

INTERNET ÜZERİNDEN ANKET YOLUYLA VERİ TOPLAMA

*Doç. Dr. Sule Özmen
Marmara Üniversitesi
I.I.B.F.
İngilizce İletme Bölümü*

*Ihsan Çakmaklı
Marmara Üniversitesi
İngilizce İletme Bölümü
Doktora Öğrencisi*

1-Giris

Günümüzde İnternetin giderek artan rolü birçok alanda olduğu gibi araştırma sürecinde birincil kaynaklardan veri toplama aşamasında da önem kazanmaktadır. Araştırmanın amacına uygun olduğu durumlarda İnternet ortamında anket yoluyla veri toplamak bazı dezavantaj ve problemlere rağmen gözardı edilemeyecek avantajları olan bir yöntemdir. Verilerin daha verimli toplanmasının yanı sıra analiz aşamasında sağladığı yararlar nedeniyle de telefon ve posta ile veri toplama yöntemlerine güçlü bir alternatif yöntem teşkil etmektedir. Bu çalışmada İnternet üzerinden anket yoluyla veri toplama süreci; karşılaşılabilecek problemler, avantaj ve dezavantajları ile bu yöntemin de kullanılarak verilerin toplandığı bir araştırmada söz konusu süreçte yaşananlar bir örnek olarak açıklanmıştır.

2-Araştırma Konusunun Uygunluğu :

İnternet aracılığıyla veri toplamak doğal olarak her araştırma amacına uygun değildir. Öncelikle araştırma probleminde hedeflenen kitlenin İnternet ortamında sunulan anket formuna erişebilmesi gerekir. Örneğin; bir kuruluş kendi çalışanlarıyla ilgili bir araştırma yapması durumunda Intranet ortamında, çalışanlarına anket formunu doldurtabilir, veya bayilerinden, subelerinden extranet ortamında anket yoluyla veri toplayabilir. Elektronik ticaret yapan bir kuruluş İnternet üzerinden kendisine ulaşan müşterilerin memnuniyetini ölçmek amacıyla yapacağı bir araştırmada söz konusu yöntemle veri toplayabilir. Araştırma konusu gereği cevaplayacak kişi veya biriminin İnternetten rahatlıkla anket sorularına erişebilmesi, veri toplama yöntemini oldukça verimli kılacaktır. Ancak hedeflenen kitlenin hepsinin değil de, bir bölümünün İnternet üzerindeki ankete erişmesinin mümkün olduğu durumlarda bu yöntemi tek başına uygulamak örneklemin her birimine erişilmediği için örneklemin temsil gücü olamayacaktır. Bunu engellemek, ama aynı zamanda birçok avantajlar sağlayacak bu yöntemden faydalanmak için İnternet üzerinden veri toplama yöntemi diğer veri toplama yöntemlerine destek sağlamak amacıyla onlarla birlikte uygulanabilir.

Burada örnek olarak sunacağımız araştırmada karma bir veri toplama yöntemi uygulanmıştır. Anket formunun İnternet sitesinde sunulmasının yanı sıra bu anketler fax ve doğrudan dağıtım yoluyla da örneklem birimlerine ulaştırılmıştır. Bu form üzerinde anketin yer aldığı sitenin adresinin de yer almasından dolayı İnternet erişimi olan firmalar web yoluyla anket sayfasına erişerek anketleri cevaplandırırken bir bölümünde faks ile anket formlarını geri iletmislerdir.

3-Uygulama Aşaması

Hazırlanan anket soruları ve gerekli tanıtım materyalleri bir site içerisine yerleştirilir ve cevaplayıcılardan bunları doldurduktan sonra verilen e-posta adresine yollamaları istenebilir. Özellikle anket formunda açık uçlu soruların bulunduğu durumlarda anketi bir kelime işlem programcisina aktararak orada doldurup e-posta mesajına eklenerek (attachment file) gönderilmesi de istenebilir.

Bizim yaptığımız uygulamada ise hazırlanan anket için İnternet üzerinde bir site oluşturuldu. Bu site için öncelikle bir alan adı (domain name) satın alındı (www.kobidata.com). Sanal Sunuculuk (Web Hosting) hizmeti veren bir firmadan yer kiralanmak suretiyle "file transfer protocol" (ftp) ile anket ve diğer bilgiler bu sitede İnternet ortamına yerleştirildi. Firmalarla ve ilgililerle haberleşebilmek için bu adrese bağlı e-posta adresleri oluşturuldu. Doldurulan form sitede çalışan bir

bir CGI(Common Gateway Interface) programi sayesinde otomatikman arastirmacinin e-posta adresine yollandi. Adrese gelen e-posta adresleri de Pop3 (post Office Protocol) ile okunabilmektedir.

