuyor olması benim için önemlidir. Tercihlerimde okulun yönlendirmelerini dikkate alırım. Üniversitenin ailemin yaşadığı yere yakın olması benim için tercih sebebidir.’ ifadeleri olduğunu görmekteyiz. Bu ifadelere baktığımızda öğrencilerin tercihinde okulun etkisinin hemen hemen hiç olmadığını görmekteyiz. Dershanenin etkisinin okula göre daha fazla olması ülkemizin içinde bulunduğu durumu göstermektedir. Çünkü dershaneler, okulun eksiklerini tamamlamak için ortaya çıkmış eğitim kurumlarıdır. Fakat görülmektedir ki eğitim konusunda dershaneler okulun önüne geçmiştir. Bundan dolayı öğrenciler dershaneye, sınav süreçlerinde okuldan daha fazla önem vermektedir. Bu gerçeği gören devlet, bu problemi çözmek için dershaneleri kapatma yoluna gitmiştir ve 2015 Eylül ayı itibarıyla de dershaneleri kapatma kararı almıştır. Bu kararın bir çözüm mü, bir kaos mu olduğu karar uygulandıktan sonra görülecektir. Fakat görünen o ki, sınavlar -TEOG, YGS, LYS, KPSS- devam ettikçe legal olmasa da dershanecilik bir şekilde devam edecek gibi görünmektedir.

‘Üniversitenin ailemin yaşadığı yere yakın olması benim için tercih sebebidir.’ ifadesinin tercihte en az etkiye sahip olması düşündürücüdür. Öğrenciler üniversite okurken ailesinin yanında olmasını istememesi akla birçok şey çağrıştırmaktadır. Aileye bağlı bir hayattan, her konuda özgür olduğu bir hayatı tercih etmesi belki de en önemli bir sebep olabilir. Demek ki üniversite, öğrencilere yeni bir ‘hayat’ vaat etmektedir. Öğrenciler de bu hayatı yaşamak için aileden uzaklaşmak istemektedirler.

Çalışmamızda çıkan bir diğer sonuç olan ‘iş güvencesi sağlayan üniversitelerin tercih edilmesi’ maddesi farklılık göstermektedir. Bunun sebebi Batılı ülkelerde üniversitelerde okuyan ve mezun olan öğrencilerin iş bulamama olasılıklarının olmaması düşünülebilir. O ülkelerde istihdam sorunu Türkiye’deki gibi olmayabilir. Yani üniversiteden mezun olanların hepsi alanlarıyla alakalı mesleklerini icra etme imkanları bulmuş olabilirler. Şunu biliyoruz ki, Avrupa’da çoğu ülkede öğrenciler ilköğretim sonunda ya bizim meslek lisesi dediğimiz liselere ya da üniversiteye yönelik akademik liselere yönlendiriliyorlar. Meslek lisesini bitirenler üniversite okumadan işçi olup topluma kazandırılırken akademik liseye gidenler ise üniversiteye girerek lisans eğitimlerini tamamlayıp meslek sahibi olarak topluma kazandırılıyorlar. Bizde ise üniversite sınavına üniversitede okuma kapasitesi olmayan öğrenciler de girmektedir. Bunu sınav sonuçları açıklandıktan sonra çıkan manzaradan görmekteyiz. Binlerce öğrencinin sıfır çektiği belirtiliyor. Mart 2015 YGS’de sorulan 160 sorudan 180 puana karşılık gelen 30 civarında soruyu yapamayan yaklaşık 600 bin öğrencinin olduğunu söylersek eğitim politikasının yanlışlığını daha net bir şekilde görmüş oluruz.

Üniversitelerin, sektörde varlıklarının devam ettirebilmeleri ve yeni öğrenci çekebilmeleri için bazı faktörleri dikkate almaları gerekmektedir. Hedef kitle olan öğrencilerin beklentileri doğrultusunda; eğitim hizmetleri geliştirilerek akademik kadro güçlendirilmeli, öğrencilerinin mezun olduktan sonra iş bulmalarını kolaylaştıracak iş dünyası bağlantıları kurulmalı, öğrencilerin dünya görüşünü rahatlıkla yaşayabilecekleri ortamlar oluşturulmalı, üniversitenin ve bölümlerin imajlarının iyileştirilmesi için gerekli tedbirler alınmalı, kampüsün gelişmiş ve sosyal imkanların iyi olmasına dikkat edilmeli, barınma ve ulaşım olanaklarının öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak yeterlikte olması sağlanmalıdır. Üniversiteler için akademik kadro önemli bir faktördür. Bu konu hem eğitim kalitesinin hem de genel anlamda üniversite kalitesinin artmasını sağlayacaktır. Kampüsün fiziksel görünümü ve ders araç gereçleri; teknoloji ve görsellikle zenginleştirilerek öğrencilere sunulmalıdır. Eğitim verilen binalar ve sınıflar haricinde de öğrencilerin beslenme ihtiyaçlarını karşılayacak olan kantin ve yemekhane olanaklarının da önceden düşünülmesi gerekmektedir.

