

# NİCEL ARAŞTIRMALARDA METODOLOJİ SORUNLARI: YÜKSEK LİSANS TEZLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Güler Sağlam Arı Dr. Can Armutlu Dr. Nuray Güneri Tosunoğlu Dr. Banu Yücel Toy  
Gazi Üniversitesi Gazi Üniversitesi Gazi Üniversitesi Gazi Üniversitesi  
Ticaret ve Turizm Ticaret ve Turizm Ticaret ve Turizm Ticaret ve Turizm  
Eğitim Fakültesi Eğitim Fakültesi Eğitim Fakültesi Eğitim Fakültesi



## Özet

Bu çalışmanın amacı yönetim ve pazarlama alanlarında nicel yöntemler kullanılarak yazılan yüksek lisans tezlerine ilişkin metodolojik açıdan bir durum saptaması yapmaktır. Bu amaçla 1990-2005 yılları arasında Gazi Üniversitesi İşletme bölümü'nde yönetim ve pazarlama alanlarında nicel yöntemler kullanılarak yazılan toplam 106 tez, araştırma süreci açısından değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda tezler öncelikle araştırma amacı, araştırma deseni, veri toplama aracı ve veri analiz yöntemleri açısından incelenmiş, sonrasında tezlerde karşılaşılan sorunlar belirlenmiştir. İncelenen tezlerde her iki alanda veri toplama aracının büyük bir çoğunlukla anket olduğu belirlenmiştir. Veri analiz yöntemleri olarak ise yönetimde yordamsal istatistiklerin, pazarlamada betimsel istatistiklerin daha fazla kullanıldığı görülmüştür. Tezlerde karşılaşılan önemli metodolojik sorunların; hipotezlerin kurulma biçimi, hipotez kurulmadan istatistik testlerin yapılması, evren ve örnekleme ilişkin ya hiç açıklama yapılmamış olması ya da yapılan açıklamalarda yetersizlikler bulunması ve örneklemin belirlenmesinde yapılan hatalar olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Nicel yöntemler, yönetim, pazarlama, yüksek lisans tezleri, araştırma yöntemleri.

*Methodological Problems in Quantitative Researches: An Empirical Study on Master Thesis*

## Abstract

The purpose of this study is to determine the methodological issues of facts in the master thesis written by using quantitative methods in the fields of management and marketing. For this purpose, a total of 106 master thesis in the field of management and marketing by using quantitative methods written in Gazi University, Department of Business Administration between the period of years 1990-2005 have been examined in terms of a research process. In this prospect, firstly the thesis have been examined in terms of purpose of study, research designs, means of data collecting and analyzing methods and then the problems encountered in the thesis were determined. With regard to research designs while it is observed that field research has been used widely in both fields, but in management the relational field research and in marketing descriptive field research were mostly used. In the thesis examined, it is determined that questionnaire is the mostly preferred data obtaining technique.. When data analyzing methods were considered, it is observed that in management procedural statistics have been used whereas in marketing descriptive statistics have been used. The important problems that were encountered in the thesis are as follows; act of writing the research hypothesis statement, using statistical tests without any hypothesis, no or inadequate explanations about the universe and sample of the research and mistakes when determining the samples.

**Keywords:** Quantitative methods, management, marketing, masters degree thesis, research methods.

## Nicel Araştırmalarda Metodoloji Sorunları: Yüksek Lisans Tezleri Üzerine Bir Araştırma

### 1. Giriş

Türk yönetim ve pazarlama yazınında, ağırlıklı olarak bilimsel makale ve kongre bildirilerinin incelendiği çalışmalar gerçekleştirilen araştırmaların bir kısmında önemli metodolojik sorunlar olduğunu göstermektedir. Söz konusu çalışmalar, her iki alanda da karşılaşılan sorunların üstesinden gelinerek, araştırmaların nitelik yönünden geliştirilmesi gerektiğini ortaya koyan önemli bulgular içermektedir. Bu çalışmada, söz konusu tespit ve değerlendirmeleri içeren çalışmaların ışığı altında, nicel yöntemler kullanılarak yazılan yüksek lisans tezlerinde metodoloji açısından var olan sorunların belirlenmesi ve zaman içindeki gelişimin izlenmesi amaçlanmaktadır.

Bilimsel bilginin üretildiği, bunun yanı sıra bu bilginin yaygınlaştırıldığı en temel kurumlar üniversitelerdir. Üniversitelerin bilgi üretim ve yayma araçlarından birisi de lisansüstü eğitimlerdir. Lisansüstü eğitim ile hem bilgi aktarımı gerçekleşmekte, hem de yazılan tezlerle bir araştırma geleneği oluşmaktadır. Bu çalışmada 1990–2005 yılları arasında Gazi Üniversitesi İşletme bölümüne bağlı olarak yönetim ve pazarlama alanlarında yazılan tezler metodolojik açıdan incelenerek yaşanan sorunlar detaylı bir biçimde tartışılacaktır. Çalışmanın kavramsal çerçevesinde araştırma metodolojisi açısından araştırma süreci kısaca aktarılarak, yönetim ve pazarlama alanlarında daha önce yapılan araştırma sonuçlarından söz edilecektir. Daha sonra araştırmanın amacı doğrultusunda incelenen tezlerden elde edilen bulgular

sunularak araştırma bulguları çerçevesinde konuya ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Bilim, organize edilmiş bilgiler bütünü olarak tanımlanırken bilimsel çalışma neden, niçin, nasıl, ne zaman ve nerede sorularına cevap vermek ve topluma ve bilime yönelik sonuçlar ortaya çıkarmak amacıyla yürütülen bilgi üretme çabalarıdır. Bilimsel bilginin üretilmesi süreci araştırma metodolojisinin ilgi alanı içerisindedir. Metodoloji konusunda ilgili yazın incelendiğinde araştırma sürecinin aşamaları; konunun belirlenmesi, araştırma problemi ve araştırma sorusunun seçimi, hipotezlerin, araştırmanın varsayım ve sınırlılıklarının, araştırma deseni ve yönteminin belirlenmesi, veri toplama araçlarının geliştirilmesi, evren ve örneklemin seçimi, verilerin toplanması ve analizi, bulgular ve yorumlama olarak belirtilmektedir (Öngel, 1983: 7-48; Zikmund, 1999: 42; Neuman, 2003: 13; Kumar, 2005: 19; Toy/Tosunoğlu, 2007: 3). Araştırma sürecinin her aşamasında, çalışmaya dayanak oluşturan teoriler yer almaktadır. Bilimsel bilgi üretimi bu sürece ilişkin aşamaların hatasız bir biçimde gerçekleştirilmesi ile mümkündür.

