

## Soru formu hazırlarken nelere dikkat etmeli?

*Kantitatif araştırmalarda soruları hazırlarken dikkat etmemiz gereken pek çok husus mevcuttur. İşte soruları hazırlarken hatırımızda tutmamız gereken bazı ipuçları:*

### İPUCU

Çifte ifadeli sorulardan kaçınılması

### Örnek

*“Sizce YYY'nin elemanları ne derece hızlı ve nazik servis yapıyorlar?” sorusunda iki ayrı ifade yer almaktadır. YYY'nin elemanları nazik olabilirler ama hızlı olmayabilirler, ya da tam tersi.*

### İPUCU

Soru sorarken görüşülen kişiye uygun terminolojinin (görüşülen kişinin dilinin) kullanılması

### Örnek

Halk arasında yürüttüğümüz bir çalışmada *“Şimdiye kadar hangi anti-piretik ilaçları kullandınız?”* şeklinde sorduğumuzda görüşülenlerin çok az bir kısmı bunu anlayabilir.

Bunun yerine *“Şimdiye kadar hangi ateş düşürücü ilaçları kullandınız?”* şeklinde sorduğumuzda anlaşılacaktır.

### İPUCU

Yanıt kategorilerinin, görüşülen kişinin düşüncesinin tam olarak alınamamasına ya da kaçamak yanıt vermesine yol açabilecek şekilde eksik bırakılmaması

### Örnek

*“BBB'ye ilişkin size getirilen doküman ve literatür BBB hakkında yeterli bilgi olmanızı sağlıyor mu?”*

Hatalı/ Eksik

- Evet
- Hayır

Daha doğru

- Evet, sağlıyor
- Biraz sağlıyor
- Hayır, sağlamıyor

### İPUCU

Yanıtların örtüşmemesi ya da eksik yanıt olmaması

### Örnek

*“Yaşınız nedir?”*

Hatalı/ Eksik

- 34'ün altında
- 35-54 yaş
- 54 yaş ve üzeri

Doğru

- 35'in altında
- 35-54 yaş
- 55 yaş ve üzeri

## İPUCU

Yanıt kategorilerinin mümkün olduğunca açık ve spesifik olması

## Örnek

*"Bir haftada ne sıklıkta gıda alışverişi yaparsınız?"*

Hatalı/ Eksik

- Çok sık
- Sık
- Ara sıra
- Seyrek
- Hiç

Doğru

- Her gün
- Haftada 5-6 kere
- Haftada 3-4 kere
- Haftada 1-2 kere
- Hiç

Doğru

..... (açık olarak yazınız)

## İPUCU

Görüşülen kişinin soruyu yanıtlarken kendini rahat hissetmeyeceği durumların dikkate alınarak seçeneklerde "kaçış" seçeneğinin yer alması

## Örnek

*"Bir yılda ne sıklıkta tatile gidersiniz?"*

- 1 - 2 kere
- 3 - 4 kere
- 5 kere veya daha fazla
- Hiç
- Hatırlamıyor (OKUMAYINIZ)
- Cevap yok (OKUMAYINIZ)

## İPUCU

Görüşülen kişiyi etki altında bırakacak/ yönlendirecek nitelikte sorular sorulmaması

## Örnek

*“Bu üründe hoşlanmadığınız yönler nelerdir?”* diye dolaysız bir soru sormak kişide “üründe hoşlanmaması gerektiği bir hususun varolduğu” hissini yaratabilir. Dolayısıyla öncelikle *“bu üründe hoşlanmadığınız herhangi bir yön var mı?”* diye sormak, ardından “evet” cevabı verenlere bunların neler olduğu sorusunu yöneltmek gerekir.

Benzer şekilde *“Sizce hükümet mevcut problemleri çözebilmek için elinden gelen herşeyi yapıyor mu?”* sorusu yönlendirici bir sorudur. Kişide olumsuz bir ön yargı yaratmaktadır.

## İPUCU

Soruların tutarlılık ve geçerlilik kriterlerini karşılaması

## Örnek

Yöneltile soruların:

- Konu itibariyle kişiyi ilgilendiriyor olmasına/ kişinin konu hakkında deneyim sahibi olmasına,
- Kişinin hafızasını zorlayacak, tutarsız yanıtlar vermesine yol açacak şekilde olmamasına dikkat edilmelidir.

