



YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ – TEZSİZ YÜKSEK LİSANS

TYBS-615-01 ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ DERSİ

ARAŞTIRMA ÖDEVİ

NİCEL (KANTİTATİF) ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

Hazırlayan:

***** – Berkay Uğuralp ŞAHİN

Danışman

Prof. Dr. Yücel GELİŞLİ

Mayıs, 2021

GİRİŞ

İnsan, oldukça karmaşık bir fizyolojik sisteme ve bu sistem ile bütünleşik psikolojik süreçlere sahip bir varlık olmasının yanında, sosyal alanda diğer insanlarla iletişimi bakımından sosyolojik bir varlıktır. Örneğin pozitivist akımlardan etkilenen ilk dönem psikoloji çalışmaları, insanı davranışsal yönüyle ele almış ve çoğunlukla deneysel yöntemlerle elde edilen bilgilerin her birey için evrensel ve geçerli olduğunu savunmuştur. Zamanla insanın kendine has özellikleri ve çeşitli fenomenler inceleme konusu yapılmış ve bu incelemelerin nicel yöntemin keskin kriterleri ile belirlenemeyeceği görüşü yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Bu kapsamda birey ve grup süreçlerine odaklanan daha özellikli araştırmaların yapılmaya başlanması ile ilkin sosyoloji ve psikoloji alanlarında sonrasında sosyal bilimlerin diğer alanlarında niteliğin ön planda tutulduğu araştırma yaklaşımı ön plana gelmeye başlamıştır. Süreç içerisinde nitel araştırma yöntemleri özellikle sosyoloji, psikoloji ve pedagoji gibi bilim alanlarında kullanılmaya başlanmış ve insanın derinlemesine incelenmesine imkân tanıyan yeni ve bütüncül yaklaşımlar gelişmiş, insana dair her olgu ele alınmaya başlanmıştır.

Pozitif bilimlerin genellemeye özgü nicel araştırma yönteminden farklı olarak nitel araştırma, insana özgü bireysel özelliklerin farklı ve derin doğasına odaklanır. Bu kapsamda genellemelerden ziyade bilginin derinliği ve özgünlüğünün önemli olduğu iddiasını savunan nitel araştırma, büyük örneklemeler yerine daha küçük çalışma gruplarından elde edilen derin ve özellikli verilere odaklanır. Bu yönü ile nitel araştırma, nicel araştırmanın insanı genellemeler içinde göz ardı edebilen doğasına bir eleştiri de getirmektedir. Bu çalışmada nitel araştırmalar hakkında kısa bir bilgi verildikten sonra, bu araştırma yönteminin temel esasları ele alınacak ve nitel araştırma süreci açıklanmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda, “nicel bir araştırma nasıl yapılmalıdır?” sorunsalı üzerinden bir nitel araştırmanın nasıl tasarlanması gerektiği, nicel araştırma sürecinde hakkında öz bilgi sunulacaktır.

Nitel araştırma yöntemleri üzerine yazılmış çokça kitap ve makale olsa da literatürde bir nicel araştırmanın yapılış süreçlerini ele alan çalışmaya rastlanılamamış olması bu çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Çalışmanın literatürdeki çok sayıda nicel araştırma çalışmasında sıklıkla yapılan hataların olması ve ideal bir nicel araştırma sürecini ele alması bakımından önemli bir eksikliğin giderilmesi çalışılacaktır. İlerleyen bölümde nicel araştırma yöntemleri tartışılacaktır.

NİCEL ARAŞTIRMA

Nicel araştırmalar sayısalâ dönüştürülmüş değışkenlerin korelasyonun incelenmedir. Tanımlama ve/veya neden-sonuç ilişkilerini araştırma amaçları bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse fizik, biyoloji, kimya, mühendislik gibi doğa bilimleri dalanlarında yapılan araştırmalar gözlem ve ölçmeye dayanır. Gözlem ve Ölçmelerin tekrarlanabildiğı ve objektif yapıldığı araştırmaya niceliksel (sayısal) “Quantitative” araştırma denir.

