

Anket Hazırlama Kılavuzu



Çeviren:

Dr. Türker BAŞ

**Bu e-kitap www.kaliteofisi.com ve www.kaliteofisi.net adreslerinden ücretsiz olarak indirilebilir.

Anket Hazırlama Kılavuzu

KaliteOfisi.com'un ® bir hizmetidir.

İzin alınmaksızın alıntı ve çoğaltma yapılabilir.

Öneri ve bilgi talebi için kaliteofisi@kaliteofisi.com

KaliteOfisi Hakkında

Kalite ofisi; ülkemizde kalite bilincinin yerleşmesine katkı sağlamak, kalite konusunda yapılan araştırmalara destek olmak, yöneticilerin, uzmanların, akademisyenlerin, öğrencilerin ve kısacası kalite ile ilgilenen herkesin çalışmaları sırasında karşılaştıkları problemlere çözümler getirmek ve bilgi alışverişini kolaylaştırmak için oluşturulmuş bir iletişim portalıdır.

Misyonumuz

Bilgi ve birikimleri bir araya getirmek, beraber üretmenin ve paylaşmanın hazzını yaşamaktır.

Vizyonumuz

Kalitenin bir yaşam biçimi haline getirilmesine uzmanlığımız ve etkinliğimiz ile liderlik etmektir.

İlkelerimiz

Bilgi ve deneyimin paylaşıldıkça çoğaldığına inanır, sağladığımız hizmetin kalitesinden ödün vermeyiz. Kalite konusundaki gelişmelerin, ülkemizdeki kuruluşların yönetim ve kültür dokusuna uygun bir şekilde sunulmasına dikkat ederiz. Her bir talebi proje anlayışı ile alarak hizmette bütünsellik sağlarız.



Önsöz

Bu kılavuz anket yöntemi ile veri toplamayı planlayan şirketlere referans bir kaynak oluşturmak amacıyla derlenmiştir. Kılavuz müşteri tatmin anketleri ile çalışan tutum anketlerinin hazırlanmasına yardımcı olacak nitelikte olup, soru maddelerinin hazırlanması, talimatların yazılması, anketin uygulanması ve elde edilen sonuçların sunumu bölümlerinden oluşmaktadır.

Kılavuz okuyucuları anket konusunda uzman yapma amacını taşımamaktadır. Daha fazlasını öğrenmek isteyenler için yararlanılabilecek kaynaklar kılavuzun son bölümünde verilmiş, uzman yardıma ihtiyaç duyulabilecek alanlar kılavuz içerisinde belirtilmiştir.

Okuyuculara anket konusunda vereceğimiz ilk ve en önemli tavsiye ise anketin amacının ve sonuçların nasıl kullanılacağına işe başlamadan önce doğru bir şekilde belirlenmesidir.

Kılavuzun orijinali ise www.tql-navy.org adresinden elde edilebilir.

İçindekiler

Kalite ofisi hakkında.....	3
Önsöz.....	5
İçindekiler.....	7
Anket Nedir?.....	9
Ne Zaman Anket Kullanmalıyım?.....	11
Anketin Hazırlanması.....	13
Anketin amacı nedir?.....	13
Sonuçları kimler kullanacak?.....	14
Hangi bilgilere ihtiyaç var?.....	14
Anketi hazırlamaktan kimler sorumlu olacak?.....	14
Anket kime uygulanacak?.....	15
Anket nasıl uygulanacak?.....	15
Hangi kaynaklara ihtiyaç olacak?.....	16
Hangi anket maddeleri kullanılacak?.....	16
Anket bilgilerinin analizi nasıl yapılacak ve nasıl raporlanacak?.....	17
Ankete kaç kişinin cevap vermesi gerekiyor?.....	17
Anket yöntemini izlerken kullanılacak basamaklar nelerdir?.....	18
Anket Maddelerinin Oluşturulması.....	19
Cevap Formatının Seçimi.....	21
Derecelendirme ölçekleri.....	21
Maddeleri sıralamak.....	23
Tercihleri belirlemek.....	24
Yorumlar ve açık uçlu sorular.....	25
Demografik sorular.....	25

Maddelerin Gözden Geçirilmesi.....	29
Anketin Girişı ve Talimatları.....	33
Anketin Test Edilmesi.....	35
Anketin Uygulanması.....	39
Anket Sonuçlarının Özetlenmesi.....	41
Frekans dağılımları.....	41
Yüzdeler.....	41
Bir uyarı notu.....	44
Örnekleme.....	45
Anket Sonuçlarının Sunulması.....	47
Sonuç.....	49



Anket Nedir?

Anket, sistematik bir veri toplama yöntemidir. Veriler, önceden belirlenmiş insanlara bir dizi soru sorarak elde edilir. Anket yöntemi ile çok farklı türde veri toplamak mümkündür. İnsan davranışları, iş performansları, bilgi düzeyleri, tercihleri, tutumları, inançları, duyguları vb. bunlardan sadece birkaçıdır. Ancak anketten yararlı bilgiler elde edebilmek için anketin hazırlık ve uygulama sürecine özel önem gösterilmelidir. Ayrıca “zaman” ve “maliyet” göz önüne alınması gereken diğer hususlardır.

Bu elkitabı size anket hazırlama ve uygulama konusunda genel bir bakış açısı kazandıracaktır. Ayrıca anket maddelerini özel bilgi gereksinimlerinizi elde etmenizi sağlayacak şekilde nasıl hazırlayabileceğinize ilişkin ipuçları verecektir. Bununla birlikte elkitabındaki bilgiler, sizi anket konusunda uzman yapmayacaktır ve bilimsel nitelikli anketlerin hazırlanması için yeterli değildir. Bunun için konu ile ilgili daha ayrıntılı olarak hazırlanmış kaynakları incelemenizi ve özellikle anketin hazırlanması safhasında “uzman yardım” a başvurmanızı tavsiye ediyoruz.