Çalışmanın amacı doğrultusunda öncelikle, Türkiye’de yönetim ve pazarlama alanlarındaki araştırmaları, araştırma süreci açısından değerlendiren çalışmaların bulgularına kısaca yer verilecektir. Türkiye’de yönetim alanında, önemli bazı dergiler, ulusal yönetim ve organizasyon kongre bildirileri ve doktora tezlerine ilişkin araştırma sürecinin belli kısımlarının ele alınarak değerlendirildiği bazı çalışmalar yer almaktadır (Berkman, 1987; Üsdiken/Pasadeos, 1992; Özen, 2000; Semerciöz/Dikmenli, 2005; Kutanis vd., 2007).

Berkman 1987 yılında, 1968-1987 yılları arasında Amme İdaresi Dergisi’nde yönetim alanında yayınlanan makaleleri incelediği çalışmasında, yönetim konusundaki makalelerin sadece %10’unun birinci el veri temelli olduğu saptamasını yapmaktadır. Anılan dönem için yönetim alanında yazılan makalelerin büyük çoğunluğunun varolan bilgilere- verilere dayanan ve daha çok derleyen-özetleyen çalışmalar olmasının önemli bir sorun olduğu vurgulanmıştır (Berkman, 1987: 31). Buna göre incelenen dönem itibariyle birinci el veri temelli çalışmaların az olması nedeniyle aynı döneme ilişkin olarak nicel çalışmaların çok az olduğu saptamasını yapmak da yanlış olmayacaktır.

Türkiye’de yönetim araştırmalarına ilişkin önemli bir çalışma da Üsdiken ve Pasadeos’un 1992 yılında yapmış oldukları çalışmadır. Yazarlar 1975-1989 yılları arasında 4 akademik dergide yer alan makaleleri incelemiş, incelenen toplam 237 makaleden sadece 37’sinin görgül olduğu belirlenmiştir. Yapılan

görgül çalışmalarda çoğunlukla verilerin anket tekniği ile elde edildiği ve bunların tek değişkenli istatistiklere dayalı betimsel çalışmalar olduğu görülmektedir (Üsdiken/Pasadeos, 1992: 253-256). Araştırma sonuçları Berkman'ın yaptığı çalışma ile benzerlik göstermiş, 1990'lara kadarki dönemde yönetim alanında görgül çalışmaların azlığı önemli bir sorun kaynağı olarak ifade edilmiştir.

Kutanis vd.'nin (2007:238) nitel araştırma kullanımına yönelik olarak 1996-2006 yılları arasında ulusal yönetim ve organizasyon kongrelerinde sunulan bildirileri inceledikleri çalışmalarında, incelenen 10 yıllık dönemde ağırlıklı olarak nicel çalışmaların kullanıldığı gözlenmektedir. Araştırmacıların aynı çalışmanın devamında yönetim ve organizasyon alanında çalışan akademisyenlere, araştırma yöntemlerine ilişkin olarak yaptıkları anket çalışması, akademisyenlerin yüksek lisans tezlerinde çoğunlukla nicel yöntemleri kullandıklarını ortaya koymaktadır (Kutanis vd., 2007:240). Tarihsel süreç açısından bakıldığında yönetim alanında ilk zamanlar derleyen-özetleyen çalışmaların fazlaca olması ve birinci el veri temelli çalışmaların azlığı bir sorun olurken 2000'li yıllara doğru nicel çalışmaların sayıca oldukça arttığı gözlenmektedir. Araştırmacıların daha sonraki yıllarda, alan açısından, metodolojide karşılaşılan sorunlara yönelik bir sorgulama üzerinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Örneğin Özen (2000), 1996-1998 yılları arasında düzenlenen ulusal yönetim ve organizasyon kongrelerinde sunulan bildirileri metodolojik açıdan incelemiş, araştırma tasarımı, veri toplama ve veri analizi açısından bir değerlendirme yapmıştır. Araştırma amacı açısından bakıldığında nicel yöntemlerle yazılan bildirilerin yaklaşık yarısının "betimleme" diğer yarısının da "betimleme ve/veya açıklama" amacını taşıdığı görülmektedir. Ancak ilgi çeken nokta, açıklayıcı amaçlı bildirilerde hipotez testi açısından sorunların olması, çalışmaların bir kısmında hipotezlerin belirgin olarak ortaya konulmadan test edilirken büyük bir kısmının ise hipotez testine yönelmemiş olmasıdır. Çalışmada toplam bildirilerin yaklaşık yarısını oluşturan açıklama amaçlı bildirilerde, açık bir biçimde hipotez testinin yapılması beklenmekte iken, araştırmaların yalnızca yaklaşık %19'unun hipotez testi yapmış olduğu görülmüştür. Araştırmalarda bir diğer sorunun, araştırma varsayımları ile araştırma hipotezlerinin karıştırılması olduğu belirtilmektedir (Özen, 2000: 104). İncelenen bildirilerde nicel yöntemler kullanılarak yazılan makalelerde tek değişkenli analiz yöntemleri de kullanılmakla birlikte iki ve çok değişkenli analiz yöntemlerinin kullanımının yaygınlaşması ümit verici bir gelişme olarak nitelendirilmektedir (Özen, 2000: 111-112).

Semerciöz ve Dikmenli'nin (2007) 1995-2004 yılları arasında İstanbul'daki 4 büyük üniversitede yönetim alanında yazılan doktora tezlerini değerlendirdiği çalışmada, yazılan 185 tezden 124'ünün nicel olduğu, bu

tezlerde de % 41, 9 oranında tanımlayıcı istatistik, % 53, 2 oranında sonuç çıkarıcı istatistik kullanıldığı belirlenmiştir. Burada sonuç çıkarıcı istatistiklerin daha fazla kullanıldığı gözlenirse de tanımlayıcı istatistiklerin de azımsanmayacak düzeyde olduğu görülmektedir. Araştırmada çıkan önemli bir sonuç da çok değişkenli istatistiklerin kullanım oranının çok düşük (%4,8) olmasıdır. Kullanılan istatistik yöntemler tez amacından ayrı düşünülemeyeceği için incelenen tezlerin yarısından fazlası için açıklayıcı amaçla yapılmış oldukları değerlendirmesi yapılmakla birlikte yarıya yakın bir oranın da betimsel amaç taşıdığı söylenebilir. Açıklayıcı çalışmalarda çok değişkenli istatistik kullanımı, araştırmacının birden fazla değişken çerçevesinde alandaki olgu ve olayları çok boyutlu bir biçimde açıklık getirdiğinin bir göstergesi olarak düşünülmelidir.