Niceliksel araştırma yönteminde, araştırılan konuya ilişkin, evreni temsil edecek örneklemden sayısal sonuçlar elde edilmektedir. Nicel araştırma yönteminde, araştırma evreninin araştırma konusu hakkındaki fikrinin yönü(korelasyonu) sorgulanmaktadır. Yani daha yüzeysel daha çok sayısal verilere saptanmaktadır. Nicel araştırmalarda sayısal temsili yet söz konusu olduğundan araştırma evrenini temsil edecek örneklemin hatasız tespit edilmesi ve bu örnekleme Ne kadar? ,Ne miktarda? ,Ne kadar sıklıkta? ,Ne kadar yaygın? vb. Soruların sorulması önemlidir.

Nicel araştırma yöntemlerinin üstün olan yanı nesnel (objektif) olmalarıdır. Bu yöntemlerin uygulamalarında belgeler bir araştırmacı grubu tarafından incelenebilmektedir.

Nicel Araştırmada Amaç Nedir?

. Kantitatif araştırmalar sayısal hale dönüştürülmüş değışkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesine dayanmaktadır. Tanımlama ve/veya neden-sonuç ilişkilerini araştırma amaçları bulunmaktadır. Birincil ve ikincil veriler kullanılmaktadır. Birincil verilerin kullanıldığı araştırmalar deneysel serimler ve anket araştırmaları şeklindedir. Anket araştırmalarında araştırma modeli doğrultusunda hipotezler geliştirilip istatistiki olarak test edilir. Bu sayede değışkenler arası ilişkiler tanımlanmaya ve genellenmeye çalışılmaktadır.

Kantitatif araştırmaların gerçekleştirilmesinde iki önemli sorun ortaya çıkmaktadır. Birincisi, kalitatif keşfedici araştırma yapılmadan sosyal olgu ve kavramların kantitatif ölçme ve ölçekleme yöntemleri ile tanımlanmaya çalışılmasıdır. Örnek olarak firmaların hisse senetlerinin değeri verilebilir. Kantitatif olarak ifade edilen firma bilanço değeri ile firmanın pazardaki gerçek değeri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Firmanın elindeki yapısal kaynaklar kantitatif olarak ifade edilebilse de sosyal, personel, isim, marka ve ilişkisel vb. kaynakların kantitatif olarak ifade edilmesi oldukça zordur. Menkul kıymetler borsalarında firmaların yazılı hisse senedi değeri çok daha üstünde ya da altında işlem görmesi bunun bir göstergesidir. Diğer yandan değeri müşterinin, işletmeye sadece yüksek kar sağlayan müşteri olarak tanımlanarak müşteri değeri kantitatif hale dönüştürülmesi yetersiz bir çabadır. Çevresi geniş, prestijli fakat az karlı müşterilerle ilişkilerin sürdürülmesi, ilgili sosyal çevrede iş yapmanın bir gereğı olarak görülebilmektedir. Benzer şekilde karlılığı

düşük ve hatta karsız ürünlerin ürün hattında tutulması firma imajı için de önemli görülebilmektedir. Örneğin cep telefonundan internete hızlı ve ucuz bağlantı teknolojisi olan GPRS (General Packet Radio Service- Genel Paket Radyo Servisi) altyapısının olmadığı bir dönemde GPRS sistemini kurmak ve reklamını yapmak karlı olmasa da işletme imajını yükseltebilmek için gerçekleştirilebilen faaliyetlerdendir. İçsel anlamların içerilebildiği kantitatif çalışmalar oldukça değerli olmalarının yanı sıra, bulguların uyarlanabilmeleri açısından son derece yararlıdır.