Örneğin, sigara markasını sürekli değiştiren bir kişiye *“Son iki ayda kaç kere CCCC markasından satın aldınız?”* sorusunun cevabı gerçeğe yakın olmayabilir.

## NE TÜR SKALALAR KULLANILABİLİR?

(Ordinal/ Aralıklı/ Oransal skala türlerinden örnekler verilmiştir.)

*Kantitatif araştırmalarda skalalar, birbiri ile karşılaştırılabilir cevaplar elde edebilmek açısından kullanılır. Yaygın olarak kullanılan skalalardan bazıları aşağıdaki gibidir:*

### Likert Skalası

Görüşülen kişilerin ilgili özellik/ ifadeye ilişkin fikirleri “katılım derecesi” bazında alınır.

*Şimdi size okuyacağım her bir ifadeye ne derece katıldığınızı lütfen söyleyebilir misiniz?*

- 1 Hiç katılmıyorum
- 2 Katılmıyorum
- 3 Ne katılıyorum ne katılmıyorum
- 4 Katılıyorum
- 5 Tamamıyla katılıyorum

Hem erkek hem de kadın aile bütçesine katkıda bulunmalıdır ( )  
Bir anne çocuğu okul çağına gelene kadar çalışmamalıdır ( )  
Tam zamanlı bir işte çalışması kadının bağımsız bir kişi olabilmesi için en iyi yoldur ( )

### Sözel Sıklık Skalası

Bir durumun ne sıklıkta gerçekleştiğini gösteren ifadelerin yer aldığı skaladır (sayısal sıklığın alınmasının hedeflenmediği durumlarda kullanılır).

*İnternette ziyaret ettiğiniz sitelere ilişkin olarak aşağıdaki kaynaklardan ne sıklıkta bilgi aldığınızı lütfen söyleyebilir misiniz?*

- 1 Hiç
- 2 Seyrek
- 3 Ara sıra
- 4 Sık
- 5 Oldukça sık

- Mega arama motorları ( )  
Yakın çevrem ( )  
Bilgisayar dergileri ( )

### İkili Karşılaştırma Skalası

Alternatifler (marka/ ürün/ hizmet/ durum) arasından oluşturulan ikili seçeneklerden birinin tercih edilmesi esasına dayanır.

*Aşağıda yer alan her bir sakız markası çifti için, en çok tercih ettiğiniz birini lütfen söyleyebilir misiniz?*

- (1) Vivident (1) First (1) Vivident  
(2) Relax (2) Wrigley (2) Wrigley

- (1) First (1) Relax (1) Wrigley  
(2) Vivident (2) First (2) Relax

### Karşılaştırma Skalası

Bir marka/ ürün/ hizmet/ durum ile bir diğeri/ diğerleri arasında karşılaştırma yapmak amacıyla kullanılır.

*Yeni yönetim kadrosu teknik yönden bir öncekine göre.....?*

- Çok kötü Aynı Çok iyi  
1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

### Lineer, Sayısal Skala

Herhangi bir konunun/ durumun "tek bir boyutta" değerlendirilmesi gerektiği durumlarda kullanılır.

*Aşağıda yer alan toplumsal konular sizce ne derece önemli?*

- Hiç önemli Çok  
değil önemli  
1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

- Deniz kirliliğinin azaltılması/ giderilmesi ( )  
Ulusal savunma ve güvenliğin geliştirilmesi ( )  
İşsizler için yeni istihdam alanlarının yaratılması ( )

### Semantik Farklılık Skalası

Bir marka/ ürün/ hizmet/ kişi/ kurumun (zıt tanımlamalar bazında) imajına/ nasıl algılandığına dair bulgular elde etmek açısından kullanılır. Karşılaştırmalı olarak birden fazla nesne/ kişi/ kurum için değerlendirme yapılabilir.

*Lütfen ..... jean markasına ilişkin olarak görüşlerinizi belirtebilir misiniz?*

Kalitesiz	1	2	3	4	5	6	7	Kaliteli
Demode	1	2	3	4	5	6	7	Popüler
Eski	1	2	3	4	5	6	7	Yeni
Kalitesine göre pahalı	1	2	3	4	5	6	7	Kalitesine göre ucuz

### Semantik Uzaklık Skalası

Semantik farklılık skalasından farklı olarak zıt ifadeler bazında değil, nesneyi/ kişiyi/ kurumu tanımlayabilecek çeşitli sıfatlar bazında değerlendirmeyi mümkün kılar. Avantajı daha fazla sayıda sıfat listesinin kullanılabilmesidir.