Yönetim alanında belli başlı dergiler, kongre bildirimleri ve doktora tezlerine ilişkin yapılan değerlendirmeleri içeren çalışmalar incelendiğinde, 1990'lara kadarki dönemde en önemli sorunun görgül çalışma azlığı olduğu, 1990'lar özellikle de 1995 sonrasında görgül çalışmaların artmaya başladığı görülmektedir. Yapılan görgül çalışmalarda izlenen araştırma yöntemi büyük ölçüde nicel araştırma yöntemleri olurken, gerek araştırmaların kavramsal temellerden yoksunluğu, gerekse kavramsal ilişkilerin test edilmesi sürecinde temel ve ciddi bazı hatalara rastlandığı gözlenmektedir.

Türkiye'de pazarlama alanında 1950'li yıllarda başlayan bilimsel araştırmalar, günümüzde katettiği önemli gelişmeler yanında çeşitli eleştirilere de maruz kalmaktadır. Pazarlama araştırmaları temelde kuramsal ve metodolojik açıdan eleştirilirken, yönetim alanında görülen sorunlara benzer tespit ve eleştiriler de yapılmaktadır. Pazarlama alanındaki önemli bilimsel dergiler ile kongre kitaplarındaki bildirimlerin gözden geçirilerek elde edilen tespitlerin aktarıldığı bir çalışmada (Altunışık/Torlak, 2006), yapılan araştırmalarda teorik temellerin yetersizliğine işaret edilirken, hipotezlerin kurgulanması ve test edilmesinde de önemli eksikliklerin olduğu belirtilmektedir. Alanda kavramsal kargaşanın ve kavram birliğinin olmadığı da önemli bir gözlemdir. Araştırmalardaki metodolojik sorunlar ise; uygun olmayan araştırma desenleri ile uygun olmayan veri toplama yöntemlerinin seçilerek, yine uygunsuz evren ve örneklem seçimleri ile geçerlilik ve güvenilirlik sorunları taşıyan araştırmaların gerçekleştirilmesi şeklinde özetlenebilir. Bunun yanında verilerin analizi açısından da önemli sorunlara vurgu yapılmaktadır. En temel sorun, elde edilen verilerin özellikleri dikkate alınmadan yaygın kullanımı olan istatistiksel analiz tekniklerinin kullanılmasıdır (Altunışık/Torlak, 2006: 81-87). Ulusal Pazarlama kongreleri, araştırmalardaki hataların tartışılmasına olanak tanıyan önemli ortamlar olmaktadır. Sözlü tartışma ortamları dışında, 2005 yılında gerçekleştirilen 10. Ulusal Pazarlama Kongresindeki bildirimlerde saptanan hataları yazılı olarak da değerlendiren Yükselen (2006), çalışmalarda

hipotezlerin kurulmasında, örnekleme sürecinde, veri toplama ve analiz yöntemlerinde önemli hataların yapıldığını ortaya koymaktadır.

Bilimsel araştırmada karşılaşılan hatalar ile ilgili yönetim ve pazarlama alanlarının yanı sıra nicel araştırmalarda istatistik yöntemlerin kullanımı nedeniyle istatistik alanında da tartışmalar bulunmaktadır. Bu alandaki tartışmalarda doğru olmayan veri toplama araçlarının kullanılması, istatistik analizlerinde PC yazılım/paket programlarının bilinçsiz ve hatalı olarak kullanılması, örnek hacminin yanlış belirlenmesi, evrene yönelik tahminlerin üretilmesi sürecinde hataların yapılması, yapılan analizlerde verinin yapısına uygun olmayan analiz tekniklerinin kullanılması ve analizlerin gerektirdiği varsayımların kontrol edilmemesi sorunlarına vurgu yapılmaktadır (Toy/Tosunoğlu, 2007: 2).

Tüm bu çalışmalarda hem yönetim hem pazarlama alanında ulusal kongrelerde sunulan bildiriler ve bazı akademik dergilerdeki makaleler üzerindeki değerlendirmeler doğrultusunda önemli metodolojik sorunlar üzerinde durulmaktadır. Nicel çalışmalar her iki alanda da ağırlığını korurken, metodolojik sorunların önlenmesi açısından, araştırmacılar tarafından, bir danışman eşliğinde hazırlanan ve danışmanın onayı ile bir jüri önünde savunulan tezlerde metodoloji açısından mevcut durumun nasıl olduğu sorusu bir araştırma problemi olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, lisansüstü eğitimin, önemli bir kısmı üniversitelerde araştırmacı kadrosunda yer alan bireyler açısından araştırma geleneğinin oluşmasında büyük önem taşıdığı, özellikle yüksek lisans tezlerinin araştırmacılar için öğrenme sürecinin ilk basamağı olduğu düşüncesi araştırma problemini şekillendiren bir diğer unsurdur.

### 3. Araştırma Yöntemi

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada 1990-2005 yıllarını kapsayan 15 yıllık süreç içinde yönetim ve pazarlama alanında nicel yöntemlerle yazılan tezlerin metodolojik açıdan incelenmesi, sorunların ve zaman içinde metodolojik gelişimin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu çerçevede araştırma betimsel amaçlı bir çalışmadır. Söz konusu amaç çerçevesinde tezler, araştırma amacı, deseni, veri toplama aracı, evren/örneklem varsa hipotezler ve veri analizi yöntemi açısından değerlendirilirken, veri analizi aşamasında kullanılan istatistiksel tekniklerin uygunluğu da detaylandırılarak incelmeye tabii tutulmuştur.

### 3.2. Araştırmanın Deseni

Bu alışma, yönetim ve pazarlama alanlarında nicel araştırma yöntemi kullanılarak yazılan tezlerde metodolojik sorunları tespit etmeye ve metodolojik gelişimi ortaya koymaya yönelik doküman analizine dayanan nicel bir araştırmadır.

### 3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Gazi Üniversitesinde İşletme Bölümünde Yönetim ve Pazarlama Anabilim Dallarında nicel yöntemler kullanılarak yazılmış olan yüksek lisans tezleridir. Araştırmanın alışma evrenini ise 1990-2005 yılları arasında yazılmış olan yüksek lisans tezleri oluşturmaktadır. Araştırmada, alışma evreninde belirtilen tüm yüksek lisans tezlerine ulaşmak hedeflenmiş, bu nedenle örnekleme yoluna gidilmemiştir. 1990-2005 yılları arasında yazılan toplam 151 adet yüksek lisans tezinden, 11'inin derleme olduğu görülmüştür. Bu çalışmaların dışında kalan 140 adet yüksek lisans tezi içerisinden 106'sı nicel yöntemler kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın alışma evreni bu 106 tezden oluşmaktadır.