Ne Zaman Anket Kullanmalıyım?

Anket, en popüler veri toplama yöntemlerinden biri olmasına karşın, ancak uygun şartlar altında kullanılması halinde yarar sağlayacaktır.

Anketi, diğer yöntemlere göre daha hızlı, daha kolay ve/ya da daha ucuz olduğu zamanlarda kullanın. Bazen diğer veri toplama metodlarının kullanımı daha uygun olabilir. Örneğin, bir kliniğe giden kişi sayısını belirlemek için, basitçe danışmadaki hasta imzalarını ya da günlük kayıtları inceleyebilirsiniz.

Bilgi daha önceden belirli bir formda bulunmuyorsa anket kullanmayı düşünebilirsiniz. Konu ile ilgili verilerin, arşivlerde, kayıtlarda ya da veritabanlarında bulunup bulunmadığına bakmak çok büyük zaman, para ve emek tasarrufu sağlar. Örneğin, çalışanlara geçen sene gördükleri kursların isimlerini ve tarihlerini sormadan önce, bu bilgileri elde etmek için eğitim dosyalarına bakabilirsiniz.



Anketin Hazırlanması

Anketin ilk maddesini kaleme almadan önce aşağıdaki sorulara cevap vermelisiniz.

Anketin amacı nedir?

Anketler, aşağıda sıralanan amaçlar için kullanılabilirler.

- ✓ Müşteri ihtiyaçlarını belirlenmesi / müşteri tatmininin ölçümü,
- ✓ Organizasyonun güçlü ve zayıf taraflarının belirlenmesi,
- ✓ İyileştirmeye açık alanların tespiti,
- ✓ Yeni ya da var olan politikaların/programların etkinliklerinin ölçümü,

Net bir amaç olmadığı sürece, anket için harcanan çabalar çok farklı, bazen de birbirine zıt alanlara yönelebilir. Bu da kaynakların ziyan olmasına, yararsız veriler elde edilmesine ve anketi hazırlayanlar ve katılanlar için hayal kırıklığına yol

açacaktır.

Bunun için, “özel” olun ve anketi uygularken sadece neler olup bittiğini görmeye dikkat edin. Ayrıca anket uygulaması, anketi dolduranların hatta anketin uygulandığını öğrenenlerin ilgilerinin organizasyonunuza yönelmesine neden olacaktır. Bu ilgi kaçınılmaz olarak insanlarda bir takım beklentilere yol açar. Örneğin çalışanların tatmini ölçen bir anket yaptıysanız, herkes sizden tatminsizliğe yol açan alanlarda bir takım iyileştirmeler yapmanızı bekleyecektir.

Sonuçları kimler kullanacak?

Anketin sonuçlarını kimlerin kullanacağını ve bilgi gereksinimlerinin neler olduğunu belirleyin. Elde edilecek verilere dayalı ne tür kararlar verilecek? Detaylı cevaplara mı ihtiyaçları var yoksa “büyük resim” onlar için yeterli mi? Bilgilerin onlara nasıl sunulmasını tercih ediyorlar?

Hangi bilgilere ihtiyaç var?

Anketin amacına ulaşması için öncelikle hangi bilgilere ihtiyaç olduğunu belirleyin. Örneğin bir spor merkezine alet temin etmekle ilgileniyorsanız, o zaman insanların spor merkezini ne sıklıkla kullandıklarını, hangi aletlerden yararlandıklarını ve kullanılan saat miktarını sorabilirsiniz. İnsanlardan ayrıca yüzme havuzunun, koşu bantlarının, egzersiz makinelerinin, duş alanlarının, havlu

hizmetinin, vb. kalitelerini değerlendirmelerini isteyebilirsiniz. İlerde doğabilecek ihtiyaçları karşılamak istiyorsanız, ilgi alanlarını ve beklentilerini açıklamalarını isteyebilirsiniz. Bu konuların her birisi, bir ya da birden fazla anketin konusu olabilir.

Anketi hazırlamaktan kim sorumlu olacak?

Anketler genelde küçük takımlar tarafından hazırlanır. Takımı oluştururken, üyelerin konu ile az çok ilgisi olmasına dikkat edin. Ayrıca planlama ve istatistik teknikler hakkında tecrübesi olan kişileri takıma dahil etmeye çalışın.

Anket kime uygulanacak?

İlgilendiğiniz verileri ne tip insanlar size sağlayabilirler? Tek bir sınıfa ya da organizasyona mı aitler yoksa çeşitli sınıflardan ve seviyelerden mi geliyorlar? Bir organizasyonda mı çalışıyorlar yoksa sadece organizasyonun hizmet ya da ürünlerini mi tüketiyorlar?

Anket nasıl uygulanacak?

Anket uygulamanın çeşitli yolları vardır. Bunlardan en yaygın olanları yüz yüze görüşmeler, telefon anketleri ve posta anketleridir.

Bunlar içerisinden istediğiniz verileri en verimli şekilde sağlayacak metodun seçilmesi önemlidir.

Yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak çok detaylı veriler elde edilebilir. Ancak bu yöntem özel bir eğitim gerekir; bu da ekstra zaman ve maliyet demektir. Ayrıca ayrıntılı verilerin analiz ve yorumu güç olacaktır.