*Lütfen ..... 'den aldığınız hizmete ilişkin olarak görüşlerinizi belirtebilir misiniz?*

Hiç değil 1 .... 2 .... 3 .... 4 .... 5 .... 6 .... 7 Kesinlikle

_____ Ekonomik	_____ Kaliteli
_____ Zaman kazandırıcı	_____ Tatmin edici
_____ Güvenilir	_____ Sıkıcı

### Sabit Toplam Skalası

Mümkün olan alternatifler/ seçenekler arasından bir nesnenin/ durumun hangi oranda tercih edildiğini/ gerçekleştirildiğini görmek açısından kullanılır.

*Cep telefonunuz ile yapmış olduğunuz son 10 görüşmeyi aşağıda yer alan kategoriler bazında dağıtabilir misiniz?*

İşle ilgili şehiriçi görüşme	-----
İşle ilgili şehirdışı görüşme	-----
Kişisel nedenlerle şehiriçi görüşme	-----
Kişisel nedenlerle şehirdışı görüşme	-----
TOPLAM	10

### Zorunlu Sıralama Skalası

Marka/ ürün/ hizmet/ kişi/ kurumların birbirine göre rölatif olarak sıralanması istenir. Sıralanması istenen şeylerin cevap vermeyi kolaylaştırmak (aynı zamanda geçerlilik ve güvenilirlik) açısından 10'un altında olması gerekir.

*Lütfen aşağıda yer alan seyahat şirketlerini tercih sıranıza göre sıralayabilir misiniz?*

Varan -----
Kamil Koç -----
Ulusoy -----
Pamukkale -----

## AKIŞ VE SORU TİPLERİ

*Soru formunun bütün bileşenleri, görüşülen kişinin görüşme sürecine aktif bir şekilde katılmasını sağlamak ve güvenilir bilgi toplamak açısından önemlidir.*

### Görüşülecek kişinin seçimi - Giriş & Eleme/ Tarama

Giriş şunları kapsamalıdır:

- Görüşülen kişinin ayıracağı zamanın ne derece önemli olduğu ifade edilmeli,
- Katılıma davet içermeli,
- Görüşmecinin temsil ettiği araştırma şirketinin, görüşmecinin adı belirtilmeli,
- Çalışma ana konusu söylenmeli,
- Görüşmenin pazarlama/ satış amaçlı olmadığı vurgulanmalı,
- Görüşmenin ortalama süresi söylenmeli,

*“İyi günler, ben STRATEJİK FOKUS Araştırma Eğitim ve Danışmanlık Ltd. Şirketi’nden .....  
Bağımsız bir araştırma kuruluşu olan STRATEJİK FOKUS toplumun her katmanından, kişilerin ihtiyaç ve taleplerini en iyi şekilde belirleyebilmek ve ürün/ hizmetlere ilişkin olarak kişilerin görüşlerini öğrenmek amacıyla Türkiye’nin önde gelen firmaları adına araştırmalar yürütmektedir. Bu çerçevede sizinle, KİŞİSEL BAKIM üzerine YAKLAŞIK 15 DAKİKA SÜRECEK OLAN bir görüşme yapmak ve değerli görüş ve önerilerinizi almak istiyoruz. Araştırmamıza katılmak ister miydiniz? Ayıracağınız değerli vaktiniz ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim.”*

Eleme/ Tarama, görüşülen kişinin araştırma için uygun olup olmadığının (yaş, gelir, ürün kullanımı vs...) değerlendirildiği bölümdür. Bu bölümde hassasiyet taşıyabilecek konuların kart yardımıyla sorulması daha uygun olacaktır.

