

Türkiye'nin Cevaplama Tarzı Profiline Dayalı Ölçek Çalışmaları

Program Kodu: 1001

Proje No: 115K155

Proje Yürütücüsü:
Prof. Dr. Selçuk Burak HAŞILOĞLU

Araştırmacılar:

Prof. Dr. Ahmet BARDAKCI
Yrd.Doç. Dr. Andım Oben BALCE

Bursiyerler:

Çetin KALBURAN
Tuğçe AKSOY
Şeyda GÜRKAYNAK

ARALIK 2017
DENİZLİ

ÖNSÖZ

26 ay süren proje konusu ve verileri kullanılarak 1 yüksek lisans tezi, 1 doktora tezi, 2 ulusal kongrede bildiri, 1 uluslararası kongrede bildiri ve 2 ulusal/uluslararası makale yayınlanmış/tamamlanmıştır. Bunların yanında, sürekli ölçek çalışması gibi proje kapsamı dışında kalan, ancak proje konusu ile ilgili analizler ve çalışmalar hali hazırda devam etmektedir. Gerek mevcut, gerekse gelecekteki çalışmalara ait güncel bilgiler, pazarlama uygulayıcı ve araştırmacılarına yol gösterici olması amacıyla <http://www.surveyinturkey.com> adresinde yayınlanmaktadır.

Türkiye'nin cevaplama tarzı profili konusunda pazarlama araştırmacılarına kılavuz görevi görmesi beklenen bu projenin hayata geçmesinde katkılarından dolayı başta TÜBİTAK olmak üzere; Türkiye'nin 27 farklı noktasından araştırmaya katılan cevaplayıcılara, onlara ulaşmak için uzun soluklu seyahatler eden anketörlere, saha çalışmasının uygulama sürecinde ve analizlerinde önemli rol oynayan burslu öğrencilerimiz Şeyda Gürkaynak, Tuğçe Aksoy ve Çetin Kalburan'a ayrıca teşekkür ederim.

Prof. Dr. Selçuk Burak Haşiloğlu

İÇİNDEKİLER

ÖZET	5
ABSTRACT	6
1. CEVAPLAMA TARZI LİTERATÜRÜ	7
1.1 Ekstrem Cevaplama Tarzı (ECT)	11
1.2 Katılımcı ve Katılımcı Olmayan Cevaplama Tarzları (KCT - KOCT)	14
1.3 Orta Nokta Cevaplama Tarzı (ONCT)	15
1.4 Cevaplama Tarzı Ölçüm Yöntemleri	16
2. YÖNTEM	19
2.1 Hedef ve Beklenen Çıktılar	19
2.2 Araştırma Soruları.....	20
2.3 Tasarım	20
2.4 Örneklem Planı	23
2.5 Verilerin Toplanması.....	26
2.6 Cevaplama Tarzı Hesaplamaları	28
3. BULGULAR	29
3.1 Cevaplama Tarzı Bulguları	29
3.2 Ölçek Noktası ve Sayısına İlişkin Bulgular	35
TARTIŞMA VE SONUÇLAR	47
KAYNAKLAR	58
EKLER	65
Ek-1. GRUP-1 Anket Formları	66
Ek-2. GRUP-2 Anket Formları	68
Ek-3. GRUP-3 Anket Formları	70
Ek-4. GRUP-4 Anket Formları	72
Ek-5. GRUP-5 Anket Formları	74
Ek-6. GRUP-6 Anket Formları	75

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1 Cevaplama Tarzları ve İlgili Araştırmalardan Örnekler	10
Tablo 2.1. Bir Grup için Tabakalarda Görüşülmesi Planlanan Kişi Sayıları	25
Tablo 2.2 Her Bir Anket Formu İçin Seçilen İllerde Görüşülen Kişi Sayısı	27
Tablo 2.3 Cevaplama Tarzları Hesaplamaları	28
Tablo 3.1 Ölçek Nokta Sayısına Göre Cevaplama Tarzları	29
Tablo 3.2 Cinsiyete Göre Cevaplama Tarzları	30
Tablo 3.3 Cinsiyet & Medeni Duruma Göre Cevaplama Tarzları	30
Tablo 3.4 Yaş Gruplarına Göre Cevaplama Tarzları	31
Tablo 3.5 Yaş & Cinsiyet & Medeni Duruma Göre Cevaplama Tarzları	31
Tablo 3.6 Eğitim Düzeyine Göre Cevaplama Tarzları	32
Tablo 3.7 Gelir Düzeyine Göre Cevaplama Tarzları	32
Tablo 3.8 İllere (Pilot+ 26 Bölge) Göre Cevaplama Tarzları Farklılık Testleri	33
Tablo 3.9 TUIK-Duzyey1 bölgelerine Göre Cevaplama Tarzları	34
Tablo 3.10 Yaşam Memnuniyeti Düzeylerine Göre Cevaplama Tarzları	35
Tablo 3.11 Ölçeklerin İç Tutarlılık Katsayıları	35
Tablo 3.11 Madde ve Ölçek İstatistikleri	35
Tablo 3.12 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Türkiye Geneli KOCT, ECT ve KCT Değerleri	36
Tablo 3.13 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Bölgelerin KOCT, ECT ve KCT Değerleri	37
Tablo 3.14 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Yaş Gruplarının KOCT, ECT ve KCT Değerleri	38
Tablo 3.15 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Eğitim Düzeylerinin KOCT, ECT ve KCT Değerleri	39
Tablo 3.16 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Gelir Düzeylerinin KOCT, ECT ve KCT Değerleri	40
Tablo 3.17 Ölçeklere Göre Cevapların Dağılımı	42
Tablo 3.18 Likert, Stapel ve Semantik Farklılık Ölçeklerini Kıyaslanması	43

ÖZET

Cevaplayıcılar, ankete cevap verirken sorudan bağımsız olarak bir davranış (cevaplama tarzı) sergilerler mi? Demografik ya da coğrafik değişkenlere göre bir farklılık var mıdır? Ölçekteki ideal nokta sayısı kaç olmalıdır? Orta noktayı çıkartarak, 4 ya da 6 noktalı yapmak daha mı uygun olur? Bu sorulara cevap arama bağlamında, gelişmiş birçok ülkenin araştırmacıları, kendi ülkelerinin demografik ve coğrafik profilini çıkartmışlardır.

Türkiye'nin demografik ve coğrafik dağılımına göre cevaplama tarzının bilinmiyor olması bu proje fikrinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Araştırmacılar, anket bulgularını yorumlarken cevaplayıcıların cevaplama tarzını da dikkate almalıdır. Çünkü yapılan bir araştırma için cevaplama tarzını dikkate alamamak, o araştırmanın bir kısıtıdır. Bu projenin ana amacı, demografik ve coğrafik dağılımına göre Türkiye'nin cevaplama tarzı profilinin çıkartmaktır. Diğer yandan, ölçekteki nokta sayısını artırmak motivasyon teorisi açısından bir dezavantajken, bilgi teorisi açısından bir avantajdır. Bir ülkenin demografik ve coğrafik değişkenlerin dağılımına göre; ideal ölçek nokta sayısının kaç olduğunun biliniyor olması, o ülkede yapılan pazarlama araştırmalarının geçerliliğinin artmasına yardımcı olacaktır. Bu doğrultuda, projenin ikincil amacı, Türkiye profiline uygun ölçek nokta sayısının belirlenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Cevaplama tarzı, ölçek nokta sayısı, Türkiye profili

ABSTRACT

Do respondents show a type of behavior independent from particular question while responding survey items (Response style)? Are there any differences in terms of the demographical or geographical variables? What should be the optimum number of response alternatives? Is it more appropriate to use 4 or 6 response choices without middle point choice? Many researches in developed countries have been questioned such issues and have been figured out their country's demographic and geographic profiles.

Since there is no enough information about response style according to Turkey's demographical and geographical distribution, this project idea was arised. Researchers should also consider responder's response style while they are interpreting the findings from the questionnaire. Otherwise, ignoring response style is a limitation of a study. The main aim of this project is to figure out profile of Turkish respondents' response style in terms of demographical and geographical distribution. On the other hand, increasing the number of response categories is a kind of disadvantage from the point of motivation theory; however that is a strong advantage from the point of information theory. Knowing the ideal number of response categories in terms of demographical and geographical distribution in a country may help improving the reliability of social researches. Thus the sub aim of this project is to figure out optimum number of scale categories for Turkish respondents.

Keywords: Response style, number of scale point, the profile of Turkey

1. CEVAPLAMA TARZI LİTERATÜRÜ¹

Literatürde cevaplama tarzı ile ilgili çalışmaların geçmişi 1930'lu yıllara kadar uzanmaktadır. Cevaplayıcıların kabul etme eğilimini araştıran Lentz (1938) bu eğilimin araştırma sonuçları üzerinde çok olumsuz etkiler ortaya çıkarabileceği sonucuna ulaşmıştır. Literatürde, özellikle üç kavramın sıklıkla birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu kavramlar: cevaplama seti (response set), cevaplama tarzı (response style) ve cevaplama yanlılığıdır (response bias). Rorer (1965: 129) cevaplama tarzlarının cevaplama setlerinden ayırt edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Rundquist (1966: 166) ise Cronbach'ın cevaplama tarzı yerine cevaplama seti terimini kullandığına dikkat çekmiş, Rorer'in cevaplama yanlılığı terimini neredeyse cevaplama tarzı ile eşanlamli olarak kullandığını belirtmiştir. Yine bu tartışmalarla yakın tarihli çalışmalarda cevaplama tarzı yerine cevaplama seti kavramının sıkça kullanıldığı görülmektedir (örn. Broen ve Wirt, 1958; Zuckerman, 1959; Edwards ve Walker, 1961; Foster ve Grigg, 1963). O'Neill (1967: 95) ise çok nadiren cevaplama setleri ve cevaplama tarzları arasındaki ayrımın ortaya konulduğunu ve cevaplama alışkanlıklarının genellikle içerik ile ilgili olup olmadığına bakılmaksızın toptan bir şekilde kabul edildiğini belirtmiştir.

Cevaplama tarzı, madde içeriğinden bağımsız olarak ölçek maddelerine belli bir tarzda cevap verme eğilimini ifade eder (Baumgartner ve Steenkamp, 2001: 143) ve birey orantısız bir şekilde madde içeriğinden bağımsız olarak belirli bir cevap kategorisini seçme eğilimindedir (O'Neill, 1967: 95). Cevaplama tarzları özgün ve kendi içerisinde tutarlıdır (Hamilton, 1968: 192). Cevaplama setleri ise bireyin gerçeğin dışında örneğin sosyal beğenilirlik açısından kendisini betimleyecek şekilde madde içeriğini yanıtlamasını ifade eder (O'Neill, 1967: 95). Bu tanımlara göre cevaplama tarzı ve cevaplama seti kavramlarının ayrımı madde içeriğinin etkisinin olup olmasına göre yapılmaktadır. Ancak cevaplayıcının bir eğilimini ifade etmektedir. Buradaki sorun, cevabı içerikten ayırabilme güçlüğüdür ki Cronbach (1946: 476) pratikte bir maddenin içeriğini kendi biçiminden tamamen ayırmanın asla mümkün olmayacağını belirtmiştir. Bentler vd. (1971: 187) çalışmalarında içerik savunucuları ve tarz savunucuları ayrımına dikkat çekerek içeriği tamamen savunanların cevaplayıcının sorulan soruya kesinlikle doğru cevap verdiğini kabul ettiklerini belirterek bunun gerçekçi olmadığını ileri sürmüşlerdir. Daha ılımlı bir şekilde konuya yaklaşan içerik savunucularının ise bir kişiye kendisinin arkadaş canlısı olup olmadığına dair soru sorulduğunda öyle olduğuna inandığı takdirde sadece "doğru" yanıtı verdiğini belirttiklerini vurgulamışlardır. Tarz savunucularının

¹ Bu bölüm, projenin aynı zamanda burslu öğrencisi olan Çetin Kalburan'ın PAZARLAMA ARAŞTIRMALARINDA TÜRKİYE'NİN CEVAPLAMA EĞİLİMİ PROFİLİ başlıklı doktora tezinden (Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel İşletme Doktora Programı, Eylül 2017) aynen alınmıştır.

ise, bazı değişmez bireysel farklılıkların ölçümlerde madde anlamına ek olarak madde anlamı dışındaki uyarıcılar ile yanıtta tutarlılık gösterdiğini savunduklarını belirtmişlerdir.

Cevaplama yanlılığı ise hem seti hem de tarzı kapsayan genel bir terimdir ve içeriğin etkisini azaltır (Rundquist, 1966: 166), araştırmacının ölçme niyetinde olduğu kavram dışındaki faktörler tarafından etkilenen cevaplayıcının anket sorularını cevaplama durumunu ifade eder (Kieruj ve Moors, 2013: 193). Cevaplama yanlılığı temelde cevaplayıcının kendisini gerçeğe uygun olarak ifade etmesini engelleyecek şekilde anket sorularını cevaplmasına yönelik herhangi bir sistematik eğilimdir (Paulhus, 2002: 49). Tarz ve set kavramlarını içeren cevaplama yanlılığı verilerin bozulmasına neden olur ve anketlerin değerlendirilmesinde bir kirlilik kaynağıdır (O'Neill, 1967; Baumgartner ve Steenkamp, 2001; Kieruj ve Moors, 2013). Cevaplama yanlılığı genellikle sorunlu kabul edilir ve bulguların geçerliliğini azaltabilir (Rammstedt ve Farmer, 2013: 1137).

Rundquist'e (1966: 166) göre kişilik ölçeği sorularına verilen yanıtlar diğer faktörlerin yanı sıra madde içeriği, bu içeriğin toplumsal olarak istenmesi, içeriğin ifade edildiği biçim, bir ölçekteki her bir bildirim şeklinin oranı, içeriğe göre duygularını gizleme arzusu (ikiyüzlülük) ve cevaplama tarzından etkilenmektedir. Bu faktörler incelendiğinde ayırımın soru maddesinin içeriğine bağlı olup olmama ve soru maddelerinin anketteki sunuluş biçimine göre oluştuğu anlaşılmaktadır. Benzer şekilde Van Ijzendoorn (1984: 827) anket cevaplayıcılarının yalnızca soruların içeriğini dikkate almadığını, aynı zamanda soruların ve cevapların biçimsel yönünü de dikkate aldığını; net bir şekilde ortaya konulmayan soruların benzer bir cevaplama eğilimi ortaya çıkarabileceğini vurgulamıştır. Her ne kadar ankette yer alan soru maddelerinin amacı belli bir konuda birinin görüşünü almak olsa da bir katılımcının cevabı, rastgele ve sistematik hatalar nedeniyle kişinin gerçek görüşünü yansıtmayabilir, cevaplama tarzları soru içeriğinden bağımsız olarak yanıt verme eğilimini yansıttığından sistematik hataya katkıda bulunur (Van Vaerenbergh ve Thomas, 2013: 195).

Literatürde "set" ve "tarz" kavramlarının birbiri yerine sıklıkla kullanılması (örn. Cronbach, 1946; Hui ve Triandis, 1985; Baumgartner ve Steenkamp, 2001), her iki kavramın da cevaplama eğilimine karşılık gelmesi nedeniyle cevaplama tarzını işaret eden tüm ifadeler kavram birliği sağlamak amacıyla bu noktadan sonra "cevaplama tarzı" olarak ifade edilmiştir.

Cevaplama tarzları testlerin güvenilirliğini ve geçerliğini etkiler, sonuçlara müdahale eder (Cronbach, 1946: 484). Özellikle Likert tipi maddeleri kullanan anket verilerine dayalı analizlerde bir takım istatistiksel testlerin sonuçlarını tamamen gerçek dışı hale getirebilir (Culpepper ve Zimmerman, 2006: 75).

Cevaplama tarzı öncelikle sabit kişiliğin bir fonksiyonudur. Kısa bir anket durumunda bu makul olabilir ancak uzun bir anket için savunulur olamayabilir. Cevaplama tarzları, kişisel faktörler ile durumsal (özellikle zamansal) faktörler arasındaki etkileşimin bir ürünü olabilir. Bu

nedenle, insanların bir ankete cevap verirken farklı aşamalarda "setleri" değiştirip değiştirmedini araştırmak faydalı olacaktır (Hui ve Triandis, 1985: 254).

Literatürde cevaplama tarzlarının çeşitli başlıklar altında incelendiği görülmektedir. Örneğin Hui ve Triandis (1985: 253-254) üç cevaplama tarzına vurgu yapmıştır; 1) Katılımcı/yönlü eğilim: Kabul etme, evet demek ve derecelendirme ölçeğinin belirli bir yanını kullanma eğilimleri arasında bir paralellik vardır. Bütün bunlar yönlü eğilim olarak adlandırılabilir, 2) Cevaplama aralığı: Çoğu durumda, maddelerin yönünden bağımsızdır ve dolayısıyla yönsele eğilim olarak madde içeriğiyle karıştırılmamalıdır. Maddeler arasındaki standart sapma, cevaplama aralığının önemli bir göstergesidir, 3) Ekstrem cevaplama tarzı: İki aşırı kutbun kullanılmasını ifade eder. Geniş cevaplama aralığı ve ekstrem cevaplama tarzı grup içi varyansı artırır.

Cevaplama eğilimleri içerisinde en fazla incelenenler Ekstrem Cevaplama Tarzı (ECT), Katılımcı Cevaplama Tarzı (KCT), Sosyal Beğenilirlik Yönünde Cevaplama (SBYC) ve Orta Nokta Cevaplama Tarzı (ONCT)'dir. Literatürde incelenen başlıklar altında cevaplama tarzları ve ilgili araştırmalardan örnekler Tablo 1.1'de gösterilmiştir.

Cevaplama tarzları farklı süreçlerden etkilenebilir. Aşağıda, göz önüne alınması ve test edilmesi gereken olası açıklamaların listesi verilmektedir (Hui ve Triandis, 1985: 258):

1. Yorgunluk Hipotezi: Cevaplayıcılar belirli sayıda öğeye cevap verdikten sonra yorulabilir ve sıkılabirler. Motivasyon azalır ve dikkatsiz yanıtlarla sonuçlanır. Bu nedenle, olumlu olarak ifade edilmiş bir ifadeye ve olumsuz olarak ifade edilen bir ifadeye benzer şekilde tepki verebilirler. Bu, ortalamaları ölçeğin orta noktasından uzaklaştırır. Yorgunluğun bir diğer etkisi katılımcıların ölçek boyunca ince ayırım yapma konusundaki isteksizliğidir.
2. Tutarlılık Hipotezi: Bir cevaplayıcının önceliklerden daha katılımcı olacağı ya da daha katılımcı olamayacağı ifadelerle karşılaşma şansı her zaman vardır. Bilişsel olarak tutarlı olmak için, ölçeğin soluna veya sağ ucuna, ancak kesinlikle ortadan uzağa nispeten daha güçlü bir derecelendirme yapmak zorunda kalacaklardır. Bu durum cevaplayıcının yanıtlar arasındaki tutarlılık girişimine bağlı olarak, enstrümanın sonuna doğru ekstrem kontrolü farklı şekilde artırabilir.
3. Aşinalık / Kesinlik hipotezi: Ekstrem kontrol dalgalanmalarına alternatif bir açıklama olarak, bu hipotezde, cevaplayıcı maddeye (kavramlar, madde biçimi, ölçek) daha fazla aşına ise, tutum hakkında ne kadar eminse, ekstrem kategoriyi işaretleme ihtimali o kadar yüksektir. Başka bir ifadeyle, cevaplayıcı aşına olma gibi bazı durumlarda ekstrem konumu seçmeye daha isteklidir.

Tablo 1.1 Cevaplama Tarzları ve İlgili Araştırmalardan Örnekler

Cevaplama Tarzları	Araştırmalardan Örnekler
- Ekstrem Cevaplama Tarzı (ECT)	(Zax vd., 1964; Damarin ve Messick, 1965; Light vd., 1965; Zax ve Takahashi, 1967; Norman, 1969; Parsonson, 1969; Wilkinson, 1970; Merrens, 1971; Crandall, 1973, Chun vd., 1974; Bachman ve O'Malley, 1984; Hui ve Triandis, 1989; Marin vd., 1992; Chen vd., 1995; Clarke III, 2000; Van Herk vd., 2004; Johnson vd., 2005; De Jong vd., 2008; Meisenberg ve Williams, 2008; Naemi vd., 2009; Davis vd., 2011; Kieruj ve Moors, 2013; Jamieson ve Spotts, 2015)
- Katılımcı Cevaplama Tarzı (KCT) ve Katılımcı Olmayan Cevaplama Tarzı (KOCT)	(McGee, 1962; Foster ve Grigg, 1963; Damarin ve Messick, 1965; Zax ve Takahashi, 1967; Bachman ve O'Malley, 1984; Marin vd., 1992; Javeline, 1999; Baumgartner ve Steenkamp, 2001; Johnson vd., 2005; Billiet ve Davidov, 2008; Meisenberg ve Williams, 2008; Davis vd., 2011; Rammstedt ve Farmer, 2013; Vigil-Colet vd., 2013)
- Orta Nokta Cevaplama Tarzı (ONCT)	(Worthy, 1969; Light vd., 1965; Zax ve Takahashi, 1967; Stening ve Everett, 1984; Chen vd., 1995; Baumgartner ve Steenkamp, 2001; Johns, 2005; Kulas ve Stachowski, 2009; Velez ve Ashworth, 2007; Shulruf vd., 2011; Nadler vd., 2015)
- Kaçamak-Baştan Savma Cevaplama	(Jordan vd., 1980; Baumgartner ve Steenkamp, 2001)
- Net Katılımcı Cevaplama Tarzı (NKCT)	(Baumgartner ve Steenkamp, 2001)
- Sosyal Beğenilirlik Yönünde Cevaplama (SBYC)*	(Cowen, 1961; Damarin ve Messick, 1965; Zax ve Takahashi, 1967; Ross ve Mirowsky, 1984; Randall ve Fernandes, 1991; Fernandes ve Randall, 1992; Fisher, 1993; Heine ve Lehman, 1995; Ellingson vd., 1999; Joinson, 1999; Holtgraves, 2004; Dalton ve Ortegren, 2011; Vigil-Colet vd., 2013)

*SBYC için literatürde cevaplama tarzı ifadesi de kullanıldığından cevaplama tarzları başlığı altında tabloya eklenmiştir.

1.1 Ekstrem Cevaplama Tarzı (ECT)

Bazı cevaplayıcılar anketlerde sistematik olarak ilk veya son cevap alternatiflerini tercih ederler (Van Ijzendoorn, 1984: 827). Ekstrem cevaplama tarzı da, ölçeğin uç noktalarının tercihli bir şekilde (Meisenberg ve Williams, 2008: 1539), aşırı olarak kullanılması (Naemi vd., 2009: 261), diğer bir deyişle anketlerdeki soru maddelerinin ilk ve son cevap alternatiflerini ifade eden ekstrem kategorilerin seçilmesi anlamına gelir (Littrell, 1971: 1).

ECT temel olarak bir Likert ölçeğinin ikili hale getirilmesi olarak basit bir evet / hayır yanıtı şeklinde tanımlanabilir. Bu anlamda, basit ya da indirgeyici terimlerle düşünme eğilimi cevaplayıcıyı potansiyel cevapları basitleştirmenin bir yolu olarak öncelikle bir ölçeğin uç noktalarını kullanmaya yönlendirecektir. Bu nedenle basit düşünme eğilimine sahip birinin ekstrem cevaplar vermesi beklenir (Naemi vd., 2009: 264).

ECT yalnızca bazı cevaplayıcılar için yanlı ölçek puanlarına neden olmaz bununla beraber aynı zamanda ölçülmesi amaçlanan maddi özellik ile diğer yapılar arasındaki ilişkileri inceleme girişimlerini de zayıf düşürür (Bolt ve Newton, 2011: 815). ECT'nin olası sonuçları, çıkarımsal istatistiklerin kullanımında sonuçlara etki eder. ECT eğilimleri, frekans dağılımlarını en dıştaki bölgelere doğru yönlendirir, bu da standart sapmaları artırır ve korelasyonları azaltır. Bu zayıf korelasyonlar beta katsayılarını değiştirir ve açıklanan varyansın azalmasına neden olur (Clarke III, 2000: 138).

Literatüre bakıldığında demografik değişkenler ile cevaplama tarzı arasındaki ilişkilerin araştırıldığı ve kimi zaman farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Örnek olarak, Light vd. (1965) 240 öğrenci üzerinde yaptıkları araştırmada öğrencilerin yaş, cinsiyet ve zeka (IQ) seviyelerine göre cevaplama tarzlarını araştırmışlardır. Bu araştırma sonucunda yüksek IQ seviyesinde olanların düşük olanlara göre daha az ECT sergilerken, daha yüksek yaşta olanların düşük yaşlara göre daha az ECT sergiledikleri bulgusuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada cevaplama tarzı ile cinsiyet arasında ise herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır. Cinsiyete ilişkin bu bulgu Bachman ve O'Malley (1984), Marin vd. (1992) ve Clarke III'ün (2000) araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Diğer yandan Crandall (1973) araştırmasında üç farklı aşama uygulamış, aşamaların her birinde kadınların sürekli ve anlamlı olarak erkeklerden daha fazla pozitif yönlü uç noktayı işaretlediklerini, negatif yönlü uç noktayı işaretlemede ise erkek ve kadınlar arasında bir farklılık olmadığı bulgusuna ulaşmıştır.

ECT ve zeka seviyesi arasındaki ilişkiyi araştıran diğer bir çalışmada ise Wilkinson (1970) araştırması sonucunda ECT ve zeka seviyesi arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Seksen ülkede gerçekleştirilmiş Dünya Değerler Anketi verilerinden faydalanarak cevaplama tarzlarını araştıran Meisenberg ve Williams (2008: 1539) ise ekstrem cevaplamanın yaş arttıkça arttığını ve dünyadaki çoğu bölgede eğitim ve gelirle negatif yönlü ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca yine bu araştırmaya göre ekstrem cevaplama az

gelişmiş ülkelerde daha yaygın olup ülke düzeyinde düşük IQ ile ekstrem cevaplama arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. IQ seviyesi ile ilgili bu bulgu Light vd. (1965) ile Wilkinson'un (1970) araştırmalarındaki bulgularla benzerlik göstermektedir. Marin vd. de (1992) araştırmalarında daha az eğitim seviyesine sahip olanların (12 yıldan az örgün eğitim almış olanlar), daha fazla eğitim almış olanlara göre ekstrem cevaplama eğilimlerinin yüksek olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Eğitime ilişkin bu bulgu Meisenberg ve Williams (2008)'in ulaştığı sonuçla benzerlik göstermektedir.