Görüşmeler nispeten az sayıda kişiden oluşan gruplarda detaylı bilgi toplamak istediğinizde faydalıdırlar. Yazılı anketlere göre, meselelerin ve tercihlerin daha geniş kapsamda keşfedilmelerinde kullanılabilirler. Yazılı anketler ise daha az detaylı veri sağlamalarına rağmen, kısa zamanda büyük miktarlarda veri toplanmak için uygundurlar.

Hangi kaynaklara ihtiyaç olacak?

Anket için gerekli personel ve diğer kaynakları belirleyin. Yapılacak anketin tipine bağlı olarak, kaynaklar arasında proje müdürü, eğitilmiş mülakatçılar, istatistikçiler, baskı maliyetleri, posta/telefon giderleri, verilerin girilmesi ve işlenmesi gösterilebilir.

Hangi anket maddeleri kullanılacak?

Veri ihtiyacına dayanarak, elinizdeki mevcut anketlerden birini kullanıp kullanmayacağınıza, düzeltip düzeltmeyeceğinize ya da tamamen yeni bir anket oluşturup oluşturmayacağınıza karar verin. (Anket maddelerini oluşturmasına daha sonra değineceğiz.)

Anket bilgilerinin analizi nasıl yapılacak ve nasıl raporlanacak?

Anket sonuçlarını özetlerken, yorumlarken ve raporlarken hangi metotları kullanacağınıza karar verin. Veriler çetele tablosu, yüzde ya da ortalama gibi basit metotlar kullanılarak özetlenebilir. Anket verilerine dayalı alınacak kararlara bağlı olarak daha karmaşık analitik metotların kullanımı da gerekli olabilir. Bu karmaşık metotlar, yönetici ve çalışanlar gibi iki farklı gruba ait sonuçların karşılaştırılmasını içeren varyans analizleri ya da iş tatmini ve iş bırakma eğilimleri gibi iki ayrı değişken arasındaki ilişkinin incelenmesini içeren regrasyon analizleri olabilir.

Anket bilgilerini nasıl sunacağınıza karar verin. Bunun için izleyenlerin ilgi ve tercihlerini göz önüne alın. Basit grafikleri mi, istatistik tablolarını mı yoksa yazılı özetleri mi tercih ediyorlar? Şirket politikasını değiştirmeyi düşünen yöneticilere yapılan sunuş şekli ile dışardan gelen müşterilere yapılan sunuş şekli farklı olabilir. Eğer sonuçları farklı gruplara sunmak zorundaysanız, detay seviyesini ve verilerin sunumunu değişik ilgi seviyelerine göre yeniden biçimlendirmeniz gerekebilir.

Ankete kaç kişinin cevap vermesi gerekiyor?

Kaynakların kısıtlı olması nedeniyle ilgilendiğiniz grubun tümüne anket uygulamak mümkün olmayabilir. Örneğin bir üniversitede yapılan

araştırmada tüm ğretim üyelerine anket formu göndermek oldukça maliyetli olacaktır.

Büyük bir grubu temsil edecek nitelikteki veriyi sağlayacak daha küçük ir grubun byklđđn bulmak için kullanılan yönteme örnekleme denir. Cevaplayıcı miktarını belirlerken örnekleme konusunda bilgi sahibi birisinin yardımını alın. Uygun olmayan örnekler, yanıltıcı sonuçlar çıkmasına, hatalı yorumlamalara ve verimsiz faaliyetlere sebep olurlar.

Anket yöntemini kullanırken izlenecek basamaklar nelerdir?

Eğer yukarıda verilen soruları cevapladıysanız ve bir anket yapmanın faydalı olacağını düşünüyorsanız, size řu basamaklar yardımcı olacaktır. Bunlar; anket maddelerini hazırlamak, cevap formatına karar vermek, maddeleri gözden geçirmek, anketin giriş paragrafını ve talimatlarını oluşturmak, anketi test etmek, örnekleme yapmak, anket sonuçlarını özetlemek ve sonuçları sunmak/yayınlamak şeklinde özetlenebilir. Bu basamaklar tamamıyla yeni bir anket hazırlarken ya da hazır olan bir anketi değiştirirken kullanılabilir.



Anket Maddelerinin Oluşturulması

İlgilenilen her bir konu için anket soruları yazın ve aklınıza gelen her şeyi ama her şeyi not edin. Başlangıçta daha fazla madde olması daha az madde olmasından iyidir. Mükemmel soru hazırlamaya odaklanmayın. İlk başta, tüm konulara değinmek süslü cümlelerle anlatım yapmaktan daha önemlidir. Anket maddelerini oluşturmak için, beyin fırtınası, ağaç diyagramları ve diğer fikir üreten metotlar yararlı olacaktır.

Bir anket maddesinin taşıması gereken özellikleri sıralayacak olursak;

✓ **açıkça yazılmış**

İfadeler net olmalı ve kolay anlaşılabilir olmalıdır. Anketi cevaplayan insanların alışık olmadıkları teknik terim, kısaltma ve jargonları kullanmaktan kaçının.

✓ **kısa**

Konuya mümkün olduğunca çabuk gelin. Anketin maddelerini yanıtlayan kişinin dikkati dağılmaması

ve ankete konsantre olabilmesi için konu dışı kelimeleri ve fikirleri ortadan kaldırın.

✓ **belirli**

Her seferinde bir fikir üzerinde odaklanın. Her madde bir tek davranış, tavır, fikir, olay ya da konu ile ilgili olmalıdır. Bunun için “ve”, “ya da” gibi bağlaçları kullanmayın

✓ **açık**

İnsanları ne sorulduğunu tahmin etmeye zorlamayın. İfadenizin herkes tarafından aynı şekilde anlaşıldığından emin olun. Eğer gerekiyorsa ek açıklamalar yapın.