Uygulama asamasinda teknik ve metodolojik sorunlarla karsilasildi. Yasanan en önemli problem anketin ilgili birimler tarafından ki -bunlar arastirmada KOBİ leri- doldurulmasini saglamakti. Internet ortaminda ulasilabilecek anlamlı sayıda KOBİ'lere anketin ulastigi düşünülürken yaklaşık bir ay sonra geri dönen hiç anket olmadığı gözlemlendi. Bunun üzerine anket üzerinde bir revizyon yapılarak soru sayısı azaltıldı ve aynı zamanda anket fax ortamında da ilgili birimlere gönderildi.

4-Avantajları

- Cevaplama zamanının cevaplayıcının kontrolünde olması ve kendi kendine cevaplama: İnternet sayfasının günde 24 saat haftada 7 gün erişilebilir olması dolayısıyla cevaplayan kişinin bu iş için kendine uygun bir zaman seçmesi hatalı cevap oranını azaltacak, kontrol cevap verende olduğu için hatalarını düzeltme olanına sahip olacak. Telefon veya yüzyüze yapılan anket çalışmasıyla karşılaştırıldığında bu yöntem daha avantajlı görünmektedir. Aynı zamanda karşı karşıya gelinmediği için bu durumdan doğacak tedirginlik, sosyal beğeni kazanma amacıyla ideal cevaplar verme eğilimini bir ölçüde engellenmiş olacaktır. Bu da sonuçta cevaplama oranını yükseltecektir.
- Veri toplama süresini azaltması: Geleneksel veri toplama yöntemlerine göre veriler daha kısa sürede toplanır. Örneğin posta ile yapılan anketlerle karşılaştırıldığında posta bekleme süresinin olmaması gibi. Anketin doldurulup gönderilmesiyle birlikte teknik bir sorun olmadığı sürece cevaplar anında araştırmacıya ulaşır.
- Maliyetin azalması: Elektronik ortamda sunulan anket bir kez hazırlanıp bu ortama aktarıldıktan sonra anketin çoğaltılması gibi masraflar söz konusu olmayacaktır. Oysa, geleneksel yöntemlerde anketin baskı ve çoğaltılma maliyeti, posta ile yollanacaksa posta masrafı söz konusu olacaktır.
- Görsel boyut ve açıklamalar eklenebilmesi: Özellikle, marka, firma isimleri gibi bazı sözcüklerin kavramların hatırlanması gereken sorular sorulduğunda bu soruların yanına amblem veya logo ekleyerek cevaplayıcıya görsel olarak hatırlatma yapılabilir. Sorularla ilgili çeşitli açıklamalar yapılabilir ve bu açıklamaların normal metinde görünmesi engellenebilirken, cevaplayıcının arzu ettiği durumlarda bir tıklamayla açılacak şekilde sunulabilir.
- Cevaplama gerekmeyen soruların ekranda olmaması: Evet ise su nolu soruya hayır ise su nolu soruya gidiniz yerine cevabın sikkine göre cevaplanması gereken bir sonraki soru otomatik olarak ekrana çıkabilir.
- Ayrıca veri girişine gerek kalmaması. Elektronik ortamda alınan cevaplar önceden belirlenen kodlama esasına göre otomatikman Excel ya da SPSS paket programların spreadsheet sayfalarına kaydedilebilir.
- Analizlerin yapılıp sonuçların grafik ve tablolarla sunulması için veri toplama sürecinin sonunu beklemek gerekmez. Önceden hazırlana analiz programlarıyla cevaplar alındıkça sonuçların güncellenmesi sağlanabilir. Özellikle tanımsal istatistik yöntemleri kullanılan ve tablolar ve grafiklerle sunulan sonuçlar için oldukça avantajlı bir yöntemdir. Bu sonuçların aynı zamandasoruların cevaplandırıldığı İnternet sitesinden gerçek zamana yakın bir şekilde sunulması da cevap verme oranını da artırabilir.
- Coğrafi sınırların bir engel teşkil etmemesi. Saha araştırmalarında önemli bir engel olan mesafe probleminin ortadan kalkması.