Bunun yanısıra, Jamieson ve Spotts (2015: 366) araştırmalarındaki bulgulara dayanarak yaşlı yetişkinlerin yaşlı olmayan yetişkinlere göre ekstrem cevaplama davranışı sergilemelerinin daha olası olduğunu belirtmişlerdir. Bu çıkarım (Greenleaf, 1992), Meisenberg ve Williams (2008) ve Kieruj ve Moors'un (2013) çalışmalarındaki sonuçlarla uyum göstermektedir. Diğer yandan Light vd. 'nin (1965) araştırma sonuçları ile uyumsuzdur. Ancak Light vd.'nin (1965) araştırmasına konu olan anket cevaplayıcılarının öğrenci olmaları ve yaş aralığındaki darlık bu farklılığın nedeni olabilir. Jamieson ve Spotts (2015: 366) araştırmalarının sonuçlarına göre yaşlılar arasındaki bu eğilimin boyutunun, çeşitli veri toplama yöntemleri ve ölçekteki nokta sayısı için farklılık arz ettiğine dikkat çekmişlerdir.

Parsonson (1969) gerçekleştirdiği araştırmada psikiyatri hastaları ile hasta olmayanların ekstrem cevaplama eğilimlerini karşılaştırmıştır. Bu araştırmanın sonucunda psikiyatri hastalarının ekstrem noktaları hasta olmayanlardan daha sık işaretledikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Parsonson psikiyatri hastalarının gözlemlenen ekstrem cevaplama eğilimlerinin duygusal uyumsuzluğun önemli bir yönünü yansıttığını ileri sürmüştür. Norman (1969) ise, yaptığı araştırma sonucunda yüksek anksiyeteye sahip bireylerin daha fazla ekstrem cevaplama eğilimi gösterdiği yönünde bulgulara ulaşmıştır. Kişilik özelliklerinden yola çıkarak, uyumsuz ve uyumlu kişiler arasında cevaplama tarzının farklılık gösterip göstermediğini araştıran Zax vd. (1964) ise, uyumsuz olanların daha fazla ekstrem cevapları işaretlediği sonucuna ulaşmışlardır. Naemi vd.'nin (2009) araştırma sonuçlarına göre ise anketleri hızlı bir şekilde tamamlayanlar ve belirsizliğe toleranssız olanların ECT sergileme olasılıkları yüksektir.

Cevaplama tarzı etkileri, uluslararası karşılaştırmalı çalışmalarda da yanlılık kaynağıdır; bazı uluslar belirli cevaplama tarzlarına diğerlerinden daha duyarlıdır (Diamantopoulos, 2006: 925). Bu doğrultuda literatürde cevaplama tarzlarına göre uluslararası karşılaştırmaları konu alan birçok araştırma yer almış hatta bu araştırmalara ek olarak kültürel ve etnik gruplar da cevaplama tarzlarına göre karşılaştırılmıştır. Cevaplama tarzı, yalnızca kültürler arası araştırmada bir değişken olarak değil, kişisel anlam ve dil gibi diğer kültürel açıdan ilgili fenomenlerin bir göstergesi olarak da önemlidir (Gibbons vd., 1999: 369-370). Örnek olarak, Zax ve Takahashi (1967) Japon ve Amerikalı üniversite öğrencilerini

karşılaştırdığı araştırmalarında Japon öğrencilerin Amerikalı öğrencilere göre oransal olarak daha az ekstrem cevaplar verdiği yönünde bulgulara ulaşmışlardır. Chen vd. (1995) ise Japonya, Çin, Kanada ve Amerika'dan olmak üzere toplam 5162 lise öğrencisi ile yaptığı çalışmada cevaplama tarzında kültürler arası farklılıkları incelemişlerdir. Bu araştırmanın sonuçları Amerikalı öğrencilerin ekstrem noktaları diğer üç gruptan daha fazla kullandığını göstermektedir.

Benzer şekilde, araştırmalarında cevaplama tarzı ve ırksal farklılıkları inceleyen Bachman ve O'Malley (1984) siyahların beyazlardan daha fazla ekstrem cevapları işaretledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Kültürel ve etnik gruplar arasında ECT yönünden farklılık olup olmadığını 5 ve 10 noktalı ölçekler kullanarak araştıran Hui ve Triandis (1989) ise 5 noktalı ölçekte İspanyolların İspanyol olmayan beyazlara göre daha fazla ekstrem cevaplar verme eğilimi gösterdiğini tespit etmişlerdir. Ancak araştırmalarındaki bir diğer ilginç bulgu 10 noktalı ölçek kullanıldığında İspanyolların ekstrem cevaplama eğilimlerinin İspanyol olmayan beyazların seviyesine inmiş olmasıdır. Bu araştırma sonuçlarına göre İspanyol olmayan beyazların ECT'si ölçekler arasında farklılık göstermemiştir. Marin vd. (1992) ise 4 ve 5 noktalı ölçekler kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında Hui ve Triandis (1989) gibi İspanyollar ve İspanyol olmayan beyazları cevaplama tarzı açısından karşılaştırmıştır. Sonuçlar, İspanyolların ekstrem cevaplama eğiliminin İspanyol olmayan beyazlardan daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç Hui ve Triandis (1989)'in 5 noktalı ölçek için ulaştığı bulgularla örtüşmektedir. ECT'nin ülkeler, kültürler ve tek bir ülke içindeki alt kültürler arasında değişim gösterdiğini vurgulayan Clarke III (2000) araştırmasındaki bulgulara dayanarak İspanyollar ve siyahların sürekli olarak İspanyol olmayan ve siyah olmayanlara göre ekstrem cevaplama seviyelerinin yüksek olduğunu belirtmiştir.

Davis vd. (2011) grup içi heterojenliği göz önüne alarak Meksika kökenli Amerikalılarla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışma kapsamında ECT ve katılımcı cevaplama tarzı (KCT) araştırılmıştır. Bu çalışmada elde edilen bulgular Meksika kökenli Amerikalıların cevaplama tarzlarının kültürel uyum ve kültürel faktörler açısından farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Van Herk vd. (2004) cevaplama tarzlarını farklı ülkeler (Yunanistan, İtalya, İspanya, Fransa, Almanya ve İngiltere) arasında karşılaştırdıkları araştırmalarında Akdeniz'e kıyısı bulunan ülkelerde yaşayanların, Kuzey Avrupa ülkelerinde yaşayanlara göre daha fazla ekstrem cevaplama eğilimi gösterdiğini tespit etmişlerdir.

Yukarıda verilen uluslar ve kültürler arası karşılaştırmalara ilişkin örneklerden farklı olarak Diamantopoulos (2006) cevaplama tarzlarında uluslararası farklılıkların bir uyarının farklı biçimlerine göre (örneğin, soru maddesinin ifade ediliş biçimi, ölçek tipi, cevap kategorileri) istikrarlı olup olmadığını araştırmıştır. Bu araştırma sonuçlarına göre cevaplama tarzı farklılıkları farklı uyarıcılar ortaya konulduğunda istikrar göstermemektedir. Diğer yandan

Kieruj ve Moors (2013) ise 5'ten 11'e kadar ölçek uzunluğunu değiştirerek ECT oluşumunda ölçek uzunluğunun etkisi olup olmadığını incelemişler ve ECT'nin ölçek uzunluğundan bağımsız olarak oluştuğu sonucuna ulaşmışlardır.

1.2 Katılımcı ve Katılımcı Olmayan Cevaplama Tarzları (KCT - KOCT)

Cevaplama tarzlarının en sık gözlenenleri katılımcı (KCT) ve ekstrem (ECT) cevaplama tarzıdır (Meisenberg ve Williams, 2008: 1539). KCT, içerikten bağımsız olarak anket ifadelerine katılım eğilimini ifade eder (Zuckerman, 1959: 523; Winkler vd, 1982: 555; Javeline, 1999: 2). Genel olarak herhangi bir tutum bildirisine katılmak isteyen bir kişinin katılımcı cevaplama tarzı gösterdiği kabul edilir (Robinson vd., 1991: 7). Literatürde genel olarak cevaplama tarzları için madde içeriğinden bağımsız bir eğilim olarak bahsedilse de içeriğin etkisini ayırtmak kolay değildir. McGee (1962) altı farklı ölçek kullanarak gerçekleştirdiği araştırmasında benzer sözlü içeriğe sahip maddeler bulunduran ölçekler arasında ilişkili bulunduğunu saptamış ve madde içeriğinin büyük önem taşıdığı sonucuna ulaşmıştır.

Anketler sıklıkla “Kesinlikle Katılmıyorum” ile “Kesinlikle Katılıyorum” arasında değişen yanıt alternatifleri ile Likert tipi ölçeklere dayanmaktadır. Ölçüm yönteminin kendi içinde doğal olarak yer aldığı için bu tip ölçeklerde kabul eğilimi büyük önem taşımaktadır (Couch ve Keniston, 1960: 151). KCT anket araştırması için bir sorundur, sonuçları çarpıtabilir ve araştırmacıların değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında doğru çıkarımlar yapmasını engelleyebilir (Javeline, 1999: 2). Çünkü kavramsal olarak ilişkili olmadıklarında bile benzer ifadeli öğeler arasında korelasyonu artırır (Winkler vd, 1982: 555).

Yapılan araştırmaların birçoğu yaş ile KCT arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (örn.; Vigil-Colet vd., 2013; Meisenberg ve Williams, 2008). KCT daha az örgün eğitim almış bireyler arasında daha belirgindir (Rammstedt ve Farmer, 2013: 1137). Meisenberg ve Williams (2008) araştırmalarında katılımcı cevaplama eğiliminin eğitim ve gelirle negatif yönlü bir ilişkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar, katılımcı cevaplama tarzının az gelişmiş ve yüksek düzeyde yolsuzluk olan ülkelerde daha yaygın olduğunu vurgulamışlardır.

Aynı ülke içindeki farklı kültürlerin araştırıldığı çalışmalara örnek olarak; Marin vd. (1992) İspanyollar ve İspanyol olmayan beyazları katılımcı cevaplama tarzı açısından karşılaştırdıklarında İspanyolların İspanyol olmayan beyazlardan daha fazla kabul etme eğilimi gösterdiklerini, cinsiyetin ise cevaplama tarzını etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır. Javeline (1999) ise Kazakistan'da 1.986 yetişkin tarafından cevaplanan anket verileri ile Rus ve Kazakların katılımcı cevaplama tarzını araştırmıştır. Bu araştırma sonuçlarına göre katılımcı cevaplama eğilimi tüm örnekleme görülürken bu eğilim Kazaklarda Ruslara oranla daha güçlüdür.

Cevaplama tarzlarının kişilik ya da kültürel özelliklerden kaynaklı olup olmadığına ilişkin çalışmalar cevaplama tarzlarının zaman içerisinde değişim gösterip göstermediği sorusunu akla getirmektedir. Billiet ve Davidov, (2008) 1995 ve 1999 yıllarındaki Belçika Seçim Araştırması'ndaki temsili nüfus araştırmaları verilerini kullanarak bu sorunun cevabını araştırmışlardır. Araştırmalarının sonuçlarına göre, 4 yıllık süre kapsamında katılımcı cevaplama tarzı sabit ve tutarlıdır.

1.3 Orta Nokta Cevaplama Tarzı (ONCT)

Orta nokta cevaplama tarzı, anket yöntemi kullanılarak yürütülen araştırmalarda, sunulan cevap kategorilerinde ortada yer alan ve çoğunlukla "ne katılıyorum-ne katılmıyorum" ifadesi ile etiketlenen orta noktanın işaretlenmesi eğilimini ifade eder.

Orta noktanın cevaplayıcılar açısından ifade ettiği anlam kritik bir öneme sahiptir. Kulas ve Stachowski (2009: 492) kişilik araştırmalarında cevaplayıcıların orta nokta seçeneğini kararsız oldukları, maddeyi anlamadıkları, yanıtları koşullu olduğu veya ılımlı bir yapıya sahip oldukları için işaretlediklerine vurgu yapmışlardır. Nadler vd. (2015) ise katılımcılara bir ölçeğin orta noktasının kendileri için ne ifade ettiğini sormuşlar ve genel olarak "fikrim yok", "umurumda değil", "emin değilim", "tarafsızım", "eşit / her ikisi de" ve "ikisi de" cevapları ile karşılaşmışlardır. Orta noktanın cevaplayıcılar açısından ifade ettiği anlamın farklılık göstermesi diğer cevaplama tarzlarında olduğu gibi bu eğilimin araştırma sonuçlarını olumsuz yönde etkileyeceğini ortaya koymaktadır. Orta noktanın vereceği zararı azaltmanın bir yolu da orta noktanın katılımcıların düşüncelerini gerçekten ifade etmediği durumlarda doğru seçeneğe yönelmelerini sağlamak olabilir. Bu doğrultuda orta noktanın kullanılmaması bir alternatif olabileceği gibi ankette yer alan maddelerin içeriklerinin net ve açık bir şekilde yazılmış olması fayda sağlayabilir. Velez ve Ashworth (2007) araştırmalarında madde içeriğinde kelimeler kısaltıkça ve maddeler daha anlaşılır hale geldikçe orta noktayı işaretleme sayısının azaldığı bulgusuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Kulas ve Stachowski (2009) araştırmalarında orta nokta işaretleme ile maddenin netliği arasında güçlü ve negatif yönlü bir ilişki bulmuşlardır.

Cevaplayıcıların orta noktayı işaretleme eğilimi göstermeleri bulguların yorumlanması açısından birtakım zorluklara ve yanılgılara sebep olabilir. Johns (2005: 237) araştırmacıların ölçeklerinde orta noktayı kullanmamalarının araştırmanın geçerliliğini artırabileceği gibi azaltabileceğine de vurgu yaparak özellikle sosyal beğenilirliğin önem seviyesinin yüksek olduğu tartışmalı konularda orta noktanın kullanılmamasını önermiştir. Johns (2005) bazı cevaplayıcıların olumlu ve olumsuz iki taraf arasında gerçekten ortada kaldıklarında bu seçeneği tercih ettiğini ve bu durumda orta noktayı alternatif olarak sunmamanın geçerliliği azaltacağını; diğer yandan orta noktayı popüler olmayan bir bakış açısını itiraf etmek yerine

sığınacak bir liman olarak kullanan cevaplayıcılar olduğunda orta noktayı kullanmamanın geçerliliği artıracaklarını ileri sürmüştür. Diğer yandan Worthy (1969: 189) orta noktayı cevaplamanın somut ve kesin bir konumu temsil ettiğini ve psikolojik olarak ekstrem cevaplama tarzına benzediğini belirtmiştir. Worthy (1969) araştırma bulgularına dayanarak Ekstrem cevaplama eğilimi gösterenlerin orta nokta cevaplama eğilimi de gösterdiklerini vurgulayarak ekstrem cevaplama tarzı ölçümünde orta nokta cevaplamanın da ekstrem cevaplama olarak ele alınması önermiştir.

Light vd. (1965) öğrencilerin yaş, cinsiyet ve zeka (IQ) seviyelerine göre orta noktayı işaretleme durumunu karşılaştırmışlar, yüksek IQ seviyesinde olanların düşük olanlara göre daha fazla orta noktayı işaretledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde daha yüksek yaşta olanların düşük yaşlara göre daha fazla orta noktayı işaretledikleri görülmüş, ancak cinsiyet ile orta noktayı işaretleme arasında bir ilişki olduğuna dair bir bulgu elde etmemişlerdir.

Kültürle ilişkili olarak, Zax ve Takahashi (1967) araştırmaları sonucu Japon üniversite öğrencilerinin Amerikalı üniversite öğrencilerinden daha fazla orta noktayı işaretlediği bulgusuna ulaşmışlardır. Chen vd. (1995) ise Japonya, Çin, Kanada ve Amerika'dan olmak üzere toplam 5162 lise öğrencisi ile yaptığı çalışmada cevaplama tarzında kültürler arası farklılıkları incelemişlerdir. Araştırma sonuçları Japon ve Çinli öğrencilerin orta nokta kullanımının iki Kuzey Amerika grubundan da daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Stening ve Everett (1984) 9 farklı milliyetten insanların cevaplama tarzlarını (ECT ve ONCT) araştırdıkları çalışmalarında milletler arasında cevaplama tarzı açısından farklılıklar bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmadaki bulgulara göre hem eğitim hem de yaşın cevaplama tarzı üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Ancak bu etki karşılaştırdıkları uluslardan birinde (Japonlar) ortaya çıkmamıştır. Shulruf vd. (2011) ise bireyci veya kolektivist yönelimlerin insanların cevaplarını ne derecede etkilediğini araştırmışlar, kolektivistlerin bireycilerden daha fazla orta noktayı işaretlediği sonucuna ulaşmışlardır.

1.4 Cevaplama Tarzı Ölçüm Yöntemleri

Cevaplama tarzı ölçümlerinde genel sayım işlemi, ters madde çiftlerindeki uyuma ilişkin sayımlar, regresyon analizi, faktör analizi, madde yanıt kuramına dayalı modellerin kullanılması gibi birçok farklı yöntem kullanılmaktadır (Van Vaerenbergh ve Thomas, 2013: 206-207). Kieruj ve Moors (2013: 199) ECT ve KCT için bu yöntemlerin toplam puan indeksi oluşturma ve istatistiksel modelleme ile iki yaklaşıma dayalı olarak sınıflandırılabileceğini belirtmiştir. Diğer yandan indeks oluşturmada toplam puan ya da ölçekteki noktanın kullanım sıklığına göre cevaplama tarzını ortaya koyan araştırmalarda bulunmaktadır (örn. Zax ve Takahashi, 1967; Stening ve Everett (1984).

Yukarıda sayılan ölçüm yöntemlerinin beraberinde cevaplama tarzı ölçümlerinde dikkat edilmesi gereken yöntemsel bir diğer husus hangi cevap alternatifi ya da alternatiflerinin hangi cevaplama tarzına karşılık geldiğidir. ECT hangi ölçek noktalarının hesaplamaya dahil edileceği konusunda genel olarak fikir birliği bulunan cevaplama tarzlarından birisidir. Literatürde ekstrem cevaplama için ölçekteki uç noktaların (bitiş noktaları) hesaplamaya dahil edildiği görülmektedir. Buradaki tek ayırım pozitif yönlü ve negatif yönlü uç noktaların birlikte ele alınıp alınmaması konusudur. Her iki yöndeki uç noktaları birlikte hesaplamaya dahil edip toplamı ile genel bir ECT ortaya koyan araştırmalar çoğunlukta olsa da (örn. Light vd., 1965; Zax ve Takahashi, 1967; Norman, 1969; Parsonson, 1969; Bachman ve O'Malley, 1984; Stening ve Everett, 1984; Hui ve Triandis, 1989; Marin vd., 1992; Johnson vd., 2005; Kieruj ve Moors, 2013) her iki uç noktayı ayrı ayrı ele alıp ECT ölçümü gerçekleştiren araştırmalar da bulunmaktadır (örn. Crandall, 1973; Chun vd., 1974).

KCT ve KOCT araştırmalarında ise hangi ölçek noktalarının hesaplamaya dahil edileceği konusunda literatürde farklı uygulamaların yer aldığı görülmektedir. Bu farklılıkların hem araştırmalarda kullanılan ölçeklerdeki nokta sayısından hem de katılımcılık ifadesine yüklenen anlamdan kaynaklandığı düşünülebilir. Örneğin Baumgartner ve Steenkamp (2001) ile Johnson (2005) araştırmalarında 5 noktalı ölçek kullanmışlar ve orta noktanın sağında kalan cevap alternatiflerini (4 ve 5) katılımcı cevap olarak nitelendirmişlerdir. Davis vd. (2011) ise araştırmalarında KCT'yi 10 noktalı ölçekten faydalanarak hesaplamış ve bu hesaplamada 8, 9 ve 10 noktalarını katılımcı cevap olarak ele almışlardır. Foster ve Grigg, (1963) ise 5 noktalı ölçek kullanarak orta noktanın sağında kalan her iki nokta için (4 ve 5) ayrı ayrı KCT hesaplamışlar ve buna ek olarak toplam KCT'yi raporlamışlardır. Ancak Bachman ve O'Malley (1984) ile Marin vd. (1992) KCT için ölçekte yer alan pozitif yönlü bitiş noktasını, KOCT için ise negatif yönlü bitiş noktasını hesaplamaya dahil etmişlerdir (örn. 5 noktalı ölçekte KCT yalnızca 5 noktasını, KOCT yalnızca 1 noktasını ifade etmekte). Bu çalışmalardaki KCT ve KOCT'nin Crandall (1973) ve Chun vd. (1974)'nin araştırmalarındaki ECT'nin iki farklı uç için hesaplanmasından (EKCT ve EKOCT) farkı olmadığı görülmektedir. Bachman ve O'Malley (1984) ile Marin vd. (1992)'nin araştırmalarında KCT ve KOCT toplamları genel ECT'yi vermektedir. Ayrıca Bachman ve O'Malley (1984) net katılımcılığı (NKCT) KCT ve KOCT arasındaki fark olarak hesaplamışlardır.

KCT ve KOCT araştırmalarının bazılarında görülen yöntemsel bir diğer husus bu cevaplama tarzları için belirlenen ölçek noktalarına sayı değeri atanarak ağırlıklandırılmalarıdır. Baumgartner ve Steenkamp (2001), KCT ve KOCT'yi 2 farklı şekilde ölçmüştür. Bunlardan ilkinde 5 noktalı ölçekte cevaplayıcı her bir soru maddesi için 5'i işaretlemişse 2, 4'ü işaretlemişse 1 puan almıştır. KOCT ölçümünde ise cevaplayıcı 1'i işaretlemişse 2, 2'yi işaretlemişse 1 puan almıştır. İkinci yöntemde ise, pozitif ve negatif

cümlerler içeren madde çiftleri karşılaştırılmış, cevaplayıcı her ikisini de 5 olarak işaretlemişse 3, birinde 5'i diğerinde 4'ü işaretlemişse 2, ikisinde de 4'ü işaretlemişse 1 puan almıştır. Aynı yöntem KOCT için ters yönden başlanarak uygulanmıştır. Araştırmalarında Baumgartner ve Steenkamp (2001) gibi 5 noktalı ölçek kullanan Johnson vd. (2005) ise KCT ölçümünde bu araştırmadan farklı bir yöntemle sayı atama yoluna gitmişlerdir. Birbirleriyle ters soru maddesi çiftlerini kullanan Johnson vd. (2005) her bir çift için cevaplayıcı 4 veya 5'i işaretlemişse 1 puan almış, eğer bu koşulu sağlamamışsa puan alamamıştır.

ONCT ölçümlerinde tek sayılı ölçeklerde yer alan orta nokta (5 noktalı ölçekte 3, 7 noktalı ölçekte 4 gibi) hesaplamalara dahil edilmektedir (örn. Light vd., 1965; Zax ve Takahashi, 1967; Parsonson, 1969; Stening ve Everett, 1984). Literatürde sosyal beğenilirliğe ilişkin cevaplama tarzı ölçümünün ise ölçek noktasından hareketle değil genelde sosyal beğenilirliği ölçmeye yönelik ölçekler aracılığıyla araştırıldığı görülmektedir (örn. Ross ve Mirowsky, 1984; Randall ve Fernandes, 1991; Heine ve Lehman, 1995).

Yukarıda sayılan cevaplama tarzlarına ek olarak Jordan vd. (1980) ile Baumgartner ve Steenkamp (2001) cevaplama tarzı araştırmalarında kaçamak ve baştan savma cevaplama araştırmışlardır. Jordan vd. (1980) kaçamak cevaplama "bilmiyorum" veya "cevap yok"ların sayımı olarak belirlerken, Baumgartner ve Steenkamp (2001) aralarında yüksek korelasyon göstermesi muhtemel madde çiftlerinden yola çıkarak hesaplama yoluna gitmiştir.

2. YÖNTEM

2.1 Hedef ve Beklenen Çıktılar

Bu proje kapsamında ilk olarak, anket formunun hazırlanmasında ve bulguların yorumlanmasında pazarlama araştırmacılarına yol gösterici olacak cevaplama tarzına yönelik Türkiye profilinin çıkarılması hedeflenmiştir. Literatürde, cevaplayıcıların cevaplama tarzı ile demografik verileri arasında anlamlı ilişkinin olduğunu kanıtlayan çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Yani, yapılan bir araştırma için cevaplama tarzını dikkate alamamak, o araştırmanın bir kısıtıdır. Bugüne kadar cevaplama tarzı ile ilgili uluslararası düzeyde çok sayıda araştırma yapılmış olmasına rağmen, Türkiye'nin cevaplama tarzına yönelik bir araştırma bulunmamaktadır. Bu doğrultuda belirlenen projenin ana amacına uygun beklenen çıktı şu şekildedir:

ÇIKTI-1: Demografik ve coğrafi verilere göre Türkiye'nin cevaplama tarzı.

Projenin bir diğer hedefi ise ölçek nokta sayısı (katılım düzeyi seçenekleri veya cevap alternatifleri sayısı olarak da ifade edilmektedir), üzerinedir. Türkiye'deki pazarlama araştırmacıları genellikle “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklinde 5 noktalı ölçek kullanmaktadırlar. Doğal olarak, ölçekteki nokta sayısı arttıkça, bir taraftan cevaplayıcının alternatifleri ayırt etme, tercih etme durumları zorlaşacak ve motivasyonları azalacak (motivasyon teorisi), diğer taraftan da daha detaylı verilere ulaşılmış ve cevaplayıcıdan daha hassas veri alınmış (bilgi teorisi) olunacaktır. Bir diğer tartışma ölçekte orta noktanın varlığı üzerinedir. Her ne kadar genelleme yapabilecek düzeyde kanıtlanmamış olsa da Türkiye'de yapılan pazarlama araştırmalarında cevaplayıcıların cevap vermektan kaçınmak amacıyla, çoğunlukla orta noktayı (“ne katılıyorum ne katılmıyorum” gibi) işaretledikleri görüşü hakimdir. Hatta bunun doğruluğuna emin olan araştırmacılar, cevaplayıcıları olumlu ya da olumsuz yönlendirmek amacıyla orta nokta ifadelerini ölçek maddelerinden çıkartmışlardır. Bir diğer başvurulan yöntem ise “fikrim yok” gibi ek seçeneğin konulduğu zorlanmamış ölçek yöntemidir. Tahmin edileceği üzere, ölçekteki ideal nokta sayısı (optimal katılım düzeyi seçenek sayısı), cevaplayıcıların coğrafi ve kültürel faktörlerine, demografik verilerine ve araştırmanın konusuna göre değişmektedir. Bu projenin konu kapsamı, pazarlama araştırmalarında en sık kullanılan müşteri memnuniyeti araştırmalarına yönelik olup, beklenen ikinci çıktı şu şekildedir:

ÇIKTI-2: Türkiye'de müşteri memnuniyeti araştırmalarına ait, coğrafi ve demografik farklılıklara göre, ölçek nokta sayıları.

