BÖLÜM 14

PAZARLAMA ARAŞTIRMALARINDA BİR ARAŞTIRMA YÖNTEMİ OLARAK LİTERATÜR TARAMASI

Dr. Öğr. Üyesi Azize ŞAHİN[1]

[1] İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ticaret Hukuku Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye ORCID: 0000-0002-3115-6812

1.Giriş

Pazarlama alanındaki belli başlı akademik dergiler, mevcut teoriler arasında köprü kurabilecek, disiplinler arasında ilişki kurabilecek, çok seviyeli ve boyutlu değerlendirmeler ortaya koyabilecek ve alan kapsamını genişletebilecek nitelikli kavramsal makalelere olan ihtiyacı kabul etmektedir (Gilson ve Goldberg 2015). Son yıllarda en etkili pazarlama makalelerinin çoğu kavramsaldır, çünkü bu tür araştırmalar, ampirik genelleme talepleri tarafından kısıtlanmadan teori oluşturmaya olanak tanır (örneğin, Vargo ve Lusch 2004; Vargo ve Lusch 2008; Arnould ve Thompson, 2005; Lemon ve Venhoef, 2016; Payne vd., 2008). Kavramsal makaleler hazırlayan araştırmacılar, sorunsallaştırma (Alvesson ve Sandberg 2011), teorileştirme ve teori oluşturma (Arnould ve Thompson, 2005; Corley ve Gioia 2011; German vd., 208; Shepherd ve Suddaby 2017; Fumari vd., 2021) ve yayınlanması gereken kavramsal katkı türleri (Corley ve Gioia 2011) hakkında değerli katkılar ortaya koymaktadırlar (MacInnis 2011). Bununla birlikte, kavramsal çalışmaları üretmek için yaygın olarak kabul edilen şablonların eksikliği ile birlikte kavramsal bir çalışma gerçekleştirmenin zorlu bir süreç olduğu da kabul bilinmektedir (Cornelissen 2017). Kavramsal çalışmalar kapsamında literatür incelmeleri, genellikle tanımlayıcı bir literatür taramasından veya ilginç fakat bağlantısız fikirlerden biraz daha fazlasını sunan kavramsal makalelerle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Literatür taraması veya incelemesi, akademik araştırmanın önemli bir özelliğidir. Literatür incelemeleri her bilimsel alanda olduğu gibi pazarlama alanında da kritik bir rol oynamaktadır. Literatür tarama, katlanarak büyüyen pazarlama alan yazımında uygulayıcılara, akademisyenlere ve lisansüstü öğrencilere ampirik ve kavramsal çalışmaların içeriğini bulma, değerlendirme ve sentezleme konusunda yardımcı olmaktadır.

Bir araştırmanın varolan bilgiler üzerine inşa etmek ve mevcut bilgilerle ilişkilendirmek, belirli bir alandan bağımsız olarak tüm akademik araştırma faaliyetlerinin temel yapı taşını oluşturmaktadır. Bu nedenle, literatür incelemesini doğru bir şekilde gerçekleştirmek araştırmacılar için temel bir amaç olmalıdır. Ancak, bu amaç alanların gelişmesiyle daha

karmaşık bir yapıya bürünmüştür. Pazarlama ya da işletme biliminin diğer alanlarındaki bilgi üretimi, aynı zamanda modüler ve disiplinler arası nitelikte olup hızla ilerlemektedir (German vd., 208; Shepherd ve Suddaby 2017; Fumari vd., 2021). Teknolojinin ilerlemesi ve bu alanda çeşitli araçların da gelişmesiyle hem bu ilerlemeye uyum sağlamayı hem de toplu literatür taramaları karmaşıklaşmaktadır. Buna bağlı olarak bir araştırma yöntemi olarak literatür taraması her zamankinden daha önem kazanmıştır. Literatür taraması, geçmişteki araştırmalara ilişkin bilgi toplama ve sentezlemenin sistematik bir yolu olarak tanımlanmaktadır (Tranfield vd., 2003). Bir araştırma yöntemi olarak başarılı bir literatür incelemesi alanda üretilen, birbirinin devamı özelliğinde bilgi ve teorilerileri ileriye taşımayı ve geliştirmeyi kolaylaştırmaktadır (Webster ve Watson, 2002). Literatür incelemesi niteliğindeki çalışmalar, alanda ampirik ve deneysel araştırmalarla elde edilen bulgu ve yaklaşımları toplu şekilde ortaya koymaktadır. Ek olarak, bir araştırmanın farklı ve disiplinler arası olduğu ilgili alanlara genel bir bakış sağlamaya da yardımcı olması da önem taşımaktadır. Bir literatür taraması, teorik çerçeveler oluşturmanın ve kavramsal modeller oluşturmanın kritik bir bileşeni olmakla birlikte meta düzeyde kanıt göstermek ve daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulan ilgili alanları ortaya koymak için araştırma bulgularını sentezlemede önemli bir yöntemdir ((Arnould ve Thompson, 2005; Corley ve Gioia 2011).

Akademik dünyada yapılan araştırmalar, araştırmanın dayandırılacağı temel bulgular konusunda seçici olduklarında, taraflı yaklaştıklarında ve araştırma amaçlarıyla çelişen araştırmaları dikkate almamaları araştırmalarında ciddi sorunlarla karşılamalarına neden olmaktadır. Ek olarak, incelemelerin metodolojisi geçerli olsa bile, iyi bir katkıyı neyin oluşturduğuna dair sıklıkla sorunlar vardır.