Dezavantajları

- Elektronik ortamla ilgili güvenlik kaygıları. Verilerin elektronik ortamda aktarılmasından dolayı cevaplayıcılar ortamı güvenli bulmayabilirler.

- Anketi cevaplayan kişinin kimliğinin belirsizliği. Anketi dolduran kişi gerçekten ilgili kişi mi? Bu dezavantaj aslında yüzyüze yapılmayan tüm anketler için geçerlidir. Posta ile yollandığı zaman da doldurmasını istediğiniz ilgili kişinin doldurmama olasılığı mevcuttur.
- Cevap verememe ve/veya cevaplamayı reddetmek.
- Sadece konuya hassas olanların cevaplamasından doğacak seçim hatası.
- Ankete erişim problemleri
- Araştırma hassasiyetinin kavranılamayışı
- Tüm araştırmaların yapılamaması
- İnternet anketlerinde ödül anlayışının olması

Dezavantajların özellikle son ikisi telefon veya posta ile yapılan anket çalışmalarında da bir dezavantaj olarak karşımıza çıkan ve sistematik hataya yol açan sorunlardır. Ancak İnternet üzerinden yapılan anket çalışmalarında, yukarıda sıralanan avantajlar, örneğin; sorularla ilgili açıklamaların eklenmesi, görsel bir boyutunun olması, interaktif olma özelliği sistematik hataları azaltacaktır. Bu yöntem dolaylı bir şekilde tesadüfi hatayı da azaltabilir. Maliyetin diğer veri toplama yöntemlerine göre oldukça az ve daha hızlı olması nedeniyle aynı bütçe ve zaman içinde daha büyük örnek sayısına ulaşılabilir. Örnek sayısının artmasıyla tesadüfi hata da azalacaktır.

5-Sonuç

Sonuç olarak, bu yöntem ile verilerin toplanmasında çeşitli zorluklarla karşılaşılma ihtimalinin yanısıra posta ile yapılan anketlerde olduğu gibi anketin cevaplanmamış olmasından veya yanlış kişiler tarafından cevaplanmış olması gibi sebeplerden doğacak sistematik hatalar söz konusu olacaktır. Ancak, alternatif bir veri toplama yöntemi olarak verilerin girilmesi aşamasında yapılabilecek hataların yok edilmesi veri toplama maliyetin düşürülmesi, zamandan tasarruf edilmesi gibi küçümsenemeyecek avantajların göz ardı edilmemesi gerekir.

İnternetin araştırmalarda veri toplama aracı olarak kullanılması sadece anket sunumu ile sınırlı değildir. Bir iletişim aracı olduğu göz önüne alınırsa focus grup çalışmalarında da çok verimli olabilir. Aynı anda farklı mekanlarda (on line) bir araya gelerek mülakat yapılabilir. Veriler anında analiz edilerek sunuma hazırlanabilir.

İnternetin insanlar tarafından en hızlı benimsenen araç olduğu göz önüne alınacak olursa araştırmacıların, istatistikçilerin internet teknolojilerinden faydalanmaları zorunlu hale gelecektir. İnternetin yararları sadece veri toplama yöntemi ile sınırlı değildir. Bilgi ve iletişim çağında verilerin hızlı, doğru, verimli ve etkin bir biçimde işlenerek bilgi üretilmesi rekabet üstünlüğü yaratacak fırsatlar sunan bir süreçtir. Bunu başaramayanlar için önemli bir tehdit unsuru olacaktır.

Anahtar kelimeler: Veri toplama yöntemleri

Referanslar:

Don A. Dillman (2000) Mail and Internet Surveys; Wiley.

Zikmund William G. (1997) Business Research Methods; The Dryden Press

Churchill Gilbert A. (1995) Marketing Research: Methodological Foundations; The Dryden Press

Sekaran Uma (1984) Research Methods For Business; John Wiley & Sons Inc.

Kotler & Armstrong (1999) Principles of Marketing Prentice Hall.

<http://www.marketfacts.com/isg/onlinedc.html> INTERACTIVE SOLUTIONS GROUP

<http://www.reply.net/survey.html> **Say goodbye to manual data entry!**

<http://www.wirthlin.com/aapor/> Effective Use Of Web-Based Technology: Using The Internet For Data Collection And Communication Applications Sandra Bauman, Ph.D. Jennifer Airey, Hakan Atak Presented at: 53rd Conference of the American Association for Public Opinion Research St. Louis, MO