2.2 Araştırma Soruları

Araştırma soruları, hedeflenen çıktılara uygun olarak iki grupta toplanmıştır:

- 1) Türkiye'nin demografik ve coğrafik yapısına göre cevaplama tarzı farklılık göstermekte midir?
 - Bölgelere göre (26 TÜİK DÜZEY-2 bölgesi)
 - Eğitim durumuna göre
 - Cinsiyete göre
 - Yaş dağılımına göre

- 2) Türkiye profiline göre ideal ölçek nokta sayıları belirlenebilir mi?
 - Bölgelere göre (26 TÜİK DÜZEY-2 bölgesi)
 - Eğitim durumuna göre
 - Cinsiyete göre
 - Yaş dağılımına göre

2.3 Tasarım

Proje çıktılarını elde etmek ve araştırmanın tüm sorularına cevap bulmak için Türkiye genelinde anket çalışmaları yapmak üzere; "Müşteri Memnuniyeti Endeksi" (Fornell vd., 1996), "Servqual Hizmet Kalitesi" (Parasuraman vd., 1988), "Yaşam Memnuniyeti" (Pavot ve Diener, 1993), "Bem Cinsiyet Rolü Envanteri"nin kısa formu olan (Carver vd, 2013) "BSRI-12" ölçeklerinden faydalanılarak anket formları hazırlanmıştır.

Anket formları genel amaçlara ve özel amaçlara ulaşmak üzere iki kısımdan meydana gelmektedir. Genel amaçların yer aldığı maddelerin formu, Anket-1; özel amaçların yer aldığı maddelerin formu ise Anket-2 şeklinde tanımlanmış ve her bir cevaplayıcının her iki anket formunu da cevaplaması istenmiştir.

Anket-1, müşteri memnuniyeti ölçeği ve demografik bilgilerden meydana gelmektedir. Müşteri memnuniyeti ölçeği için "Müşteri Memnuniyeti Endeksi" (Fornell vd., 1996) ölçeğinden (15 madde) yararlanılmıştır. Bu ölçek, 6 gruba uygulanmak üzere 6 farklı cevap alternatifli sayısında (4'lü, 5'li, 6'lı, 7'li, 10'lu ve sürekli) hazırlanmıştır. Proje kapsamında sadece 4 grup için 4 farklı cevap alternatifli sayısı inceleneceği planlanmış olsa da Fornell vd. (1996)'in orijinal "Müşteri Memnuniyeti Endeksi" ölçeğinin 10'lu olmasından dolayı araştırmaya 10'lu ölçek uygulaması da dahil edilmiştir. Yine, altıncı bir ölçek olarak sürekli ölçeğin de proje konusu dışında değerlendirilmesine karar verilmiştir. Eklenen ek uygulamanın saha çalışması maliyeti kurum hissesi bütçelerinden karşılanması öngörülmüştür.

Araştırmanın özel amaçlarına ulaşmak için hazırlanan Anket-2 formunda ise farklı ölçekler yer almaktadır. İlki hizmet algısına yönelik (Parasuraman vd., 1988) 5 maddeden meydana gelmektedir. Bu bölümdeki maddeler 4, 4+0(fikrim yok), 5 ve 5+0(fikrim yok) şeklinde dört farklı şekilde uygulanmak üzere hazırlanmıştır. Böylelikle zorlanmış ölçek ve zorlanmamış ölçek farklarının incelenmesi hedeflenmiştir. İkincisi beş maddeli ve tüm cevaplayıcılar için aynı olan (1-5 Likert tipi) “Yaşam Memnuniyeti” (Pavot ve Diener, 1993) ölçeğidir. Anket-2'nin son kısımda ise Likert tipi (4'lü-6'lı), Semantik farklılık tipi (4'lü-6'lı) ve Stapel tipi (4'lü-6'lı) ölçekleri kıyaslamak üzere Bem Cinsiyet Rolü Envanteri kısa formu BSRI-12 (Carver vd, 2013) maddeleri kullanılmıştır.

Hazırlanan anket formlarını birbirinden ayırt eden en önemli fark Şekil 2.1'den de görüleceği üzere her biri 2500 kişiye uygulanacak altı farklı anket grubu bulunmaktadır. Altı grubun da Anket-1'nde aynı ölçek maddeleri yer almış; ancak ölçek nokta sayıları farklı olmuştur. Altı gruba ait Anket-1 ve Anket-2 form yapıları Şekil 2.1'de, anket formlarından birer örnek ise ekte sunulmuştur.

İllerin seçiminde tabakalı örnekleme yönteminin kullanıldığı araştırmada, homojene yakın özellik taşıyan grup (en alt tabaka), altı alt gruba ayrılarak her bir gruba farklı anket uygulanmıştır. Söz konusu Anket-1 formlarında, ölçek maddeleri her ne kadar birbirleriyle aynı olsa da özellikle ölçek noktaları (katılım düzeyi seçenekleri) bakımından birbirinden farklıdır.

1. GRUP	
Anket Formu-I (Ön Yüz)	
Cep Telefonu	1 2 3 4
Müşteri Mem.	1 2 3 4
End. ölçek mad.-15 (4'lü)	1 2 3 4
-Demografik veri soruları -Anketörün doldurdukları	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
GSM Operat.	1 2 3 4
Hizmeti algısı	1 2 3 4
ölçek mad.-5 (zorlanmış)	1 2 3 4
Yaşam memnuniyeti	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (5'li Likert tip)	1 2 3 4 5
Bem Cinsiyet Rolü Env. kısa formu	+2 +1
BSRI-12 12 madde (Stapel-4)	<i>hızlı</i> -1 -2
<i>Grup 1 Örnek Büyüklüğü: 2500</i>	

2. GRUP	
Anket Formu-I (Ön Yüz)	
Cep Telefonu	1 2 3 4 5
Müşteri Mem.	1 2 3 4 5
End. ölçek mad.15 (5'li)	1 2 3 4 5
-Demografik veri soruları -Anketörün doldurdukları	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
GSM Operat.	1 2 3 4 +0
Hizmeti algısı	1 2 3 4 +0
ölçek mad.-5 (zorlanmamış)	1 2 3 4 +0
Yaşam memnuniyeti	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (5'li Likert tip)	1 2 3 4 5
Bem Cinsiyet Rolü Env. kısa formu	
BSRI-12 12 madde (Likert-4)	1 2 3 4
<i>Grup 2 Örnek Büyüklüğü: 2500</i>	

3. GRUP	
Anket Formu-I (Ön Yüz)	
Cep Telefonu	1 2 3 4 5 6
Müşteri Mem.	1 2 3 4 5 6
End. ölçek mad.15 (6'li)	1 2 3 4 5 6
-Demografik veri soruları -Anketörün doldurdukları	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
GSM Operat.	1 2 3 4 5
Hizmeti algısı	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (zorlanmış)	1 2 3 4 5
Yaşam memnuniyeti	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (5'li Likert tip)	1 2 3 4 5
Bem Cinsiyet Rolü Env. kısa formu	
BSRI-12 12 madde (Semantik F-4)	Yavaş ---- Hızlı
<i>Grup 3 Örnek Büyüklüğü: 2500</i>	

4. GRUP	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
Cep Telefonu	1 2 3 4 5 6 7
Müşteri Mem.	1 2 3 4 5 6 7
End. ölçek mad.15 (7'li)	1 2 3 4 5 6 7
-Demografik veri soruları -Anketörün doldurdukları	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
GSM Operat.	1 2 3 4 5 +0
Hizmeti algısı	1 2 3 4 5 +0
ölçek mad.-5 (zorlanmamış)	1 2 3 4 5 +0
Yaşam memnuniyeti	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (5'li Likert tip)	1 2 3 4 5
Bem Cinsiyet Rolü Env. kısa formu	
BSRI-12 12 madde (Likert-6)	1 2 3 4 5 6
<i>Grup 4 Örnek Büyüklüğü: 2500</i>	

5. GRUP	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
Cep Telefonu	1 2 3 4 5 6 7 8 9
Müşteri Mem.	10
End. ölçek mad.15 (10'lu)	1 2 3 4 5 6 7 8 9
-Demografik veri soruları -Anketörün doldurdukları	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
GSM Operat.	1 2 3 4 5
Hizmeti algısı	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (zorlanmış)	1 2 3 4 5 (uç etiket)
Yaşam memnuniyeti	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (5'li Likert tip)	1 2 3 4 5
Bem Cinsiyet Rolü Env. kısa formu	+3 +2 +1
BSRI-12 12 madde (Stapel-6)	<i>hızlı</i> -1 -2 -3
<i>Grup 5 Örnek Büyüklüğü: 2500</i>	

6. GRUP	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
Cep Telefonu	
Müşteri Mem.	%0 _____ %
End. ölçek mad.15 (sürekli ölçek)	100 %0 _____ % 100
-Demografik veri soruları -Anketörün doldurdukları	
Anket Formu-II (Arka Yüz)	
Yaşam memnuniyeti	1 2 3 4 5
ölçek mad.-5 (5'li Likert tip)	1 2 3 4 5
Bem Cinsiyet Rolü Env. kısa formu	
BSRI-12 12 madde (Semantik F-6)	Yavaş -----Hızlı
<i>Grup 6 Örnek Büyüklüğü: 2500</i>	

Şekil 2.1 Altı gruba ait anket form yapısı

2.4 Örnekleme Planı

Araştırmanın örnekleme planının oluşturulmasında Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması (Düzyey 2)'ndan yararlanılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre, Türkiye 26 bölgeye ayrılmıştır. Örneklemin belirlenmesinde aşağıdaki yol izlenmiştir:

1. Düzyey 2 sınıflandırılmasına göre TÜİK'in bölgelerinde bulunan iller tespit edilmiştir.
2. Bir bölgede 1'den çok il varsa, o bölgeden bir il tesadüfi olarak seçilmiştir.
3. Seçilen her bir ilin merkez ve onun bir ilçesi örnekleme çerçevesine dahil edilmiştir. İlçenin seçiminde il merkezine en uzak ilçe olma özelliğine, maliyetler göz önünde bulundurularak ve maddi imkanlar mümkün olduğunca dikkat edilmiştir.
4. Bir ilde birden çok merkez ilçe varsa, sadece bir tanesi tesadüfi olarak seçilmiştir.
5. Belirlenen il ve ilçelerde yaşayanların sayısı, nüfusları <http://www.nufusu.com> İnternet sitesinden elde edilmiştir.
6. Tabakalı rastgele örnekleme yöntemi kullanılarak, belirlenen merkez ve ilçelerdeki örnekleme olması gereken en az kişi sayısı belirlenmiştir.
7. Hesaplamalar sonucunda bazı ilçelerde görüşülmesi gereken kişi sayısı 10 altında çıkmıştır. Bu ilçelerde 10 kişi ile görüşülmüştür.

Tabakalı rastgele örnekleme yöntemi ile kesikli veriler için örnekleme büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılan yöntem aşağıda verilmiştir. (Yararlanılan kaynak: Çıngı, 1990):

İlk olarak formül (1) kullanılarak toplam örnekleme büyüklüğü belirlenmiştir.

$$n = \frac{\left(\frac{tS}{d}\right)^2}{1 + \frac{1}{N}\left(\frac{tS}{d}\right)^2} \quad \dots(1)$$

t: t istatistiği (ya da tablo değeri); t=2

S: örnekleme standart sapması; S=0.5

S²: örnekleme varyansı

N: Kitlede (evrende) toplam birim sayısı; N=9246151

d: Hoşgörü miktarı; d=0,02

Kesikli veriler için S²=P.Q (yaklaşık olarak) olarak alınır. Burada P istenen sonucun gerçekleşme olasılığı, Q ise 1-P olarak istenmeyen sonuç ya da sonuçların olasılığıdır. Bu çalışmada maksimum hata varmış gibi düşünülerek en yüksek örnekleme büyüklüğüne elde edebilmek için P=0,50, dolayısıyla da Q=0.50 olarak alınmıştır. Dolayısıyla S²=P.Q=(0,5)(0,5)=0.25 ve S= 0,5 bulunmuştur. Diğer yandan, d=0,02 olarak belirlenmiştir

(veriler toplandıktan sonra tahminlerde olabilecek hata için %2 miktarında hoşgörü tanınmıştır.)

Bu değerler yukarıdaki formülasyonda yerine konursa, $n=2500$ olarak bulunmuştur. Bu örneklem büyüklüğünün illerdeki merkez il ve ilçelere dağıtılması Neyman dağıtımı yapılarak gerçekleştirilmiştir. Kullanılan formül aşağıda (2) verilmiştir:

$$n_h = n \frac{N_h S_h}{\sum_{h=1}^k N_h S_h} \quad \dots(2)$$

Her bir tabaka için $h=1,2,\dots$ olmak üzere;

N_h : tabakadaki (program grubu) kişi sayısı,

S_h : tabaka standart sapması (en yüksek sapma olarak 0.5 kullanılmıştır),

Neyman dağıtımı sonucunda örneklemden illerin merkez ve ilçelerinde görüşülmesi gereken kişi sayıları aşağıdaki gibi sonuçlanmıştır (Tablo 2.1). Bu sayılar sadece bir grup (Örneğin 1-7 noktalı ölçek anket formunu dolduracaklar) için belirlenmiştir. Tüm testler için aynı homojen grup (tabaka) içerisinde en fazla 6 farklı gruptan veri toplanmıştır, Tablo 3'de çıkartılan örnekleme süreci, cevaplayıcılar çakışmamak üzere, 6 defa tekrarlanmıştır. Ayrıca ek olarak Denizli il merkezi ve ilçesinde pilot çalışma yapılmıştır. Böylelikle pilot çalışmanın yapıldığı il dahil, toplamda 27 il ve onların ilçelerinde 6 grup için anket yapılmıştır

Tablo 2.1. Bir Grup için Tabakalarda Görüşülmesi Planlanan Kişi Sayıları

Sıra	TÜİK Düzey 2'de Seçilen İl	İlçeler	Toplam Kişi Sayısı (N _h)	Örneklemedeki Kişi Sayısı (n _h)
1	Adana	Seyhan	771947	209
		Tufanbeyli	18234	5
2	Ankara	Çankaya	914501	247
		Evren	7181	2
3	Antalya	Muratpaşa	453255	123
		Gazipaşa	48134	13
4	Çanakkale	Merkez	149881	41
		Yenice	34477	9
5	Eskişehir	Odunpazarı	371128	100
		Günyüzü	6372	2
6	Muğla	Fethiye	140509	38
		Menteşe	99911	27
7	Şanlıurfa	Eyyübiye	360509	97
		Ceylanpınar	78814	21
8	Edirne	Merkez	164048	44
		Enez	10497	3
9	Erzurum	Yakutiye	182213	49
		Olur	7181	2
10	Gaziantep	Şahinbey	817258	221
		İslahiye	66170	18
11	Hatay	Antakya	347974	94
		Erzin	41297	11
12	İstanbul	Beşiktaş	186570	50
		Silivri	155923	42
13	İzmir	Konak	385843	104
		Kiraz	44017	12

Sıra	TÜİK Düzey 2'de Seçilen İl	İlçeler	Toplam Kişi Sayısı (N _h)	Örneklemedeki Kişi Sayısı (n _h)
14	Ağrı	Merkez	145357	39
		Doğubayazıt	119614	32
15	Sinop	Merkez	58005	16
		Saraydüzü	5617	2
16	Sivas	Merkez	348623	94
		Gölova	3532	1
17	Yalova	Merkez	124018	34
		Armutlu	8562	2
18	Konya	Selçuklu	565093	153
		Halkapınar	4739	2
19	Elazığ	Merkez	398108	108
		Arıcak	15691	4
20	Uşak	Merkez	226583	61
		Eşme	36184	10
21	Nevşehir	Merkez	126327	34
		Kozaklı	14730	4
22	Amasya	Merkez	134434	36
		Hamamözü	4266	1
23	Mardin	Artuklu	148066	40
		Midyat	105456	29
24	Trabzon	Ortahisar	306286	83
		Hayrat	7446	2
25	Van	İpekyolu	274902	74
		Çaldıran	66624	18
26	Karabük	Merkez	124711	34
		Eflani	9333	3
TOPLAM			9246151	2500
6 GRUP İÇİN GENEL TOPLAM: 15.000				

2.5 Verilerin Toplanması

Proje kapsamında ilk olarak anketlerin saha uygulamalarının yapılabilmesi için proje yürütücüsünün kontrolünde, üniversite öğrencisinden oluşan bir anketör ekibi kurulmuştur. Bu anketör ekibiyle toplantılar ve eğitimler gerçekleştirilmiş, bu toplantılarda araştırmacının amaç ve önemi belirtilerek kendilerine anketlerin uygulanması kapsamında eğitimler verilmiştir. Genel olarak anket uygulamalarını birçok şehirde bu ekip gerçekleştirmiştir. Ancak gerek coğrafi uzaklık gerekse mevsimsel şartlar nedeniyle bazı şehirlerde (örneğin Van, Ağrı, Gaziantep) o şehirde eğitim gören öğrencilerden oluşan yeni ekipler oluşturulmuş ve bu ekiplere de anketlerin uygulanması hususunda eğitimler verilmiştir. Verilerin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi amacıyla her saha uygulamasında en az bir koordinatör anketörlere eşlik etmiştir.

Araştırma kapsamındaki anketler Türkiye genelinden seçilmiş illerde cep telefonu sahibi tüketicilere uygulanmıştır. Verilerin toplanma süreci 14 ay boyunca devam etmiştir. Anket uygulamaları genellikle il merkezlerinde insanların yoğun olarak bulunduğu meydanlarda, alışveriş merkezlerinde ve çarşılarda (geleneksel alışveriş cadde/sokağı) gerçekleştirilmiştir. Cevaplama süresince anketörler katılımcıların yakınında olmakla beraber herhangi bir diyaloga girmemeye özen göstermişlerdir. Anketörlerin herhangi bir yönlendirmede bulunmaması ve anketör hatalarının önüne geçilmesi amacıyla anketlerin cevaplayıcılar tarafından doldurulmasına özen gösterilmiştir. Bununla beraber çeşitli nedenlerle anket sorularının anketörler tarafından okunmasını isteyen cevaplayıcılar olduğunda sorular anketör tarafından okunmuş ve işaretlenmiştir. Ancak bu anketler anketör tarafından not alınarak diğer anketlerle karıştırılmasının önüne geçilmiştir.

Araştırmada 27 ilden (TUİK-Düzey2, 26 bögeyi temsilen birer il ve pilot il Denizli) toplam 17684 kişi ile yüz yüze anket uygulaması (Anket Formu-1 ve Anket Formu-2) gerçekleştirilmiştir. Bu toplam sayı ham veri olup, analiz konularına göre değişmektedir. Örneğin veri toplama aşamasında anketlerin cevaplayıcılar tarafından doldurulması amaçlanmış olsa da cevaplayıcının isteği doğrultusunda cevaplayıcının verdiği yanıtlarla anketör tarafından doldurulan anket formu sayısı 679'dur. Yapılan analizlerde anketörün okuyup işaretlediği anketlerin problemlili olduğu tespit edilmiş ve bu konuda ayrı bir bilimsel çalışma yapılmıştır. Yine, cevaplama tarzı analizlerinde anketör tarafından anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Benzer olarak bu sayı içerisinde proje kapsamı dışında toplanan ve analileri hala devam eden sürekli ölçek anketleri (Grup 6) de bulunmaktadır.

Tablo 2.2 Her Bir Anket Formu İçin Seçilen İllerde Görüşülen Kişi Sayısı

		Gruplar						Toplam
Sıra	İl Adı	1	2	3	4	5	6	
		Ölçek Nokta Sayısı					Sürekli	
		4	5	6	7	10		
1	Adana	227	223	223	218	220	218	1329
2	Ağrı	87	88	76	88	86	79	504
3	Amasya	50	49	47	50	50	50	296
4	Ankara	240	282	256	262	275	264	1579
5	Antalya	129	135	142	137	141	140	824
6	Çanakkale	52	51	53	53	53	53	315
7	Denizli	230	208	224	201	232	213	1308
8	Edirne	57	55	54	57	52	54	329
9	Elazığ	117	116	112	111	120	120	696
10	Erzurum	61	61	63	63	62	62	372
11	Eskişehir	104	99	102	101	102	93	601
12	Gaziantep	249	245	250	250	251	251	1496
13	Hatay	113	115	111	108	112	112	671
14	İstanbul	100	100	98	100	94	97	589
15	İzmir	114	131	113	128	128	109	723
16	Karabük	50	49	50	48	50	50	297
17	Konya	169	170	161	175	170	155	1000
18	Mardin	75	75	74	76	74	74	448
19	Muğla	80	82	74	74	85	48	443
20	Nevşehir	50	47	50	50	50	50	297
21	Sinop	28	30	32	29	30	29	178
22	Sivas	103	103	104	103	107	75	595
23	Şanlıurfa	121	122	119	122	120	121	725
24	Trabzon	95	95	93	96	96	94	569
25	Uşak	87	86	85	85	84	82	509
26	Van	122	120	121	121	121	119	724
27	Yalova	46	46	44	44	41	46	267
Toplam		2956	2983	2931	2950	3006	2858	17684

2.6 Cevaplama Tarzı Hesaplamaları

Araştırma kapsamında uygulanan anket çalışması sonrası verilerin bilgisayar ortamına girişi gerçekleştirilmiş, sonrasında araştırmacının amacına uygun olarak analizler gerçekleştirilmiştir. Cevaplama tarzlarının hesaplamasında kullanılan matematiksel ifadeler Tablo 2.3'de verilmiştir.

Tablo 2.3 Cevaplama Tarzları Hesaplamaları

Cevaplama Tarzları	Sözel İfade	Matematiksel İfade*
ECT (Toplam) Ekstrem Cevaplama Tarzı	Cevaplayıcının her iki uç notadan birini işaretleme sayısının (Hiç katılmıyorum veya Tamamen katılıyorum) tüm cevaplarına oranı.	$ECT_i = EKCT_i + EKOCT_i$
EKCT Ekstrem Katılımcı Cevaplama Tarzı	Cevaplayıcının olumlu yönde uç noktaları (Tamamen katılıyorum) işaretleme sayısının tüm cevaplarına oranı.	$EKCT_i = \frac{\sum_{k=1}^M I_{\{Q_{ik}=n\}}}{CM}$
EKOCT Ekstrem Katılımcı Olmayan Cevaplama Tarzı	Cevaplayıcının olumsuz yönde uç noktaları (Hiç katılmıyorum) işaretleme sayısının tüm cevaplarına oranı.	$EKOCT_i = \frac{\sum_{k=1}^M I_{\{Q_{ik}=1\}}}{CM}$
KCT Katılımcı Cevaplama Tarzı	Cevaplayıcının orta noktanın sağında kalan (olumlu yöndeki) tüm seçenekleri işaretleme sayısının tüm cevaplarına oranı.	$KCT_i = \frac{\sum_{k=1}^M I_{\{Q_{ik} > \frac{n+1}{2}\}}}{CM}$
KOCT Katılımcı Olmayan Cevaplama Tarzı	Cevaplayıcının orta noktanın solunda kalan (olumsuz yöndeki) tüm seçenekleri işaretleme sayısının tüm cevaplarına oranı.	$KOCT_i = \frac{\sum_{k=1}^M I_{\{Q_{ik} < \frac{n+1}{2}\}}}{CM}$
NKCT Net Katılımcı Cevaplama Tarzı	Katılımcı cevaplama tarzının katılımcı olmayan cevaplama tarzına farkı.	$NKCT_i = KCT_i - KOCT_i$
ONCT Orta Nokta Cevaplama Tarzı (Tek sayılı cevap alternatifli ölçeklerde)	Tek sayılı cevap alternatifli ölçeklerde; cevaplayıcının orta noktaları (Tarafsızım gibi) işaretleme sayısının tüm cevaplarına oranı.	$ONCT_i = \frac{\sum_{k=1}^M I_{\{Q_{ik} = \frac{n+1}{2}\}}}{CM}$
CVPSZCT Cevapsız bırakma	Cevaplayıcının boş bıraktığı / işaretlemediği maddelerin sayısının tüm cevaplarına oranı.	$CVPSZCT_i = \frac{\sum_{k=1}^M I_{\{Q_{ik}=NULL\}}}{M}$
ARADCT	Cevaplayıcının uç noktalar dışında verdiği cevaplarının tüm cevaplarına oranı.	$ARADCT_i = 1 - ECT_i$
<i>i</i>	: Her bir cevaplayıcı	<i>NULL</i> : Boş bırakma, cevap vermeme
<i>k</i>	: Her bir madde	<i>I</i> : Sayı
<i>M</i>	: Ölçekteki madde sayısı	{... Q...}: Koşul
<i>CM</i>	: Cevaplanan madde sayısı	

3. BULGULAR

3.1 Cevaplama Tarzı Bulguları

Bu bölümde, müşteri memnuniyeti ölçeği, Tablo 2.2'deki cevaplama tarzları formülleri ile hesaplanarak, demografik ve coğrafi değişkenlere göre dağılımları çıkartılmış ve test edilmiştir.

Tablo 3.1'de ölçek nokta sayısına göre cevaplama tarzı değerleri ve her bir cevaplama tarzı için farklılık analizi sonuçları gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ölçek formları arasında cevaplama tarzlarının tamamı farklılık göstermektedir. Genel olarak ekstrem cevaplama tarzları (ECT, EKCT, EKOCT) değerleri ölçek nokta sayısı arttıkça düşüş göstermiştir. Post-hoc testleri sonuçlarına göre ekstrem cevaplama tarzlarında 6 ve 7 noktalı ölçek arasında bir farklılık bulunmamakta diğer tüm karşılaştırmalarda ise ölçekler arasında farklılık bulunmaktadır. Katılımcı olma ve katılımcı olmamaya ilişkin cevaplama tarzı değerleri incelendiğinde (KCT ve KOCT) orta noktanın olmadığı ölçeklerde bu değerler daha düşük düzeyde oldu görülmüştür. Elde edilen bir diğer bulgu soru maddelerinin cevaplanmama oranlarının birbirlerine çok yakın düzeyde olduğu yönündedir.

Tablo 3.1 Ölçek Nokta Sayısına Göre Cevaplama Tarzları

	4'lü Likert		5'li Likert		6'lı Likert		7'li Likert		10'lu Likert		
	Ort	S.S.	Ort	S.S.	Ort	S.S.	Ort	S.S.	Ort	S.S.	
EKCT	0,439	0,287	0,398	0,301	0,360	0,297	0,350	0,305	0,313	0,296	p<0,01
EKOCT	0,143	0,191	0,115	0,173	0,108	0,172	0,104	0,167	0,100	0,168	p<0,01
ECT	0,581	0,268	0,513	0,303	0,468	0,305	0,454	0,321	0,413	0,317	p<0,01
KCT	0,704	0,254	0,622	0,277	0,715	0,267	0,663	0,282	0,693	0,280	p<0,01
KOCT	0,290	0,253	0,195	0,221	0,278	0,264	0,217	0,239	0,299	0,279	p<0,01
NKCT	0,414	0,506	0,427	0,472	0,437	0,530	0,446	0,505	0,395	0,558	p<0,05
ONCT			0,177	0,167			0,114	0,134			p<0,01
CVPSCT	0,006	0,026	0,006	0,026	0,008	0,029	0,006	0,027	0,008	0,029	p<0,05
ARADCT	0,419	0,268	0,487	0,303	0,532	0,305	0,546	0,321	0,587	0,317	p<0,01
	N=2806		N=2824		N=2784		N=2804		N=2755		

Cinsiyete göre cevaplama tarzı değerleri ve farklılık analizlerine ilişkin bulgular Tablo 3.2'de gösterilmiştir. Bu bulgulara göre ekstrem cevaplama tarzları (ECT, EKCT, EKOCT) değerleri kadın ve erkeklere göre farklılık göstermektedir. Erkekler daha fazla uç noktaları işaretlerken kadınlar ara değerleri daha fazla işaretlemektedir. Diğer cevaplama tarzlarında ise erkekler ve kadınlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 3.3'de ise medeni durumun cinsiyete göre dağılımının cevaplama tarzı bulgularına yer verilmiştir. Tablodan görüleceği üzere hemen hemen bütün cevaplama tarzları açısından evli kadınlar ile bekar kadınlar arasında bir farklılık bulunmaktadır.