*“Aylık hane halkı geliriniz bu dilimlerden hangisine girmektedir? (KART GÖSTERİNİZ)”*

- 1) 100 - 250 milyon . **GÖRÜŞMEYE SON VERİNİZ**
- 2) 251 - 500 milyon TL
- 3) 501 - 750 milyon TL
- 4) 751 - 1000 milyon TL
- 5) 1001 - 1250 milyon TL
- 6) 1251 - 1500 milyon TL
- 7) 1501 milyon TL ve üstü

### Ana Soru Formu

Ana soru formu, araştırmanın asıl amaçlarına yönelik kullanılır. Ana soru formunda yer alan soruların doğal bir akışta ilerlemesi, belirli bir konunun tamamlanmadan diğerine geçilmemesi, farklı konulara geçildiği durumlarda “Şimdi de size ..... sormak istiyorum” şeklinde geçişler yapılması gerekir.

Soru formunun, önce gelen soruların sonraki soruların cevaplarını etkileyebileceği, gözönünde tutularak hazırlanması esastır. Örnek vermek gerekirse:

Genel kategori sorularından spesifik marka sorularına:

*“Son 1 hafta içinde hangi alışveriş merkezlerine gittiniz ?”*

*“Ne tür alışveriş yaptınız ?”*

*“..... kategorisinde hangi ürünleri satın aldınız ?”*

Değerlendirmeden, tanı ve sınıflandırmaya:

*“Ne derece memnun kaldınız?”*

*“Memnun olduğunuz/ olmadığınız yönler nelerdir?”*

*“Bundan sonra satın almaya devam eder misiniz?”*

### Spontan sorudan yardımcı soruya

*“Bildiğiniz, duyduğunuz ..... markalarını söyleyebilir misiniz?”*

*“Kartta görmüş olduğunuz markalardan hangilerini biliyorsunuz?”*

geçiş, soru formunda doğal akışı sağlayacaktır.

### **Soru tipleri**

Soru formunda, kapalı uçlu soru ve açık uçlu soru olmak üzere iki ana tipte soru vardır.

#### ***Kapalı uçlu sorular***

Görüşülen kişinin cevabını, sınırlandırılmış bir cevap kümesinden seçtiği soru tipleridir. Sıklıkla kullanılan 3 tip kapalı uçlu sorudan bahsetmek mümkündür: Skalalı soru tipleri (daha önce sözetmiştik), zorunlu seçmeli sorular ve demografi soruları.

Zorunlu seçmeli soru tipinde Görüşülen kişi iki ya da daha fazla alternatif arasından (bir ya da daha fazla sayıda) seçim yapmak zorundadır.

Mesela,

*“Kartta gördüğünüz markalardan hangi markanın **en iyi** marka olduğunu düşünmektesiniz ?”*

*“Sizce kartta gördüğünüz sıfatlardan ya da ifadelerden **hangileri** bu markayı kullanmakta olan kişileri en iyi tanımlar?”*

Demografi soruları ise, analizi (farklı demografik) gruplar bazında verebilmek amacıyla sorulur ve soru formunun sonunda yer alır.

Mesela,

*“Kaç yaşındasınız ?”*

*“En son hangi okuldan mezun oldunuz ?”*

*“Hanenizde kaç kişi yaşıyor?”*

#### ***Açık uçlu sorular***

Detaylı bulgu elde edebilmek, bir önceki soruda verilen cevabın arkasındaki gerçeği öğrenmek amacıyla kullanılan soru tipleridir. Tam açık ve yarı-açık olmak üzere ikiye ayrılır. Yarı-açık uçlu sorular görüşülen kişilerden gelecek olası cevapların önceden listelenmesi ile oluşturulur. Cevaplar aynen ifade edildiği taktirde soru formunda işaretlenir, aksi halde açık olarak kaydedilir. Ne tam açık ne de yarı-açık uçlu sorularda hatırlatma/ yönlendirme yapılmaz.

*“Bu ürünün beğendiğiniz özellikleri nelerdir ?”*

1 Kullanım kolaylığı

2 Etkili olması

3 Diğer (Belirtiniz) .....

98 Fikri yok

99 Hiçbir özelliğini beğenmiyorum

### **Kapanış**

Görüşmenin sonunda görüşülen kişiye araştırmaya ayırdığı vakit ve değerli görüşleri/ katkıları için teşekkür edilir. Bu, kişinin gelecekte başka bir pazar araştırmasına katılması açısından teşvik edici olabilir.

### **Değerlendirme**

Son olarak, kalite kontrol prosedürleri gereği, proje ekibinden birisinin görüşülen kişiyle tekrar bağlantı kuracağı ve bazı sorular soracağı görüşülen kişiye bildirilir.