Cevap Formatının Seçimi

Soru maddelerinin yanı sıra kullanılacak cevap metotlarını da belirlemelisiniz. Anketler genelde insanların bir ifadeye ne kadar katıldıklarını, bir şeyin ne kadar önemli olduğunu yada bir şeyin ne sıklıkla yapıldığını öğrenmeye yöneliktir. Aşağıda bu amaçları karşılamak için kullanılabilecek bazı cevap formatları verilmiştir.

Derecelendirme ölçekleri

Anketlerde genelde ürün ya da hizmetlerin belirli bir ölçeğe göre derecelendirilmeleri istenir. Bazı anketlerde ise insanlara verilen ifadelere ne kadar katıldıkları ya da katılmadıkları sorulur. Derecelendirme ölçeklerine ait birkaç örnek aşağıda verilmiştir:

S1. Amirim çalışanların önemli kararlara katılmalarını teşvik eder.

A KESİNLİKLE KATILMIYORUM

- B KATILMIYORUM**
- C KARARSIZIM**
- D KATILIYORUM**
- E KESİNLİKLE KATILIYORUM**

S2 Aldığınız hizmetten ne kadar tatmin oldunuz?

- A HİÇ TATMİN OLMADIM**
- B TATMİN OLMADIM**
- C KARARSIZIM**
- D TATMİN OLDUM**
- E ÇOK TATMİN OLDUM**

S3 Lütfen size sağlanan hizmetin kalitesini değerlendirin.

- A ÇOK KÖTÜ**
- B KÖTÜ**
- C ORTA**
- D İYİ**
- E ÇOK İYİ**

Derecelendirme ölçeklerini hazırlarken uç noktaların zıt anlamda olduklarından emin olun. Eğer bu yapılmazsa, anketten alınan yanıtların taraflı olma riski ortaya çıkar. Örneğin aşağıdaki

derecelendirme ölçekleri sizin hoşunuza gidecek cevaplar sağlayabilir ama ihtiyacınız olan bilgiyi vermez.

- A GENELDE TATMINKAR**
- B TAMAMIYLA TATMINKAR**
- C SON DERECE TATMINKAR**
- D MÜKEMMEL**

Bazı derecelendirme seçenekleri ise siz farkında olmadan çok hatalı sonuçlar verebilir. Örneğin aşağıdaki seçeneklerin kullanılmasının yaratacağı mahsuru siz bulun.

- A KESİNLİKLE KATILMIYORUM**
- B KISMEN KATILMIYORUM**
- C KARARSIZIM**
- D KISMEN KATILIYORUM**
- E KESİNLİKLE KATILIYORUM**

Maddeleri sıralamak

Diğer bir genel cevap formatı, kişilere bir seçenek listesindeki maddeleri farklı kriterlere (örnek: önem derecesi) göre sıralamalarını istemektir. Bu veriler, seçeneklerde yer alan hususların öncelik sırası belirlemenize yardımcı olacaktır. Örneğin bir

lokantanın müşterileri ücreti, yemeğin kalitesinden ve m n n n  e itlili inden daha yüksek derecelendiriliyorlarsa, yönetimin maliyet konusunu öncelikli olarak ele alması gerektiği söylenebilir.

Lütfen aşağıdaki 5 iyileştirme amaçlarını önem sırasına göre “1” en önemliyi, “5” en önemsizi temsil edecek şekilde sıralayınız.

- ___ ÇABUK BAŞARI ELDE ETMEK
- ___ ÜRETİMİN MİKTARINI ARTTIRMAK
- ___ FİYATLARI DÜŞÜRMEK
- ___ BİRİKEN İ  SAYISINI AZALTMAK
- ___ HATA MİKTARINI DÜŞÜRMEK

Tercihleri belirlemek

Bu cevap formatı, ifade ya da tercihlerden oluşan bir liste şeklindedir. Cevaplayıcılardan onlar için uygun olan tercihlerin hepsini yuvarlak içine alarak işaretlemeleri istenir. Ankete katılanlar tercihleri arasında bir derecelendirme yapmadıklarından bu tür soruların cevaplandırılması, sıralama sorularından daha kolaydır.

Sürecin performans analizini yaparken yararlandığınız istatistik yöntemleri yanındaki harfi işaretleyerek belirtin.

- A** PARETO D YAGRAMLARI
- B** HİSTOGRAMLAR
- C** DAĞILMA D YAGRAMLARI

D GİDİŞAT ŞEMALARI

E KONTROL KARTLARI

Yorumlar ve açık uçlu sorular

Dördüncü soru/cevap şekli genel nitelikli sorulara ve ankete katılanların ek yorumlar yapmalarına müsaade eder. Bu sorularda genellikle cevaplayıcılara, kendileri için önemli olanları ve istediklerini kendi cümleleriyle yazabilmeleri için boş bir alan bırakılır. Örnekler aşağıda sıralanmıştır.

- **Kendimizi nasıl geliştirebileceğimiz konusunda önerileriniz var mı?**
- **Bizim sağlayamadığımız ve ihtiyacınız duyduğunuz ürün ya da hizmetler neler?**
- **Bilmemizi istediğiniz ek bir husus var mı?**

Bu bilgiler hiç dokunulmamış konuları ortaya çıkarmak, belirli bir konuda fikir edinmek ya da seçenekleri belirlemek için çok yararlıdır. Bu yöntemin kötü tarafı ise sorulara verilen cevapları yorumlamanın çok zor olmasıdır.