Tablo 3.2 Cinsiyete Göre Cevaplama Tarzları

	Kadın		Erkek		
	Ort	S.S.	Ort	S.S.	
EKCT	0,363	0,299	0,380	0,301	p<0,01
EKOCT	0,108	0,172	0,118	0,177	p<0,01
ECT	0,471	0,308	0,498	0,309	p<0,01
KCT	0,679	0,276	0,679	0,273	p>0,05
KOCT	0,254	0,255	0,256	0,256	p>0,05
NKCT	0,426	0,515	0,423	0,515	p>0,05
ONCT (5 ve 7'li ölçek için)	0,150	0,161	0,1438	0,150	p>0,05
CVPSCT	0,007	0,029	0,006	0,026	p>0,05
ARADCT	0,529	0,308	0,502	0,309	p<0,01
	N=5885		N=8013		

Tablo 3.3 Cinsiyet & Medeni Duruma Göre Cevaplama Tarzları

	Kadın			Erkek		
	Bekar	Evli		Bekar	Evli	
EKCT	0,353	0,379	p<0,01	0,382	0,376	p>0,05
EKOCT	0,109	0,106	p>0,05	0,119	0,116	p>0,05
ECT	0,462	0,485	p<0,05	0,501	0,492	p>0,05
KCT	0,673	0,690	p<0,05	0,680	0,679	p>0,05
KOCT	0,259	0,244	p<0,05	0,258	0,254	p>0,05
NKCT	0,414	0,446	p<0,05	0,422	0,425	p>0,05
ONCT (5 ve 7'li ölçek için)	0,156	0,138	p>0,05	0,142	0,146	p>0,05
CVPSCT	0,006	0,009	p<0,05	0,006	0,007	p<0,05
ARADCT	0,538	0,485	p<0,05	0,499	0,492	p>0,05
	N=3681	N=2119		N=4695	N=3243	

Tablo 3.4'te yaş düzeylerine göre genel cevaplama tarzı puanları ve farklılık analizlerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablodan görüleceği üzere ekstrem cevaplama tarzları (ECT, EKCT, EKOCT) değerleri, yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Bu bulgudan yaş arttıkça katılımcı yönlü (pozitif) uç noktaların fazla işaretledikleri anlaşılmaktadır. Bu aşamada sözü edilecek bir diğer bulgu ise, yaş gruplarına göre orta noktayı işaretleme eğilimi arasında bir farklılık olmadığı yönündedir.

Yaş, cinsiyet ve medeni durum değişkenleri genel olarak değerlendirildiğinde; yaş arttıkça, özellikle bekârlarda, ara değerleri işaretleme düzeyi artmaktadır. Yine 30 yaş altı tüm gruplarda evlilerin bekarlara göre uçları işaretleme düzeyi yüksek iken, 30 yaş üstü gruplarda bu bulgu tersine dönmektedir (Tablo 3.5).

Tablo 3.4 Yaş Gruplarına Göre Cevaplama Tarzları

	<20	20-29	30-39	40-49	50≥	
EKCT	0,351	0,375	0,382	0,367	0,388	p<0,01
EKOCT	0,130	0,108	0,104	0,117	0,125	p<0,01
ECT	0,481	0,483	0,486	0,485	0,513	p<0,05
KCT	0,643	0,689	0,694	0,676	0,682	p<0,01
KOCT	0,290	0,246	0,240	0,256	0,259	p<0,01
NKCT	0,354	0,444	0,454	0,420	0,423	p<0,01
ONCT (5 ve 7'li ölçek için)	0,155	0,146	0,144	0,148	0,131	p>0,05
CVPSCT	0,005	0,006	0,007	0,008	0,009	p<0,01
ARADCT	0,519	0,517	0,514	0,515	0,487	p<0,05

Tablo 3.5 Yaş & Cinsiyet & Medeni Duruma Göre Cevaplama Tarzları

			EKCT	EKOCT	ECT	ONCT*	ARADCT
<20	Kadın	Bekar	0,340	0,123	0,463	0,165	0,537
		Evli	0,289	0,102	0,391	0,189	0,609
		Toplam	0,339	0,123	0,462	0,166	0,538
	Erkek	Bekar	0,363	0,139	0,502	0,146	0,498
		Evli	0,344	0,127	0,471	0,051	0,529
		Toplam	0,363	0,139	0,502	0,146	0,498
20-29	Kadın	Bekar	0,351	0,100	0,452	0,155	0,548
		Evli	0,397	0,098	0,495	0,159	0,505
		Toplam	0,360	0,100	0,460	0,155	0,540
	Erkek	Bekar	0,385	0,112	0,497	0,155	0,503
		Evli	0,397	0,131	0,529	0,124	0,471
		Toplam	0,387	0,115	0,502	0,149	0,498
30-39	Kadın	Bekar	0,384	0,109	0,493	0,146	0,507
		Evli	0,384	0,100	0,484	0,127	0,516
		Toplam	0,384	0,102	0,486	0,143	0,514
	Erkek	Bekar	0,409	0,102	0,510	0,150	0,490
		Evli	0,370	0,106	0,476	0,126	0,524
		Toplam	0,381	0,105	0,486	0,146	0,514
40-49	Kadın	Bekar	0,447	0,097	0,543	0,145	0,457
		Evli	0,372	0,111	0,482	0,138	0,518
		Toplam	0,386	0,108	0,494	0,140	0,506
	Erkek	Bekar	0,380	0,124	0,504	0,126	0,496
		Evli	0,356	0,123	0,479	0,154	0,521
		Toplam	0,359	0,123	0,482	0,146	0,518
50≥	Kadın	Bekar	0,414	0,148	0,562	0,133	0,438
		Evli	0,355	0,126	0,482	0,147	0,518
		Toplam	0,366	0,130	0,496	0,143	0,504
	Erkek	Bekar	0,436	0,143	0,579	0,139	0,421
		Evli	0,391	0,119	0,509	0,147	0,491
		Toplam	0,396	0,121	0,517	0,145	0,483

* 5 ve 7'li ölçek için

Eğitim düzeyine göre genel cevaplama tarzı değerleri ve farklılık analizlerine ilişkin bulgular Tablo 3.6'da yer almaktadır. Elde edilen bulgular tüm cevaplama tarzlarının her bir eğitim düzeyine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Tablodan görüleceği üzere eğitim düzeyi arttıkça ekstrem cevaplama tarzı ve ekstrem katılımcı olmayan cevaplama tarzı azalmaktadır. Diğer yandan eğitim düzeyi arttıkça katılımcı cevaplama tarzı ve ara değer cevaplama tarzı da artmaktadır. Bu sonuç, eğitim düzeyi düşük olanlarla daha az sayıda cevap alternatifi (lek nokta sayısı) kullanılmasının uygun olacağını işaret eden önemli bir bulgudur.

Tablo 3.6 Eğitim Düzeyine Göre Cevaplama Tarzları

	İLK+ORTA OKUL	LİSE	ÖNLİSANS LİSANS	Y.LİSANS DOKTORA	
EKCT	0,386	0,382	0,362	0,379	p<0,01
EKOCT	0,145	0,129	0,099	0,076	p<0,01
ECT	0,531	0,511	0,461	0,455	p<0,01
KCT	0,649	0,659	0,697	0,733	p<0,01
KOCT	0,288	0,277	0,236	0,207	p<0,01
NKCT	0,360	0,382	0,461	0,526	p<0,01
ONCT	0,132	0,143	0,153	0,131	p<0,01
CVPSCT	0,012	0,007	0,005	0,004	p<0,01
ARADCT	0,469	0,489	0,539	0,545	p<0,01

* 5 ve 7'li ölçek için

Gelir düzeyine göre genel cevaplama tarzı değerleri ve farklılık analizlerine ilişkin bulgular Tablo 3.7'de yer almaktadır. Elde edilen bulgular tüm cevaplama tarzlarının her bir gelir düzeyine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Tablodan görüleceği üzere gelir düzeyi arttıkça ekstrem katılımcı olmayan cevaplama tarzı azalmaktadır. Diğer yandan gelir düzeyi arttıkça katılımcı cevaplama tarzı da artmaktadır.

Tablo 3.7 Gelir Düzeyine Göre Cevaplama Tarzları

	<1500	1501-2500	2501-3500	3501-4500	4501-5500	5501-6500	6500>=	
EKCT	0,351	0,340	0,358	0,372	0,410	0,406	0,452	p<0,01
EKOCT	0,151	0,124	0,102	0,093	0,102	0,094	0,087	p<0,01
ECT	0,502	0,464	0,460	0,465	0,512	0,500	0,539	p<0,01
KCT	0,624	0,649	0,686	0,709	0,720	0,736	0,745	p<0,01
KOCT	0,309	0,279	0,246	0,224	0,226	0,211	0,201	p<0,01
NKCT	0,314	0,370	0,440	0,485	0,494	0,524	0,544	p<0,01
ONCT*	0,148	0,160	0,150	0,152	0,133	0,127	0,119	p<0,01
CVPSCT	0,010	0,007	0,006	0,005	0,006	0,004	0,005	p<0,01
ARADCT	0,498	0,536	0,540	0,535	0,488	0,500	0,461	p<0,01

* 5 ve 7'li ölçek için

Tablo 3.8'de TUIK-Duzey2 26 bölgedeki illere göre cevaplama tarzının farklılık analizleri yer almaktadır. Bu amaçla pilot il (Denizli) ve her bir bölgeden birer il olmak üzere toplam 27 ilin cevaplama tarzları arasında (ONCT hariç) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.8 İllere (Pilot+ 26 Bölge) Göre Cevaplama Tarzları Farklılık Testleri

		Karelerin Toplamı	s.d.	F	p
EKCT	Gruplar arası	16,105	26	6,946	p<0,01
	Grup iç	1243,689	13946		
	Toplam	1259,794	13972		
EKOCT	Gruplar arası	2,738	26	3,451	p<0,01
	Grup iç	425,474	13946		
	Toplam	428,211	13972		
ECT	Gruplar arası	15,380	26	6,273	p<0,01
	Grup iç	1315,102	13946		
	Toplam	1330,482	13972		
KCT	Gruplar arası	11,816	26	6,103	p<0,01
	Grup iç	1038,534	13946		
	Toplam	1050,349	13972		
KOCT	Gruplar arası	8,944	26	5,327	p<0,01
	Grup iç	900,559	13946		
	Toplam	909,503	13972		
NKCT	Gruplar arası	40,721	26	5,960	p<0,01
	Grup iç	3665,020	13946		
	Toplam	3705,742	13972		
ONCT*	Gruplar arası	0,788	26	1,270	p>0,05
	Grup iç	133,688	5601		
	Toplam	134,476	5627		
CVPSCT	Gruplar arası	0,054	26	2,769	p<0,01
	Grup iç	10,455	13946		
	Toplam	10,509	13972		
ARADCT	Gruplar arası	15,380	26	6,273	p<0,01
	Grup iç	1315,102	13946		
	Toplam	1330,482	13972		

* 5 ve 7'li ölçek için

Tablo 3.9'da ise TUIK-Duzey1 bölgelerine göre cevaplama tarzı değerleri ve farklılık analizleri yer almaktadır. Ekstrem cevaplar açısından bölgelerin cevaplama tarzı değerleri incelendiğinde, batıdan doğuya doğru gittikçe ECT, EKOCT ve KCT değerlerinin arttığı tespit edilmiştir. Diğer yandan KOCT değerleri ise doğudan batıya doğru gittikçe arttığı gözlenmiştir.

Tablo 3.9 TUIK-Düzye1 bölgelerine Göre Cevaplama Tarzları

	TR1-İstanbul	TR2-Batı Marmara	TR3-Ege	TR4-Doğu Marmara	TR5-Batı Anadolu	TR6-Akdeniz
EKCT	0,404	0,407	0,391	0,401	0,358	0,381
EKOCT	0,104	0,094	0,103	0,110	0,111	0,109
ECT	0,508	0,501	0,494	0,511	0,469	0,490
KCT	0,727	0,710	0,701	0,692	0,675	0,694
KOCT	0,216	0,230	0,240	0,246	0,258	0,243
NKCT	0,510	0,481	0,461	0,446	0,417	0,452
ONCT*	0,125	0,135	0,140	0,137	0,153	0,142
CVPSCT	0,006	0,006	0,005	0,005	0,006	0,007
ARADCT	0,492	0,499	0,506	0,489	0,531	0,510
	TR7-Orta Anadolu	TR8-Batı Karadeniz	TR9-Doğu Karadeniz	TRA-Kuzeydoğu Anadolu	TRB-Ortadoğu Anadolu	TRC-Güneydoğu Anadolu
EKCT	0,378	0,396	0,404	0,397	0,319	0,332
EKOCT	0,139	0,125	0,115	0,135	0,108	0,126
ECT	0,518	0,520	0,519	0,532	0,427	0,459
KCT	0,648	0,679	0,702	0,659	0,666	0,639
KOCT	0,291	0,256	0,235	0,275	0,251	0,289
NKCT	0,358	0,423	0,467	0,384	0,415	0,350
ONCT*	0,136	0,146	0,140	0,136	0,162	0,158
CVPSCT	0,007	0,006	0,006	0,009	0,011	0,008
ARADCT	0,482	0,480	0,481	0,468	0,573	0,541

* 5 ve 7'li ölçek için

** Her bir cevaplama tarzı için anlamlılık $p < 0,05$ düzeyindedir

Yaşam memnuniyeti düzeylerine göre cevaplama tarzı değerleri ve farklılık analizlerine ilişkin bulgular Tablo 3.10'da yer almaktadır. Elde edilen bulgular, CVPSCT hariç tüm cevaplama tarzlarının yaşam memnuniyeti düzeylerine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Tablodan görüleceği üzere, yaşam memnuniyeti arttıkça EKCT ve KCT değerleri artmaktadır. Diğer yandan yaşam memnuniyeti azaldıkça EKOCT ve KOCT değerleri artmaktadır. Bu bulgu, eğitim düzeyi düşük olanlarla daha az sayıda cevap alternatifi (ölçek nokta sayısı) kullanılmasının uygun olacağını işaret etmektedir. Bu sonuç, cevaplayanların yaşam memnuniyetinin, anket formunu doldururken etkili olduğunu gösteren önemli bir bulgudur.

Tablo 3.10 Yaşam Memnuniyeti Düzeylerine Göre Cevaplama Tarzları

	Yaşam Memnuniyet Düzeyleri			
	Düşük	Orta	Yüksek	
EKCT	0,299	0,334	0,455	p<0,01
EKOCT	0,199	0,106	0,086	p<0,01
ECT	0,498	0,440	0,541	p<0,01
KCT	0,550	0,664	0,757	p<0,01
KOCT	0,379	0,265	0,189	p<0,01
NKCT	0,171	0,399	0,568	p<0,01
ONCT*	0,150	0,166	0,119	p<0,01
CVPSCT	0,008	0,007	0,007	p>0,05
ARADCT	0,502	0,560	0,459	p<0,01

* 5 ve 7'li ölçek için

3.2 Ölçek Noktası ve Sayısına İlişkin Bulgular

Tablo 3.11'de farklı ölçek noktasına sahip (4'lü, 5'li, 6'lı, 7'li ve 10'lu) müşteri memnuniyeti ölçeklerinin iç tutarlılık katsayıları, Tablo 3.12'de ise hepsinin 7 noktalı ölçeğe dönüştürülmüş madde ve ölçek istatistikleri yer almaktadır. Tablolardan görüleceği üzere tüm ölçeklerin Cronbach's Alpha değerleri 0,85 (\pm %2) etrafındadır ve 4'lü ve 5'li ölçeklerin maddeler arası varyansları en yüksektir.

Tablo 3.11 Ölçeklerin İç Tutarlılık Katsayıları

	Cronbach's Alpha	Madde sayıları
4'lü Likert	0,838	15
5'li Likert	0,846	15
6'lı Likert	0,860	15
7'li Likert	0,860	15
10'lu Likert	0,871	15

Tablo 3.11 Madde ve Ölçek İstatistikleri

	Maddelere ait istatistikler			Ölçeklere ait istatistikler	
	Ortalama	Maks/ Min.	Varyans	Ortalama	Varyans
4'lü Likert	4,971	1,367	0,252	74,567	312,983
5'li Likert	5,020	1,398	0,245	75,297	290,519
6'lı Likert	4,993	1,346	0,211	74,889	306,083
7'li Likert	5,018	1,318	0,189	75,265	302,444
10'lu Likert	4,952	1,333	0,205	74,286	321,159

Bölüm 3.1’de sunulan bulgulardan da görüleceği üzere EKOCT, ECT ve KCT değerleri en belirgin cevaplama tarzı göstergeleridir. Başka bir ifade ile cevaplayıcının ölçekte sunulan ifadelerden bağımsız olarak işaretleme/cevaplama tarzına yönelik etkilenme durumunu faktörleri (demografik, coğrafik ve yaşam memnuniyeti gibi) en iyi EKOCT, ECT ve değerleri açıklamaktadır. Ancak EKOCT ve ECT değerleri sapmayı işaret ederken, KCT’nin beklenen olumlu bir gösterge olduğu ön görülmektedir. Bu bağlamda, farklı ölçek noktalarının kıyaslanmasında KOECT, ECT ve KCT değerlerine bakılmıştır.

Tablo 3.12’de 4, 5, 6, 7 ve 10 ölçek noktalarına göre Türkiye geneli KOECT, ECT ve KCT değerleri yer almaktadır. Tablodan görüleceği üzere 4’lü ölçeğin KOCT ve ECT değerleri en yüksektir; KCT değeri ise 6’lı Likert tipi ölçekten sonra ikincidir. ECT’de aşamalı düşüş, cevap alternatif sayısının artmasından kaynaklandığından olağan olduğu söylenebilir.

Tablo 3.12 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Türkiye Geneli KOCT, ECT ve KCT Değerleri

	KOECT	ECT	KCT
4’lü Likert	0,143	0,581	0,704
5’li Likert	0,115	0,513	0,622
6’lı Likert	0,108	0,468	0,714
7’li Likert	0,104	0,454	0,663
10’lu Likert	0,100	0,413	0,693
Toplam	0,114	0,486	0,679

Tablo 3.13’de ise 4, 5, 6, 7 ve 10 ölçek noktalarına göre TÜİK Düzey-1 bölgeleri KOECT, ECT ve KCT değerleri yer almaktadır. Tablodan görüleceği üzere hemen hemen tüm bölgelerde ECT’nin ölçek nokta sayısı arttıkça, aşamalı olarak azalması beklenen bir bulgudur. Ancak bazı bölgelerde bu beklenti gerçekleşmemektedir. Örneğin TR1, TR2, TR8, TRA ve TRB bölgelerinde 6’lı Likert tipi ölçeğin özellikle KOCT, beklenenin altında bir değere sahiptir. Diğer yandan TR3, TR4 ve TRC bölgeleri dışındaki tüm bölgelerin 6’lı Likert tipi ölçeğin KCT değeri en yüksek düzeydedir.

Tablo 3.13 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Bölgelerin KOECT, ECT ve KCT Değerleri

		KOECT	ECT	KCT		KOECT	ECT	KCT	
TR1-İstanbul	4'lü	0,145	0,578	0,710	TR7-Orta Anadolu	4'lü	0,145	0,585	0,670
	5'li	0,100	0,521	0,663		5'li	0,148	0,534	0,578
	6'lı	0,085	0,424	0,754		6'lı	0,143	0,511	0,679
	7'li	0,106	0,538	0,733		7'li	0,146	0,544	0,653
	10'lu	0,081	0,470	0,779		10'lu	0,113	0,415	0,660
	Toplam	0,104	0,508	0,727		Toplam	0,139	0,518	0,648
TR2-Batı Marmara	4'lü	0,118	0,574	0,727	TR8-Batı Karadeniz	4'lü	0,151	0,623	0,718
	5'li	0,090	0,483	0,652		5'li	0,105	0,550	0,659
	6'lı	0,070	0,480	0,783		6'lı	0,109	0,494	0,732
	7'li	0,089	0,482	0,684		7'li	0,136	0,490	0,609
	10'lu	0,101	0,483	0,706		10'lu	0,122	0,447	0,678
	Toplam	0,094	0,501	0,710		Toplam	0,125	0,520	0,679
TR3-Ege	4'lü	0,131	0,583	0,728	TR9-Doğu Karadeniz	4'lü	0,169	0,604	0,685
	5'li	0,100	0,516	0,645		5'li	0,094	0,499	0,652
	6'lı	0,100	0,488	0,721		6'lı	0,114	0,483	0,734
	7'li	0,089	0,458	0,699		7'li	0,115	0,511	0,693
	10'lu	0,093	0,427	0,712		10'lu	0,085	0,497	0,747
	Toplam	0,103	0,494	0,701		Toplam	0,115	0,519	0,702
TR4-Doğu Marmara	4'lü	0,127	0,561	0,723	TRA-Kuzeydoğu Anadolu	4'lü	0,170	0,630	0,690
	5'li	0,124	0,563	0,632		5'li	0,113	0,542	0,639
	6'lı	0,112	0,447	0,698		6'lı	0,118	0,507	0,686
	7'li	0,102	0,506	0,685		7'li	0,130	0,506	0,638
	10'lu	0,086	0,474	0,729		10'lu	0,144	0,480	0,645
	Toplam	0,110	0,511	0,692		Toplam	0,135	0,532	0,659
TR5-Batı Anadolu	4'lü	0,144	0,565	0,700	TRB-Ortadoğu Anadolu	4'lü	0,132	0,552	0,705
	5'li	0,106	0,502	0,622		5'li	0,124	0,440	0,588
	6'lı	0,109	0,459	0,707		6'lı	0,084	0,426	0,765
	7'li	0,088	0,421	0,664		7'li	0,105	0,365	0,620
	10'lu	0,109	0,405	0,681		10'lu	0,074	0,267	0,642
	Toplam	0,111	0,469	0,675		Toplam	0,108	0,427	0,666
TR6-Akdeniz	4'lü	0,147	0,582	0,701	TRC-Güneydoğu Anadolu	4'lü	0,148	0,586	0,687
	5'li	0,119	0,539	0,634		5'li	0,136	0,494	0,573
	6'lı	0,105	0,480	0,725		6'lı	0,126	0,437	0,669
	7'li	0,094	0,446	0,682		7'li	0,112	0,422	0,617
	10'lu	0,082	0,406	0,728		10'lu	0,109	0,355	0,650
	Toplam	0,109	0,490	0,694		Toplam	0,126	0,459	0,639
						p<0,01	p<0,01	p<0,01	

Bölgelerin KCT ile ilgili bulgusu yaş gruplarında da benzerlik göstermektedir. Tablo 3.14'te 4, 5, 6, 7 ve 10 ölçek noktalarına göre yaş gruplarının KOECT, ECT ve KCT değerleri yer almaktadır. Hemen hemen (50 yaş üstü grupta %0,2 fark) tüm yaş gruplarında 6'lı Likert tipi ölçeğin KCT değeri en yüksek düzeydedir.

Tablo 3.14 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Yaş Gruplarının KOECT, ECT ve KCT Değerleri

		KOECT	ECT	KCT
<20	4'lü Likert	0,173	0,591	0,667
	5'li Likert	0,131	0,508	0,588
	6'lı Likert	0,114	0,453	0,686
	7'li Likert	0,109	0,436	0,635
	10'lu Likert	0,124	0,419	0,641
	Toplam	0,130	0,481	0,643
20-29	4'lü Likert	0,131	0,574	0,716
	5'li Likert	0,108	0,507	0,628
	6'lı Likert	0,105	0,469	0,725
	7'li Likert	0,103	0,452	0,670
	10'lu Likert	0,095	0,413	0,708
	Toplam	0,108	0,483	0,689
30-39	4'lü Likert	0,127	0,581	0,729
	5'li Likert	0,110	0,510	0,635
	6'lı Likert	0,099	0,452	0,722
	7'li Likert	0,094	0,468	0,677
	10'lu Likert	0,089	0,416	0,712
	Toplam	0,104	0,486	0,694
40-49	4'lü Likert	0,149	0,598	0,703
	5'li Likert	0,129	0,508	0,592
	6'lı Likert	0,108	0,466	0,725
	7'li Likert	0,107	0,442	0,665
	10'lu Likert	0,090	0,398	0,696
	Toplam	0,117	0,485	0,676
50≥	4'lü Likert	0,165	0,572	0,666
	5'li Likert	0,116	0,570	0,662
	6'lı Likert	0,125	0,526	0,712
	7'li Likert	0,117	0,485	0,648
	10'lu Likert	0,100	0,413	0,714
	Toplam	0,125	0,513	0,682
Toplam	4'lü Likert	0,143	0,581	0,704
	5'li Likert	0,115	0,513	0,621
	6'lı Likert	0,108	0,468	0,716
	7'li Likert	0,104	0,454	0,663
	10'lu Likert	0,099	0,413	0,696
	Toplam	0,114	0,486	0,680
		p<0,01	p<0,05	p<0,01

Tablo 3.15'te 4, 5, 6, 7 ve 10 ölçek noktalarına göre eğitim düzeylerinin KOECT, ECT ve KCT değerleri yer almaktadır. Hemen hemen tüm eğitim düzeyi gruplarında 6'lı Likert tipi ölçeğin KCT değeri en yüksek değere sahiptir. Benzer bulgu, Tablo 3.16'da yer alan gelir düzeyleri dağılımı verilerinde de yer almaktadır.

