

Hangi araştırma yöntemi nasıl belirlenir ?

Araştırma yönteminin seçimi, yani telefonla ya da yüz-yüze görüşmeler yapıp yapmayacağımız, postalama yöntemini kullanıp kullanmayacağımız, biz araştırmacıların veriye ulaşmak için verdiğimiz en önemli kararlardan biridir.

Çeşitli yöntemlerin içinden, yapacağımız araştırmanın yöntemini belirlemek için verdiğimiz karar, birçok faktörle açıklanabilir. Fakat biz burada en genel olanlarından bahsedeceğiz.

Örnekleme

Görüşeceğimiz kişileri belirlememiz için kullanacağımız yaklaşım, kimi zaman işimizi kolaylaştırır, kimi zaman zorlaştırır.

Diyelim ki araştırmamızda bir liste kullanıyoruz, o zaman listede bulunan bilgilerin yetersiz kalabileceğini gözönünde bulundurmalıyız; telefon numaraları yanlış olabilir, görüşeceğimiz kişi artık elimizde bulunan adreste oturmayabilir.

Bu araştırma genel popülasyona hitap eden bir araştırma ise, postalama ya da yüz yüze görüşme tekniğini uygulamak yerine, telefonda rastsal numara çevirme tekniğiyle araştırmaya yaklaşabiliriz.

Ancak belli bir hedef kitleyi içeriyorsa ve elimizdeki liste bu hedef kitlenin listesiyse, o zaman yapabileceğimiz en iyi şey, listedeki kişilerin sayısını arttırmaktan başka birşey olamaz.

Popülasyon

Görüşülecek kişilerin eğitim seviyesi ve işbirliği yapma motivasyonları data toplama yöntemini belirlemede iki belirgin etmen olarak karşımıza çıkar.

Özellikle "postalama" ya da "kendi-kendine tamamlama" tekniği ile yapılan araştırmalarda bu etmenlerin dikkate alınması gerekir.

Yaş ortalaması yüksek ya da eğitim seviyesi düşük bir popülasyon söz konusu olduğunda yüz yüze görüşme tekniğinin kullanılması daha doğrudur.

Müşteri memnuniyeti araştırmalarında sıkça kullanılan yöntemlerden biri olan postalama yönteminde, anketi yanıtlayanların ya çok memnuniyetsiz ya da çok memnun kişiler olabileceği dikkate alınmalıdır.

Dolayısıyla postalama yöntemi telefonla mutlaka desteklenmelidir. Çocuklar arasında araştırma yaparken (ebeveynlerin bulunması şartıyla) sadece yüz yüze görüşmeler veya grup tartışmaları kullanılabilir.

Soru Formu

“Kendi-kendine tamamlama” yöntemiyle yaptığımız bir araştırmada, soru formunda bulunan kapalı uçlu soruları, kişinin rahat bir şekilde doldurmasına olanak tanıyacak şekilde hazırlamalıyız.

Ayrıca, “kendi-kendine tamamlama” yöntemiyle yaptığımız bir çalışmada, açık-uçlu soruların bize faydalı bilgi sağlamayacağını unutmamalıyız. Komplike tanımlar ve görsel materyal içeren çalışmaların soru formları, telefon görüşmelerine uygun olmayabilir.

Benzer şekilde uygulaması 15-20 dakikaya varan soru formlarında da telefon veya kendi kendine tamamlama yöntemi uygun teknikler değildir. Bu gibi durumlarda daha çok yüz-yüze görüşmeler tercih edilmelidir.

Soru Formu İçeriği

Kendi-kendine tamamlama yöntemi “hassas konular” için kullanılacak en iyi yöntemlerden birisidir. Çünkü görüşülen kişi, sosyal olarak hoş gitmeyen ya da negatif değerlendirilen olası davranışlardan dolayı doğrudan bir görüşmeciyi kabul etmeyebilir.

Cinsellikle ilgili konular, madde bağımlılığı ya da hassas siyasi konular buna iyi birer örnektir. Öte yandan hassas konularda yapılan araştırmalarda, bir görüşmecinin yer almasının gerektiği durumlar da olabilir.

Böyle durumlarda soru formu, görüşülen kişinin soruları sözel değil, cevapların kodunu kullanmak suretiyle yanıtlayacağı şekilde hazırlanabilir. Ya da görüşmeyi yapan kişiler ilgili konunun (direnc noktalarında nasıl davranması gerektiğini bilen) uzmanı olabilir.

Cevap Oranları

Cevap/ katılım oranı, araştırma yöntemi belirlenirken göz önünde bulundurulacak faktörler arasında en önemli olanıdır.

Cevap/ katılım oranı düşük bir araştırmanın, araştırma yapılan popülasyonu temsil etmesi söz konusu değildir. Cevap oranı en yüksek çalışmalar, çalışanlar arasında (çalışanların belirli bir lokasyonda toplanması suretiyle) yürütülen araştırmalardır. Cevap oranı % 100 dür.

Postalama yöntemiyle yapılan araştırmalarda ise cevap oranları genelde % 10'u geçmez. Yine üst sosyo-ekonomik kesim arasında yapılan bir araştırmada yüksek cevap oranına ulaşmak için uygulanabilecek en iyi teknik telefon görüşmeleridir.

Zira yüz yüze görüşme tekniğinin uygulandığı durumda belirli bölgelere girilememesi ya da bina güvenlik sistemleri görüşmecilerin önünde ciddi bir engel oluşturacaktır.

Fiyatlar

Veri toplama süresi ile birlikte veri toplama tekniğinin maliyeti, teknik seçiminde en sık başvuru kriterlerinden birisidir. Posta, fax veya telefon anketleri çoğu durumda yüz-yüze görüşmelerden daha düşük maliyete sahip oldukları için daha caziptir.

Anket fiyatları, birçok faktöre bağlıdır. Soru formunun hazırlanma süresi, soru formu uzunluğu, örneklemin coğrafi dağılımı, örnekleme tekniği, geri-arama prosedürleri, görüşülecek kişiyi seçme kuralları ve eğitilmiş personelin mevcudiyeti anket maliyet tutarında etkili olan belli başlı faktörlerdir.

Postalama tekniğiyle yapılan araştırmaların fiyatları nispeten daha ucuz olmasına rağmen, posta ücretleri, postalama için ofiste harcanan zaman, soru formunun basımı, anketin gönderildiği kişilerle hatırlatma amaçlı yapılan telefon görüşmeleri (kaç kişinin kaç defa aranacağı) gözardı edilemeyecek maliyet kalemleridir.

Veri Toplama Süresi

Veri toplama için harcanan zaman örnek büyüklüğü, örneğin coğrafi dağılımı, örnek özellikleri, örnekleme tekniğine göre değişkenlik göstermekle birlikte telefonla görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmalar, postalama veya yüz yüze görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmalara göre daha kısa sürer.

Postalama yoluyla yapılan araştırmalarda veri toplama süresi cevap oranı ile yakından ilgilidir. Belirlenen sürede yeterince anket dönmediği takdirde, bir kere daha (belirli miktarda) soru formu postalanır.

İkinci postalama işleminin de yüksek cevap oranını yakalayamadığı durumlarda telefon veya yüz-yüze görüşme ile veri toplama süreci tamamlanır.