Deneysel ve ampirik araştırmalarda, yeni bilgi geliştirme sürecine rehberlik eden ve araştırmanın temel unsurlarını ortaya koyan ve araştırma tasarımına bağlı belirli ilkeler vardır (Flick 2018, s. 102). Araştırma tasarımı, araştırma problemini etkili bir şekilde ele almak için çalışmanın bileşenlerinin nasıl seçildiğini, elde edildiğini ve analiz edildiğini açıklayarak, mevcut literatürdeki yerleşik araştırmalara atıfta bulunarak bu süreç gerçekleştirilmektedir. Ancak, literatür tarama veya incelemeleri

kapsamında kavramsal araştırmalar genellikle deneysel veya ampirik araştırma kalıplarına uymadığından, araştırmacılar böyle bir kılavuzdan yoksundur ve bu da kritik analitik titizlik konusunu daha zor hale getirmektedir (Jaakola, 2020).

Bu çalışmanın amacı, pazarlama araştırmalarında bir araştırma yöntemi olarak farklı türdeki literatür incelemelerine genel bir bakış ortaya koymaktır. Bilimsel araştırma metodolojisi olarak literatür incelemeleri geçerli, güvenilir ve tekrarlanabilir olmalıdır. Pazarlama alanında, kısmen literatür incelemelerinin metodolojisini içeren ve etkili incelemelerin nasıl yürütüleceği konusunda yeterli rehberlik sağlamadığımız için titiz sistematik incelemelerin eksikliği söz konusudur.

Aşağıdaki bölümlerde literatür taramasının bir yöntem olarak kullanılmasıyla teorik ve pratik katkılar yapma potansiyelinin, literatür taramasının ne olduğu, nasıl kullanılabileceği ve değerlendirmek için hangi kriterlerin kullanılması gerektiği ortaya koyulmaktadır. Bu çalışmada literatür incelemesi; sistematik, yarı sistematik ve bütünleştirici yaklaşımlar ortaya koyulmaktadır.

2. Literatür İncelemesinin Amacı ve Önemi

Bir bilim insanının literatür taraması yazmasının uygun olduğu iki nokta vardır. İlk olarak, bir araştırma akışını tamamlamış veya önemli ilerleme kaydetmiş olanlar, meslektaşlarına öğrendiklerini ve alanın dikkatini en verimli şekilde nereye yönlendirebileceğini anlatmak için iyi bir konumdadır. İkincisi, bir projeye başlamadan önce bir literatür taraması yapmış ve bu incelemeden türetilen bazı teorik modeller geliştirmiş olan akademisyenler de potansiyel yazarlardır.

Literatür taraması gerekli olduğu durumlar şu şekildedir: (a) bir konu veya konu neler yapılmış olduğunu ortaya koymak; (b) belirli bir araştırma alanının yorumlanabilir eğilimleri veya kalıpları ne ölçüde ortaya koyduğunu belirlemek; (c) kanıta dayalı uygulamayı desteklemek için dar bir araştırma sorusuyla ilgili ampirik bulguları bir araya getirmek; (d) yeni çerçeveler ve teoriler üretmek; ve (e) daha fazla araştırma gerektiren konuların veya soruların belirlenmesi (Paré, Trudel, Jaana ve Kitsiou, 2015).

Bir araştırmada ilgili alan incelenirken o alanda geçmişte yapılmış tüm araştırmaların dikkate alınması temel önceliktir. Geçmişteki, ilgili literatürün dikkate alınması önemlidir. tüm araştırma disiplinleri ve tüm araştırma projeleri için esastır. Bir makaleyi, disiplinden bağımsız olarak okurken, yazar, çalışmanın amacını ortaya koyarak araştırma sorusu ve hipotezlerini doğrulamak için araştırma alanını bilgi alt yapısını ortaya koymak ve değerlendirmek için önceki araştırmalar tanımlanarak başlanmaktadır. Bu genellikle "literatür taraması", "teorik çerçeve" veya "araştırma geçmişi" olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte, diğer araştırmalarda olduğu gibi, bir literatür taramasının uygun bir araştırma metodolojisi haline gelmesi için, uygun adımların izlenmesi ve incelemenin doğru, kesin ve güvenilir olmasını sağlamak için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Tüm araştırmalarda olduğu gibi, akademik bir incelemenin değeri ne yapıldığına, ne bulunduğuna ve raporlamanın netliğine bağlı olmaktadır (Moher vd., 2009). İncelemenin amacına bağlı olarak, araştırmacı özellikle literatür taraması yapmak için geliştirilmiş bir dizi strateji, standart ve ilkeleri kullanmalıdır.

Pazarlama alanı ve diğer alanlar için geçmişteki çalışma ve araştırmaların incelenmesi ilgili literatürü oluşturmak için temel gerekliliktir. Araştırmacı, çalışmanın amacını şekillendirmek, araştırma sorusunu doğru kurgulamak ve bunlara bağlı olarak hipotezleri geliştirmek için literatür incelemesi önem taşımaktadır. Buna bağlı olarak ilgili alana ilişkin inşa edeceği bilgi altyapısını ortaya koymak ve değerlendirmek için önceki araştırmaları tanımlamak durumundadır. Buna genellikle “literatür taraması”, “teorik çerçeve” veya “kavramsal çerçeve” olarak da çalışmalarda yer verilmektedir. Ancak, diğer araştırma yöntemleri gibi literatür taramasının da belirli bir araştırma metodolojisi niteliğinde olabilmesi için gerekli adımların atılması ve incelemelerin yapılması araştırmanın güvenilirliğini arttırmaktadır. Akademik bir incelemenin değeri ne yapıldığına, ne bulunduğuna ve raporlamanın netliğine bağlıdır (Moher ve diğerleri, 2009). İncelemenin amacına bağlı olarak, araştırmacı özellikle literatür taraması yapmak için geliştirilmiş bir dizi strateji, standart ve yönergeyi kullanabilir. Araştırmacı, araştırma yöntemi olarak literatür taraması ne zaman ve hangi durumlarda kullanacağına karar vermelidir.