Tablo 3.15 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Eğitim Düzeylerinin KOECT, ECT ve KCT Değerleri

		KOECT	ECT	KCT
İlk-Ortaokul	4'lü Likert	0,181	0,631	0,668
	5'li Likert	0,151	0,559	0,599
	6'lı Likert	0,134	0,505	0,696
	7'li Likert	0,127	0,509	0,640
	10'lu Likert	0,131	0,450	0,638
	Toplam	0,145	0,531	0,649
Lise	4'lü Likert	0,162	0,602	0,684
	5'li Likert	0,130	0,546	0,609
	6'lı Likert	0,121	0,492	0,684
	7'li Likert	0,117	0,473	0,642
	10'lu Likert	0,112	0,439	0,674
	Toplam	0,129	0,511	0,659
Önlisans-Lisans	4'lü Likert	0,127	0,559	0,719
	5'li Likert	0,100	0,475	0,630
	6'lı Likert	0,092	0,446	0,739
	7'li Likert	0,092	0,437	0,679
	10'lu Likert	0,082	0,384	0,720
	Toplam	0,099	0,461	0,697
Y.lisans-Doktora	4'lü Likert	0,074	0,541	0,777
	5'li Likert	0,075	0,532	0,693
	6'lı Likert	0,086	0,424	0,746
	7'li Likert	0,074	0,400	0,705
	10'lu Likert	0,070	0,379	0,753
	Toplam	0,076	0,455	0,733
Toplam	4'lü Likert	0,144	0,583	0,703
	5'li Likert	0,116	0,514	0,622
	6'lı Likert	0,108	0,469	0,714
	7'li Likert	0,104	0,456	0,663
	10'lu Likert	0,099	0,412	0,694
	Toplam	0,114	0,487	0,679
		p<0,01	p<0,01	p<0,01

Tablo 3.16 Farklı Ölçek Noktalarına Göre Gelir Düzeylerinin KOCT, ECT ve KCT Değerleri

		KOECT	ECT	KCT
<1500	4'lü Likert	0,196	0,610	0,646
	5'li Likert	0,135	0,506	0,592
	6'lı Likert	0,133	0,459	0,658
	7'li Likert	0,161	0,494	0,577
	10'lu Likert	0,134	0,451	0,639
	Toplam	0,151	0,502	0,624
1501-2500	4'lü Likert	0,155	0,564	0,678
	5'li Likert	0,137	0,493	0,580
	6'lı Likert	0,108	0,435	0,698
	7'li Likert	0,106	0,426	0,635
	10'lu Likert	0,110	0,390	0,659
	Toplam	0,124	0,464	0,649
2501-3500	4'lü Likert	0,127	0,553	0,709
	5'li Likert	0,104	0,482	0,619
	6'lı Likert	0,097	0,438	0,723
	7'li Likert	0,093	0,437	0,675
	10'lu Likert	0,089	0,389	0,708
	Toplam	0,102	0,460	0,686
3501-4500	4'lü Likert	0,120	0,597	0,748
	5'li Likert	0,094	0,494	0,651
	6'lı Likert	0,086	0,436	0,746
	7'li Likert	0,075	0,421	0,696
	10'lu Likert	0,089	0,368	0,709
	Toplam	0,093	0,465	0,709
4501-5500	4'lü Likert	0,124	0,574	0,725
	5'li Likert	0,103	0,550	0,649
	6'lı Likert	0,104	0,513	0,748
	7'li Likert	0,092	0,475	0,721
	10'lu Likert	0,086	0,448	0,747
	Toplam	0,102	0,512	0,720
5501-6500	4'lü Likert	0,124	0,583	0,740
	5'li Likert	0,091	0,590	0,720
	6'lı Likert	0,098	0,471	0,769
	7'li Likert	0,078	0,460	0,693
	10'lu Likert	0,080	0,418	0,753
	Toplam	0,094	0,500	0,736
6500≥	4'lü Likert	0,114	0,651	0,768
	5'li Likert	0,092	0,560	0,689
	6'lı Likert	0,074	0,531	0,776
	7'li Likert	0,077	0,489	0,743
	10'lu Likert	0,076	0,467	0,754
	Toplam	0,087	0,539	0,745
		p<0,01	p<0,01	p<0,01

Ayrıca Anket-2 formunda beş maddeli SERVQUAL beklenti ölçeğinde de tarafsız (orta) noktayı kullanmadan kaynaklanan sakıncaların önüne geçmek adına; çift sayılı cevap alternatifli ölçeklerin ve “fikrim yok” şeklindeki zorlanmamış ölçeklerin birbirleri ile farklılıklarını ve cevaplama tarzlarını incelenmiştir. Bu amaçla 4, 4+0, 5 ve 5+0 şeklindeki dört farklı cevap alternatifli ölçekler karşılaştırılmıştır.

Dört farklı ölçek arasındaki farklılığı test etmek amacı ile toplamda 13.973 anket ve her bir anketteki 5 maddeye verilen cevaplar bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Yapılan birleştirme sonucunda elde edilen 69.865 cevap Ki-kare testine tabi tutulmuş ve elde edilen cevapların dağılımı anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < 0,01$).

4 ile 4+fikrim yok ölçekleri kıyaslandığında, cevapsız/fikrim yok oranı %1,5’den %7,1’e yükselmiştir. Yine zorlanmamış ölçekte tamamen katılıyorum seçeneği dışında diğer tüm seçeneklerin işaretlenmesinde (zorlanmış ölçeğe göre) düşüş görülmektedir. 5 ile 5+fikrim yok ölçekleri kıyaslandığında ise, cevapsız/fikrim yok oranı %1,2’den %5,8’e yükselmiştir. Yine zorlanmamış ölçekte hiç katılmıyorum ve tamamen katılıyorum seçenekleri dışında diğer tüm seçeneklerin işaretlenmesinde (zorlanmış ölçeğe göre) düşüş görülmektedir. Bu iki bulgu, “Fikrim yok” seçeneği kullanılmaması durumunda; en az %4’lük cevabın “Hiç Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Tarafsızım”, “Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” şeklindeki cevaplardan birine zorlandığı anlamına gelmektedir. (Tablo 3.17)

4 ile 5 cevap alternatifli ölçekler kıyaslandığında; 4’lü ölçekte ortanın etrafında yer alan (“Katılmıyorum” ve “Katılıyorum”) seçeneklerinin toplamı %55 iken, 5’li ölçekte ortanın etrafında yer alan (“Katılmıyorum”, “Tarafsızım” ve “Katılıyorum”) seçeneklerinin toplamı %62,8’dir. Fark %7,8’dir. 4+fikrim yok ile 5+fikrim yok cevap alternatifli ölçekler kıyaslandığında; 4+fikrim şeklindeki ölçekte ortanın etrafında yer alan (“Katılmıyorum” ve “Katılıyorum”) seçeneklerinin toplamı %49,5 iken, 5+fikrim şeklindeki ölçekte ortanın etrafında yer alan (“Katılmıyorum”, “Tarafsızım” ve “Katılıyorum”) seçeneklerinin toplamı %58,2’dir. Fark %8,7’dür. Bu bulgulara göre, orta noktanın kullanıldığı 5’li ölçek yerine, daha az (orta noktası olmayan) cevap alternatifli 4’lü ölçek kullanılması durumunda cevapların dağılımının birbirlerine yakın olduğu söylenebilir.

Tablo 3.17 Ölçeklere Göre Cevapların Dağılımı

		1	2	3	4	5	Cevapsız / Fikrim Yok	Toplam
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum		
4'lu Likert	N	1496	2269		5450	4609	206	14030
	%	%10,7	%16,2		%38,8	%32,9	%1,5	%100,0
5'li Likert	N	1199	1404	2964	4370	3812	171	13920
	%	%8,6	%10,1	%21,3	%31,4	%27,4	%1,2	%100,0
4'lu Likert +Fikrim Yok	N	1366	2045		4945	4757	1007	14120
	%	%9,7	%14,5		%35,0	%33,7	%7,1	%100,0
5'li Likert +Fikrim Yok	N	1179	1318	2713	4134	3868	808	14020
	%	%8,4	%9,4	%19,4	%29,5	%27,6	%5,8	%100,0
Toplam	N	6799	8108	18756	20971	12934	2297	69865
	%	%9,7	%11,6	%26,8	%30,0	%18,5	%3,3	%100,0

Bu bölüme ait son bulgu Likert, stapel ve semantik farklılık ölçeklerini kıyaslanması üzerinedir. Bu amaçla Anket-2 formundaki 12 maddeli cinsiyet kimliği ölçeği değerlendirilmiştir. Bu ölçek, 4'lü stapel, 6'lı stapel, 4'lü semantik farklılık, 6'lı semantik farklılık, 4'lü Likert, 6'lı Likert şeklinde altı farklı gruba uygulanmıştır. Cevaplayıcıların farklı demografik özelliklerinin 6 ölçek tarzının kullanımına etkisi varyans analizi ve Scheffe testi ile yapılmıştır. Tablo 3.18'de 54 farklı yaş, cinsiyet, gelir ve öğrenim durumuna göre 6 ölçek tarzı kullanımı arasındaki farklılık olup olmadığını test eden varyans analizi sonuçları verilmektedir. 54 farklı demografik özellik kombinasyonundan sadece 9'unda farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu 9 tanesinden sadece 3 tanesinde Scheffe testine göre farklılığı yaratan ölçek tarzları belirlenmiştir. Ancak bu sonuçların çoğunda (%94) farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığından, cevaplayıcıların farklı demografik özelliklerine göre uygun ölçek tarzı önermek mümkün değildir.

Tablo 3.18 Likert, Stapel ve Semantik Farklılık Ölçeklerini Kıyaslanması

Yaş Sınıfı	Cinsiyet	Gelir	Öğrenim Durumu	Ölçek Tazları				ANOVA				
				4'lü Stapel	6'lı Stapel	4'lü Semantik Farkl.	6'lı Semantik Farkl.	4'lü Likert	6'lı Likert	F-istatistiği	P-değeri	
12-24	Kadın	2000 TL ve daha az	En fazla Ortaokul	Ortalama	60,94	65,00	59,49	58,25	51,65	64,80	2,395	0,058
12-24	Kadın	2000 TL ve daha az	Lise-Önlisans	Ortalama	*60,16	*61,32	56,62	56,82	57,63	57,80	4,752	0,000*
12-24	Kadın	2000 TL ve daha az	Lisans-Lisansüstü	Ortalama	59,18	60,31	56,88	*54,47	*54,72	57,25	4,597	0,000*
12-24	Kadın	2001-3500 TL	En fazla Ortaokul	Ortalama	51,99	60,00	57,83	55,80	51,32	61,00	0,751	0,597
12-24	Kadın	2001-3500 TL	Lise-Önlisans	Ortalama	58,24	60,64	55,79	55,43	56,92	58,85	3,280	0,007*
12-24	Kadın	2001-3500 TL	Lisans-Lisansüstü	Ortalama	57,15	60,11	56,51	58,85	55,44	57,24	2,243	0,050
12-24	Kadın	3500 TL'den çok	En fazla Ortaokul	Ortalama	56,99	61,00	60,00	51,00	65,33	56,25	1,626	0,213
12-24	Kadın	3500 TL'den çok	Lise-Önlisans	Ortalama	59,28	*61,35	57,43	*54,81	59,68	60,66	2,732	0,020*
12-24	Kadın	3500 TL'den çok	Lisans-Lisansüstü	Ortalama	59,17	60,95	58,01	56,00	57,76	55,95	2,278	0,048*
12-24	Erkek	2000 TL ve daha az	En fazla Ortaokul	Ortalama	57,59	58,11	58,40	60,00	56,58	62,15	0,597	0,702
12-24	Erkek	2000 TL ve daha az	Lise-Önlisans	Ortalama	59,46	60,39	56,73	56,68	58,15	58,86	2,726	0,019*
12-24	Erkek	2000 TL ve daha az	Lisans-Lisansüstü	Ortalama	58,16	59,60	58,10	56,73	56,19	55,98	1,837	0,105

12-24	Erkek	2001-3500 TL	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	64,91 7,63	56,00 8,72	53,87 8,33	60,00 8,16	56,44 9,24	51,86 3,02	1,780	0,148
12-24	Erkek	2001-3500 TL	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	59,14 7,71	60,76 7,07	58,02 8,03	57,44 8,31	58,98 8,93	57,44 8,93	1,685	0,137
12-24	Erkek	2001-3500 TL	Lisans-Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	59,78 8,21	60,02 7,22	58,09 8,40	55,86 8,57	60,77 7,90	57,56 7,85	2,149	0,060
12-24	Erkek	3500 TL'den çok	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	54,32 9,01	59,50 8,09	57,55 11,86	53,75 9,60	57,11 8,52	55,63 12,12	0,296	0,912
12-24	Erkek	3500 TL'den çok	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	58,93 7,72	59,32 7,91	58,41 9,41	56,49 8,42	58,75 9,07	60,20 8,41	1,527	0,180
12-24	Erkek	3500 TL'den çok	Lisans-Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	59,13 8,00	58,95 7,32	58,43 8,14	55,51 7,46	56,54 8,76	55,38 9,06	2,345	0,041*
25-34	Kadın	2000 TL ve daha az	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	56,99 11,34	57,13 10,08	57,51 11,00	60,44 6,06	65,07 6,77	62,13 7,48	1,742	0,135
25-34	Kadın	2000 TL ve daha az	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	60,18 6,72	60,54 7,99	59,66 9,13	59,50 9,23	58,40 8,58	60,31 7,96	0,294	0,916
25-34	Kadın	2000 TL ve daha az	Lisans-Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	61,57 6,40	60,87 6,48	55,74 6,55	54,42 6,29	56,40 7,41	56,87 9,76	2,263	0,056
25-34	Kadın	2001-3500 TL	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	60,56 6,76	64,00 2,83	59,99 5,82	61,00 8,40	61,57 9,49	56,57 4,04	0,590	0,708
25-34	Kadın	2001-3500 TL	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	60,99 5,05	62,11 8,28	59,94 8,03	59,04 7,18	59,49 7,87	61,56 7,82	0,762	0,578
25-34	Kadın	2001-3500 TL	Lisans-Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	59,87 6,84	60,06 7,80	57,17 6,59	58,00 7,84	57,56 8,77	56,88 8,59	1,105	0,359
25-34	Kadın	3500 TL'den çok	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	65,33 0,00	65,00 5,66	54,50 10,62		58,10 13,97	72,00 0,00	0,525	0,726
25-34	Kadın	3500 TL'den çok	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	58,22 7,30	63,38 5,75	59,13 6,29	55,87 7,29	61,02 9,50	59,67 9,37	1,843	0,11
25-34	Kadın	3500 TL'den çok		Ortalama	59,96	60,68	57,58	56,91	57,22	58,71	2,068	0,070

			Lisans- Lisansüstü	Std. Sapma	7,13	6,77	8,37	6,69	7,27	7,97		
25-34	Erkek	2000 TL ve daha az	En fazla Ortaokul	Ortalama	59,21	60,13	59,79	57,75	59,03	61,00	0,259	0,935
				Std. Sapma	9,72	8,96	8,71	9,79	8,20	7,81		
25-34	Erkek	2000 TL ve daha az	Lise-Önlisans	Ortalama	62,43	59,80	57,38	59,86	59,34	59,54	1,639	0,150
				Std. Sapma	6,26	6,82	9,18	8,69	8,92	9,03		
25-34	Erkek	2000 TL ve daha az	Lisans- Lisansüstü	Ortalama	58,15	60,28	57,70	56,93	55,51	59,82	1,879	0,101
				Std. Sapma	7,94	7,73	6,25	7,53	7,55	5,79		
25-34	Erkek	2001-3500 TL	En fazla Ortaokul	Ortalama	63,66	63,17	54,70	60,67	60,33	60,83	1,291	0,285
				Std. Sapma	7,87	6,18	7,91	8,06	7,24	12,94		
25-34	Erkek	2001-3500 TL	Lise-Önlisans	Ortalama	61,04	61,11	60,44	57,32	58,73	59,62	1,187	0,316
				Std. Sapma	7,73	7,14	9,07	9,55	8,55	8,42		
25-34	Erkek	2001-3500 TL	Lisans- Lisansüstü	Ortalama	60,07	60,20	57,87	57,38	57,09	58,07	1,245	0,289
				Std. Sapma	7,94	7,09	8,06	8,49	9,39	7,61		
25-34	Erkek	3500 TL'den çok	En fazla Ortaokul	Ortalama	59,84	59,00	51,99	57,14	65,61	64,00	0,715	0,617
				Std. Sapma	10,79	10,27	23,57	9,03	8,13	15,34		
25-34	Erkek	3500 TL'den çok	Lise-Önlisans	Ortalama	60,88	63,78	59,14	59,65	59,85	60,20	1,915	0,092
				Std. Sapma	7,57	6,82	9,19	7,86	8,84	7,19		
25-34	Erkek	3500 TL'den çok	Lisans- Lisansüstü	Ortalama	61,39	59,42	59,91	57,81	59,29	60,38	1,706	0,132
				Std. Sapma	7,09	7,32	8,60	8,17	9,06	8,56		
35 ve üstü	Kadın	2000 TL ve daha az	En fazla Ortaokul	Ortalama	61,27	60,73	59,03	58,91	56,83	57,38	1,194	0,314
				Std. Sapma	7,00	9,46	9,33	8,97	8,55	9,50		
35 ve üstü	Kadın	2000 TL ve daha az	Lise-Önlisans	Ortalama	62,79	*64	59,45	62,81	*54,97	56,22	4,975	0,000*
				Std. Sapma	6,86	8,37	7,02	5,72	10,76	10,23		
35 ve üstü	Kadın	2000 TL ve daha az	Lisans- Lisansüstü	Ortalama	61,58	64,14	60,32	64,00	54,98	58,00	1,189	0,347
				Std. Sapma	10,04	7,45	7,82	7,07	6,05	4,36		
35 ve üstü	Kadın	2001-3500 TL	En fazla Ortaokul	Ortalama	59,08	62,78	63,45	59,33	60,64	61,50	0,400	0,847
				Std. Sapma	6,04	8,58	7,43	10,56	10,10	11,77		
35 ve üstü	Kadın	2001-3500 TL	Lise-Önlisans	Ortalama	60,48	62,38	62,26	60,48	59,49	60,63	0,585	0,711
				Std. Sapma	7,19	6,95	7,05	7,78	9,23	6,50		

35 ve üstü	Kadın	2001-3500 TL	Lisans- Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	62,27 5,31	63,85 7,32	59,95 8,61	56,75 8,43	60,88 9,13	63,25 6,34	1,189	0,325
35 ve üstü	Kadın	3500 TL'den çok	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	62,76 9,71	63,29 8,54	56,99 10,92	61,00 4,58	56,99 6,23	63,80 9,73	0,865	0,513
35 ve üstü	Kadın	3500 TL'den çok	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	62,66 6,89	63,84 7,77	61,41 6,19	60,40 9,12	61,29 8,71	61,11 7,52	0,696	0,627
35 ve üstü	Kadın	3500 TL'den çok	Lisans- Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	61,00 7,27	60,85 8,91	58,14 7,63	60,96 6,11	56,29 8,66	59,11 9,44	1,706	0,135
35 ve üstü	Erkek	2000 TL ve daha az	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	61,80 8,30	60,67 8,23	60,40 8,01	59,33 8,59	60,85 8,54	57,22 10,72	1,499	0,190
35 ve üstü	Erkek	2000 TL ve daha az	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	61,31 7,55	61,40 7,20	61,00 8,20	60,94 7,79	61,33 8,86	60,73 9,67	0,051	0,998
35 ve üstü	Erkek	2000 TL ve daha az	Lisans- Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	62,54 6,56	59,42 6,69	60,33 9,75	64,67 0,58	61,99 9,67	61,00 7,48	0,301	0,910
35 ve üstü	Erkek	2001-3500 TL	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	61,27 7,34	59,80 8,35	60,76 8,90	59,58 5,54	57,97 8,28	60,42 6,87	0,567	0,725
35 ve üstü	Erkek	2001-3500 TL	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	60,94 8,32	61,09 7,76	60,17 9,81	59,12 8,88	58,60 9,33	58,94 9,43	0,764	0,576
35 ve üstü	Erkek	2001-3500 TL	Lisans- Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	60,18 8,49	58,75 8,52	58,78 8,53	57,43 10,07	56,40 10,26	56,11 9,21	0,746	0,590
35 ve üstü	Erkek	3500 TL'den çok	En fazla Ortaokul	Ortalama Std. Sapma	62,11 8,59	59,00 7,56	61,99 8,99	52,17 8,61	58,53 10,13	60,50 6,97	1,403	0,236
35 ve üstü	Erkek	3500 TL'den çok	Lise-Önlisans	Ortalama Std. Sapma	58,99 8,82	61,32 7,30	60,16 8,25	59,52 7,25	58,20 10,31	59,09 8,17	0,876	0,498
35 ve üstü	Erkek	3500 TL'den çok	Lisans- Lisansüstü	Ortalama Std. Sapma	61,11 8,11	62,32 7,19	59,38 7,97	59,75 6,85	57,69 8,49	59,65 7,68	2,807	0,017*

TARTIŞMA VE SONUÇLAR

26 ay süren ve hali hazırda farklı analizleri devam eden bu proje konusu ve verileri kullanılarak 1 yüksek lisans tezi, 1 doktora tezi, 2 ulusal kongrede bildiri, 1 uluslararası kongrede bildiri ve 2 ulusal/uluslararası makale yayınlanmış/tamamlanmıştır. Bunların yanında halen bir yüksek lisans tezi ve bir makalenin de SSCI’de taranan dergide değerlendirilmesi devam etmektedir. Söz konusu akademik çalışmaların künyeleri aşağıda sunulmuştur.

Tamamlanan tez çalışmaları:

Kalburan, Çetin (2017) “Pazarlama Araştırmalarında Türkiye’nin Cevaplama Eğilimi Profili” Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Genel İşletme Doktora Programı, Doktora Tezi

Aksoy, Tuğçe (2017) “Müşteri Memnuniyeti Araştırmalarında Cinsiyet Faktörünün Etkisi”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi

Yayınlanan Makaleler:

Kalburan, Çetin, Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Is there any difference between the results of the survey marked by the interviewer and the respondent?”, 7th Global Academic Meeting, GAM 2017 23-24 March 2017, Budapest, Hungary; European Scientific Journal-ESJ, 13(12), 233-238

Aksoy, Tuğçe, Çetin Kalburan, Duygu Koçoğlu ve Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Cinsiyet Kimliğine Göre Cevaplama Eğilimi Var mıdır?”, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 9 (1), 57-70

Uluslararası Kongrelerde Sunulan Bildiriler:

AKBAŞ, Havva, Çetin Kalburan, Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Is it sufficient to use 4 point scales in order to prevent escape responses?”, 50th Academy of Marketing Conference-2017, 3-6 July 2017, Hull, UK, Proceedings, 81

Ulusal Kongrelerde Sunulan Bildiriler:

Gürkaynak, Şeyda, Çetin Kalburan & Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Ölçeklerde Kullanılan İki Farklı Etiket Formatının Kıyaslanması: Bütün Etiketleme ve Uçları Etiketleme” 22. Pazarlama Kongresi, 28-30 Eylül 2017, Trabzon, 455-462

Aksoy, Tuğçe, Duygu Koçoğlu & Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Cinsiyete Göre Memnuniyet Dağılımları ve Ekstrem Katılımcı Cevaplama Tarzları” 22. Pazarlama Kongresi, 28-30 Eylül 2017, Trabzon, 409-422

Değerlendirme Aşamasında Olan Makale:

Kalburan, Çetin, Selçuk Burak Haşiloğlu, Ahmet Bardakcı (2018 bekleniyor) “Does a difference in the number of response categories change the results for ACSI in the mobile phone sector?”, hakem değerlendirme sürecinde

Devam Eden Tez Çalışması:

Gürkaynak, Şeyda (2018 bekleniyor) “SERVQUAL Ölçeğinde Etiket Kullanımı: Türkiye Örneği”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, danışman değerlendirme sürecinde

Proje Verisi Kullanılarak Tamamlanan Tez Çalışması:

Haşiloğlu, Selçuk Burak (2017) “Algı Haritalarının Değerlendirilmesi İçin Kümeleme Algoritmalarına Dayalı Yeni Bir Model Geliştirilmesi”, Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, Bilgisayar Mühendisliği Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi

Projenin sonuçları, yukarıda künyeleri verilen bilimsel çalışmalardan derlenerek aşağıda verilmiştir.

Cinsiyet ve Cinsiyet Kimliğine İlişkin Sonuçlar:

- ***Aksoy, Tuğçe (2017) “Müşteri Memnuniyeti Araştırmalarında Cinsiyet Faktörünün Etkisi”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tez)***
- ***AKSOY, Tuğçe, Çetin Kalburan, Duygu Koçoğlu ve Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Cinsiyet Kimliğine Göre Cevaplama Eğilimi Var mıdır?”, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 9 (1), 57-70***
- ***Aksoy, Tuğçe, Duygu Koçoğlu & Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Cinsiyete Göre Memnuniyet Dağılımları ve Ekstrem Katılımcı Cevaplama Tarzları” 22. Pazarlama Kongresi, 28-30 Eylül 2017, Trabzon, 409-422***

Araştırmada cevaplayıcıların cinsiyet kimliklerine göre ekstrem katılımcı cevaplama tarzlarına bakılmış, androjen bireylerin ekstrem katılımcı cevaplama düzeylerinin diğer cinsiyet

kimliklerine göre daha fazla olduğu görülmüştür. Androjen bireyler, olumlu kadınsı ve olumlu erkeksi özelliklere sahip olan bireylerdir (Bem, Martyna ve Watson, 1976). Kadınsı “sevecen ve duyarlı” ve erkeksi “lider ve kolay karar verebilen” özelliklerin her ikisini de taşıyan bir androjen bireyin olumlu ve kararlı olması beklenen bir sonuçtur. Ayrıca, androjenlik özelliğine sahip bireylerin diğer cinsiyet kimlik özelliklerine sahip bireylere göre yaşam memnuniyetlerinin daha yüksek olduğunu ve bu bireylerin daha olumlu yaklaşım sergilediğini söylemek mümkündür. Kısaca, androjen bireyin liderlik özelliği taşıması onun ekstrem cevaplama tarzı göstermesine ve sevecenlik özelliğine sahip olması da katılımcı cevaplama tarzı göstermesine sebep olduğu düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda bölgelere göre yaşam memnuniyet düzeylerinde farklılık tespit edilmiştir; doğuda yaşayanların, batıda yaşayan cevaplayıcılara göre yaşam memnuniyeti düşüktür. Sonuçlar Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2015 yılında yaptığı yaşam memnuniyet endeksi ile benzerlik göstermektedir. TÜİK’e göre yaşam memnuniyeti boyutunda ilk sıralarda; Ege ve Karadeniz Bölgesi’ne ait iller olan Sinop, Afyonkarahisar ve Bayburt yer almaktadır. Yaşam memnuniyeti endeksinde son sırayı Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde bulunan Tunceli ve Diyarbakır yer almaktadır (TÜİK, 2016). Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi yaşam memnuniyet düzeylerinin düşük çıkması bölgede yaşanan terör olaylarından, iklim koşullarının sert olmasından, toplumsal cinsiyet rollerinin bireyleri daha baskı altında tutmasından kaynaklanıyor olabileceği düşünülmektedir.

Araştırmada yaşam memnuniyeti arttıkça müşteri memnuniyetinin de arttığı ya da tam tersinin geçerli olduğu tespit edilmiştir. Mutlu olan ve yaşamlarından memnuniyet duyan kişiler başlarından geçen olumsuz durumlar karşısında bile pozitif tepkiler verirler. Dünyayı genel olarak daha hoş bir yer olarak görürler ve zamanın, hayatın olumlu yönlerine odaklanırlar. Yaşamından memnuniyet duyan bireylerin müşteri memnuniyetlerinin de yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Literatürde bu sonucu destekleyen birçok çalışma yapılmıştır (Diener, 2000, Veenhoven, 1996; Lyubomirsky ve ark., 2009; Adler ve Fagley, 2005; Watkins, Woodward, Stone ve Kolts, 2003; McCullough, Emmons ve Tsang, 2002; Lazarus ve Lazarus, 1994; Mayer, Salovey, Gomberg-Kaufman, ve Blainey, 1991; Ortony, Clore, ve Collins, 1988; Weiner, 1986). Dolayısıyla yaşam memnuniyeti yüksek olan cevaplayıcıların katılımcı yönlü (KCT ve EKCT) cevaplama tarzı sergiledikleri söylenebilir.