### 3.4. Verilerin Toplanması

Gazi Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nde tespit edilen ve ulaşılabilen söz konusu tezleri incelemek amacıyla, araştırmacılar tarafından çalışmanın amacı çerçevesinde, araştırma yöntemine ilişkin yazın göz önünde bulundurularak bir “tez değerlendirme ölçeği” geliştirilmiştir. Bu ölçek, tezin adı, yayın yılı, tasnif numarası, yazıldığı alan, araştırma yöntemi, amacı, deseni, veri toplama aracı, veri analizi yöntemi, evren/örneklem uygunluğu ve varsa hipotezlerin uygunluğu başlıklarını içermektedir. Çalışmaya temel teşkil eden veriler bu ölçeğe göre ilgili tezler incelenerek, veriler içerik analizi yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma soruları doğrultusunda bu araştırmanın asıl ilgi alanı, araştırma süreci açısından Öngel (1983)'in ayırımına göre, olgular dünyasına inildiğinde yapılacakların planlanması ve inşasını içeren araştırma safhalarına yönelik betimlemeler yapmaktır. Bu nedenle araştırmanın kavramsal kısmına ilişkin süreç araştırma kapsamı dışında tutulmuş, yalnızca hipotezlerin ölçümünü ifade eden veri analizi kısmı ile bağlantı kurmak adına hipotez ifadeleri ve hipotezlerin uygunluğu incelenmiştir.

### 3.5. Verilerin Analizi

Yönetim ve pazarlama alanında yazılan tezlerden tez değerlendirme ölçeği aracılığıyla elde edilen niteliksel veriler sayısal hale dönüştürülüp betimleyici istatistikler kullanılarak yorumlanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular iki başlık altında incelenmiştir. Birinci bölümde tezlerdeki metodolojik gelişimi ortaya koymak amacıyla, yıllar itibari ile alanlar da göz önüne alınarak betimsel bulgulara yer verilmiştir. Ardından ikinci bölümde, araştırma amacı ve deseni doğrultusunda hipotezlerin ve evren/örneklem seçimine ilişkin metodolojik sorunlar değerlendirilmiştir.

## 4. Bulgular

### 4.1. Tezlerdeki Metodolojik Gelişime İlişkin Betimsel Bulgular

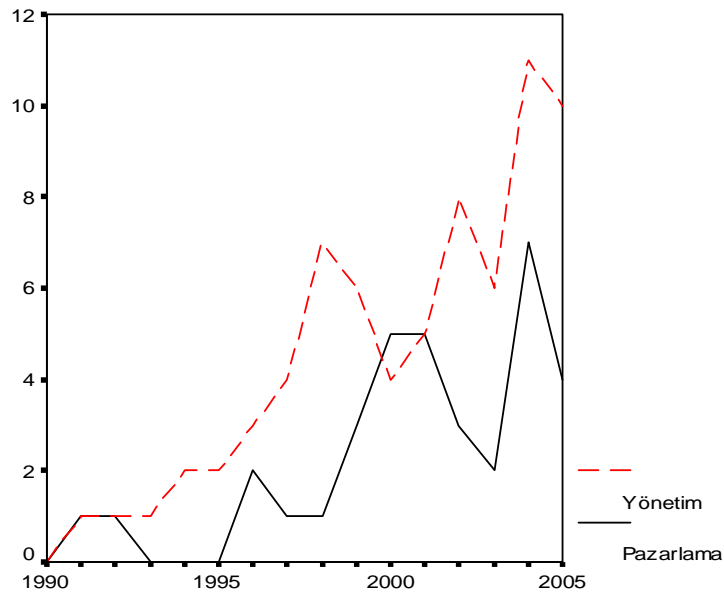
Araştırmaya konu olan toplam 106 çalışmanın 71'i yönetim 35'i pazarlama alanında yazılmıştır. Yönetim ve pazarlama alanında nicel çalışmalara dayanarak yazılan yüksek lisans tezlerinin 1990-2005 yılları arasında kapsayan 15 yıllık süreç içerisindeki dağılımı Tablo 1'de, bu dağılımın grafiksel gösterimi ise Şekil 1'de verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde ilk göze çarpan incelemeye konu olan tezlerin % 67'sinin yönetim alanında, % 33'ünün pazarlama alanında yazılan tezlerden oluşmasıdır. 1990 yılında her iki alanda, 1993, 1994 ve 1995 yıllarında da pazarlama alanında tez çalışması yapılmadığı belirlenmiştir.

*Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Yıllara Göre Dağılımı*

Yıllar	Yönetim	Pazarlama
1990	-	-
1991	1	1
1992	1	1
1993	1	-
1994	2	-
1995	2	-
1996	3	2
1997	4	1
1998	7	1



1999	6	3
2000	4	5
2001	5	5
2002	8	3
2003	6	2
2004	11	7
2005	10	4
<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>35</b>



Şekil 1. Araştırma Kapsamındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Yıllara Göre Dağılımının Grafiksel Gösterimi

Nicel çalışmaların yapıldığı yüksek lisans tezleri araştırma amaçları açısından incelendiğinde elde edilen veriler Tablo 2’de sunulmuştur. Bilimsel araştırmalarda temelde üç amaçtan söz edilebilir. Bunlar; keşfedici (exploratory), betimleyici (descriptive) ve açıklayıcı (explanatory) araştırmalardır. Keşfedici araştırmalar bir konu ya da sorun karşısında ne oluyor sorusuna cevap aramaya çalışırken, bir problemi tanımlayarak doğasını ortaya çıkarır. Betimleyici araştırmalarda amaç bir örgüt, birey, olgu veya durumun portresini çizmektir. Cevap aranan sorular kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl ve