Ortaya koyulan araştırma soruları için, literatür taraması en doğru cevapları bulmak için en iyi metodolojik bir araçtır. Özellikle araştırmacı bir teoriyi ortaya koyarken, ilgili teori ve o teoriyle ilişkili diğer teorilerileri incelerken veya ortaya koyulan teoriye ilişkin kullanılan olguları ortaya koyarken literatür taraması çok yerinde bir araştırma yöntemi olarak kullanılmaktadır (Tranfield ve diğerleri, 2003). Buradaki yaklaşımda teori kapsamında incelenen kavram veya değişkenlerin ve ilgili değişkenlerle aralarındaki ilişkilerin ortaya koyulması, o teori kapsamında eksik kalan kavram veya değişkenleri ve ilişkileri göstermektedir. Benzer şekilde bir teori incelenirken o alanda o teorinin ilişkili olduğu diğer teorilerinde ortaya koyulması yine alana önemli katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, literatür taraması, belirli bir kavrama ilişkin olarak dar alanda çeşitli araştırma modellerinin ortaya koyulması da gelecekteki çalışmalara ışık tutması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, literatür taraması son yıllarda bir araştırma metodolojisi olarak hem önem kazanmakta hem de gelişmektedir.

Literatür taraması sadece mevcut teorilere ilişkin bir bilgi alt yapısı ortaya koymaktan öte aynı zamanda teori geliştirmek açısından da belirleyici rol oynamaktadır (Torraco, 2005). Teori geliştirme noktasında, literatür taraması yeni bir kavramsal model veya teori oluşturmak için temel alt yıapı sağlamakla birlikte belirli bir araştırma alanının zaman içindeki bilgi gelişim haritasını ortaya koymayı amaçlaması açısından da önem taşımaktadır. Ancak, literatür taramasının amacına bağlı olarak gerçekleştirirken belirli kullanılacak yöntemler farklılaşmaktadır.

2.1. Literatür Tarama Yaklaşımları

Literatür taramalarında, araştırma amacına göre farklılaşan farklı tür ve yaklaşımlar sözkonusudur. Bu yaklaşımlar nitel, nicel veya karma olabilir. Aşağıda, Tablo 1'de özetlendiği gibi, yaygın olarak kullanılan üç yöntem söz konusudur. Bu yöntemler; sistematik inceleme, yarı sistematik inceleme ve bütünleştirici inceleme şeklindedir. Literatür inceleme stratejileri, belirli bir araştırma sorusunun yanıtlanmasında önemli ölçüde çözüm olmaktadır.

Tablo 1. Literatür Tarama (İnceleme) Yaklaşımları

Yaklaşım	Sistematik	Yarı-Sistematik	Bütünleştirici
Temel amaç	Kanıtları sentezleme ve karşılaştırma	Araştırma alanına genel bakış ve zaman içindeki gelişimi takip etmek	Sentez ve eleştiri
Araştırma soruları	Belirli	Geniş ve kapsamlı	Dar veya geniş
Araştırma stratejisi	Sistematik	Sistematik veya sistematik olmayabilir	Genelde sistematik değil
Örnekleme özellikleri	Nicel makaleler	Araştırma makaleleri	Araştırma makaleleri, kitaplar ve diğer basılı yayınlar
Analiz ve değerlendirme	Nicel makaleler	Nicel ve/veya Nitel (kalitatif)	Nitel (kalitatif)
Katkı örnekleri	Etki kanıtı	bilgi alt yapısı ve durumu	Taksonomi veya sınıflandırma
	Politika ve uygulamalara ilişkin bilgiler	İncelenen temalar	Teorik model veya çerçeve
		Tarihsel geçmiş Araştırma gündemi Teorik model	

Kaynak: Snyder, H. (2019).

2.1.1. Sistematik literatür taraması

Sistematik incelemeler, geleneksel literatür taramalarından farklıdır. Bilimsel açıdan şeffaf bir süreç içermekle birlikte önyargıyı en aza indiren objektif nitelikte bir yaklaşımdır (Cook, Mulrow ve Haynes, 1997). Sistematik bir literatür incelemesi, belirli bir araştırma sorusunu ele alan tüm ilgili çalışmaların birleştirilmesi, eleştirel olarak değerlendirilmesi ve sentezine yönelik önyargıyı sınırlayacak şekilde bilimsel stratejilerin uygulanmasını içermektedir.