Bilimin merkezi sayılan ve bilim adamı yetiştiren üniversitelerin kütüphane ve laboratuvar olanaklarının ihtiyaçlara cevap vermesi gerekmektedir. Çünkü üniversitelerin uluslararası alanda söz sahibi olmaları üniversite elemanlarının yapmış oldukları araştırmalara ve yayımladıkları bilimsel makalelere göre olmaktadır. Bunu da ancak politikadan uzak ve bireylerin dünya görüşlerini rahatlıkla yaşayabilecekleri ortama sahip üniversiteler gerçekleştirebilir.

Dünyanın bir köy olduğu ve bu köyün resmi dilinin de İngilizce olduğu düşünülürse yabancı dil eğitiminin önemi bir kez daha önem kazanmaktadır. Bu nedenle üniversitelerin yabancı dil

eğitimine önem vermesi ve yurt dışı eğitim olanaklarının olması üniversite tercihi yapacak öğrenciler için cazip bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Öğrenciler üniversite eğitimleri boyunca ekonomik sıkıntı yaşamamak için burs imkanı iyi olan üniversiteleri tercih etmek istemektedirler. Bu konuda vakıf üniversitelerinin devlet üniversitelerine göre daha cömert oldukları görülmektedir. Üniversitelerden mezun ünlüler o üniversiteye prestij de kazandırmaktadır. O nedenle birçok üniversitenin girişinde ya da herkesin görebileceği mekanlarda, o üniversiteden mezun ünlü simaları teşhir etmeleri bu düşüncemizi kanıtlamaktadır. Cumhurbaşkanlığı ve başbakanlık yapmış Turgut Özal, Süleyman Demirel ve Necmettin Erbakan'ın İTÜ'den mezun olmaları o üniversiteye bir ayrıcalık kazandırmıştır.

Araştırmada, tüketici davranış modellerinden Engel-Kollat-Blackwell Modeli'ne benzemektedir. Girdisi tüketicinin duyu organları ile algıladığı sosyal ve fiziksel uyarıcılar olan modelin çıktısı ise karar işlemidir. Bu karar ya da tercih işlemi problemin tanımlanması, alternatiflerin araştırılması, değerlendirilmesi, tercih alma kararı ve sonuçları şeklinde bir süreç izlemektedir. Dolayısıyla, üniversite tercihi yapacak öğrenciler de bu aşamalardan geçerek, okuyacakları üniversite için bir tercihte bulunmaktadırlar. Çalışma konusunun literatürde yeni olduğu ve kısıtlı sayıda kaynak olduğu daha önce de belirtilmişti. İleriki çalışmalarda örneklem sayıları artırılarak bölge bölge ya da il il daha kapsamlı çalışmalar yapılabilir. Anketteki değişken sayıları artırılarak daha değişik algılar ölçülebilir. Örneğin üniversitelerin topluma dönük faaliyetleri, üniversite değişim faaliyetleri (erasmus, farabi, mevlana vs.), etkin bir mezun takip sisteminin olup olmaması değerlendirilebilir. 2013 nisan-mayıs aylarında yapılan bu çalışmada, üniversite sınavlarına hazırlanan öğrencilerin üniversite tercihini etkileyen faktörlere yönelik genel bir değerlendirmede bulunulmuştur.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2010). Araştırma Yöntemleri, Sakarya, Sakarya Kitabevi.
- Bayram N. (2004). Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi, Ezgi Kitapevi, Bursa.
- Bilgin, Y. (2011). Turizmde Lisans Öğrenimi Gören Öğrencilerin Özellikleri ve Mesleğe Yönelik Düşünceleri Üzerine Bir Alan Araştırması, Yüksek Lisans Tezi. Düzce.
- Çakmak, O. (2003), Bilgi Çağında Eğitim ve Üniversite, İstanbul, Nesil Yayınları.
- Gürüz, K. (2003). Dünya'da ve Türkiye'de Yükseköğretimin Tarihçesi ve Bugünkü Sevk ve İdare Sistemleri, 2. Baskı, Ankara, Ösym Yayınları.
- Howard, E.A., Tinsley, T.D. (1987). Uses of Factor Analysis in Counseling Psychology Research.
- İslamoğlu, A. H. (2003). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Beta BasımYayıncılık, İstanbul.
- Kalaycı, Ş. (Ed.) (2006). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Keskin, Y. (2008). Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Tatmininin Ölçülmesi: Kızılcahamam Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Düzce.
- Marangoz, C. (2008). Çağdaş Üniversite, Ankara: Yarınlar için Düşünce Platformu Eğitim ve Kültür Yayınları.
- Özdamar, K., (2002). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler), 2. Cilt, 4. Baskı, Kaan Kitapevi, Eskişehir.

Tavşancıl E. (2002). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara

Yavuzalp, A. (2011).Eğitim Pazarlamasında Konumlandırma: İstanbul'daki Üniversitelerin Dershane Öğrencileri Tarafından Algılanmasına İlişkin Bir Araştırma. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Zikmund, W.G., (1999). Essentials of Marketing Research, The Dreyden Press, s.116.