Araştırma esnasında cevaplayıcıların “yaşam memnuniyeti” sorularını cevaplarken yaşama dair şükür mesajları kullandıkları gözlemlenmiştir. Gidilen illerde bölge ayrımı olmaksızın cevaplayıcıların yaşam memnuniyet sorularını şükrederek cevaplandıkları görülmüştür. Bu nedenle gelecek çalışmalarda şükür faktörü kullanılarak, aslında yaşam memnuniyetinin ve buna bağlı olarak yüksek KCT değerinin Allah’a duyulan şükrandan mı kaynaklandığının ölçülmesi (ayrı bir çalışma konusu olarak) araştırmacılara önerilir.

Araştırmada aynı zamanda cinsiyet, cinsiyet kimliği, yaş, medeni durum, eğitim, yaşam memnuniyeti faktörlerine göre ekstrem cevaplama tarzı düzeyini tahmin etmek ve gelecekteki benzer araştırmalara yol göstermek amacıyla karar ağaçları oluşturulmuştur. Karar ağaçları yöntemi, uygulanması ve yorumlanmasının kolay olması açısından tercih edilmiştir ve tahminlemede bulunulmuştur. Araştırmanın dikkat çeken karar ağacı bulgularına göre; Ege, Marmara ve Akdeniz Bölgesi'nde yaşayan 31 yaş ve üzerinde eğitim düzeyi lisans ve lisansüstü olan cevaplayıcıların yaşam memnuniyet düzeylerinin yüksek, ekstrem cevaplama düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür.

Özet olarak, androjen bireylerin katılımcı cevaplama eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, androjenlik özelliğine sahip bireylerin diğer cinsiyet kimlik özelliklerine sahip bireylere göre yaşam memnuniyetlerinin daha yüksek olduğunu ve bu bireylerin daha olumlu yaklaşım sergilediğini söylemek mümkündür. Ayrıca maskülenlik maddelerinden biri olan "daha kolay karar verebilen" özelliğinin androjen bireylerde de görülmesi beklenir. Bu durumun kaynağı, androjenlikte maskülenlik bileşeninin yer almasıdır. Feminen bireylerin orta noktaya yönelmelerinin sebebi kendilerini maskülen ve androjen bireylere göre daha kararsız olmalarından kaynaklanabilir. Oysaki bir Likert tipi ölçekte orta nokta kararsızlığı değil tarafsızlığı işaret eder. Son söz olarak; pazarlama araştırmacılarına, yaptıkları müşteri memnuniyeti ve cevaplama eğilimi çalışmalarında elde ettikleri bulguları yorumlarken, cevaplayıcıların biyolojik cinsiyetleriyle birlikte yaşadıkları kültür ve kişilikleri sonucu ortaya çıkan cinsiyet kimliklerini de dikkate almaları gerektiği söylenebilir. Yalnızca biyolojik cinsiyetin esas alınması ve cinsiyet kimliğinin göz ardı edilmesi bulguların yorumlanmasında bir eksikliğe neden olabilir.

Anketin Yapılış Şekline İlişkin Sonuçlar:

- ***KALBURAN, Çetin, Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) "Is there any difference between the results of the survey marked by the interviewer and the respondent?", 7th Global Academic Meeting, GAM 2017 23-24 March 2017, Budapest, Hungary; European Scientific Journal-ESJ, 13(12), 233-238***

Bu çalışmada, anketör tarafından işaretlenen anketlerin sonuçları ile cevaplayıcı tarafından işaretlenen anketlerin sonuçları arasında fark olup olmadığı araştırılmıştır. Bulgular iki yöntem ile elde edilen veriler arasında bir fark olduğunu göstermektedir. Ek olarak, sonuçlar cevaplayıcı tarafından doldurulan anketlerde ortalamaların daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Güvenirlilik analizi ve açıklanan varyans karşılaştırıldığında, cevaplayıcılar tarafından anketlerin doldurulmasının daha iyi bir yöntem olduğu sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, bu çalışmadaki sonuçların kullanılan ölçekle de ilişkili (Yaşam Doyumu

Ölçeği-SWLS) olarak ortaya çıkmış olabileceği dikkate alınmalıdır. Farklılık ve özellikle hangi yöntemin yüksek veya düşük puanlar ürettiği ölçülen nesne veya ölçüm aletine bağlı olarak değişebilir.

Etiket Formatına İlişkin Sonuçlar:

- ***Gürkaynak, Şeyda, Çetin Kalburan & Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Ölçeklerde Kullanılan İki Farklı Etiket Formatının Kıyaslanması: Bütün Etiketleme ve Uçları Etiketleme” 22. Pazarlama Kongresi, 28-30 Eylül 2017, Trabzon, 455-462***

Bütün etiketleme ile sadece uçları etiketleme formatları arasındaki farklılığın incelendiği bu çalışmada elde edilen temel bulgu, her iki formatın istatistiki olarak kıyaslanabilir olduğu yönündedir. Ayrıca ekstrem cevaplama tarzı açısından etiket formatları arasında da anlamlı farklılık tespit edilmiş olup bu fark ciddi bir düzeydedir. Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre her nokta için etiket kullanılan ölçeklerde cevaplayıcıların her iki ucu işaretleme oranı %36 iken, sadece uçlara etiket verilen anket formlarında bu oran %50'ye yükselmektedir.

Dolayısıyla bu araştırmanın bulgularına göre SERVQUAL ölçeğinin kullanıldığı saha çalışmalarında sadece iki uca etiket verilen ölçeklerde ekstrem cevaplama tarzı daha yüksektir. Başka bir ifadeyle sadece uç noktalarda yer alan etiket formatında verilen cevapların, ekstrem cevaplama tarzı açısından kirlenme düzeyleri, her bir noktaya verilen etiket formatına göre daha yüksektir.

Orta Noktanın Kullanılmamasına İlişkin Sonuçlar:

- ***Akbaş, Havva, Çetin Kalburan, Selçuk Burak Haşiloğlu (2017) “Is it sufficient to use 4 point scales in order to prevent escape responses?”, 50th Academy of Marketing Conference-2017, 3-6 July 2017, Hull, UK, Proceedings, 81***

Araştırmanın amacı ölçeklerde tarafsız (orta) noktayı kullanmadan kaynaklanan sakıncaların önüne geçmek adına; çift sayılı cevap alternatifli ölçeklerin ve fikrim yok şeklindeki zorlanmamış ölçeklerin birbirleri ile farklılıklarını ve cevaplama tarzlarını incelemektir. Bu amaçla araştırma kapsamında 4, 4+0, 5 ve 5+0 şeklindeki dört farklı cevap alternatifli ölçekler karşılaştırılmıştır. Bu araştırma ile çift cevap alternatifli ölçekler ile orta noktası olan ölçeklerin ortalamaları arasında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgu orta noktayı kaçamak olarak cevaplayanların önüne geçmek için çift cevap alternatifli ölçeklerin kullanılmasının tek başına yeterli olmayacağını bir göstergesidir. Çünkü orta noktayı bir kaçış amaçlı işaretleyen

cevaplayıcılar, orta noktanın olmadığı 4'lü ölçeklerde ortadaki iki cevaptan birini işaretlemektedirler.

Diğer yandan elde edilen bir diğer bulgu ise, 5'li ölçekte "fikrim yok" seçeneğine yer verilmesi, orta noktanın işaretlenme oranında kayda değer bir azalmaya neden olamadığı yönündedir. Ancak orta noktanın olmadığı 4'lü ölçeklerde "fikrim yok" seçeneğine de yer verilmesi durumunda ortadaki her iki cevabın işaretlenme oranının azaldığı tespit edilmiştir. Son olarak, söz konusu ölçekte katılımcı cevaplama tarzı oranı katılımcı olmayan cevaplama tarzı oranına göre daha yüksek olup; 4+fikrim yok tipi ölçeğin katılımcı cevaplama tarzı değeri, diğer ölçeklere göre en yüksektir.

Dolayısıyla ölçeklerde tarafsız (orta) noktanın kullanılmasından kaynaklanan kaçış amaçlı cevapların önüne geçmek adına, sadece çift sayılı cevap alternatifli ölçeklerin kullanılması yeterli olmayacaktır. Yine, orta noktayı fikri olmayanların işaretlemesinin önüne geçmek için fikrim yok şeklindeki zorlanmamış ölçek kullanılması da tek başına yeterli olmayacaktır. Bu nedenle araştırmacıların başta SERVQUAL ölçeği olmak üzere; benzeri araştırmalarda orta noktası olmayan çift cevap alternatifli ölçekler kullanmaları ve bu ölçeğe ek olarak "fikrim yok" şeklinde seçeneklere de yer verilmesi tavsiye edilir.

Cevaplama Tarzı ve Ölçek Noktalarına İlişkin Sonuçlar:

- ***Kalburan, Çetin (2017) "Pazarlama Araştırmalarında Türkiye'nin Cevaplama Eğilimi Profili" Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Genel İşletme Doktora Programı, Doktora Tezi***

Araştırma kapsamında elde edilen ilk sonuç, ölçek nokta sayısına göre cevaplama tarzlarının farklılık gösterdiğidir. Buradaki en belirgin husus ekstrem cevaplama ile ilişkindir. Türkiye genelindeki verilere göre ölçek nokta sayısı arttıkça ECT sistematik olarak düşüş göstermektedir. Ekstrem cevaplama 6 ve 7 noktalı ölçek arasında bir farklılık bulunmamakta, diğer tüm karşılaştırmalarda ise ölçekler arasında farklılık bulunmaktadır. Clarke III (2000: 146) araştırması sonucunda 3 ile 5 noktalı ölçek karşılaştırıldığında 5 noktalı ölçekte ECT'nin önemli ölçüde azaldığını vurgulamıştır. Araştırmalarında nokta sayısı 3, 4 ve 5 olan ölçekleri karşılaştıran Bardakçı vd.'nin (2010) bulguları da nokta sayısı arttıkça ECT'nin azaldığını ortaya koymaktadır. Bu araştırmada elde edilen sonuç Clarke III (2000) ve Bardakçı vd.'nin (2010) bulgularını destekler niteliktedir. Bu düşüşün nedeninin cevap alternatifi olarak sunulan ara değer sayısındaki artış olması muhtemeldir. Çünkü ara değer sayısındaki artışın orta noktanın kullanılmasında da benzer farklılığı ortaya çıkardığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgularına göre 5 ve 7 noktalı ölçekler karşılaştırıldığında, 5 noktalı ölçeğe verilen cevaplarda 7 noktalı ölçeğe göre orta nokta daha fazla işaretlenmektedir.

Coğrafi bölgelerin cevaplama tarzlarına ilişkin sonuçlar ise iki başlık altında incelenebilir. Bunlardan ilki cevaplama tarzlarına göre bölgelerin karşılaştırılmasına ilişkin sonuçlar, ikincisi ise her bir bölgenin kendi içinde ölçek nokta sayısına göre cevaplama tarzlarına ilişkin sonuçları kapsamaktadır.

Coğrafi bölgelerin cevaplama tarzları karşılaştırılarak incelendiğinde elde edilen sonuçlara göre ONCT dışında tüm cevaplama tarzlarında bölgeler birbirinden farklılık göstermektedir. İlk fark ekstrem noktaların kullanımına ilişkindir. Karadeniz ve Marmara bölgelerinde yer alan cevaplayıcılar olumlu yöndeki uç noktaları (EKCT), Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki cevaplayıcılar olumsuz yöndeki uç noktaları (EKOCT) daha fazla işaretlemektedir. Katılımcılık ve katılımcı olmama ayrı ayrı ele alındığında (KCT ve KOCT) ise katılımcı bölgeler sıralamasında Marmara ve Ege bölgelerinin ilk iki sırada yer aldığı, katılımcı olmayan bölgeler sıralamasında ise Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinin ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. Sonuçlar eğitim düzeyi aynı olan bireyler için de benzerlik göstermektedir. Bu sonuçlara göre, Marmara ve Ege bölgelerindeki cevaplayıcıların cevaplama eğilimlerinin daha olumlu cevaplar verme yönünde, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki cevaplayıcıların cevaplama eğilimlerinin daha olumsuz cevaplar verme yönünde olduğu söylenebilir. Literatürde hem farklı ülke karşılaştırmalarında (Zax ve Takahashi, 1967, Chen vd., 1995; Van Herk vd., 2004; Stening ve Everett, 1984) hem de aynı ülkedeki farklı kültürlerin karşılaştırılmalarında (Hui ve Triandis, 1989; Marin vd., 1992; Javeline, 1999; Clarke III., 2000; Davis vd., 2011) cevaplama tarzında kültürler arasında farklılıklar bulunduğu ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır. Literatürde yer alan bulgular ışığında bu çalışmada ortaya çıkan bölgeler arasındaki cevaplama tarzı farklılığına kültürel farklılıkların etki ettiği düşünülebilir.

Bu çalışmada incelenen değişkenlerden birisi de yaşam memnuniyetidir. Yaşam memnuniyetine göre cevaplama tarzı değerleri incelendiğinde yaşam memnuniyeti düşük düzeyde olanların hem olumsuz yöndeki uç noktayı daha fazla işaretlediği (EKOCT) hem de orta noktanın solunda kalan katılımcı olmayan ifadelerle daha fazla yöneldiği (KOCT) ve toplamda daha az katılımcı oldukları (NKCT) sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, bölgelerin cevaplama tarzlarıyla karşılaştırıldığında, bölgeler arasındaki cevaplama tarzı farklılığına yaşam memnuniyetinin de etkisini ortaya koymaktadır. Yaşam memnuniyeti düzeylerine göre cevaplama tarzları değerlerindeki farklılık bölgeler arasındaki farklılıktan çok daha belirgindir. Bu nedenle yaşam memnuniyetinin cevaplama tarzına bölgeler ya da kültürel farklılıktan daha fazla yön verdiği söylenebilir.

Her bir bölgenin kendi içinde ölçek nokta sayısına göre cevaplama tarzlarına ilişkin sonuçlar Türkiye genelindeki ölçek nokta sayısı ve cevaplama tarzı sonuçlarıyla kısmen farklılık göstermektedir. Özellikle, Türkiye genelinde ölçek nokta sayısı arttıkça ECT düşüş

gösterirken, bölgeler tek başlarına ele alınıp incelendiğinde bu eğilimin bölgelere göre farklılaşabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Örnek olarak, Marmara Bölgesi'nde ölçek nokta sayısı arttıkça ECT'deki sistematik düşüş 6 noktalı ölçekle beraber sonlanmakta, 7 ve 10 noktalı ölçekte artış göstermektedir. Bununla beraber 6, 7, 10 noktalı ölçekler ECT açısından 5 noktalı ölçekten istatistiksel olarak bir farklılık ortaya koymamaktadır. Ege Bölgesi'ne ait ECT ise ölçek nokta sayısı arttıkça sistematik olarak düşüş gösterirken 6, 7 ve 10 noktalı ölçekler arasında istatistiksel olarak farklılık bulunmamaktadır. Karadeniz Bölgesi de ECT açısından ölçek nokta sayısı arttıkça sistematik olarak düşüş gösterirken, 4 noktalı ölçeğin yüksek ekstrem cevaplama oranıyla diğer ölçeklerden ayrıldığı diğer ölçeklerin ise kendi aralarında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinde ECT genel olarak ölçek nokta sayısı arttıkça düşüş göstermekle beraber, 7 ve 10 noktalı ölçek arasında bir farklılık bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ise ECT ölçek nokta sayısı arttıkça sistematik olarak düşüş gösterirken, 4 noktalı ölçek en yüksek oranıyla 10 noktalı ölçek ise en düşük oranıyla diğer tüm ölçeklerden farklılık göstermektedir. Bu sonuçlara göre, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin ECT'sinin diğer bölgelerden çok daha belirgin bir şekilde ölçek nokta sayısına duyarlı olduğu söylenebilir.

Cevaplama tarzları araştırılan değişkenlerden birisi de cinsiyettir. Elde edilen sonuçlar erkeklerin kadınlardan daha fazla ekstrem cevaplar verdiğini, erkekler daha fazla uç noktaları işaretlerken kadınların ara değerleri daha fazla işaretlediklerini göstermektedir. Nokta sayısına göre her bir ölçek formu için ayrı ayrı cinsiyete göre cevaplama tarzı değerleri incelendiğinde ise 4, 5 ve 6 noktalı ölçeklerde erkekler kadınlardan daha fazla ekstrem noktaları işaretlerken 7 ve 10 noktalı ölçekte bu farklılığın ortadan kalktığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölçek nokta sayısı arttıkça ara değer sayısındaki artışın cinsiyetler arasındaki farkın ortadan kalkmasına etki ettiği düşünülebilir. Literatürde erkek ve kadın arasında ECT açısından bir farklılık olmadığına ilişkin sonuçlar ağırlıktadır (Light vd., 1965; Bachman ve O'Malley, 1984; Marin vd., 1992; Clarke III.,2000). Farklı bir sonuca ulaşan Crandall (1973) ise kadınların erkeklerden daha fazla pozitif yönlü uç noktayı işaretlediklerini, negatif yönlü uç noktayı işaretlemede ise erkek ve kadınlar arasında bir farklılık olmadığını ortaya koymuştur. ECT bağlamında bu araştırmanın cinsiyete ilişkin sonuçları, 7 ve 10 noktalı ölçek dışında literatürdeki araştırmalarla farklılık göstermektedir. Cinsiyete ilişkin elde edilen bir diğer sonuç orta noktanın kullanımı ile ilgilidir. 5 noktalı ölçek kullanıldığında kadınlar erkelerden daha fazla orta noktayı işaretlemişlerdir.

Yaşa göre cevaplama tarzları incelendiğinde 50 yaş ve üstü bireylerin hem olumlu yönde hem de olumsuz yönde uç noktaları daha fazla işaretledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuç literatürde yer alan çalışmalar ile (Greenleaf, 1992; Meisenberg ve Williams, 2008; Kieruj ve Moors, 2013; Jamieson ve Spotts, 2015) örtüşmektedir. Katılımcılık ile ilgili puanlar incelendiğinde ise 50 yaş ve üstü grubun daha katılımcı olduğu ve özellikle 20 yaş ve

altında kalan bireylerin daha az katılımcı özellik göstererek diğer yaş gruplarından ayrıldığı tespit edilmiştir. Bu sonuç Meisenberg ve Williams (2008) ile Vigil-Colet vd.'nin (2013) araştırma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Orta noktayı işaretleme açısından yaş grupları arasında bir farklılığa rastlanmazken, soruların cevaplanmama oranı yaş arttıkça artmaktadır.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç, cevaplama tarzlarının tamamının eğitim düzeyine göre farklılık göstermesidir. Eğitim seviyesi düştükçe hem olumlu yönde yer alan uç noktayı işaretleme (EKCT) hem de olumsuz yönde yer alan uç noktayı işaretleme (EKOCT) oranı artmaktadır. Diğer bir ifadeyle, eğitim seviyesi azaldıkça ekstrem cevaplama artış göstermektedir. Ulaşılan bu sonuç Meisenberg ve Williams'ın (2008) seksen ülkede gerçekleştirilmiş anket verilerinden elde etmiş olduğu ECT bulgularını destekler niteliktedir. Marin vd. 'nin (1992) araştırmalarında da daha az eğitim seviyesine sahip olanların (12 yıldan az örgün eğitim almış olanlar), daha fazla eğitim almış olanlara göre ekstrem cevaplama eğilimlerinin yüksek olduğu sonucu yer almaktadır. Marin vd.'nin (1992) ulaştığı bulgular da araştırma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Eğitim düzeyi ve cevaplama tarzına ilişkin diğer bulgular ise eğitim seviyesi arttıkça katılımcılığın arttığını, orta noktanın daha fazla işaretlendiğini ve cevaplanmayan soru madde sayısı oranının düştüğünü ortaya koymaktadır. Elde edilen bu sonuçlar nokta sayısına göre her bir ölçek formu için geçerlilik göstermektedir. Eğitim seviyesi arttıkça katılımcılığın artmakta olduğuna ilişkin bulgular Rammstedt ve Farmer (2013) ve Meisenberg ve Williams'ın (2008) araştırma sonuçlarıyla çelişmektedir. Bu araştırmalarda elde edilen sonuç eğitim ve KCT arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu şeklindedir. Ancak Meisenberg ve Williams (2008) KCT'nin az gelişmiş ve yüksek düzeyde yolsuzluk olan ülkelerde daha yaygın olduğunu vurgulamışlardır.

Bu çalışmada araştırılan bir diğer değişken ise cevaplama kalitesidir. Cevaplama kalitesine göre gerçekleştirilen analizlerden elde edilen sonuçlar cevaplama tarzlarına, demografik ve coğrafi faktörlere göre olmak üzere üç başlık altında özetlenebilir.

Cevaplama tarzına ilişkin sonuçlar, cevaplama kalitesi düşük bireylerin ölçeğin uç noktalarını daha fazla işaretleme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Diğer bir sonuca göre, cevaplama kalitesi düşük bireyler daha az katılımcı özellik göstermekte ve daha fazla cevapsız soru maddesi bırakmaktadırlar.

Orta noktanın kullanımına ilişkin sonuçlar ise iki farklı yönde ele alınabilir. Bunlardan ilki cevaplama kalitesi yükseldikçe orta noktanın daha fazla kullanıldığını göstermektedir. Ancak bir diğer sonuç da cevaplama kalitesi tanımlanamayan grubun çok daha fazla orta noktayı işaretlediğini ortaya koymaktadır. Elde edilen bu iki sonuca göre, orta noktanın bir yandan cevaplama

kalitesi yüksek olan bireyler tarafından bir yandan da orta noktayı rastgele işaretleyen ya da bir kaçış noktası olarak kullanan bireyler tarafından tercih edildiği söylenebilir.

Eğitim düzeyi açısından cevaplama kalitesi incelendiğinde ise eğitim düzeyi arttıkça cevaplama kalitesinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç “eğitim-cevaplama tarzları” ve “cevaplama kalitesi-cevaplama tarzları”na ilişkin sonuçlarla örtüşmektedir. Araştırılan tüm ölçeklerde 40 yaş ve üzerindeki bireylerde cevaplama kalitesinde düşüş görülmesi elde edilen bir diğer sonuçtur.

Cevaplama kalitesi coğrafi bölgelere göre karşılaştırıldığında bölgeler arasında farklılık olduğu saptanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre cevaplama kalitesi en düşük bölgeler Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri olup bu iki bölge özellikle Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgeleriyle farklılık göstermektedir. Coğrafi bölgelerin ölçek nokta sayısına göre cevaplama kalitesi kendi içerisinde incelendiğinde ise İç Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri dışında cevaplama kalitesi ölçek nokta sayısına göre farklılık göstermemektedir. İç Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde ise cevaplama kalitesinin en düşük olduğu ölçeğin 4 noktalı ölçek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ölçek Nokta Sayısını Kıyaslayan ASCI Modeline İlişkin Sonuçlar :

- ***Kalburan, Çetin (2017) “Pazarlama Araştırmalarında Türkiye’nin Cevaplama Eğilimi Profili” Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Genel İşletme Doktora Programı, Doktora Tezi***
- ***Kalburan, Çetin, Selçuk Burak Haşiloğlu, Ahmet Bardakcı (2018 bekleniyor) “Does a difference in the number of response categories change the results for ACSI in the mobile phone sector?”, hakem değerlendirme sürecinde***

Nokta sayısına göre ölçeklerde yer alan yol katsayılarının karşılaştırılması amacıyla her bir ölçek için parçalı en küçük kareler yöntemi ile modeller test edilmiş ve tüm modellerin ayırt edici geçerliği sağladığı varsayılmıştır. Güvenirliğe ilişkin elde edilen sonuç, ölçek nokta sayısı arttıkça sistematik bir artışın ortaya çıktığı ancak değerlerin birbirinden uzak olmadığıdır. Ölçek nokta sayısı arttıkça güvenirliliğin sistematik artışını ortaya koyan bu bulgu, 7 ve 11 noktalı ölçeği karşılaştıran Alwin (1997) ile 5, 7 ve 11 noktalı ölçekleri karşılaştıran Doğan vd.’nin (2017) araştırma sonuçlarını desteklemektedir. Modeller karşılaştırıldığında ise yol katsayılarının neredeyse tamamının aynı yönde, istatistiksel olarak anlamlılıklarının her bir yol için benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yol katsayılarında ölçek nokta sayısına göre sistematik bir artış ya da düşüş yoktur. Ayrıca ölçeklerden hiçbiri tüm yol katsayılarında en yüksek ya da en düşük değere sahip değildir.

Sonuç olarak,

- Bu proje öncelikle cevaplama tarzına etki eden en önemli unsurların eğitim ve yaşam memnuniyeti olduğunu ortaya koymaktadır. Yine bu proje ile, cevaplama kalitesi düşük olan bireylerin daha fazla KOECT ve ECT'ye sahip olduğu ve KOCT'ye daha fazla yöneldiği tespit edilmiştir. Doğal olarak bu yaklaşımın tersi de kabul edilebilir. Yani bir araştırmada KCT'nin yüksek olması o araştırmaya katılan cevaplayıcıların cevaplama kalitelerinin yüksek olduğunu işaret edebilir. Dolayısıyla cevaplama tarzları, ideal ölçek nokta sayısını tahmin etmenin yanında mevcut araştırma bulgularının yorumlanmasına da yardımcı olmaktadır. Örneğin iPhone marka cep telefonunu kullanan cevaplayıcılar arasında, doğuda yaşayanlar batıda yaşayanlara göre daha fazla KOCT eğilimi göstermektedirler. Bu durumda, aynı markaya ait müşteri memnuniyeti araştırmalarının ortalamasının doğuda düşük çıkması beklenir. Bu beklentinin nedenin, doğuda ürüne ait verilen düşük kaliteli hizmetten değil, yaşam memnuniyetinin etkilediği cevaplama tarzından kaynaklandığı söylenebilir. Bu nedenle araştırmacılar, özellikle memnuniyete yönelik yapmış oldukları çalışmalarının bulgularını yorumlarken cevaplama tarzına bağlı proje sonuçlarını dikkate almaları önerilir.
- İdeal ölçek nokta sayısına ilişkin bulgular ise literatürdeki sonuçlarla benzer şekilde birçok değişkene göre farklılık göstermektedir. Ortalamalar ve güvenilirlik açısından ölçekler arasında önemli bir fark çıkmamıştır. Ancak genel olarak ideal bir nokta sayısı belirlenmesi gerekirse; 4 noktalı ölçeğin en fazla sorun taşıyan ölçek olması, orta noktanın kaçış noktası olarak kullanılması, ölçek nokta sayısı arttıkça cevaplanmayan madde sayısının artması gibi nedenlerden dolayı, genel saha çalışmalarında 6 noktalı ölçeğin fikrim yok seçeneği ile birlikte kullanılması önerilebilir.
- Diğer yandan, sürekli ölçek çalışması gibi proje kapsamı dışında kalan, ancak proje konusu ile ilintili analizler ve çalışmalar hali hazırda devam etmektedir. Gerek mevcut, gerekse gelecekteki çalışmalara ait güncel bilgiler, pazarlama uygulayıcı ve araştırmacılarına yol gösterici olması amacıyla <http://www.surveyinturkey.com> adresinde yayınlanmaktadır. Böylelikle tüm güncel araştırma sonuçları uygulayıcılara daha hızlı ulaştırılmış ve yaygınlaştırılmış olacaktır. Yine bu sayede farklı araştırma bulgularının cevaplama tarzlarına bağlı nedenlerinin sorgulanması ve demografik/coğrafik faktörlere göre "Nasıl bir anket?"in cevabına ulaşılması, etkileşimli olarak sunulmuş olacaktır.