Sistematik literatür taramaları öncelikle tıp biliminde başlamış, ancak son yıllarda pazarlama ve işletme alanındaki araştırmalarında kullanımı yaygınlaşmaktadır (Snyder vd., 2016; Palmatier vd., 2018). Sistematik literatür taraması, ilgili araştırmayı tanımlama ve eleştirel olarak değerlendirmenin yanı sıra söz konusu araştırmalardan veri toplamaya ve analiz etmeye yönelik bir araştırma yöntemi ve sürecidir (Liberati vd., 2009). Sistematik bir incelemenin amacı, belirli bir araştırma sorusuna veya hipotezine cevap bulmak için önceden belirlenmiş dahil etme kriterlerine uyan tüm ampirik kanıtları belirlemektir. Sistematik literatür incelemelerinde, mevcut araştırma ve tüm kanıtları gözden geçirirken açık ve sistematik yöntemler kullanılarak yanlılık en aza indirilebilir, böylece elde edilen sonuçlarla güvenilir bulgular sağlanmaktadır (Davis vd., 2014; Moher vd., 2009).

Sistematik bir incelemenin neden yapıldığı, bu incelemelerle ne yapıldığı (çalışmaların nasıl tanımlandığı ve seçildiği gibi) ve ne bulunduğuna ilişkin sonuçların ortaya koyulması bu tür çalışmaların değerini arttırmakta ve alan literatürüne önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Sistematik bir inceleme, belirli bir alandaki mevcut durumu, bilgi altyapısını ve etkiyi göstererek gelecekteki yapılabilecek önemli araştırma boşluklarını ortaya koyarak önemli avantajlar sunmaktadır. Örneğin, pazarlama alanındaki çalışmalarda kültür önemli bir faktördür. Farklı kültürlere sahip toplumlarda belirli bir araştırmanın gerçekleştirilmesi farklı sonuçlar ortaya koyabilmektedir (Waqas vd., 2021; Davis vd., 2014). Aşağıda Tablo 2'de sistematik literatür inceleme türleri gösterilmektedir (Paul ve Criado, 2020).

Tablo 2. Sistematik literatür inceleme türleri

Alan tabanlı inceleme	Yapılandırılmış inceleme
	Çerçeve tabanlı inceleme
	Bibliyometrik inceleme
	Hibrit inceleme
Teori tabanlı inceleme	
Yöntem tabanlı inceleme	
Meta analitik inceleme	

2.1.1.1. Alan tabanlı literatür incelemeleri: Alan tabanlı araştırmalarda, ilgili konu alanı bir bütün olarak incelenmekte ve elde edilen bilgiler sentezlenerek değerlendirilmektedir. Örneğin, pazarlamada gizliliğin rolü (Martin ve Murphy 2017). Pazarlamada gizliliğin rolü tüketici ve işletme boyutunda incelenerek bu konuda yapılmış farklı araştırma modellerini ortaya koymaktadır. Araştırmacılar ilgili alandaki geçmişten mevcut döneme kadar çeşitli tanım ve açıklamaları ortaya koymakta ve bunlara ilişkin teorik çerçevelerle birlikte araştırmaların bulgularını inceleyerek gelecekte çalışılması ve incelenmesi gereken araştırma boşluklarını göstermişlerdir. Bu anlamda alan tabanlı literatür incelemeleri alana katkı sağlanması ve ilgili alandaki bilginin değişim ve gelişimini ortaya koyması açısından büyük önem taşımaktadır (Palmatier vd., 2018). Alan tabanlı literatür incelemeleri farklı kategorilerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalar aşağıda detaylandırılarak açıklanmaktadır

a. Yapılandırılmış inceleme: Alan tabanlı literatür incelemeleri, yaygın olarak kullanılan yapı, yöntem ve teorilere dayalı olarak ortaya koyulan verilerden şekillendirilmektedir. Bu tür çalışmalar, mevcut literatürde ne tür yöntemlerin kullanıldığını, hangi teori ve yapıların uygulandığını ortaya koymaktadır. Böylece yöntem ve teoriler ışığında derlenmiş bu çalışmalar araştırma boşluklarını göstermektedir. Mevcut literatürde bulunan bazı klasik derleme makaleleri bu kategoriye girer (Canabal & White, 2008, Kahiya, 2018; Paul & Feliciano-Cestero, 2020).

b. Çerçeve tabanlı inceleme:. Bir literatür incelemesi belirli bir çerçeve kullanılarak geliştiriliyorsa alan tabanlı bir çerçeve incelemesi 6-W Çerçevesi olarak da adlandırılmaktadır (Callahan, 2014). Bu 6-W çerçevesi kim, ne zaman, nerede, nasıl, ne ve neden sorularının cevaplarından oluşmaktadır. Ayrıca, 7-P çerçevesi olarak adlandırılan literatür incelemeleri ise, teori, yapı, karakteristik özellikler ve metodolojileri içeren literatür incelemeleri de mevcuttur (Paul vd., 2019). Belirli bir çerçeveye sahip tematik incelemelerin, daha sağlam bir yapı göstermeleriyle daha kabul gören yapıdadır.

c. Bibliyometrik inceleme: Bibliyometrik incelemeler, istatistiksel araçları kullanarak çok sayıda yayınlanmış araştırmayı analiz eder, böylece belirli bir alandaki kavramları, eğilimleri ve bilgi birimini ortaya koymaktadır (Paul ve Barari, 2022). Ancak, bibliyometrik incelemeler belirli bir alandaki teorileri, yöntemleri ve yapıları yeterince açıklamamasıyla da eleştirilmektedir (Paul & Criado,2020).

d. Hibrit inceleme: Hibrit incelemeler, farklı literatür inceleme türlerinin unsurlarını birleştirmektedir (Paul ve Criado, 2020). Hibrit incelemeleri bazen bibliyometrik bir literatür incelemesini yapılandırılmış sistematik bir literatür incelemesi ile birleştirilerek şekillendirilmektedir. Bazen de diğer inceleme türleriyle birleştirilerek gerçekleştirilmektedir.