Kantitatif araştırmalarda sayısal olarak elde edilen bulgular genellenmektedir. Fakat tüketim toplumunda, toplum ve bireylerdeki parçalanma ile birlikte düşünülmesi gereken karmaşa ve belirsizlik koşulları genellemeleri zorlaştırmaktadır. Özellikle globalleşme olgusu ile diyalektik kültürler arası genellemelerin yapılmasında önemli bir engeldir. Bütünlük için gelişen yerel kültürlerin güçlenmeye başlaması olgusu

Kantitatif çalışmalarla ilgili bir diğer sorun, yukarıdan da anlaşılabileceği gibi, bireylerin bilişsel düzeyde ifade ettikleri söylemlerle, pratik düzeyde uyguladıkları söylemlerin farklı olabilmesinden kaynaklanmaktadır. Örneğin kişilerin insanlara söyledikleri ve yaptıkları arasında önemli bir uçurum bulunmaktadır. Bu nedenle sorun teori ve faaliyet arasında değil, kullanılan iki farklı teori arasındadır. Bunlar kullanılan teori (*theories-in-use*) ve savunulan teori (*espoused theory*) dir. Savunulan teori, bireylerin kendi davranışlarının temeli olduğuna inandıkları dünya görüşü. Savunulan teoriler gözlemlenen gerçeklik hakkında bilinçli olarak oluşturulan inançlar ve düşüncelerdir. Kullanılan teori ise bireylerin gerçek davranışlarının altında yatan dünya görüşü ve değerleri içermektedir. Kullanılan teoriler bireylerin farkında olmadıkları zihinsel haritaları ve filtreleridir.

Örneğin çevremizde bireylerin cep telefonunu genelde gösteriş amaçlı kullandığını gözlemek mümkünse de kullanıcıya sorulduğunda kendisinin asla gösteriş amaçlı değil, tersine mobil iletişim amaçlı kullandığı cevabı alınabilmektedir. Bu nedenle cep telefonu ile ilgili yapılan anket çalışmaları, her ne kadar yüz yüze yapılmasa da bireyin benlik bütünlüğünü korumaya çalışması nedeniyle mantıklı hale getirdiği bireysel önermelerini içerebilmektir. Bireyin doğal ortamında katılımcı gözlemi yoluyla gözlemlenmesi ile üst benlik düzeyindeki inanışlarındansa benlik düzeyindeki motivasyonunu ortaya koyma da daha etkili olabilmektedir.

Kantitatif araştırmalardan en fazla kullanılan yöntemlerden biri anket yöntemidir. Pozitivist temelde sıfır hipotezin “yanlışlanmasına” (falsification) dayanan bu yöntemin önemli sorunlar içerecek şekilde kullanıldığı da görülmektedir.

Keşfedici kalitatif araştırma yapılmadan sadece literatür araştırmalarıyla gerçekleştirilen anket araştırmalarında her ne kadar “diğer” şıkları ve açık uçlu³ Toplum ve bireylerdeki artan parçalanma makro kültürlerdense mikro kültürlerin oluşmasının bir göstergesidir. Alt kültürlerin sosyal yapıda ağırlıklarının artması kültür araştırmalarının da stratejik önemini artırmıştır. Sorunları bulunsa da katılımcının araştırmacının belirlediği alternatifler temelinde düşünmeye zorlanması ve kısıtlanması, konunun içsel geçerliliğini azaltmaktadır. Diğer yandan verilerin tüketicilerin kullanılan teoriyi değil de savundukları teoriyi yansıtmaması nedeniyle psikolojik, sosyal ve kültürel anlamların içerilmemesi içsel geçerliliği düşüren bir diğer konudur.