Demografik sorular

Demografik sorular genelde katılımcıları sınıf, yaş ya da eğitim seviyesi gibi kriterlere dayalı olarak daha küçük ve özellikli gruplara ayırmak için kullanılır. Eğer anketin amaçlarından birisi iki farklı grubun verdiği yanıtlar arasındaki önemli

farklılıkları belirlemek ise bu ayrıştırma önemlidir.

Demografik sorular, insanlara kendilerini tanımlamaları için, örneğin isimlerini ya da vergi numaralarını isteyen sorulardan oluşabilir. Ancak demografik soruların cevaplayıcıların kimliğini ortaya çıkartacak olması onların kendilerini rahatsız hissetmelerine ve dürüst cevap vermemelerine yol açabilir. Olası endişeleri azaltmak için, anket cevaplarının nasıl kullanılacağını anlatan bir açıklama ve cevapların gizliliğini içeren bir taahhüt yararlı olabilir.

Demografik sorulara ait örnekler aşağıda verilmiştir.

Ait olduğunuz yaş kategorisini işaretleyiniz.

☐ 20'NİN ALTINDA

☐ 20-29

☐ 30-39

☐ 40-49

☐ 50-59

☐ 59'UN ÜSTÜ

Eğitim durumunuz

☐ CAHİL

☐ İLK OKUL

☐ ORTA OKUL

☐ LİSE

- ☐ ÜNİVERSİTE
- ☐ YÜKSEK LİSANS
- ☐ DOKTORA

Medeni haliniz

- ☐ BEKAR (HİÇ EVLENMEMİŞ)
- ☐ EVLİ
- ☐ BOŞANMIŞ/ AYRI
- ☐ DUL



Maddelerin Gözden Geçirilmesi

Taslak soru maddelerini ve cevap formatlarını hazırladıktan sonra, aşağıdaki özelliklere uyup uymadıklarını inceleyin.

✓ anketin amacına uygun

Amacın dışına çıkan maddeler gerekli bilgiyi sağlamayacaktır. Ankette yer alan her bir soru için özel bir nedeniniz olduğundan emin olun. Her zaman anketin amacına ve bu amacı destekleyecek bilgi çeşidine odaklanın. Maddeler ile anketin amacını karşılaştırarak, maddelerin daha önce belirlenen konularla ilgili olmasını sağlayın.

✓ anket yapılan bireyler için uygun

Ankete insanların bilmedikleri, cevap veremeyecekleri maddeleri eklemeyin. Örneğin bir mağazanın müşterileri, mağazanın yerleşimi ve hizmetleri ile ilgili sorulara cevap verebilirler ama mağazanın yangına karşı alınan tedbirlere uyup uymadığı hakkındaki soruları cevaplayamazlar.

✓ uygun sonuçlar sağlayabilecek yetenekte

Elde edilen verilerin nasıl özetleneceğini belirleyin. Sonuçların özeti, ankete katılanların ihtiyaç duyduğu nitelikteki bilgiyi sağlamalıdır. Sonuçlar basit grafik barlar ile mi sunulacak yoksa gelişmiş analizlere mi tabi tutulacak? Anketi kullananların bilgi gereksinimlerini karşılamak için ne kadar detay yeterli olacak? Örneğin anketi kullananlar genel bir bilgi istiyorlarsa, ondalıklı sayıları kullanmaya gerek olmayabilir. Diğer yandan, eğer kullanıcılar kalite özellikleri arasındaki farkların ayrımını kesin olarak bilmek isterlerse, onlara sadece yorumlardan oluşan bir liste vermek yeterli olmayacaktır.

Uygunsuz ve fazla maddeleri çıkarın ve kapalı ifadeleri anlaşılır bir dille yazın. Maddelerin aşağıdakiler gibi olmamalarına dikkat edin.

✓ belirsiz

Yanlış yorumlanabilecek kelime ve ifadelerden kaçının.

1- Heyecanlı turlardan zevk alıyor musunuz?

2- Düzenli çalışma alışkanlığınız var mı?

✓ çakışan

Birbiri ile çakışan cevap seçeneklerini vermekten kaçının. Çakışan seçenekler bilgilerin yorumlanmasını zorlaştırır ve anketi yanıtlayan için kavram karmaşasına yol açabilir

Haftada kaç saat spor yapıyorsunuz?

- 1- Hiç
- 2- HAFTADA BİR SAATTEN AZ
- 3- HAFTADA 1-2 SAAT
- 4- HAFTADA 2-3 SAAT
- 5- HAFTADA 3-4 SAAT
- 6- HAFTADA 4 SAATTEN FAZLA

✓ **Yönlendiren**

İnsanları, arzuladığınız cevaplara yönlendirecek ipuçları vermekten kaçınin.

Periyodik bakım hizmetleri için çok fazla para ödemek zorunda bırakıldığınızı düşünüyor musunuz?

✓ **Çift taraflı olan**

Aynı madde içerisinde iki ayrı konu olmamasına dikkat edin.

Memur beni dikkatlice dinledi ve ricamı yerine getirmesi kısa bir zaman aldı.

Aşağıda listelenen ifadelerin bulunabilirlik ve kalite durumlarını değerlendirin.

VERİMLİLİK VE/VEYA KALİTE GELİŞTİRME
ÇABALARIMIZIN PLANLI, YÜKSEK KATILIMCI
PLANLAMA SÜRECİ VARDIR.