KAYNAKLAR

- Adler, M. G., & Fagley, N. S. (2005). "Appreciation: Individual differences in finding value and meaning as a unique predictor of subjective well-being", *Journal of Personality*, 73, 79-114.
- Alwin, D. F. (1992). "Information Transmission in The Survey Interview: Number of Response Categories and the Reliability of Attitude Measurement", *Sociological Methodology*, 22, 83-118.
- Alwin, D. F. (1997). "Feeling Thermometers vs. Seven-point Scales - Which are Better?", *Sociological Methods & Research*, 25(3), 318-340.
- Bachman, J. G., & O'Malley, P. M. (1984). "Yea-Saying, Nay-Saying, and Going to Extremes: Black-White Differences in Response Styles", *Public Opinion Quarterly*, 48(2), 491-509.
- Bardakçı, A. (2009). "Pazarlama Araştırmalarında Kullanılan Tutum Ölçeklerindeki Cevap Alternatifi Sayısına İlişkin Bir Literatür Taraması", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2009(4), 7-20.
- Bardakçı, A., Haşiloğlu, S. B., & Balce, A. O. (2015). "Ölçek Orta Noktası Bitaraf Cevaplar İçin mi Yoksa Bihaber Cevaplar İçin mi Kullanılmaktadır?", *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 8(16), 87-97.
- Bardakçı, A., Koçoğlu, D., & Haşiloğlu, S. B. (2010). "Pazarlama Alanında Yapılan Araştırmalarda Elde Edilen Aritmetik Ortalama Ölçek Orta Noktasına Eşit midir?", *Sosyoekonomi*, 11(11), 97-111.
- Baumgartner, H., & Steenkamp, Jan-Benedict E. M. (2001). "Response Styles in Marketing Research: A Cross-National Investigation", *Journal of Marketing Research*, 38(2), 143-156.
- Bem, S. L., Martyna, W. & Watson, C. (1976). Sex Typing and Androgyny: Further Explorations of The Expressive Domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 1016-1023.
- Bendig, A. W. (1953). "The Reliability of Self-Ratings as a Function of the Amount of Verbal Anchoring and of the Number of Categories", *The Journal of Applied Psychology*, 37(1), 38-41.
- Bentler, P. M., Jackson, D. M., & Messick, S. (1971). "Identification of Content and Style: A Two-Dimensional Interpretation of Acquiescence", *Psychological Bulletin*, 76(3), 186-204.
- Billiet, J. B., & Davidov, E. (2008). "Testing the Stability of an Acquiescence Style Factor behind Two Interrelated Substantive Variables in a Panel Design", *Sociological Methods & Research*, 36(4), 542-562.
- Birkett, N. J. (1986). "Selecting the number of response categories for a Likert-type scale", *In: Proceedings of the American Statistical Association*, 488-492.
- Bolt, D. M., & Newton, J. R. (2011). "Multiscale Measurement of Extreme Response Style", *Educational and Psychological Measurement*, 71(5), 814-833.
- Broen, W. E. Jr., & Wirt, R. D. (1958). "Varieties in Response Sets", *Journal of Consulting Psychology*, 22(3), 237-240.
- Burns, A. C., & Bush, R. F. (2015). *Pazarlama Araştırması*, (çev. ed.: Fatma Demirci Orel), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

- Chang, L. (1994). "A Psychometric Evaluation of 4-Point And 6-Point Likert-Type Scales In Relation to Reliability and Validity", *Applied Psychological Measurement*, 18(3), 205-215.
- Chen, C., Lee, S-Y., & Stevenson, H. W. (1995). "Response Style and Cross-Cultural Comparisons on Rating Scales among East Asian and North American Students", *American Psychological Society*, 6(3), 170-175.
- Christensen, L. B., Johnson, R. B., & Turner, L. A. (2015). *Araştırma Yöntemleri - Desen ve Analiz*, (çev. ed.: Ahmet Aypay), Anı Yayıncılık, Ankara.
- Chun, K. T., Campbell, J. B., & Yoo, J. H. (1974). "Extreme Response Style In Cross-Cultural Research A Reminder", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 5(4), 465-480.
- Clarke III, I. (2000) "Extreme Response Style in Cross-cultural Research: An Empirical Investigation", *Journal of Social Behavior and Personality*, 15(1), 137-152.
- Couch, A., & Keniston, K. (1960). "Yeasayers and Naysayers: Agreeing Response Set As a Personality Variable", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 60(2), 151-174.
- Cowen, E. L. (1961). "The Social Desirability of Trait Descriptive Terms: Preliminary Norms and Sex Differences", *The Journal of Social Psychology*, 53, 225-233.
- Cox, E. P. III. (1980). "The Optimal Number of Response Alternatives", *Journal of Marketing Research*, 17(4), 407-422.
- Crandall, J. E. (1973). "Sex Differences in Extreme Response Style: Differences in Frequency of Use of Extreme Positive and Negative Ratings", *The Journal of Social Psychology*, 89(2), 281-293.
- Cronbach, L. J. (1942). "Studies of Acquiescence as a Factor in the True-False Test", *Journal of Educational Psychology*, 33(6), 401-415.
- Cronbach, L. J. (1946). "Response Sets and Test Validity", *Educational and Psychological Measurement*, 6, 475-494.
- Culpepper, R. A., & Zimmerman, R. A. (2006). "Culture-Based Extreme Response Bias in Surveys Employing Variable Response Items: An Investigation of Response Tendency among Hispanic-Americans", *Journal of International Business Research*. 5(2), 75-83.
- Dalton, D., & Ortegren, M. (2011). "Gender Differences in Ethics Research: The Importance of Controlling for the Social Desirability Response Bias", *Journal of Business Ethics*, 103(1), 73-93.
- Damarin, F., & Messick, S. (1965). "Response Styles as Personality Variables: A Theoretical Integration of Multivariate Research", *ETS Research Bulletin Series*, 1, i-116.
- Davis, R. E., Resnicow, K., & Couper, M. P. (2011). "Survey Response Styles, Acculturation, and Culture among a Sample of Mexican American Adults", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(7), 1219-1236.
- Dawes, J. (2008). "Do Data Characteristics Change According to the Number of Scale Points Used? An Experiment Using 5-point, 7-point and 10-point Scales", *International Journal of Market Research*, 50(1), 61-77.
- De Jong, M. G., Steenkamp J. E. M., Fox, J. P., & Baumgartner, H. (2008). "Using Item Response Theory to Measure Extreme Response Style in Marketing Research: A Global Investigation", *Journal of Marketing Research*, 45(1), 104-115.
- DeVellis, R. F. (2014). *Ölçek Geliştirme – Kuram ve Uygulamalar*, (çev. ed.: Tarık Totan), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

- Diamantopoulos, A., Reynolds, N. L., & Simintiras, A. C. (2006). "The Impact of Response Styles on the Stability of Cross-National Comparisons", *Journal of Business Research*, 59(8), 925-935.
- Diener, E. (2000). "Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index", *American Psychologist*, 55, 34-43.
- Doğan, V., Özkara, B. Y., Yılmaz, C., & Torlak, Ö. (2017). "Katılım Düzeyi Seçenek Sayısının İncelenmesi: Optimal Katılım Düzeyi Seçenek Sayısına İlişkin Bir Çıkarım", *Journal of Business Research Turk*, 9(1), 464-484.
- Edwards, A. L., & Walker, J. N. (1961). "Social Desirability and Agreement Response Set", *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(1), 180-183.
- Ellingson, J. E., Sackett, P. R., & Hough, L. M. (1999). "Social Desirability Corrections in Personality Measurement: Issues of Applicant Comparison and Construct Validity", *Journal of Applied Psychology*, 84(2), 155-166.
- Fernandes, M. F. & Randall, D. M. (1992). "The Nature of Social Desirability Response Effects in Ethics Research", *Business Ethics Quarterly*, 2(2), 183-205.
- Fisher, R. J. (1993). "Social Desirability Bias and the Validity of Indirect Questioning", *Journal of Consumer Research*, 20(2), 303-315.
- Ford, Jr. L. H., & Meisels, M. (1965). "Social Desirability and the Semantic Differential", *Educational and Psychological Measurement*, 25(2), 465-475.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings", *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- Foster, R. J., & Grigg, A. E. (1963). "Acquiescent Response Set As a Measure of Acquiescence: Further Evidence", *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(1), 304-306.
- Friedman, H. H., & Amoo, T. (1999). "Rating the Rating Scales", *The Journal of Marketing Management*, 9(3), 114-123.
- Friedman, H. H., & Friedman, L. W. (1986). "On the Danger of Using too few Points in a Rating Scale: A Test of Validity", *Journal of Data Collection*, 26(2), 60-63.
- Ganster, D. C., Hennessey, H. W., & Luthans, F. (1983). "Social Desirability Response Effects: Three Alternative Models", *Academy of Management Journal*, 26(2), 321-331.
- Gibbons, J. L., Zellner, J. A., & Rudek, D. J. (1999). "Effects of Language and Meaningfulness on the Use of Extreme Response Style by Spanish-English Bilinguals", *Cross-Cultural Research*, 33(4), 369-381.
- Greenleaf, E. A. (1992). "Measuring Extreme Response Style", *Public Opinion Quarterly*, 56(3), 328-351.
- Hamilton, D. L. (1968). "Personality Attributes Associated with Extreme Response Style", *Psychological Bulletin*, 69(3), 192-203.
- Hawkins, D. I., Albaum, G., & Best, R. (1974). "Stapel Scale or Semantic Differential in Marketing Research?", *Journal of Marketing Research*, 11(3), 318-322.
- Heine, S. J., & Lehman, D. R. (1995). "Social Desirability among Canadian and Japanese Students", *The Journal of Social Psychology*, 135(6), 777-779.

- Holtgraves, T. (2004). "Social Desirability and Self-Reports: Testing Models of Socially Desirable Responding", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(2), 161-172.
- Hughes, G. D. (1969). "Some Confounding Effects of Forced-Choice Scales", *Journal of Marketing Research*, 6(2), 223-226.
- Hui, C. H., & Triandis, H. C. (1985). "The Instability of Response Sets", *Public Opinion Quarterly*, 49(2), 253-260.
- Hui, C. H., & Triandis, H. C. (1989). "Effects of Culture and Response Format on Extreme Response Style", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 20(3), 296-309.
- Jacoby, J., & Matell, M. S. (1971). "Three-Point Scales Are Good Enough", *Journal of Marketing Research*, 8(4), 495-500.
- Jamieson L.F., & Spotts H. (2015) "A Comparison of Extreme Response Style and Bias between Elderly and Nonelderly Respondents", *In: King R. (eds) Proceedings of the 1991 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham.
- Javeline, D. (1999). "Response Effects in Polite Cultures: A Test of Acquiescence in Kazakhstan", *The Public Opinion Quarterly*, 63(1), 1-28.
- Johns, R. (2005) "One Size Doesn't Fit All: Selecting Response Scales for Attitude Items", *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 15(2), 237-264.
- Johnson T., Kulesa, P., Cho, Y. I., & Shavitt, S. (2005). "The Relation between Culture and Response Styles Evidence from 19 Countries", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36(2), 264-277.
- Joinson, A. (1999). "Social Desirability, Anonymity, and Internet-Based Questionnaires", *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 31(3), 433-438.
- Jordan, L. A., Marcus, A. C., & Reeder, L. G. (1980). "Response Styles in Telephone and Household Interviewing: A Field Experiment", *Public Opinion Quarterly*, 44(2), 210-222.
- Kieruj, N. D., & Moors, G. (2013). "Response Style Behavior: Question Format Dependent or Personal Style?", *Quality & Quantity*, 47(1), 193-211.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*, Revised Second Edition, New Age International Publishers, New Delhi.
- Kulas, J. T., & Stachowski, A. A. (2009). "Middle Category Endorsement in Odd-Numbered Likert Response Scales: Associated Item Characteristics, Cognitive Demands, and Preferred Meanings", *Journal of Research in Personality*, 43(3), 489-493.
- Lange, F., & Söderlund, M. (2004). Response Formats in Questionnaires: Itemized Rating Scales Versus Continuous Rating Scales, *SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration*, No. 2004:13, 1-16.
- Lazarus, R. S., & Lazarus, B. N., (1994). *Passion and Reason: Making Sense Of Our Emotions*, Oxford University Press, New York.
- Lehmann, D. R., & Hulbert, J. (1972). "Are Three-Point Scales Always Good Enough?", *Journal of Marketing Research*, 9(4), 444-446.
- Lentz, T. F. (1938). "Acquiescence as a Factor in the Measurement of Personality", *Psychological Bulletin*, 35(9), 659.
- Leung, S-O. (2011). "A Comparison of Psychometric Properties and Normality in 4-, 5-, 6-, and 11-Point Likert Scales", *Journal of Social Service Research*, 37(4), 412-421.

- Light, C. S., Zax, M., & Gardiner, D. H. (1965). "Relationship of Age, Sex, and Intelligence Level to Extreme Response Style", *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(6), 907-909.
- Littrell, R. (1971). "Effects of Extreme Response Style and Stimulus Word Attributes on Free Association", *ERIC*, 1-14.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach*, Third European ed., Harlow: Prentice Hall.
- Marin, G., Gamba, R. J., & Marin, B. V. (1992). "Extreme Response Style and Acquiescence Among Hispanics: The Role of Acculturation and Education", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 23(4), 498-509.
- Marlowe, D., & Crowne, D. P. (1961). "Social Desirability and Response to Perceived Situational Demands", *Journal of Consulting Psychology*, 25(2), 109-115.
- Martilla, J. A., & Carvey, D. W. (1975). "Four Subtle Sins in Marketing Research", *Journal of Marketing*, 39(1), 8-15.
- Mayer, John D.; Salovey, Peter; Gomberg-Kaufman, Susan; Blainey, Kathleen, (1991). "A broader conception of mood experience", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 60(1), 100-111.
- McCullough, Michael E., Robert A. Emmons ve Jo-Ann Tsang (2002), "The Grateful Disposition: A Conceptual and Empirical Topography," *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 112–27.
- McGee, R. K. (1962). "The Relationship between Response Style and Personality Variables. I. The Measurements of Response Acquiescence", *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 64(3), 229-233.
- Meisenberg, G., & Williams, A. (2008). "Are Acquiescent and Extreme Response Styles Related To Low Intelligence and Education?", *Personality and Individual Differences*, 44(7), 1539-1550.
- Merrens, M. R. (1971). "Personality Correlates Of Extreme Response Style: A Function of Method of Assessment", *The Journal of Social Psychology*, 85(2), 313-314.
- Nadler, J. T., Weston, R., & Voyles, E. C. (2015). "Stuck in the Middle: The Use and Interpretation of Mid-Points in Items on Questionnaires", *The Journal of General Psychology*, 142(2), 71-89.
- Naemi, B. D., Beal, D. J., & Payne, S. C. (2009). "Personality Predictors of Extreme Response Style", *Journal of Personality*, 77(1), 261-286.
- Norman, R. P. (1969). "Extreme Response Tendency as a Function of Emotional Adjustment and Stimulus Ambiguity", *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33(4), 406-410.
- O'Neill, H. W. (1967). "Response Style Influence in Public Opinion Surveys", *The Public Opinion Quarterly*, 31(1), 95-102.
- Ortony, A., Clore, G. L. & Collins, A. (1988). *The Cognitive Structure of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parsonson, B. S. (1969). "Extreme Response Tendencies on a Semantic Differential", *Psychological Reports*, 24(2), 571-574.
- Paulhus, D. L. (2002). "Socially Desirable Responding: The Evolution of a Construct", In H. I. Braun & D. N. Jackson (Eds.), *The Role of Constructs in Psychological and Educational Measurement* (49–69). Mahwah, NJ: Erlbaum.

- Pavot, W., & Diener, E. (1993). "Review of the Satisfaction With Life Scale", *Psychological Assessment*, 5(2), 164-172.
- Rammstedt, B., & Farmer, R. F. (2013). "The Impact of Acquiescence on the Evaluation of Personality Structure", *Psychological Assessment*, 25(4), 1137-1145.
- Randall, D. M., & Fernandes, M. F. (1991). "The Social Desirability Response Bias in Ethics Research", *Journal of Business Ethics*, 10(11), 805-817.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Criteria for Scale Selection and Evaluation. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (1-15). San Diego, CA: Academic Press.
- Rorer, L. G. (1965). "The Great Response-Style Myth", *Psychological Bulletin*, 63(3), 129-156.
- Ross, C. E., & Mirowsky, J. (1984). "Socially-Desirable Response and Acquiescence in a Cross-Cultural Survey of Mental Health", *Journal of Health and Social Behavior*, 25(2), 189-197.
- Rundquist, E. A. (1966). "Item and Response Characteristics in Attitude and Personality Measurement: A Reaction to L. G. Rorer's "The Great Response-Style Myth." *Psychological Bulletin*, 1966, 66(3), 166-177.
- Shulruf, B., Hattie, J., & Dixon, R. (2011). "Intertwinement of Individualist and Collectivist Attributes and Response Sets", *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, 5(1), 51-65.
- Sin, N. L., & Lyubomirsky, S. (2009). "Enhancing well-being and alleviating depressive symptoms with positive psychology interventions: A practice-friendly metaanalysis", *Journal of Clinical Psychology*, 65, 467-487.
- Stening, B. W., & Everett, J. E. (1984). "Response Styles in A Cross-cultural Managerial Study", *The Journal of Social Psychology*, 122(2), 151-156.
- Stevens, S. S. (1946). "On The Theory of Scales of Measurement", *Science*, 103(No: 2684), 677-680.
- Van Herk, H., Poortinga, Y. H., & Verhallen, T. M. M. (2004). "Response Styles in Rating Scales: Evidence of Method Bias in Data from 6 EU Countries", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35(3), 346-360.
- Van Ijzendoorn, M. H. (1984). "Answers without Questions: A Note on Response Style in Questionnaires", *Perceptual and Motor Skills*, 59(3), 827-831.
- Van Vaerenbergh, Y., & Thomas, T. D. (2013). "Response Styles in Survey Research: A Literature Review of Antecedents, Consequences, and Remedies", *International Journal of Public Opinion Research*, 25(2), 195-217.
- Veenhoven, Ruut (1996), "Happy Life-Expectancy—A Comprehensive Measure of Quality-of-Life in Nations", *Social Indicators Research*, Vol: 39, 1-58.
- Velez, P., & Ashworth, S. D. (2007). "The Impact of Item Readability on the Endorsement of the Midpoint Response in Surveys", *Survey Research Methods*, 1(2), 69-74.
- Vigil-Colet, A., Morales-Vives, F., & Lorenzo-Seva, U. (2013). "How Social Desirability and Acquiescence Affect the Age-Personality Relationship", *Psicothema*, 25(3), 342-348.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). "Gratitude and happiness: Development of a measure of gratitude, and relationships with subjective wellbeing", *Social Behavior and Personality*, 31, 431-451.
- Weathers, D., Sharma, S., & Niedrich, R. W. (2005). "The Impact of the Number of Scale Points, Dispositional Factors, and the Status Quo Decision Heuristic on Scale

- Reliability and Response Accuracy”, *Journal of Business Research*, 58(11), 1516-1524.
- Weiner, B. (1985). “An Attributional Theory of Achievement Motivation and Emotion”, *Psychological Review*, 92/ 4, 548-573.
- Wilkinson, A. E. (1970). “Relationship between Measures of Intellectual Functioning and Extreme Response Style”, *The Journal of Social Psychology*, 81(2), 271-272.
- Winkler, J. D., Kanouse, D. E., & Ware, Jr. J. E. (1982). “Controlling For Acquiescence Response Set in Scale Development”, *Journal of Applied Psychology*, 67(5), 555-561.
- Worthy, M. (1969). “Note on Scoring Midpoint Responses in Extreme Response-Style Scores”, *Psychological Reports*, 24(1), 189-190.
- Zax, M., & Takahashi, S. (1967). “Cultural Influences on Response Style: Comparisons of Japanese and American College Students”, *The Journal of Social Psychology*, 71(1), 3-10.
- Zax, M., Gardiner, D. H., & Lowy, D. G. (1964). “Extreme Response Tendency as a Function of Emotional Adjustment”, *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69(6), 654-657.
- Zuckerman, M. (1959). “Reversed Scales to Control Acquiescence Response Set in the Parental Attitude Research Instrument”, *Child Development*, 30(4), 523-532.

EKLER

Ek-1. GRUP-1 Anket Formları

(ÖN YÜZ)
ANKET FORMU-I

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan bu anket formu, pazarlama araştırmalarının yöntemsel açıdan incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu satın almadan önceki beklentilerinizi göz önüne alarak aşağıdaki soruları yanıtlayınız

1. Cep telefonumu satın almadan önce kalitesinden genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
2. Cep telefonumu satın almadan önce gereksinimlerimin tamamını karşılamasını bekliyordum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
3. Cep telefonumu satın almadan önce markasının güvenilir olduğuna dair genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum

Lütfen aşağıdaki soruları şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu göz önüne alarak yanıtlayınız.

4. Genel olarak değerlendirdiğimde cep telefonunun kaliteli olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
5. Cep telefonum kişisel gereksinimlerimin tamamını karşıladı.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
6. Cep telefonunun markasının güvenilir olduğuna eminim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
7. Cep telefonunun kalitesi ödediğim parayı hak ediyor.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
8. Cep telefonunun fiyatının uygun olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
9. Kullandığım cep telefonumdan genel olarak memnunuzum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
10. Cep telefonum beklentilerimi karşılamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
11. Cep telefonum idealimdeki cep telefonuna yakındır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
12. Cep telefonunun performansından çok şikâyetçiyim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
13. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam yine aynı markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
14. Aynı özelliklere sahip başka bir marka cep telefonu daha düşük fiyata satılsa dahi yeni telefon alırken şu an kullandığım markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum
15. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam kullandığım markanın fiyatı aynı özellikteki diğer markalara oranla yüksek ise ucuz olan markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	Tamamen Katlıyorum

- ◆ Yaş: _____ ◆ Cinsiyet: ()K ()E ◆ Medeni durum: ()Bekâr ()Evli ◆ Öğrenci mi?: ()Evet ()Hayır
 ◆ Öğrenim durumu (öğrenci ise mevcut durumu):
 ()Okuryazar ()İlkokul ()Ortaokul ()Lise ()ÖnLisans-2 yıl ()Lisans-4 yıl ()Yük. Lisans ()Doktora
 ◆ Ailenizin toplam aylık geliri (Yaklaşık olarak yazabilirsiniz): _____
 ◆ Kullandığınız Cep telefonunun markası nedir? _____
 ◆ Kullandığınız GSM operatörü hangisidir? ()Turkcell ()Türk Telekom/Avea ()Vodafone ()Diğer _____

ANKETÖR TARAFINDAN DOLDURULACAKTIR

Ank.Kod.: _____ Tarih: _____ Yer: _____
 Uyg. Şekli: ()Masada ()Ayakta ()Bankta Yorum: (1) (2) (3) ()

(A)

(ARKA YÜZ)

ANKET FORMU-II

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan ikinci anket formu, birinci anketle benzer nitelitedir. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olmasi gereken cevabi aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabi işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Müşterisi olduğum GSM operatörü şirketi modern ekipmanlara sahiptir.	1	2	3	4
2. Müşterisi olduğum GSM operatörü güvenilir bir şirkettir.	1	2	3	4
3. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli hızlı hizmet sunar.	1	2	3	4
4. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli kibardır.	1	2	3	4
5. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli her müşteri ile tek tek ilgilenmez.	1	2	3	4

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
6. Hayatım birçok yönden ideale yakındır.	1	2	3	4	5
7. Hayat koşullarım çok iyidir.	1	2	3	4	5
8. Hayatımdan memnunum.	1	2	3	4	5
9. Şimdiye kadar, hayatımda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	1	2	3	4	5
10. Eğer hayata bir daha gelseydim hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.	1	2	3	4	5

Kendinizin nasıl bir kişiliğe sahip olduğunuzu düşünüyorsunuz? Size verilen sıfatlara katılma derecenize göre işaretleyin..

ÖRNEK
+2
+1
hızlı
-1
-2

11	+2 +1 samimi -1 -2	12	+2 +1 nazik -1 -2	13	+2 +1 sevecen -1 -2	14	+2 +1 sempatik -1 -2	15	+2 +1 duyarlı -1 -2	16	+2 +1 merhametli -1 -2
----	--------------------------------	----	-------------------------------	----	---------------------------------	----	----------------------------------	----	---------------------------------	----	------------------------------------

17	+2 +1 lider -1 -2	18	+2 +1 güçlü kişilik -1 -2	19	+2 +1 yönlendiren -1 -2	20	+2 +1 aktif -1 -2	21	+2 +1 empoze eden -1 -2	22	+2 +1 kararlı -1 -2
----	-------------------------------	----	---------------------------------------	----	-------------------------------------	----	-------------------------------	----	-------------------------------------	----	---------------------------------

Ek-2. GRUP-2 Anket Formları

(ÖN YÜZ)

ANKET FORMU-I

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan bu anket formu, pazarlama araştırmalarının yöntemsel açıdan incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu satın almadan önceki beklentilerinizi göz önüne alarak aşağıdaki soruları yanıtlayınız

1. Cep telefonumu satın almadan önce kalitesinden genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
2. Cep telefonumu satın almadan önce gereksinimlerimin tamamını karşılamasını bekliyordum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
3. Cep telefonumu satın almadan önce markasının güvenilir olduğuna dair genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum

Lütfen aşağıdaki soruları şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu göz önüne alarak yanıtlayınız.