Ankette bulunan tutum ifadelerinin sosyal olarak “norm” kabul edilebilecek yönde olması gerçek tutumları belirlemede önemli bir engeldir. Örneğin; “Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının araştırılması önemlidir”, ya da “Tüketici haklarına saygılı olmak pazarda uzun dönemli olarak var olmanın önemli bir koşuludur” gibi ifadeler katılımcıyı konu hakkında ikna edici özellik taşımakta ve yönlendirmektedir. İşletmelerin mevcut pazarlama anlayışlarının araştırıldığı yukarıdaki tipte ifadeleri içeren bir anket araştırması sosyal ve kültürel olarak yaşanan “gerçek”i değil, bilişsel olarak “ideal” görüleni ölçmeye çalışmaktadır. Oysa işletmelerin doğal ortamında katılımcı gözlemi yoluyla izlenmesi ve/veya çeşitli düzeyde çalışanlar ve müşterilerle yapılan derinlemesine görüşmeler, işletmenin gerçekte yaptıkları hakkında daha yararlı bilgiler sağlayabilmektedir.

Diğer yandan pozitif bilim dallarında başarılı sonuçlar veren istatistikî analizlerin sosyal bilimlere uygulandığında “kesin” bulgulara ulaşılacağına çok fazla inanılması önemli sorunlar doğurabilmektedir. Örneğin güvenilirlik katsayısı üzerine yapılan tartışmalar bu durum için verilebilecek en iyi örnektir.

Uzmanlarca yapılmamış anket uygulamalarının daha birçok ölçme, ölçekleme, veri toplama ve analiz sorunu içerebildiği ve bu yüzden geçerliliği ve güvenilirliği düşük çalışmalara yol açabildiği uzmanlar tarafından da ifade edilmektedir.

Niceliksel Araştırma Modelleri

- Deneysel Model
- Betimsel Model
- Bağintısal Model
- Nedensel-Karşılaştırma Modeli
- Tarihsel Yöntem

1. Deneysel Model:

İki ya da daha fazla grup üzerinde yapılan uygulamaların, belli değişkenler açısından etkilerinin farklılaşma boyutu incelenir. İstatistiksel teknikler yardımıyla gruplar arası karşılaştırmalar yaparak sonuca ulaşılır.

2. Bağntısal Model:

İki ya da daha fazla değişken arasında ilişki olup olmadığını incelemek amacıyla kullanılır.

3. Nedensel-Karşılaştırma Modeli:

Belli bir değişken açısından farklılaşan grupları birbiriyle karşılaştırmak amaçlanır.

4. Tarihsel Model:

Geçmişteki bir olayın durumu ve bu olayın mevcut durumu üzerindeki etkilerinin incelenmesidir.

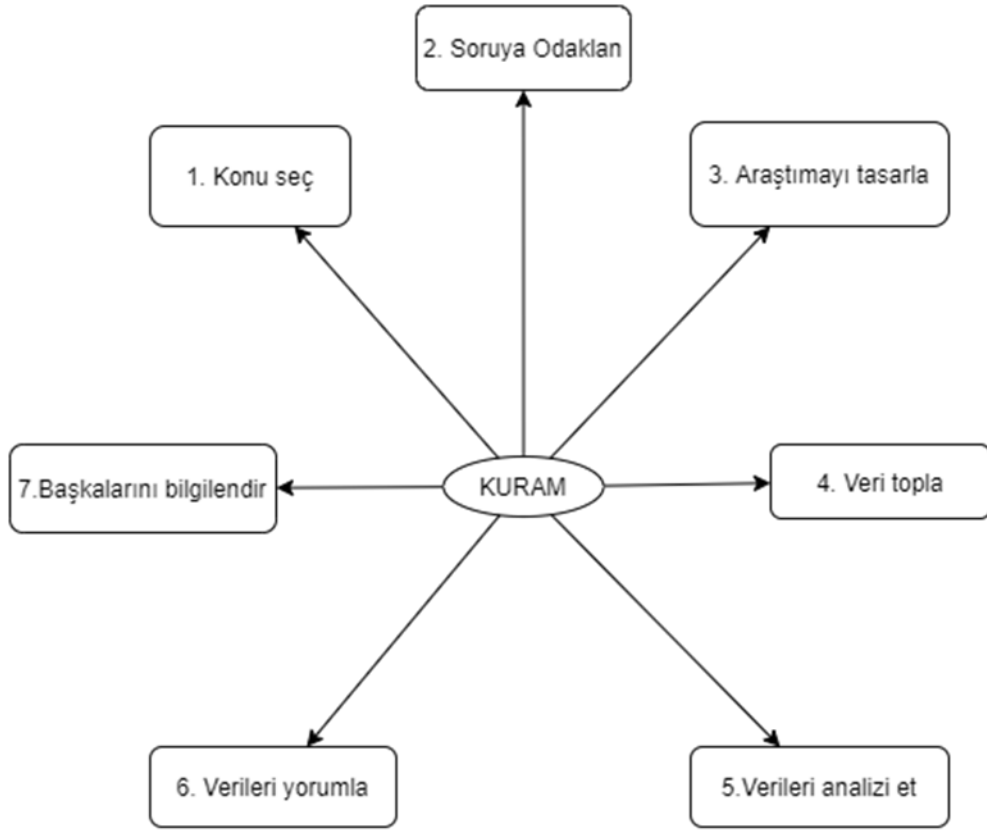
Nicel Araştırmanın Avantajları:

- Genelleştirilebilir sonuçlar üretilir.
- Farklı gruplar arasında farklılaştırma yapılabilir.
- Kuramların doğruluk derecesi tespit edilir.
- Belirli bir yapı içindeki ilişkilerin incelenmesine yarar.

Sınırlılıkları:

- Mükemmel örneklem almak güçtür.
- Yeteri sayıda veri toplamak güçtür.
- Mükemmel ölçüm şartları her zaman sağlanamaz.
- Ölçme aracı önyargı da yansıtır.
- Model dışındaki veriler ile ilgilenmez.

NİCEL ARAŞTIRMA SÜRECİNİN AŞAMALARI



5. Sonuç

Kantitatif araştırmalar tüketici davranış, algı ve tutumlarının araştırılmasında içsel anlamların, olguların, koşulların ve kültürel öğelerin açıkça ortaya konulması yorumlanması için önemlidir. Kantitatif araştırmalar yöntemlerinin sosyal kavram ve olguların, içinde bulunulan koşulların tümünü açıklamasını beklemek gerçekçi değildir. Ayrıca istatistiki yöntemlerin “kesin doğru ve güvenilir” bulgular verdiği varsayımı “araştırma miyopluğuna” yol açabilmektedir. Diğer yandan kantitatif araştırmaların uzman olmayan kişilerce yapılması da önemli sorunlar yaratabilmektedir.

Uygulanması kolay görünse de gerçekleştirilmesi ve yorumlanması aşamasında önemli düzeyde uzmanlığı gerektiren kalitatif araştırmalar, başarıyla uygulanabildiği takdirde, tüketicilerin bilişsel temelde mantıklı hale getirdikleri önermelerden, kendi gerçeklikleri içinde yaşadıkları, etkileşime soktukları ve yorumladıkları anlamları, olguları ve koşulları zengin bir içerikle ortaya koyabilmektedir. Tüketici davranışları alanını etkileyen diğer disiplinleri de içeren multidisipliner yaklaşımlar, kantitatif araştırmaların bütünün parçası olma yolunda etkinliğini artırmakta ve tüketici davranışları araştırmalarını zenginleştirmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- (1) TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ALANINDA KALİTATİF ARAŞTIRMALARIN ÖNEMİ VE MULTİDİSİPLİNER YAKLAŞIMLAR: Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU
- (2) BİLİMSEL ARAŞTIRMA TASARIMI Nicel, Nitel ve Karma Araştırma Yaklaşımları
Beyhan Akarsu ve Dr. Bayram Akarsu
- (3) NİCEL ARAŞTIRMALARDA METODOLOJİ SORUNLARI: YÜKSEK LİSANS
TEZLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: Yrd. Doç. Dr. Güler Saėlam, Arı Dr. Can Armutlu
Dr. Nuray Güneri Tosunoėlu Dr. Banu Yücel Toy