2.1.1.2. Teori geliştirmeyi hedefleyen inceleme: Seçkin pazarlama dergilerinde (örn.Academy of Marketing Science) yayınlanan literatür incelemeleri bu kategoriye girmektedir. Bu durumda, araştırmacılar bu tür teori oluşturan inceleme makalelerinde tipik olarak teorik modeller ve/veya test edilebilir hipotezler veya önermeler ortaya koymaktadırlar. Ancak, aynı araştırmada bu modelleri ve/veya teorik önermeleri test etmeleri gerekli olmamaktadır (Paul ve Mas, 2019, Post vd., 2020).

2.1.1.3. Teoriye dayalı inceleme: Belirli bir teorinin bir konu alanındaki/alanındaki rolünü analiz etmeye odaklanan teoriye dayalı derlemeler niteliğindeki sistematik incelemeler akademik dünya için çok önemli ve yön göstericidir. Bu tür inceleme makaleleri, belirli bir temel teoriyi kullanan ve/veya ampirik olarak uygulayan bir literatürü sentezleyerek geliştirmeye yardımcı olmaktadır (Post vd., 2020). Örneğin, pazarlamada işlem maliyeti analizi (Rindfleisch ve Heide, 1997), pazarlamada kaynak temelli teori (Kozlenkova vd., 2014).

2.1.1.4. Yönteme dayalı inceleme: Yönteme dayalı literatür inceleme araştırmaları, temel bir metodoloji (nicel veya nitel) kullanan bir literatürü sentezleyerek genişletmektedir. Örneğin, pazarlama araştırmalarında ayrışma geçerliliği (Voorhees vd., 2016). Bu tür

çalışmalarda, incelenen yönteme ilişkin o alanda çalışılmış o yöntemi kullanmış araştırmalar birleştirilmektedir (Palmatier vd., 2018).

2.1.1.5. Meta analitik inceleme: Meta-analiz, belirli bir araştırma konusu üzerindeki önceki nicel araştırmaların istatistiksel değerlendirmelerinden biri olarak yaygınlaşan, giderek daha da önem kazanan nicel bir sistematik literatür incelemesidir. Belirli bir konuda araştırma yaparken, ilgili araştırmaya dahil edilen çalışmaların sonuçlarını bütünleştirmek için, genellikle meta-analiz gibi istatistiksel yöntemler kullanılmaktadır. Sistematik inceleme süreci ve bununla ilişkili prosedür olan meta-analiz, son on yılda geliştirilmiş ve belirli bulgulara dayalı uygulamalarda önemli bir rol oynamaktadır. Meta-analiz, tartmak ve karşılaştırmak ve aynı konu üzerinde birden fazla çalışma bağlamında ortaya çıkan kalıpları, çelişkileri veya ilişkileri belirlemek için farklı çalışmalardan elde edilen sonuçları birleştirmenin istatistiksel bir yöntemidir (Davis vd. 2014). Meta-analiz yaklaşımıyla, her bir birincil çalışma özetlenir ve kodlanır ve ardından bulgular genel bir etki büyüklüğünü hesaplamak için ortak bir metriğe dönüştürülmektedir (DerSimonian vd., 1986; Harrer vd., 2021). Bununla birlikte, bir meta-analiz çalışmasında, dahil edilen tüm çalışmaların sonuçlarını karşılaştırmak için istatistiksel ölçümleri (etki büyüklüğü) paylaşması gerekir (Davis vd., 2014; Harrer vd., 2021). Bu nedenle, farklı metodolojik yaklaşımlara sahip çalışmalar üzerinde bir meta-analiz yapmak zordur (Tranfield vd., 2003). Ama yine de sosyal bilimler içerisinde kılavuz oluşturmaya yönelik girişimlerde bulunulmuştur (Davis ve ark., 2014; Palmatier ve ark., 2018; Tranfield ve ark., 2003). Ayrıca, daha üst sıralarda yer alan pazarlama bilimi dergilerinde yayınlanmış birkaç meta-analiz vardır (Barari vd., 2021; Good vd., 2022; Paul ve Barari, 2022). Sonuç olarak, farklı türdeki çalışmalardan elde edilen bulguların kalitesini ve gücünü değerlendirmek ve sonuçları karşılaştırmak için daha nitel yaklaşımlar geliştirilmiştir (Greenhalgh vd., 2004). Bu genellikle nitel araştırmalardan elde edilen bulguları karşılaştırma yöntemi olarak tanımlanabilen nitel sistematik bir inceleme olarak adlandırılmaktadır (Grant ve Booth, 2009). Yani, alandaki araştırmaları araştırmak için katı bir

sistematik inceleme süreci gerçekleştirilmekte ve ardından bunları değerlendirmek için nitel bir yaklaşım kullanılmaktadır.

2.1.2. Yarı Sistematik İnceleme

Yarı sistematik inceleme yaklaşımı, sistematik olarak incelenemeyen farklı disiplinlerdeki çeşitli araştırmacılar tarafından farklı şekilde kavramsallaştırılan ve incelenen konular için daha uygun bir yaklaşımdır (Wong vd., 2013). Farklı alanlardaki ilgili araştırmaların hepsini incelemenin mümkün olmaması nedeniyle bu yaklaşım geliştirilmiştir (McColl-Kennedy vd, 2017).