4. Genel olarak değerlendirdiğimde cep telefonunun kaliteli olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
5. Cep telefonum kişisel gereksinimlerimin tamamını karşıladı.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
6. Cep telefonunun markasının güvenilir olduğuna eminim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
7. Cep telefonunun kalitesi ödediğim parayı hak ediyor.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
8. Cep telefonunun fiyatının uygun olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
9. Kullandığım cep telefonumdan genel olarak memnunuzum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
10. Cep telefonum beklentilerimi karşılamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
11. Cep telefonum idealimdeki cep telefonuna yakındır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
12. Cep telefonunun performansından çok şikâyetçiyim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
13. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam yine aynı markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
14. Aynı özelliklere sahip başka bir marka cep telefonu daha düşük fiyata satılsa dahi yeni telefon alırken şu an kullandığım markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
15. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam kullandığım markanın fiyatı aynı özellikteki diğer markalara oranla yüksek ise ucuz olan markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum

- ◆ Yaş: _____ ◆ Cinsiyet: ()K ()E ◆ Medeni durum: ()Bekâr ()Evli ◆ Öğrenci mi?: ()Evet ()Hayır
 ◆ Öğrenim durumu (öğrenci ise mevcut durumu):
 ()Okuryazar ()İlkokul ()Ortaokul ()Lise ()ÖnLisans-2 yıl ()Lisans-4 yıl ()Yük. Lisans ()Doktora
 ◆ Ailenizin toplam aylık geliri (Yaklaşık olarak yazabilirsiniz): _____
 ◆ Kullandığınız Cep telefonunun markası nedir? _____
 ◆ Kullandığınız GSM operatörü hangisidir? ()Turkcell ()Türk Telekom/Avea ()Vodafone ()Diğer _____

ANKETÖR TARAFINDAN DOLDURULACAKTIR

Ank.Kod.: _____ Tarih: _____ Yer: _____
 Uyg. şekli: ()Masada ()Ayakta ()Bankta Yorum: (1) (2) (3) ()

(A)

(ARKA YÜZ)

ANKET FORMU-II

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan ikinci anket formu, birinci anketle benzer nitelidir. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Bilmiyorum / Fikrim Yok
1. Müşterisi olduğum GSM operatörü şirketi modern ekipmanlara sahiptir.	1	2	3	4	0
2. Müşterisi olduğum GSM operatörü güvenilir bir şirkettir.	1	2	3	4	0
3. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli hızlı hizmet sunar.	1	2	3	4	0
4. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli kibardır.	1	2	3	4	0
5. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli her müşteri ile tek tek ilgilenmez.	1	2	3	4	0

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
6. Hayatım birçok yönden ideale yakındır.	1	2	3	4	5
7. Hayat koşullarım çok iyidir.	1	2	3	4	5
8. Hayatımdan memnunuzum.	1	2	3	4	5
9. Şimdiye kadar, hayatımda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	1	2	3	4	5
10. Eğer hayata bir daha gelseydim hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.	1	2	3	4	5

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
11. Kendimi samimi bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
12. Kendimi nazik bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
13. Kendimi sevecen bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
14. Kendimi sempatik bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
15. Kendimi duyarlı bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
16. Kendimi merhametli bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
17. Kendimi liderlik yeteneklerine sahip bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
18. Kendimi güçlü kişiliğe sahip bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
19. Kendimi yönlendiren bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
20. Kendimi aktif bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
21. Kendimi fikrimi empoze eden bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4
22. Kendimi kararlı bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4

Ek-3. GRUP-3 Anket Formları

(ÖN YÜZ)

ANKET FORMU-I

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan bu anket formu, pazarlama araştırmalarının yöntemsel açıdan incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu satın almadan önceki beklentilerinizi göz önüne alarak aşağıdaki soruları yanıtlayınız

1. Cep telefonumu satın almadan önce kalitesinden genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
2. Cep telefonumu satın almadan önce gereksinimlerimin tamamını karşılamasını bekliyordum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
3. Cep telefonumu satın almadan önce markasının güvenilir olduğuna dair genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum

Lütfen aşağıdaki soruları şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu göz önüne alarak yanıtlayınız.

4. Genel olarak değerlendirdiğimde cep telefonumun kaliteli olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
5. Cep telefonum kişisel gereksinimlerimin tamamını karşıladı.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
6. Cep telefonumun markasının güvenilir olduğuna eminim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
7. Cep telefonumun kalitesi ödediğim parayı hak ediyor.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
8. Cep telefonumun fiyatının uygun olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
9. Kullandığım cep telefonumdan genel olarak memnunuzum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
10. Cep telefonum beklentilerimi karşılamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
11. Cep telefonum idealimdeki cep telefonuna yakındır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
12. Cep telefonumun performansından çok şikâyetçiyim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
13. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam yine aynı markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
14. Aynı özelliklere sahip başka bir marka cep telefonu daha düşük fiyata satılsa dahi yeni telefon alırken şu an kullandığım markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum
15. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam kullandığım markanın fiyatı aynı özellikteki diğer markalara oranla yüksek ise ucuz olan markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	Tamamen Katlıyorum

- ◆ Yaş: _____ ◆ Cinsiyet: ()K ()E ◆ Medeni durum: ()Bekâr ()Evlî ◆ Öğrenci mi?: ()Evet ()Hayır
- ◆ Öğrenim durumu (öğrenci ise mevcut durumu):
()Okuryazar ()İlkokul ()Ortaokul ()Lise ()ÖnLisans-2 yıl ()Lisans-4 yıl ()Yük. Lisans ()Doktora
- ◆ Ailenizin toplam aylık geliri (Yaklaşık olarak yazabilirsiniz): _____
- ◆ Kullandığınız Cep telefonunun markası nedir? _____
- ◆ Kullandığınız GSM operatörü hangisidir? ()Turkcell ()Türk Telekom/Avea ()Vodafone ()Diğer _____

ANKETÖR TARAFINDAN DOLDURULACAKTIR

Ank.Kod.: _____ Tarih: _____ Yer: _____
Uyg. Şekli: ()Masada ()Ayakta ()Bankta Yorum: (1) (2) (3) () (A)

(ARKA YÜZ)

ANKET FORMU-II

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan ikinci anket formu, birinci anketle benzer nitelitedir. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olmasi gereken cevabi aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabi işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

	Hiç Kabulmuyorum	Kabulmuyorum	Tarafsızım	Kabulyorum	Tamamen Kabuluyorum
1. Müşterisi olduğum GSM operatörü şirketi modern ekipmanlara sahiptir.	1	2	3	4	5
2. Müşterisi olduğum GSM operatörü güvenilir bir şirkettir.	1	2	3	4	5
3. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli hızlı hizmet sunar.	1	2	3	4	5
4. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli kibardır.	1	2	3	4	5
5. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli her müşteri ile tek tek ilgilenmez.	1	2	3	4	5

	Hiç Kabulmuyorum	Kabulmuyorum	Tarafsızım	Kabulyorum	Tamamen Kabuluyorum
6. Hayatım birçok yönden ideale yakındır.	1	2	3	4	5
7. Hayat koşullarım çok iyidir.	1	2	3	4	5
8. Hayatımdan memnunum.	1	2	3	4	5
9. Şimdiye kadar, hayatımda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	1	2	3	4	5
10. Eğer hayata bir daha gelseydim hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmedim.	1	2	3	4	5

Kendinizin nasıl bir kişiliğe sahip olduğunuzu düşünüyorsunuz? Her bir satırda size verilen sıfatlara ve zıt ifadelerine katılma derecenize göre 1-4 arası değerlerden birini işaretleyin.

ÖRNEK	yavaş	1	2	3	4	hızlı
-------	-------	---	---	----------	---	-------

11.	mesafeli	1	2	3	4	samimi
12.	nazik değil	1	2	3	4	nazik
13.	katı	1	2	3	4	sevecen
14.	antipatik	1	2	3	4	sempatik
15.	duyarsız	1	2	3	4	duyarlı
16.	şefkatsiz	1	2	3	4	merhametli
17.	lideri takip eden	1	2	3	4	lider
18.	zayıf kişilik	1	2	3	4	güçlü kişilik
19.	yönlendirilen	1	2	3	4	yönlendiren
20.	pasif	1	2	3	4	aktif
21.	empoze edilen	1	2	3	4	empoze eden
22.	kararsız	1	2	3	4	kararlı

Ek-4. GRUP-4 Anket Formları

(ÖN YÜZ)

ANKET FORMU-I

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan bu anket formu, pazarlama araştırmalarının yöntemsel açıdan incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu satın almadan önceki beklentilerinizi göz önüne alarak aşağıdaki soruları yanıtlayınız

1. Cep telefonumu satın almadan önce kalitesinden genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
2. Cep telefonumu satın almadan önce gereksinimlerimin tamamını karşılamasını bekliyordum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
3. Cep telefonumu satın almadan önce markasının güvenilir olduğuna dair genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum

Lütfen aşağıdaki soruları şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu göz önüne alarak yanıtlayınız.

4. Genel olarak değerlendirdiğimde cep telefonunun kaliteli olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
5. Cep telefonum kişisel gereksinimlerimin tamamını karşıladı.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
6. Cep telefonunun markasının güvenilir olduğuna eminim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
7. Cep telefonunun kalitesi ödediğim parayı hak ediyor.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
8. Cep telefonunun fiyatının uygun olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
9. Kullandığım cep telefonundan genel olarak memnunuzum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
10. Cep telefonum beklentilerimi karşılamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
11. Cep telefonum idealimdeki cep telefonuna yakındır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
12. Cep telefonunun performansından çok şikâyetçiyim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
13. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam yine aynı markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
14. Aynı özelliklere sahip başka bir marka cep telefonu daha düşük fiyata satılsa dahi yeni telefon alırken şu an kullandığım markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum
15. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam kullandığım markanın fiyatı aynı özellikteki diğer markalara oranla yüksek ise ucuz olan markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	Tamamen Katlıyorum

- ◆ Yaş: _____ ◆ Cinsiyet: ()K ()E ◆ Medeni durum: ()Bekâr ()Evli ◆ Öğrenci mi?: ()Evet ()Hayır
 ◆ Öğrenim durumu (öğrenci ise mevcut durumu):
 ()Okuryazar ()İlkokul ()Ortaokul ()Lise ()ÖnLisans-2 yıl ()Lisans-4 yıl ()Yük Lisans ()Doktora
 ◆ Ailenizin toplam aylık geliri (Yaklaşık olarak yazabilirsiniz): _____
 ◆ Kullandığımız Cep telefonunun markası nedir? _____
 ◆ Kullandığımız GSM operatörü hangisidir? ()Turkcell ()Türk Telekom/Avea ()Vodafone ()Diğer _____

ANKETÖR TARAFINDAN DOLDURULACAKTIR

Ank.Kod.: _____ Tarih: _____ Yer: _____
 Uyg. Şekli: ()Masada ()Ayakta ()Bankta Yorum: (1) (2) (3) () (A)

(ARKA YÜZ)

ANKET FORMU-II

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan ikinci anket formu, birinci anketle benzer nitelitedir. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olmasi gereken cevabi aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabi işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Bilmiyorum / Fikrim Yok
1. Müşterisi olduğum GSM operatörü şirketi modern ekipmanlara sahiptir.	1	2	3	4	5	0
2. Müşterisi olduğum GSM operatörü güvenilir bir şirkettir.	1	2	3	4	5	0
3. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli hızlı hizmet sunar.	1	2	3	4	5	0
4. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli kibardır.	1	2	3	4	5	0
5. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli her müşteri ile tek tek ilgilenmez.	1	2	3	4	5	0

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
6. Hayatım birçok yönden ideale yakındır.	1	2	3	4	5
7. Hayat koşullarım çok iyidir.	1	2	3	4	5
8. Hayatımdan memnunum.	1	2	3	4	5
9. Şimdiye kadar, hayatımda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	1	2	3	4	5
10. Eğer hayata bir daha gelseydim hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmedim.	1	2	3	4	5

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
11. Kendimi samimi bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
12. Kendimi nazik bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
13. Kendimi sevecen bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
14. Kendimi sempatik bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
15. Kendimi duyarlı bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
16. Kendimi merhametli bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
17. Kendimi liderlik yeteneklerine sahip bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
18. Kendimi güçlü kişiliğe sahip bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
19. Kendimi yönlendiren bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
20. Kendimi aktif bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
21. Kendimi fikrimi empoze eden bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6
22. Kendimi kararlı bir insan olarak görürüm.	1	2	3	4	5	6

Ek-5. GRUP-5 Anket Formları

(ÖN YÜZ)

ANKET FORMU-I

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan bu anket formu, pazarlama araştırmalarının yöntemsel açıdan incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu satın almadan önceki beklentilerinizi göz önüne alarak aşağıdaki soruları yanıtlayınız

1. Cep telefonumu satın almadan önce kalitesinden genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
2. Cep telefonumu satın almadan önce gereksinimlerimin tamamını karşılamasını bekliyordum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
3. Cep telefonumu satın almadan önce markasının güvenilir olduğuna dair genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum

Lütfen aşağıdaki soruları şu an kullanmakta olduğunuz Cep Telefonunuzu göz önüne alarak yanıtlayınız.

4. Genel olarak değerlendirdiğimde cep telefonunun kaliteli olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
5. Cep telefonum kişisel gereksinimlerimin tamamını karşıladı.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
6. Cep telefonumun markasının güvenilir olduğuna eminim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
7. Cep telefonumun kalitesi ödediğim parayı hak ediyor.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
8. Cep telefonumun fiyatının uygun olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
9. Kullandığım cep telefonundan genel olarak memnunuzum.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
10. Cep telefonum beklentilerimi karşılamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
11. Cep telefonum idealimdaki cep telefonuna yakındır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
12. Cep telefonumun performansından çok şikâyetçiyim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
13. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam yine aynı markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
14. Aynı özelliklere sahip başka bir marka cep telefonu daha düşük fiyata satılsa dahi yeni telefon alırken şu an kullandığım markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum
15. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam kullandığım markanın fiyatı aynı özellikteki diğer markalara oranla yüksek ise ucuz olan markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Tamamen Katılıyorum

- ◆ Yaş: _____ ◆ Cinsiyet: ()K ()E ◆ Medeni durum: ()Bekâr ()Evlü ◆ Öğrenci mi?: ()Evet ()Hayır
 ◆ Öğrenim durumu (öğrenci ise mevcut durumu):
 ()Okuryazar ()İlkokul ()Ortaokul ()Lise ()ÖnLisans-2 yıl ()Lisans-4 yıl ()Yük. Lisans ()Doktora
 ◆ Ailenizin toplam aylık geliri (Yaklaşık olarak yazabilirsiniz): _____
 ◆ Kullandığımız Cep telefonunun markası nedir? _____
 ◆ Kullandığımız GSM operatörü hangisidir? ()Turkcell ()Türk Telekom/Avea ()Vodafone ()Diğer _____

(ARKA YÜZ)

ANKET FORMU-II

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan ikinci anket formu, birinci anketle benzer nitelitedir. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

1. Müşterisi olduğum GSM operatörü şirketi modern ekipmanlara sahiptir.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
2. Müşterisi olduğum GSM operatörü güvenilir bir şirkettir.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
3. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli hızlı hizmet sunar.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
4. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli kibardır.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum
5. Müşterisi olduğum GSM operatörü personeli her müşteri ile tek tek ilgilenmez.	Hiç Katılmıyorum	1	2	3	4	5	Tamamen Katılıyorum

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafızam	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
6. Hayatım birçok yönden ideale yakındır.	1	2	3	4	5
7. Hayat koşullarım çok iyidir.	1	2	3	4	5
8. Hayatımdan memnunuz.	1	2	3	4	5
9. Şimdiye kadar, hayatımda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	1	2	3	4	5
10. Eğer hayata bir daha gelseydim hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.	1	2	3	4	5

Kendinizin nasıl bir kişiliğe sahip olduğumuzu düşünüyorsunuz? Size verilen sıfatlara katılma derecenize göre işaretleyin..

ÖRNEK
+3
+2
+1
hızlı
-1
-2
-3

11	+3	12	+3	13	+3	14	+3	15	+3	16	+3
	+2		+2		+2		+2		+2		+2
	+1		+1		+1		+1		+1		+1
	samimi		nazik		sevecen		sempatik		duyarlı		merhametli
	-1		-1		-1		-1		-1		-1
	-2		-2		-2		-2		-2		-2
	-3		-3		-3		-3		-3		-3

17	+3	18	+3	19	+3	20	+3	21	+3	22	+3
	+2		+2		+2		+2		+2		+2
	+1		+1		+1		+1		+1		+1
	lider		güçlü kişilik		yönlendiren		aktif		empoze eden		kararlı
	-1		-1		-1		-1		-1		-1
	-2		-2		-2		-2		-2		-2
	-3		-3		-3		-3		-3		-3

ANKETÖR TARAFINDAN DOLDURULACAKTIR

Ank.Kod.: Tarih: Yer:
Uyg. Şekli: ()Masada ()Ayakta ()Bankta Yorum: (1) (2) (3) ()

(A)

ANKET FORMU-I

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan bu anket formu, pazarlama araştırmalarının yöntemsel açıdan incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Lütfen şu an kullanmakta olduğumuz Cep Telefonumuzu satın almadan önceki beklentilerimizi göz önüne alarak aşağıdaki soruları yanıtlayınız

1. Cep telefonumu satın almadan önce kalitesinden genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
2. Cep telefonumu satın almadan önce gereksinimlerimin tamamını karşılamasını bekliyordum.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
3. Cep telefonumu satın almadan önce markasının güvenilir olduğuna dair genel beklentim çok yüksekti.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum

Lütfen aşağıdaki soruları şu an kullanmakta olduğumuz Cep Telefonumuzu göz önüne alarak yanıtlayınız.

4. Genel olarak değerlendirdiğimde cep telefonumun kaliteli olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
5. Cep telefonum kişisel gereksinimlerimin tamamını karşıladı.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
6. Cep telefonumun markasının güvenilir olduğuna eminim.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
7. Cep telefonumun kalitesi ödediğim parayı hak ediyor.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
8. Cep telefonumun fiyatının uygun olduğunu düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
9. Kullandığım cep telefonumdan genel olarak memnunuz.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
10. Cep telefonum beklentilerimi karşılamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
11. Cep telefonum idealimdeki cep telefonuna yakındır.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
12. Cep telefonumun performansından çok şikâyetçiyim.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
13. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam yine aynı markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
14. Aynı özelliklere sahip başka bir marka cep telefonu daha düşük fiyata satılsa dahi yeni telefon alırken şu an kullandığım markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum
15. Eğer yeni bir cep telefonu alırsam kullandığım markanın fiyatı aynı özellikteki diğer markalara oranla yüksek ise ucuz olan markayı tercih ederim.	Hiç Katılmıyorum	%0	_____	%100	Tamamen Katılıyorum

(ARKA YÜZ)

ANKET FORMU-II

Değerli Katılımcı,

TÜBİTAK projesi (115K155) kapsamında hazırlanan ikinci anket formu, birinci anketle benzer nitelitedir. Sorular kesinlikle bilgi seviyesini ölçmeye yönelik değildir. Dolayısıyla cevapların asla tek bir doğrusu yoktur ve kişiye göre değişmektedir. Lütfen formu doldururken olması gereken cevabı aramak yerine, sizin için en uygun olan cevabı işaretleyiniz. Elde edilecek veriler yalnızca bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Vereceğiniz samimi cevaplarınızdan ve araştırmamıza katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

◆ Yaş: _____ ◆ Cinsiyet: ()K ()E ◆ Medeni durum: ()Bekâr ()Evli ◆ Öğrenci mi?: ()Evet ()Hayır
 ◆ Öğrenim durumu (öğrenci ise mevcut durumu):
 ()Okuryazar ()İlkokul ()Ortaokul ()Lise ()ÖnLisans-2 yıl ()Lisans-4 yıl ()Yük. Lisans ()Doktora
 ◆ Ailenizin toplam aylık geliri (Yaklaşık olarak yazabilirsiniz): _____
 ◆ Kullandığınız Cep telefonunun markası nedir? _____
 ◆ Kullandığınız GSM operatörü hangisidir? ()Turkcell ()Türk Telekom/Avea ()Vodafone ()Diğer _____

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tarafsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Hayatım birçok yönden ideale yakındır.	1	2	3	4	5
2. Hayat koşullarım çok iyidir.	1	2	3	4	5
3. Hayatımdan memnunuzum.	1	2	3	4	5
4. Şimdiye kadar, hayatımda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	1	2	3	4	5
5. Eğer hayata bir daha gelseydim hemen hemen hiçbir şeyi değiştürmezdim.	1	2	3	4	5

Kendinizin nasıl bir kişiliğe sahip olduğunuzu düşünüyorsunuz? Her bir satırda size verilen sıfatlara ve zıt ifadelerine katılma derecenize göre 1-6 arası değerlerden birini işaretleyin.

ÖRNEK	yavaş	1	2	3	4	5	6	hızlı
-------	-------	---	---	---	---	---	---	-------

6.	mesafeli	1	2	3	4	5	6	samimi
7.	nazik değil	1	2	3	4	5	6	nazik
8.	katı	1	2	3	4	5	6	sevecen
9.	antipatik	1	2	3	4	5	6	sempatik
10.	duyarsız	1	2	3	4	5	6	duyarlı
11.	şefkatsiz	1	2	3	4	5	6	merhametli
12.	lideri takip eden	1	2	3	4	5	6	lider
13.	zayıf kişilik	1	2	3	4	5	6	güçlü kişilik
14.	yönlendirilen	1	2	3	4	5	6	yönlendiren
15.	pasif	1	2	3	4	5	6	aktif
16.	empoze edilen	1	2	3	4	5	6	empoze eden
17.	kararsız	1	2	3	4	5	6	kararlı

ANKETÖR TARAFINDAN DOLDURULACAKTIR

Ank.Kod.: _____ Tarih: _____ Yer: _____
 Uyg. Şekli: ()Masada ()Ayaakta ()Bankta Yorum: (1) (2) (3) ()

(A)

TÜBİTAK
PROJE ÖZET BİLGİ FORMU

Proje Yürütücüsü:	Prof. Dr. SELÇUK BURAK HAŞILOĞLU
Proje No:	115K155
Proje Başlığı:	Türkiye'nin Cevaplama Tarzi Profiline Dayalı Ölçek Çalışmaları
Proje Türü:	1001 - Araştırma
Proje Süresi:	20
Araştırmacılar:	AHMET BARDAKCI, ANDİM OBEN BALCE
Danışmanlar:	
Projenin Yürütüldüğü Kuruluş ve Adresi:	PAMUKKALE Ü. İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER F. YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ B.
Projenin Başlangıç ve Bitiş Tarihleri:	01/09/2015 - 01/11/2017
Onaylanan Bütçe:	286820.0
Harcanan Bütçe:	221368.33

TÜBİTAK

Öz:	<p>Cevaplayıcılar, ankete cevap verirken sorudan bağımsız olarak bir davranış (cevaplama tarzı) sergilerler mi? Demografik ya da coğrafik değişkenlere göre bir farklılık var mıdır? Ölçekteki ideal nokta sayısı kaç olmalıdır? Orta noktayı çıkartarak, 4 ya da 6 noktalı yapmak daha mı uygun olur? Bu sorulara cevap arama bağlamında, gelişmiş birçok ülkenin araştırmacıları, kendi ülkelerinin demografik ve coğrafik profilini çıkartmışlardır.</p> <p>Türkiye'nin demografik ve coğrafik dağılımına göre cevaplama tarzının bilinmiyor olması bu proje fikrinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Araştırmacılar, anket bulgularını yorumlarken cevaplayıcıların cevaplama tarzını da dikkate almalıdır. Çünkü yapılan bir araştırma için cevaplama tarzını dikkate alamamak, o araştırmacının bir kısıtıdır. Bu projenin ana amacı, demografik ve coğrafik dağılımına göre Türkiye'nin cevaplama tarzı profilini çıkartmaktır. Diğer yandan, ölçekteki nokta sayısını artırmak motivasyon teorisi açısından bir dezavantajken, bilgi teorisi açısından bir avantajdır. Bir ülkenin demografik ve coğrafik değişkenlerin dağılımına göre; ideal ölçek nokta sayısının kaç olduğunun biliniyor olması, o ülkede yapılan pazarlama araştırmalarının geçerliliğinin artmasına yardımcı olacaktır. Bu doğrultuda, projenin ikincil amacı, Türkiye profiline uygun ölçek nokta sayısının belirlenmesidir.</p> <p>Bu proje öncelikle cevaplama tarzına etki eden en önemli unsurların eğitim ve yaşam memnuniyeti olduğunu ortaya koymaktadır. Yine bu proje ile, cevaplama kalitesi düşük olan bireylerin daha fazla KOECT ve ECT'ye sahip olduğu ve KOCT'ye daha fazla yöneldiği tespit edilmiştir. Doğal olarak bu yaklaşımın tersi de kabul edilebilir. Yani bir araştırmada KOCT'nin yüksek olması o araştırmaya katılan cevaplayıcıların cevaplama kalitelerinin yüksek olduğunu işaret edebilir. Dolayısıyla cevaplama tarzları, ideal ölçek nokta sayısını tahmin etmenin yanında mevcut araştırma bulgularının yorumlanmasına da yardımcı olmaktadır. Örneğin iPhone marka cep telefonunu kullanan cevaplayıcılar arasında, doğuda yaşayanlar batıda yaşayanlara göre daha fazla KOCT eğilimi göstermektedirler. Bu durumda, aynı markaya ait müşteri memnuniyeti araştırmalarının ortalamasının doğuda düşük çıkması beklenir. Bu beklentinin nedenin, doğuda ürüne ait verilen düşük kaliteli hizmetten değil, yaşam memnuniyetinin etkilediği cevaplama tarzından kaynaklandığı söylenebilir. Bu nedenle araştırmacılar, özellikle memnuniyete yönelik yapmış oldukları çalışmalarının bulgularını yorumlarken cevaplama tarzına bağlı proje sonuçlarını dikkate almaları önerilir.</p> <p>İdeal ölçek nokta sayısına ilişkin bulgular ise literatürdeki sonuçlarla benzer şekilde birçok değişkene göre farklılık göstermektedir. Ortalamalar ve güvenilirlik açısından ölçekler arasında önemli bir fark çıkmamıştır. Ancak genel olarak ideal bir nokta sayısı belirlenmesi gerekirse; 4 noktalı ölçeğin en fazla sorun taşıyan ölçek olması, orta noktanın kaçış noktası olarak kullanılması, ölçek nokta sayısı arttıkça cevaplanmayan madde sayısının artması gibi nedenlerden dolayı, genel saha çalışmalarında 6 noktalı ölçeğin fikrim yok seçeneği ile birlikte kullanılması önerilebilir.</p> <p>Diğer yandan, sürekli ölçek çalışması gibi proje kapsamı dışında kalan, ancak proje konusu ile ilintili analizler ve çalışmalar hali hazırda devam etmektedir. Gerek mevcut, gerekse gelecekteki çalışmalara ait güncel bilgiler, pazarlama uygulayıcı ve araştırmacılarına yol gösterici olması amacıyla http://www.surveyinturkey.com adresinde yayınlanmaktadır. Böylelikle tüm güncel araştırma sonuçları uygulayıcılara daha hızlı ulaştırılmış ve yaygınlaştırılmış olacaktır. Yine bu sayede farklı araştırma bulgularının cevaplama tarzlarına bağlı nedenlerinin sorgulanması ve demografik/coğrafik farklılıklara göre 'Nasıl bir anket'in cevabına ulaşılması, etkileşimli olarak sunulmuş olacaktır.</p>
Anahtar Kelimeler:	Cevaplama tarzı, ölçek nokta sayısı, Türkiye profili
Fikri Ürün Bildirim Formu Sunuldu Mu?:	Hayır