ne kadar gibi sorulardır. Açıklayıcı araştırmalar ise, keşfedici ve betimleyici çalışmalarla ortaya konulan diğer bir ifade ile zaten bilinen ve bir tanımı olan olgu ve olayların nedenlerini araştırmayı amaçlamaktadır (Neuman, 2003: 29-31; Altunışık Vd., 2002: 50; Mcgovern, 2003: 34). Araştırma metodolojisine ilişkin yazın incelendiğinde bu sınıflandırmaya dördüncü bir amaç olarak ilişkiel araştırmanın eklendiği görülmektedir (Kumar, 2005: 10). Kimi çalışmalarda ise bu ayırma gerek duyulmadan ilişkiel ve açıklayıcı araştırmaların aynı araştırma amacına hizmet ettiği ifade edilmektedir (Mcgovern, 2003: 32). Bu çalışmada temelde kabul gören üçlü sınıflandırma doğrultusunda tezler incelenmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde, tezlerin %44'ünün betimsel, %56'sının açıklayıcı amaçlı tezler olduğu görülmektedir. Her iki alan için ortak bir değerlendirme yapıldığında, tezlerde “ne” “nasıl” soruları kadar “neden” sorusuna da cevap aranmaya çalışıldığı söylenebilir. Ancak söz konusu tespitin doğruluğu için yıllar itibariyle gelişimin de gözden kaçırılmaması gerekmektedir. İncelemenin başladığı 1990 yılından sonra yıllar itibariyle tez sayısındaki artış ile birlikte özellikle son yıllarda açıklayıcı amaçlı tezlerin yazımında artışın olduğu göze çarparken, 2005 yılındaki tezlerin tümünün açıklayıcı amaç taşıdıkları dikkat çekicidir. Her iki alan kendi içerisinde değerlendirildiğinde ise, yönetim ve pazarlama alanlarındaki tezlerin amaçları açısından çarpıcı bir şekilde farklılaştığı gözlenmektedir. Yönetim alanında yazılan tezlerin %38'i betimsel, %62' si açıklayıcı amaçlıdır. Pazarlama alanında ise açıklayıcı amaçlı tezlerin oranının %43, betimsel amaçlı tezlerin oranının %57 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca pazarlama alanındaki tezlerde ilgi çeken bir başka nokta, 1990-1999 yılları arasındaki 9 yıl gibi uzun bir süre içerisinde yazılan hiçbir tezin açıklayıcı amaç taşımamış olmasıdır.

*Tablo 2. Araştırma Kapsamındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Araştırma Amaçları Açısından Yıllara Göre Dağılımı*

Amaç	Yönetim		Pazarlama	
	Betimsel	Açıklayıcı	Betimsel	Açıklayıcı
1990	-	-	-	-
1991	-	1	1	-
1992	1	-	1	-
1993	1	-	-	-
1994	1	1	-	-

1995	1	1	-	-
1996	2	1	2	-
1997	2	2	1	-
1998	2	5	1	-
1999	4	2	1	2
2000	2	2	3	2
2001	1	4	3	2
2002	4	4	2	1
2003	3	3	1	1
2004	3	8	4	3
2005	-	10	-	4
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>44</b>	<b>20</b>	<b>15</b>

Yapılan çalışmaların araştırma deseni açısından yıllara göre dağılımı Tablo 3'te görülebilir. Araştırmanın yaklaşımı veya stratejisi olarak da adlandırılabilir olan araştırma deseni, niceliksel araştırmalarda temelde üç grup altında toplanabilmektedir. Bunlar; alan araştırması (survey), deneysel araştırma ve araştırma kapsamına alınan bireylerden doğrudan bilgi alınmadığı tasarımlar veya varolan istatistikler/dokümanlar/ikincil analizlere dayanan (non reaktive) araştırmalardır (Neuman, 2003:237-360). İlgili yazın incelendiğinde araştırma deseni açısından farklı ayrımların da olduğu görülmektedir. Örneğin ilişkisel ve karşılaştırmalı araştırma desenleri de eklenerek sınıflandırmanın artırıldığı durumlar söz konusudur (Fraenkel/Wallen, 2003: 265-394).

Çalışmada araştırma desenleri üçlü sınıflandırma kapsamında ele alınmakla birlikte Frankel ve Wallen'in (2003) sınıflandırması da göz önüne alınarak açıklayıcı amaçlı tezlerin desenlerine ilişkin daha detaylı bilgi verebilmek adına, alan araştırması içerisinde değerlendirilen çalışmalar kendi içerisinde de bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Araştırma desenleri için yapılan temel ayırmda alan araştırması kapsamında, birey ve gruplardan doğrudan bilgi alınan araştırmalar kastedilmektedir. Ancak, Frankel ve Wallen'in söz konusu sınıflandırması ile betimsel amaçlı alan araştırmaları, diğer araştırma türlerinden ayrılarak alan araştırması kapsamında değerlendirilmiş, değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymayı veya birimler arası karşılaştırmalar yapmayı amaçlayan çalışmalar ayrı birer desen kategorisi olarak ele alınmıştır. Söz konusu sınıflandırma ile açıklayıcı amaçlı yazılan

tezler de alan araştırması içerisinde değerlendirilirken, ilişkisel ve karşılaştırmalı araştırmalar olarak kendi içinde ayrılmıştır. Buradan anlaşılacağı üzere, betimsel amaçlı alan araştırması desenine sahip tezler de bu kapsamda yer alırken, betimleyici alan araştırmaları olarak ifade edilmiştir.

İncelenen tezler alan ayrımı yapılmaksızın desenleri açısından değerlendirildiğinde tezlerin %98'inin alan araştırması olarak tasarlandığı belirlenmiştir. Bu alan araştırmalarının %45'inin betimleyici alan araştırması, %43'ünün ilişkisel araştırma deseni, %12'sinin ise karşılaştırmalı araştırma desenine sahip olduğu görülmüştür. Alanlara ilişkin ayrı ayrı bir değerlendirme yapıldığında ise yönetim alanında yazılan tezlerin %99'unun alan araştırması olduğu, bu tezlerden %49'unun ilişkisel desen, %39'unun betimleyici alan araştırması deseni, %12'sinin de karşılaştırmalı araştırma deseni ile yazıldığı belirlenmiştir. Pazarlama alanında yazılan tezlerden %97'sinin alan araştırması olduğu, alan araştırmalarının ise %59'unda betimsel alan araştırması, %32'sinde ilişkisel, %9'unda karşılaştırmalı araştırma deseninin tercih edildiği görülmektedir. Yönetim alanındaki nicel çalışmalarda ilişkisel araştırmaların sayısı son yıllarda biraz daha artmıştır. 15 yıllık süre içerisinde her iki alanda 1'er tane yapıldığı da gözlenen bir diğer sonuçtur.

*Tablo 3. Araştırma Kapsamındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Araştırma Deseni Açısından Yıllara Göre Dağılımı*

Araştırma Deseni	Yönetim			Deneysel Araştırma	Pazarlama			Deneysel Araştırma
	Alan Araştırması				Alan Araştırması			
	Betimleyici Alan Arş.	İlişkisel Arş.	Karşılaştırmalı Arş.		Betimleyici Alan Arş.	İlişkisel Arş.	Karşılaştırmalı Arş.	
1990	-	-	-	-	-	-	-	-
1991	-	-	1	-	1	-	-	-
1992	1	-	-	-	1	-	-	-
1993	1	-	-	-	-	-	-	-
1994	1	1	-	-	-	-	-	-
1995	1	1	-	1	-	-	-	-
1996	2	1	-	-	2	-	-	-
1997	2	1	1	-	1	-	-	-
1998	2	4	1	-	1	-	-	-
1999	4	2	-	-	1	1	1	-

2000	2	2	-	-	3	2	-	-
2001	1	3	1	-	3	1	1	-
2002	4	4	-	-	2	-	-	1
2003	3	2	1	-	1	-	1	-
2004	3	6	1	-	4	3	-	-
2005	-	7	3	-	-	4	-	-
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>34</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Yönetim ve pazarlama alanında yazılan tezlerin veri toplama biçimleri açısından yıllara göre dağılımı Tablo 4’te verilmiştir. Niceliksel veriler; deneyler, anket ve görüşme verileri, içerik analizi ve ikincil veriler/var olan istatistikler olarak sıralanabilmektedir (Neuman, 2003:35-39).