Yarı sistematik bir incelemeler, belirli bir araştırma disiplini veya metodolojisindeki temaları, teorik perspektifleri veya ortak sorunları belirlemek veya teorik bir kavramın bileşenlerini ortaya koymak için faydalı olmaktadırlar (Ward, House ve Hamer, 2009). Pazarlama alanında bir konunuya ilişkin bilgi haritasını ve alt yapısını ortaya koyma, bu bilgileri sentezleme ve daha ileri araştırmalar için belirli temalar ve konular oluşturma veya belirli bir konunun tarihsel bir genel görünümünü veya zaman çizelgesini sağlama açısından oldukça faydalıdır. Bir konuyu araştırmanın yanı sıra, yarı sistematik bir inceleme genellikle seçilen bir alandaki araştırmanın zaman içinde nasıl evrildiğine veya b geliştiğine odaklanmaktadır. Bu odak bağlamında, yarı sistematik inceleme araştırılan konuya ilişkin çıkarımları olan potansiyel olarak ilgili tüm araştırmaları belirlemeyi ve bunların etki büyüklüğünü ölçmek yerine meta-anlatıları kullanarak sentezlemeyi amaçlamaktadır. Böylece, sistematik yaklaşım daha çok, geniş konuları ve farklı araştırma türlerini kapsayarak karmaşık konuları açıklamaya yardımcı olmaktadır (Gurevitch vd., 2018).

Yarı sistematik bir incelemelere analiz yönünden ele alındığında, bu yaklaşımla ulaşılan bulguları analiz etmek ve sentezlemek için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu kapsamda, en başta nitel yöntemlerden tematik veya içerik analizleri kullanılmaktadır. Bu yöntemler, genel olarak bir metin içindeki kavramsal tematik kalıpları belirleme, analiz etme ve raporlama yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Ancak, bazen de yarı sistematik incelemelerde meta-analiz yaklaşımı da kullanılabilemektedir (Page vd., 2021).

2.1.3. Bütünleştirici İnceleme

Bütünleştirici incelemeler, yarı yapılandırılmış inceleme yaklaşımıyla yakından ilgili olmakla birlikte birleştirici ve bütünleştirici bir yaklaşımıdır. Yarı yapılandırılmış inceleme ile karşılaştırıldığında, bütünleştirici bir inceleme genellikle farklı bir amaca sahiptir ve bir araştırma konusuyla ilgili literatürü yeni teorik çerçevelerin ve bakış açılarının ortaya koyulmasını sağlayacak şekilde değerlendirmek, eleştirmek ve sentezlemek amacıyla kullanılmaktadır (Torraco, 2005). Bu tür incelemelere pazarlama ve işletme literatüründe rastlamak mümkündür (örn., Covington, 2000; Gross, 1998; Mazumdar, Raj ve Sinha, 2005). Bütünleştirici literatür incelemelerinin genellikle, belirli bir alanda belirli bir olgunluğa erişmiş konuları veya yeni ortaya çıkan konuları ele almayı amaçlamaktadır. Bu tür olgunlaşmış konular söz konusu olduğunda, bütünleştirici bir inceleme yöntemi kullanmanın amacı, bilgi tabanını ortaya koymak, eleştirel olarak değerlendirmek ve yeniden kavramsallaştırarak belirli bir konunun teorik temelini genişletmektedir. Yeni ortaya çıkan konular için amaç, eski modelleri gözden geçirmekten ziyade başlangıç veya ön kavramsallaştırmalar ve teorik modeller oluşturmaktır. Amaç genellikle konuyla ilgili şimdiye kadar yayınlanmış tüm makaleleri kapsamak değil, farklı alanlardan veya araştırma geleneklerinden bakış açılarını ve içgörüleri birleştirmek olduğundan, bu tür bir inceleme genellikle daha yaratıcı bir veri toplama gerektirmektedir. Bütünleştirici incelemenin veri analizinde, belirli bir standart geliştirilmemiştir (Whittemore ve Knafl, 2005). Ancak, bütünleştirici bir incelemede veri analizinin genel amacı, literatürü ve bir konunun ana fikirlerini ve ilişkilerini eleştirel olarak analiz etmek ve incelemektir.

Bütünleştirici literatür inceleme yöntemi, bir araştırma alanının basit bir şekilde incelenmesi veya tanımlanması yerine, bilginin ve teorik çerçevelerin ilerlemesiyle şekillendirilmektedir. Buna göre, tanımlayıcı veya tarihsel olmayarak, yeni bir kavramsal çerçeve veya teori oluşturmalıdır. Bütünleştirici bir inceleme birkaç şekilde yürütülebilse de, araştırmacıların, çalışmanın nasıl yürütüldüğüne ilişkin raporlama için kabul edilmiş ilkeleri izlemeleri beklenmektedir (Torraco, 2005).

3. Bir Literatür Taramasının Kalitesinin Değerlendirilmesi

Literatür incelemelerinin katı bir şekilde ampirik veya deneysel araştırmalar gibi değerlendirilmesi gerekmektedir. Kaliteli bir literatür taramasının hem derinliğe hem de titizliğe sahip olması gerekmektedir. Yani literatür incelemesine dahil edilecek araştırmaları seçmek, veri ve içgörüleri ortaya koymak için uygun bir strateji geliştirilmesi ve önceki araştırmaların tekrarının ötesinde bir katkı sunması gerekmektedir (Palmatier vd., 2018). Ayrıca, kaliteli bir literatür taramasının tekrarlanabilir nitelikte olmalıdır. Yani yöntemin çalışmanın tekrarlanabilir ve benzer bulgulara ulaşabilir olması için açıklanması gerekmektedir. Son olarak, literatür taramasının bilim adamları ve uygulayıcılar için faydalı olması gerekmektedir.