<u>Bulunabilirlik</u>	Hiç	Kısmen	Organizasyon					
			çapında					
	0	1	2	3	4	5	6	7
<u>Kalite</u>	Çok	Kötü	Tatminkar	Mükemmel				

✓ Lüzumsuz

Aynı soruyu tekrar tekrar sormaktan kaçının.
 Birbirinin tekrarı olan maddeleri anketten çıkarın.
 Daha sonra geriye kalan maddelerin anlamlarının açık olup olmadığını inceleyin ve istenen bilgileri toplamak için yeterliliklerini kontrol edin. Maddeleri kendi incelemenize ek olarak test edin.



Anketin Giriş ve Talimatları

Anketler genelde, anketin amacını ve verilerin nasıl kullanılacağını anlatan kısa bir giriş paragrafı ile başlar. Bazen bu bilgiler ankete iliştilirilmiş bir kapak mektubunda verilir. Giriş paragrafını, anketin nasıl doldurulacağını anlatan kısa kurallar takip eder.

Bu bölüme cevap kutucuklarının nasıl işaretleneceğini ya da cevap kağıdının nasıl doldurulacağını gösteren örnekler dahil edilebilir. Özellikle ankette demografik maddeler mevcutsa, insanlara güven vermek için, verecekleri yanıtların gizli kalacağına dair bir ifade bu bölümde yer almalıdır. Son olarak insanların doldurdıkları anketleri nasıl, ne zaman ve nereye göndereceklerini anlatan kurallar eklemeyi unutmayın.



Anketin Test Edilmesi

Taslak bir anket hazırladıktan sonra, anketi geliştirmek ve muhtemel hataları belirlemek için test edebilirsiniz. Test, anket geniş kitlelere dağıtmadan önce, güvenilirlik ve geçerliliğinden emin olmak için yapılır. Test genelde büyük grubu temsil eden daha küçük bir gruba uygulanır. Eğer test yapmayı planlıyorsanız aşağıdaki maddeler size yardımcı olacaktır.

Süreci açıklayın

Teste katılacak grubu bir araya toplayın. Katılımcılardan, anketi aldıkları zaman değerlendirmelerini, anlamı açık olmayan soruları, eksik başlıkları ve geliştirilmesi gereken noktaları belirlemelerini isteyin.

Yorumları yazılı olarak alın

Katılımcılardan ankette ile ilgili yorumlarını not almalarını isteyin. Bazı bireylerin grup içerisinde

rahatça tenkitte bulunamayabileceklerini unutmayın. Toplantının sonunda doldurulan anketleri toplayın ve her bir yorumu inceleyin.

Zaman ihtiyaçlarını hesaplayın

İnsanların anketi ne kadar zamanda tamamladıklarını ölçün. Bu bilgiyi anketin çok mu uzun olduğuna ya da uzatılıp uzatılmayacağına karar vermek için kullanın. Doldurması 15 dakikadan fazla süren bir anket muhtemelen çok uzundur.

Bir grup tartışması yapın

Herkes anketi tamamladıktan sonra, gruptan geri bildirim almak için, anketin her bölümünü grupla beraber inceleyin. Test için yapılan oturumdan sonra bilgileri kaydedin ve bu bilgiler üzerinde çalışın. İlk başta bir şey ifade etmeyen bazı yorumlar, biraz daha inceledikten sonra, çok faydalı olabilirler. Önemli konuların anket dışında bırakılıp bırakılmadığını sorgulayın. Ayrıca başka demografik sorular eklemeye ihtiyaç olup olmadığını araştırın.

Anketi düzeltmek için testten elde edilen bilgileri kullanın. Anlam açıklığını arttırmak için maddeleri yeniden yazmak, istenen bilgileri vermeyen maddeleri çıkarmak ya da önemli konularda daha doğru bilgi sağlamak için yeni maddeler eklemek gerekebilir.

Elinizde anketin son halini hazırlanması ve
örneklemin belirlenmesi tamamlandıktan sonra
anketi uygulamanın zamanı gelmiştir.



Anketin Uygulanması

Yazılı metotları uygulamanın, posta ve kişisel görüşme olmak üzere iki genel yolu vardır. Burada birini ya da diğerini kullanırken göz önünde bulundurmanız gereken noktalar aşağıda özetlenmiştir.

Posta anketleri

Posta anketlerinin en yaygın uygulama şekli cevaplayıcılara soru formunun yanında, dönüş adresi yazılı ve pul yapıştırılmış bir zarf göndermektir. Eğer binlerce anket postalanacaksa, postalama masrafları için yeterli bütçeyi ayırmalısınız. Anket sürecini planlarken anketin gideceği adrese varması, katılan kişinin anketi doldurması ve anketin geri gönderilmesi için gerekli zamanı göz önüne alın. Uzak adreslere postalanan anketlerin (ör; denizaşırı) geri dönmesi 6-12 hafta arası sürebilir. Yerel anketlerin geri gelmesi için bu süre 2-3 hafta arasında değişebilir.

Bireysel anketler

Kişisel görüşme farklı yollardan yapılabilir. Yollardan bir tanesi ankete katılan kişiye ürünü ya da hizmeti aldığı yerde anketi doldurmasını istemektir. Bu durumlarda sadece çok kısa anketleri uygulamak pratik olacaktır. Anketi uygulayan kişi genelde anket tamamlanana kadar müşterinin yanında durur ve anketi tamamlayan kişiye küçük bir teşekkür hediyesi verebilir. İkinci bir yol ankete katılacak kişilere, anketi doldurmaları için belirli bir yere gelmelerini istemektir. Üçüncü yol ise ankete katılacak kişileri iş yerlerinde ya da evlerinde ziyaret edip, müşteri tatmini anketini doldurmalarını istemektir.