Tablo 4 incelendiğinde her iki alanda da nicel çalışmaların hemen hepsinin veri toplama aracının anket ve görüşme olduğu gözlenmiştir. Bu durum araştırma amaç ve desenleri ile birlikte düşünüldüğünde beklenen bir sonuç olup, amaç ve desen konusunda çeşitliliğin az olmasının bir sonucu olarak görülmektedir.

*Tablo 4. Araştırma Kapsamındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Veri Toplama Biçimleri Açısından Yıllara Göre Dağılımı*

Veri Toplama Biçimi	Yönetim		Pazarlama		
	Anket ve görüşme	Deney	İkincil veriler	Anket ve görüşme	Deney
1990					
1991	1			1	
1992	1			1	
1993	1				
1994	2				
1995	2	1			
1996	3			2	
1997	4			1	
1998	7			1	
1999	4		2	3	
2000	4			5	
2001	5			5	

2002	8			2	1 <sup>a</sup>
2003	6			2	
2004	10			7	
2005	10			4	
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>1</b>

<sup>a</sup> Çalışmada veriler internet üzerinde yapılan deneysel çalışmadan elektronik ortamda elde edilmiştir.

Araştırma kapsamındaki tezlerin, kullanılan istatistiksel analiz yöntemleri açısından yıllara göre dağılımı Tablo 5’te sunulmuştur. Araştırma amacı başta olmak üzere, araştırma süreci içerisindeki aşamalar araştırmacıyı, kullanacağı analiz teknikleri konusunda yönlendirmektedir. Araştırma amacı doğrultusunda bağımlı ve bağımsız değişken sayısının bir ya da daha fazla olması, uygulanan analizlerde önemli belirleyici olmaktadır. Nicel veri analizlerinde tek değişkenli, iki değişkenli, çok değişkenli ve çıkarımsal istatistik analizler kullanılabilir (Neuman, 2003:335-356). Bu çalışmada araştırma amaçları açısından bir sınıflandırma yapılması tercih edilmiş, bu doğrultuda betimsel istatistikler, yordamsal istatistikler ve her ikisinin de yapıldığı çalışmalar şeklinde bir ayırım kullanılmıştır.

Her iki alanda yazılan tezlerin tümü açısından bir değerlendirme yapıldığında tezlerin %44’ünün betimsel istatistik, %11’inin yordamsal istatistik, %45’inin ise her ikisinin de kullanıldığı tezler olarak dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Alanlar açısından yapılan değerlendirmede yönetim alanında yazılan tezlerin %38’inin betimsel, %14’ünün yordamsal, %48’inin ise her iki analiz yönteminin birlikte kullanıldığı çalışmalar olduğu tespit edilmiştir. Pazarlama alanında yazılan tezlerin ise %57’sinin betimsel, %6’sının yordamsal, %37’sinin de her iki analiz yönteminin birlikte kullanıldığı çalışmalardan oluştuğu belirlenmiştir.

Yönetim alanında frekans, yüzde dağılımı, ortalama vb. gibi temel istatistik analizlerinin ve yordamsal istatistik yöntemlerinin bir arada kullanıldığı gözlenmiştir. Yordamsal istatistik yöntemlerinin tek başına kullanıldığı çalışmalar da oldukça yoğundur. Yıllara göre bakıldığında 1996 yılından itibaren çeşitliliğin arttığı ve bu artışın sayısal olarak da gözlemlendiği söylenebilir. Pazarlama alanında ise temel istatistik analizlerinin çalışmalarda daha çok tercih edildiği görülmüştür. Veri analiz yöntemi açısından yönetim alanında daha fazla sayıda açıklayıcı çalışmanın olması tezlerde yordamsal istatistik kullanımını, pazarlama alanında da daha çok betimsel amaçlı tezlerin yazılması betimsel istatistiklerin kullanımını açıklamaktadır.

Tablo 5. Araştırma Kapsamındaki Yüksek Lisans Tezlerinin Veri Analiz Yöntemleri Açısından Yıllara Göre Dağılımı

Veri Analiz Yöntemleri	Yönetim			Pazarlama		
	Betimsel İstatistik (Frekans, yüzde dağılımı, ortalama, vb.)	Yordamsal İstatistik (korelasyon, regresyon, t-testi, ANOVA, Ki-kare, vb.)	Her ikisi de yapılan	Betimsel İstatistik (Frekans, yüzde dağılımı, ortalama, vb.)	Yordamsal İstatistik (t-testi, ANOVA, Ki-kare, vb.)	Her ikisi de yapılan
1990	-	-	-	-	-	-
1991	-	-	1	1	-	-
1992	1	-	-	1	-	-
1993	1	-	-	-	-	-
1994	1	1	-	-	-	-
1995	1	1	-	-	-	-
1996	2	-	1	2	-	-
1997	2	1	1	1	-	-
1998	2	1	4	1	-	-
1999	4	-	2	1	-	2
2000	2	1	1	3	-	2
2001	1	1	3	3	-	2
2002	3	-	5	2	1	-
2003	3	1	2	1	-	1
2004	4	-	7	4	-	3
2005	-	3	7	-	1	3
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>13</b>

#### 4.2. Tezlerde Karşılaşılan Metodolojik Sorunlara İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, incelenen tezlerde karşılaşılan metodolojik hatalar üzerinde bir değerlendirme yapılmıştır. Bir araştırmanın teorik çerçevesi, amacı ve deseni hipotezlerin kurulması ve evren/örneklem seçimi konusunda önemli belirleyicilerdir. Çalışmada hipotezlerin teorik gerekçeleri araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmanın bu kısmında incelenen

tezlerde evren/örneklem seçimi ve hipotezlere ilişkin metodolojik hatalara yönelik olarak içerik analizi ile elde edilen bulgulara yer verilecektir.