Literatür incelemelerinin kalitelerinin değerlendirilmesinde sistematik, yarı sistematik veya bütünleştirici bir inceleme olup olmamasına bağlı olarak farklı standartlar kullanılmaktadır. Bununla birlikte, literatür inceleme türünden bağımsız olarak, hangi çalışmaların incelemeye dahil edildiğive hangi kriterlere göre belirlendikleri vb. bilgilerin şeffaflıkla ortaya koyulması gerekmektedir.

4. Sonuç

Literatür incelemeleri, her alandaki bilimin ve bilimsel çalışmaların gelişmesi için büyük önem taşımaktadır. Bilgi gelişimine önemli ölçüde katkı sağlamakta, politika ve uygulamalar için önemli faydalar oluşturmaktadır. Ayrıca, literatür incelemeleri belirli bir alan için yeni fikirler ve yönler doğurmaya yön göstermektedir. Bu nedenle, gelecekteki araştırma ve teori için temel oluşturmaktadırlar.

AÇIKLAMA

Bu çalışmanın özeti, 21-22 Mart 2022 tarihinde gerçekleşen II. Uluslararası Siirt Bilimsel Araştırma Kongresinde sunulmuştur.

KAYNAKLAR

Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. Journal of consumer research, 31(4), 868-882.

Barari, M., Ross, M., Thaichon, S., & Surachartkumtonkun, J. (2021). A meta-analysis of customer engagement behaviour. International Journal of Consumer Studies, 45(4), 457-477.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1997). Writing narrative literature reviews. Review of general psychology, 1(3), 311-320.

Blut, M., & Wang, C. (2020). Technology readiness: a meta-analysis of conceptualizations of the construct and its impact on technology usage. Journal of the Academy of Marketing Science, 48(4), 649-669.

Chang, W., & Taylor, S. A. (2016). The effectiveness of customer participation in new product development: A meta-analysis. Journal of Marketing, 80(1), 47-64.Cook, D. J., Mulrow, C. D., & Haynes, R. B. (1997). Systematic reviews: synthesis of best evidence for clinical decisions. Annals of internal medicine, 126(5), 376-380.

Coombes, P. H., & Nicholson, J. D. (2013). Business models and their relationship with marketing: A systematic literature review. Industrial Marketing Management, 42(5), 656-664

Corley, K. G., & Gioia, D. A. (2011). Building theory about theory building: what constitutes a theoretical contribution?. Academy of management review, 36(1), 12-32.

Davis, J., Mengersen, K., Bennett, S., & Mazerolle, L. (2014). Viewing systematic reviews and meta-analysis in social research through different lenses. SpringerPlus, 3(1), 1-9.

Denney, A. S., & Tewksbury, R. (2013). How to write a literature review. Journal of criminal justice education, 24(2), 218-234.

DerSimonian, R., & Laird, N. (1986). Meta-analysis in clinical trials. Controlled clinical trials, 7(3), 177-188.

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 133, 285-296.

Furnari, S., Crilly, D., Misangyi, V. F., Greckhamer, T., Fiss, P. C., & Aguilera, R. V. (2021). Capturing causal complexity: Heuristics for configurational theorizing. Academy of Management Review, 46(4), 778-799.

Gehman, J., Glaser, V. L., Eisenhardt, K. M., Gioia, D., Langley, A., & Corley, K. G. (2018). Finding theory–method fit: A comparison of three qualitative

approaches to theory building. Journal of Management Inquiry, 27(3), 284-300.

Gilal, F. G., Zhang, J., Paul, J., & Gilal, N. G. (2019). The role of self-determination theory in marketing science: An integrative review and agenda for research. European Management Journal, 37(1), 29-44.

Gilson, L. L., & Goldberg, C. B. (2015). Editors' comment: so, what is a conceptual paper?. Group & Organization Management, 40(2), 127-130.

Good, V., Hughes, D. E., Kirca, A. H., & McGrath, S. (2022). A self-determination theory-based meta-analysis on the differential effects of intrinsic and extrinsic motivation on salesperson performance. Journal of the Academy of Marketing Science, 1-29.

Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. Health information & libraries journal, 26(2), 91-108.

Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals: secrets of the trade. Journal of chiropractic medicine, 5(3), 101-117.

Greenhalgh, T., Robert, G., Macfarlane, F., Bate, P., & Kyriakidou, O. (2004). Diffusion of innovations in service organizations: systematic review and recommendations. The milbank quarterly, 82(4), 581-629.

Gurevitch, J., Koricheva, J., Nakagawa, S., & Stewart, G. (2018). Meta-analysis and the science of research synthesis. Nature, 555(7695), 175-182.

Hanssens, D. M. (2018). The value of empirical generalizations in marketing. Journal of the Academy of Marketing Science, 46(1), 6-8.

Harrer, M., Cuijpers, P., Furukawa, T. A., & Ebert, D. D. (2021). Doing meta-analysis with R: a hands-on guide. Chapman and Hall/CRC.

Hulland, J. (2020). Conceptual review papers: revisiting existing research to develop and refine theory. AMS Review, 10(1), 27-35.

Hulland, J., & Houston, M. B. (2020). Why systematic review papers and meta-analyses matter: An introduction to the special issue on generalizations in marketing. Journal of the Academy of Marketing Science, 48(3), 351-359.