Anket Sonuçlarının Özetlenmesi

Anketi uyguladıktan sonra sonra, sonuçları özetlemeli, analiz etmeli ve yorumlamalısınız. Sunum ve anlaşılmayı kolaylaştırmak için verilen cevapları sınıflandırılması ve bir araya getirilmesi gerekecektir. Aşağıda verilerin özetlenmesinde yaygın olarak kullanılan metotlardan bazıları verilmiştir.

Frekans dağılımları

Frekans dağılımları anket maddelerine verilen yanıtlar arasındaki değişikliği göstermenin en basit yöntemlerinden biridir.

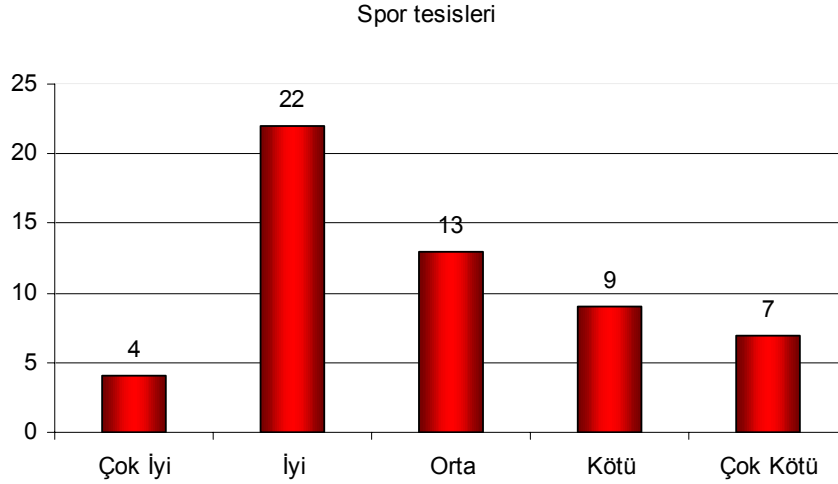
Bu dağılımlar, anket sorularına verilen cevapların basitçe sayılması ve gruplandırılması ile elde edilebilir. Frekans dağılımları kolay yorumlanabilmeleri için genelde tablolar ya da grafik barlar halinde sunulurlar.

Ankete katılanların sayısı çok fazla olabilir. Anket bilgilerini düzenlemenin bir yolu da ankete

katılanları sınıflar halinde düşünmektir.

	Çok İyi	İyi	Orta	Kötü	Çok Kötü
Spor tesisleri	4	22	13	9	7
Yemek Salonu	1	10	13	23	8
Kütüphane	13	24	8	7	3
Dinlenme Salonu	9	13	16	12	5

Şekil 1 Bir ankete verilen cevapların frekans dağılımını gösteren bir örnek



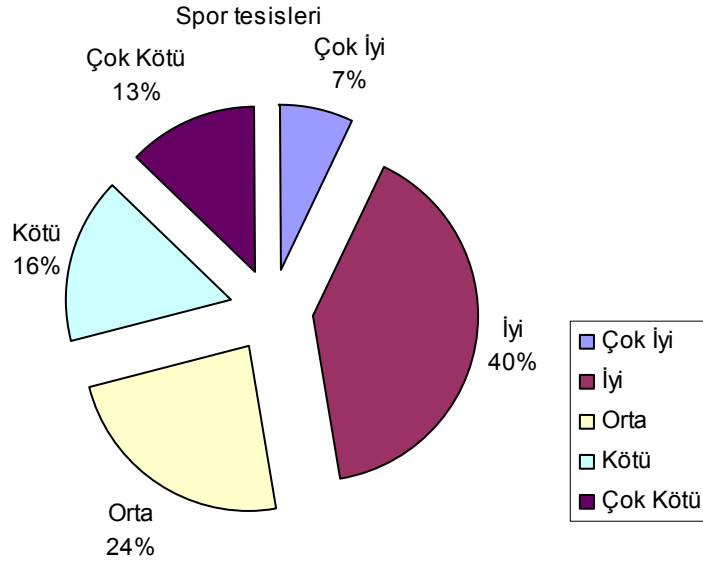
Şekil 2 Frekans dağılımının çubuk grafik yardımı ile gösterimine ait bir örnek

Sınıflandırma, katılımcıları, benzer özelliklerine dayanarak, organizasyonla olan ilişkileri (içeriden, tüketici, tedarikçi), faaliyet alanları ya da kullandıkları hizmet ya da ürünlerin çeşidine göre gruplandırmaktır. Sınıflandırma farklı grupları belirleme ve tecrübelerini ayırt etmede kullanılan genel bir yöntemdir. Ankete katılanları belirleyip, verilerinin gerektiği gibi sınıflandırılıp analiz edilebilmesi için, ankette demografik maddeler

kullanılır.

Yüzdelere

Anket verilerini özetlemenin en basit yollarından birisi de yüzdelerdir. Yüzde, belirli bir cevap tercihinin toplam sayısının, toplam cevap sayısına bölümünden elde edilen sonucun 100'le çarpılması ile elde edilir. Örneğin 1000 kişiye uygulanan bir anketin 1nci sorusunda A seçeneğini işaretleyenlerin sayısı 125 olsun. Buradan A seçeneğini işaretleyenlerin yüzdesi;
 $125/1000=0.125$, $=.125 \times 100 = 12.5$, %12.5 olarak bulunur. Yüzdelere tablolar, grafik barlar ya da pasta diyagramı yardımı ile gösterilir.