Çalışma kapsamında incelenen tezler öncelikle amaçları doğrultusunda hipotezlerin kurulumu açısından değerlendirilmiştir. Hipotez, araştırmacının olası sonuçlarına ilişkin bir tahmin ifadesidir (Fraenkel/Wallen, 2003: 45). Betimleyici amaçla yapılan araştırmalarda hipotezlere yer verilmezken, açıklayıcı amaçlı araştırmalarda ise hipotez bulunmalıdır. Hipotezlerin amaçlarla tutarlı bir biçimde, test edilebilecek şekilde hazırlanması ve analizlerde kullanılacak tüm değişkenleri içermesi gerekmektedir. Bir hipotez, uygulamada hangi istatistiksel analiz yönteminin kullanılacağı, değişkenlerin hangisinin bağımlı ve bağımsız olacağı ve analizlere nasıl katılacakları konusunda yön gösterici olmalıdır. Bu nedenle hipotezler doğru olarak yapılandırılmalıdır. Bunun yanı sıra araştırmalarda istatistiksel bir analiz yapılmışsa bu analizi gerektiren hipotezin çalışmada mutlaka verilmesi gerekmektedir (Toy/Tosunoğlu, 2007: 5). Araştırma hipotezi araştırmacının araştırma probleminin değişkenleri arasındaki ilişki veya farka dair beklentilerini açık ve özlü olarak ifade etmektedir. İfade edilme biçimlerine göre hipotezler araştırma ve yokluk hipotezi olarak ikiye ayrılmaktadır. Araştırma hipotezi değişkenler arasında beklenen ilişki veya farklılığı ifade ederken, yokluk hipotezi değişkenler arasında bir ilişki veya fark olmadığını, varsa bile bunun şans eseri ortaya çıktığını ifade etmektedir (Altunışık vd., 2002: 40-45).

Bu çalışmada incelenen tezler hipotezler açısından değerlendirildiğinde hipotezlere ilişkin karşılaşılan hatalar, hipotez ifadelerinin kurulumu ve yapılan istatistik analizler ile olan uygunluğu açısından tasnif edilerek Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 5'te, yönetim alanında yazılmış 44, pazarlama alanında yazılmış 15 tezde yordamsal istatistik yöntemlerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu durum toplam 59 adet tezde hipotez kurulması gerektiğini göstermektedir. Buna karşın yapılan çeşitli hatalar nedeniyle bu sayının sağlanmadığı görülmüştür. Araştırma kapsamında hipotezlere ilişkin ilk değerlendirme hipotez ifadelerine ilişkin olarak gerçekleştirilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde tezlerde yazılan hipotezlerin 9'unun kurulumunda hatalar olduğu veya hipotezlerin açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir. Burada sözü edilen kurulum hataları, hipotez tanımı doğrultusunda, tezlerdeki hipotezlerin araştırmacının olası sonuçlarına ilişkin bir tahmin ifadesi içermemesi, araştırma probleminin değişkenleri arasındaki ilişki veya farka dair beklentilerini açık ve özlü olarak ifade etmemesi ve  $H_0$  yokluk hipotezi ile  $H_A$  araştırma hipotezinin karıştırılmasıdır.



Tezlerdeki hipotezlere ilişkin olarak ikinci değerlendirme ise hipotezler ve istatistiksel analizler açısından yapılmıştır. Tablo 6 incelendiğinde en çok karşılaşılan hata türünün hipotez kurulmadığı halde istatistiksel analizlerin yapılması olduğu görülmüştür. Toplam 21 tezde, tezlerin araştırma yöntemi bölümünde herhangi bir hipotezden bahsedilmezken bulgular bölümünde ilişki ve/veya karşılaştırma analizlerinin yapıldığı belirlenmiştir. Hipotez kurulduğu halde testinin yapılmadığı 5 tez varken, yapılan testin kurulan hipoteze uygun olmadığı 2 tez tespit edilmiştir. Yazılan 5 tezin de hem hipotez kurulumunun hem de uyulanan istatistiksel analizin hatalı olduğu görülmüştür.

*Tablo 6. Tezlerde Hipotezlere İlişkin Olarak Karşılaşılan Hataların Dağılımı*

Hata Türü	Yönetim	Pazarlama	Toplam
Hata yok	16	5	21
Kurulumu hatalı veya açık ve net ifade edilmemiş	6	3	9
Hipotez kurulmamış fakat analiz yapılmış	17	4	21
Hipotez kurulmuş fakat bir kısmı veya hiçbiri analiz edilmemiş	4	1	5
Kurulan hipotez ile yapılan analiz uygun değil	2	-	2
Kurulan hipotez de yapılan analiz de hatalı	3	2	5
<b>Toplam</b>	<b>48</b>	<b>15</b>	<b>63</b>

Nicel araştırmalarda evren ve örneklem seçimi konusunda da çeşitli hatalarla karşılaşmaktadır. Çalışmalarda evrenin tamamına ulaşmak hedeflenebileceği gibi çeşitli nedenlerle örneklem seçme yoluna da gidilebilir. Örneklemle çalışmanın daha ucuz ve çabuk olması, örneklemden daha ayrıntılı bilgi elde edilebilmesi ve evrenden elde edilemeyecek bilgilere ulaşılabilmesi araştırmacıların evren yerine örnekleme tercih etmelerine neden olmaktadır. Örneklem üzerinden elde edilen sonuçlar evrene genellendiği için seçilen örneklem evreni temsil etmelidir. Bu nedenle örneklem belirlenirken çalışmanın amacı, araştırma problemi, değişkenler ve çalışma evreni göz önünde bulundurulmalıdır (Toy/Tosunoğlu, 2007: 7).

Araştırmada incelenen yüksek lisans tezleri, yukarıda açıklanan bilgiler ışığında evren ve örneklem açısından değerlendirilmiştir. Karşılaşılan sorunlar belli kategoriler altında toplanmış ve bulgular Tablo 7’de sunulmuştur. Tablo 7 incelendiğinde, toplam 106 tezdten 72’sinde evren ve örneklem seçiminde metodolojik açıdan bir hataya rastlanmamıştır. Ancak hatasız tezler dışında

kalan çalışmalarda en çok karşılaşılan hata evren ve örneklemin seçimine yönelik açıklamaların yetersizliği olmuştur. Bu çalışmalarda görülen yetersizlikler, evren ve örneklemin özelliklerine ilişkin açıklayıcı bilgilerin verilmemesi, örneklem seçim kriterlerinin belirtilmemesi, örneklem büyüklüğünü belirleme yönteminin açıklanmaması veya anlaşılır olmamasıdır. Bunun yanı sıra 9 tez çalışmasında evrenin tanımlanması ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde hesaplamaların hatalı yapıldığı görülmüşken, 8 tez çalışmasında da evren ve örnekleme ilişkin hiç bir bilgiye rastlanmamıştır.