Hulland, J., & Houston, M. B. (2020). Why systematic review papers and meta-analyses matter: An introduction to the special issue on generalizations in marketing. Journal of the Academy of Marketing Science, 48(3), 351-359.

Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying: a meta-analytic review. Journal of the Academy of Marketing Science, 48(3), 384-404.

Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: four approaches. AMS review, 10(1), 18-26.

Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: four approaches. AMS review, 10(1), 18-26.

Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. Marketing science, 25(6), 740-759.

Ketokivi, M., Mantere, S., & Cornelissen, J. (2017). Reasoning by analogy and the progress of theory. Academy of Management Review, 42(4), 637-658.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. Journal of marketing, 80(6), 69-96.

Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P. A., ...Moher, D. (2009). The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta analyses of studies that evaluate health care interventions: Explanation and elaboration. Annals of Internal Medicine, 151, W–65. https://doi.org/10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00136.

Mohamed Shaffril, H. A., Samsuddin, S. F., & Abu Samah, A. (2021). The ABC of systematic literature review: The basic methodological guidance for beginners. Quality & Quantity, 55(4), 1319-1346.

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group*. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. Annals of internal medicine, 151(4), 264-269.

Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. Journal of the Academy of Marketing Science, 47(1), 4-29.

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. International Journal of Surgery, 88, 105906.

Palmatier, R. W., Houston, M. B., & Hulland, J. (2018). Review articles: Purpose, process, and structure. Journal of the Academy of Marketing Science, 46(1), 1-5.

Paré, G., & Kitsiou, S. (2017). Methods for literature reviews. In Handbook of eHealth Evaluation: An Evidence-based Approach [Internet]. University of Victoria.

Paré, G., Trudel, M. C., Jaana, M., & Kitsiou, S. (2015). Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews. Information & Management, 52(2), 183-199.

Paul, J., & Barari, M. (2022). Meta-analysis and traditional systematic literature reviews—What, why, when, where, and how?. Psychology & Marketing.

Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know?. International Business Review, 29(4), 101717.

Paul, J., Lim, W. M., O'Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). International Journal of Consumer Studies, 45(4), O1-O16.

Paul, J., Merchant, A., Dwivedi, Y. K., & Rose, G. (2021). Writing an impactful review article: What do we know and what do we need to know?. Journal of Business Research, 133, 337-340.

Paul, J., & Mas, E. (2020). Toward a 7-P framework for international marketing. Journal of Strategic Marketing, 28(8), 681-701.

Pautasso, M. (2013). Ten simple rules for writing a literature review. PLoS computational biology, 9(7), e1003149.

Payne, A. F., Storbacka, K., & Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. Journal of the academy of marketing science, 36(1), 83-96.

Post, C., Sarala, R., Gatrell, C., & Prescott, J. E. (2020). Advancing theory with review articles. Journal of Management Studies, 57(2), 351-376.

Rocco, T. S., & Plakhotnik, M. S. (2009). Literature reviews, conceptual frameworks, and theoretical frameworks: Terms, functions, and distinctions. Human Resource Development Review, 8(1), 120-130.

Rocco, T. S., & Plakhotnik, M. S. (2009). Literature reviews, conceptual frameworks, and theoretical frameworks: Terms, functions, and distinctions. Human Resource Development Review, 8(1), 120-130.

Shaffril, H. A. M., Ahmad, N., Samsuddin, S. F., Samah, A. A., & Hamdan, M. E. (2020). Systematic literature review on adaptation towards climate change impacts among indigenous people in the Asia Pacific regions. Journal of cleaner production, 258, 120595.

Shepherd, D. A., & Suddaby, R. (2017). Theory building: A review and integration. Journal of Management, 43(1), 59-86.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of business research, 104, 333-339.

Snyder, H., Witell, L., Gustafsson, A., Fombelle, P., & Kristensson, P. (2016). Identifying categories of service innovation: A review and synthesis of the literature. Journal of Business Research, 69(7), 2401-2408.

Templier, M., & Paré, G. (2015). A framework for guiding and evaluating literature reviews. Communications of the Association for Information Systems, 37(1)

Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. Human resource development review, 4(3), 356-367.

Torraco, R. J. (2016). Writing integrative literature reviews: Using the past and present to explore the future. Human resource development review, 15(4), 404-428.

Torraco, R. J. (2016). Writing integrative literature reviews: Using the past and present to explore the future. Human resource development review, 15(4), 404-428.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. British journal of management, 14(3), 207-222.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. Journal of marketing, 68(1), 1-17.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). The four service marketing myths: remnants of a goods-based, manufacturing model. Journal of service research, 6(4), 324-335.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. Journal of the Academy of marketing Science, 36(1), 1-10.

Voorhees, C. M., Brady, M. K., Calantone, R., & Ramirez, E. (2016). Discriminant validity testing in marketing: an analysis, causes for concern, and proposed remedies. Journal of the academy of marketing science, 44(1), 119-134.

Waqas, M., Hamzah, Z. L. B., & Salleh, N. A. M. (2021). Customer experience: a systematic literature review and consumer culture theory-based conceptualisation. Management Review Quarterly, 71(1), 135-176.

Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. MIS quarterly, xiii-xxiii.

Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: updated methodology. Journal of advanced nursing, 52(5), 546-553.

Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. Journal of Planning Education and Research, 39(1), 93-112.

You, Y., Vadakkepatt, G. G., & Joshi, A. M. (2015). A meta-analysis of electronic word-of-mouth elasticity. Journal of Marketing, 79(2), 19-39.