Şekil 3 Frekans dağılımının pasta diyagramı yardımı ile gösterimine ait bir örnek

Bir uyarı notu

Anket hazırlanmasında tecrübeli birisi ya da bir istatistikçi olmadığı müddetçe analizlerinizi frekans dağılımı, toplamlar ve ortalamalar üzerinde yoğunlaştırın. Korelasyon ya da regrasyon analizleri gibi daha karmaşık metotların kullanımının gerekli olması halinde bu metotlara yabancı olmayan birinin yardımına başvurun.



Örnekleme

Baskı, posta, telefon ulaşım ve personel maliyetlerini en aza indirebilmek için anketi ilgilenilen kitlenin tümüne uygulamak yerine, bu kitleyi temsil eden daha küçük bir grup seçilir. Bu alt küme ya da küçük grup 'örneklem' olarak adlandırılır.

Anketi doldurmaları için belirlenecek insanlar sınırları ve üyeleri belirlenmiş bir topluluk içerisinde seçilirler. Bu topluluk organizasyonun tüm üyelerini içerebileceği gibi, anket ile araştırılan özellikleri taşıyan (ankete konu olan) insanlardan da oluşabilir. Örneğin bir iş tatmin anketinde hedef kitle organizasyonun tüm üyeleri iken, servis hizmetleri ile ilgili bir anketin hedef kitlesi sadece bu hizmetten yararlananlar olacaktır.

Önemli kurallardan bir tanesi de örneklemin tamamen rasgele oluşturulmasıdır. Rasgele örnekleme herkesinin ankete katılmak için eşit şansı bulunmasıdır. Rasgele oluşturulmayan tüm örneklerden elde edilen sonuçlar gerçeği yani asıl topluluğun özelliklerini/görüşlerini

yansıtmayacaktır.

Örneklemin büyüklüğü ise soruların türü, hedef kitlenin özellikleri ve istenen doğruluk oranına göre değişecektir. Doğru örneklem büyüklüğünün tespiti için mutlaka bir uzman başvurmanızı tavsiye ediyoruz.



Anket Sonuçlarının Sunulması

Anket verilerini toplayıp, analizini yaptıktan sonra yapılması gereken en önemli faaliyet sonuçların sunulmasıdır. Sonuçların sunumunu, organizasyondaki farklı gruplar için düzenlemek durumunda kalabilirsiniz. Örneğin, sürecin içinde çalışanlara yapılan sunumlar belirli bir ürün ya da hizmet ihtiyacına odaklanmalıdır. Bir süreçte çalışan insanlar o sürecin işleyişini bildiklerinden nasıl geliştirileceği hakkında fikir verebilirler.

Anket sonuçlarının bir özeti, cevaplayıcılara mümkün olduğu durumlarda belirlenen problemlerin ve endişelerin ele alındığı bir tartışma ortamında sunulmalıdır. Cevaplayıcıların anketlere olan ilgisini yok etmenin en emin yolu elde edilen sonuçları bir köşeye atmaktır.



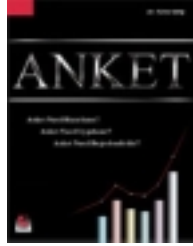
Sonuç

Anketlerden, iyileştirme çabalarını destekleyecek bilgilerin sağlanması için yararlanılabilir. Anketler dış müşteri ihtiyaçları, mevcut tatmin düzeyleri, iyileştirmeler hakkındaki fikirler ve yapılan iyileştirmelerin etkileri hakkında bilgi edinmek için kullanılabilir. Bu bilgilere dayalı olarak, organizasyonun gelecekteki iyileştirme gayretlerinin nereye odaklanacağı hakkında karar alınabilir.

Özet olarak bir ankete hazırlarken aşağıdakileri aklınızdan çıkarmayın.

- ✓ Anket yapmak için anlaşılır bir amacınız olsun.
- ✓ Anketinizi, araştırılan konu ve hedef kitlenizi göz önüne alarak hazırlayın.
- ✓ Anketlerin kısa ve basit olmasına özen gösterin.
- ✓ Sonuçları yöneticilere, müdürlere ve cevaplayıcılara duyurun.
- ✓ Sonuçları, iyileştirmeleri çabalarının planlanması sırasında kullanın.

Önerdiğimiz kaynaklar



“Anket”

Dr. Türker BAŞ

Seçkin Yayıncılık

İyileştirme çabalarınızın müşteri ve çalışanlar üzerindeki etkilerini araştırmayı planlıyorsanız;

Ürün ya da hizmetleriniz hakkında, müşterilerinizin ne düşündüğünü merak ediyorsanız;

Çalışanlarınızın iş tatminini ölçmek istiyorsanız;

Tez ya da bitirme ödevi için ihtiyaç duyduğunuz bilgiyi, ancak soru-cevap süreci ile toplamayı mümkünse;

“Anket” bu işi yalnız başınıza yapabilmeniz için gereken her şeyi size sağlıyor.

Bu kapsamda;

- ✓ Anketi değersiz kılan hata kaynakları,
- ✓ Uygulama planının hazırlanması,
- ✓ Maliyetlerin tahmini,
- ✓ En uygun anket yönteminin seçimi,
- ✓ Örneklemenin yapılması,
- ✓ Kaliteli soruların yazımı,
- ✓ Yabancı anketlerin kullanımı,
- ✓ Güvenilirlik ve geçerlilik analizleri,

- ✓ Anket formunun oluşturulması,
- ✓ Aşama-aşama uygulama süreci,
- ✓ Verilerin işlenmesi ve analizi,
- ✓ SPSS paket programının kullanımı,
- ✓ Sözlü ve yazılı rapor hazırlanması,
- ✓ Teknik terimlerden uzak, basit, bir anlatım,
- ✓ Yüzlerce örnek soru ve dahası,

size tek bir kitap içerisinde sunuluyor.