*Tablo 7. Tezlerde Evren ve Örnekleme İlişkin Olarak Karşılaşılan Hataların Dağılımı*

Hata Türü	Yönetim	Pazarlama	Toplam
Hata yok	45	27	72
Evrene ve/veya örnekleme ilişkin açıklama yetersiz	14	3	17
Örneklem büyüklüğünün belirlenmesine ilişkin hatalı işlemler yapılmış	5	4	9
Evren/örnekleme ilişkin bir bilgi yok	7	1	8
<b>Toplam</b>	<b>71</b>	<b>35</b>	<b>106</b>

Çalışmanın bundan sonraki kısmında araştırmada elde edilen bulguların değerlendirilmeleri ve tespit edilen sorunlara ilişkin öneriler sunulacaktır.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada 1990–2005 yılları arasını kapsayan 15 yıllık süreçte yönetim ve pazarlama alanında nicel yöntemlerle yazılan yüksek lisans tezleri metodolojik açıdan incelenmiştir. Çoğunluğu nicel yöntemler kullanılarak yazılan tezler, sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri konusunda incelenen yazın çerçevesinde araştırma amacı, araştırma deseni, veri toplama aracı ve veri analiz yöntemleri açısından değerlendirilmiştir. İkinci aşamada incelenen tezlerde karşılaşılan metodolojik sorunlar belirlenmiştir.

Çalışma sonunda öncelikle yıllar itibariyle tezlerin dağılımına bakıldığında her iki alanda da yazılan tezlerin sayıca arttığı gözlenmiştir. Bu sonuç tarafımızca araştırmacıların gerek yönetim gerekse pazarlama alanlarına ilişkin bilgi üretme konusundaki isteğinin bir göstergesi olarak

değerlendirilmektedir. Bu durum 1990'lı yıllarda işletmecilik alanına duyulan ilgi ile birlikte işletme eğitimi almak isteyen yüksek lisans öğrencisi sayısındaki artış ve zaman içindeki bilgi birikiminin bir yansıması olarak da düşünülebilir.

Yapılan sınıflandırma doğrultusunda, araştırma amaçları açısından incelenen tezler içerisinde son yıllarda açıklayıcı amaçlı tezlerin artmış olduğu göze çarpmaktadır. Betimleyici amaçlı tezlerin alanlar açısından önemli bulgular içerdiği düşünülse de, betimleyici çalışmaların devamında “neden” sorusuna cevap arayan araştırmaların gerçekleştirilmesi, alanlardaki bilgi zenginliğini artırmak açısından büyük önem taşımaktadır. Alanlar açısından bir değerlendirme yapıldığında pazarlama alanında 2000 yılına kadar açıklayıcı amaç taşıyan herhangi bir teze rastlanmamışken, 2005 yılına gelindiğinde her iki alanda da yazılan tezlerin tümünün açıklayıcı amaç taşıması metodolojik gelişim açısından olumlu bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Pazarlama alanında 9 yıl gibi uzunca bir süre sadece betimsel amaçlı tez yazılması araştırmacıların pazarlamaya ilişkin olgu ve olayları anlama ve tanımlama ihtiyacında oldukları şeklinde yorumlanabilir. Söz konusu durum oldukça geçerli bir sebep gibi görünse de karşı bir düşünüşle alanda işletmelere yön verecek çalışmaların yapılması kaygısının akademik hayatta teorik çerçeveye çok da yer verilmeden pazar araştırması benzeri çalışmaları yaygınlaştırmış olabileceğini akla getirmektedir. Ancak söz konusu tespitin doğruluğu, pazarlama alanındaki araştırmalarda kavramsal süreci de içerecek bir başka çalışma ile ortaya konulabilecektir.

Araştırma desenleri açısından değerlendirilen tezlerde her iki alanda da alan araştırması en fazla tercih edilen araştırma deseni iken, pazarlama alanında betimsel alan araştırması, yönetim alanında ise ilişkisel alan araştırması deseninin daha fazla olduğu ortaya konulmuştur. Tezlerin veri toplama biçimlerine bakıldığında ise her iki alanda anket ve görüşme verilerinin daha fazla tercih edildiği görülmüştür. Sosyal bilim alanında araştırma öznesi insan olduğu için araştırma deseni olarak alan araştırmalarının, veri toplama biçimi olarak da anketin en fazla kullanılan teknik olması şaşırtıcı olmamaktadır. Deneysel desenlerin uygulama açısından alan araştırmalarına göre, zaman ve uygulama alanı gibi bazı kısıtlar nedeni ile nispeten güç çalışmalar olması da daha az tercih edilmesinin bir nedeni olarak düşünülebilir. Nitekim bu araştırmada kapsama alınan tezlerde, birisi yönetim alanında diğeri pazarlama alanında olmak üzere iki deneysel desene rastlanmıştır. Bu tezlerden yönetim alanında yapılan çalışmada bir işletmede deney ve kontrol grubu belirlenerek, deney grubuna liderlik eğitimi verilmiş, sonrasında bir karşılaştırma yapılmıştır. Pazarlama alanında yapılan çalışmada ise bir otel işletmesi için web sitesi tasarlanmış, bir aylık süre içerisinde site açık tutularak sitenin etkinliği test edilmiştir. Her iki çalışmada da görülebileceği gibi, deneysel desenlerin önemli

bulgular içermesine karşın, deney tasarımına olanak tanıyacak uygun işletmelerin bulunması, zamana yaygın çalışmaların gerçekleştirilmesi gibi güçlüklerin araştırmacıların bu desenlerden kaçınmalarına neden olabileceği düşünülmektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi 2000 yılından sonra yazılan tezlerin tümünün açıklayıcı amaçlı olması, buna bağlı olarak da tezlerde yordamsal istatistiklerin kullanımının artması anlaşılır bir durumdur. Söz konusu durumun nedenlerinin açıklanmasında iki önemli tartışmaya yer verilebilir. Bunlardan birincisi, tarihsel süreç içerisinde bilgi teknolojilerindeki gelişime paralel olarak veri tabanları aracılığıyla hızla ve kolayca dünyanın her yerinde araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen çalışmalara, hatta araştırmacının kendisine ulaşmanın mümkün olmasıdır. Bu durumun herhangi bir konu hakkında gerçekleştirilen tüm çalışmalara kısa bir sürede ulaşılarak araştırma sorularının çeşitlenmesine yol açtığı düşünülmektedir. İkinci bir tartışma ise, yordamsal istatistiklerin tercihindeki artışın 2000'li yıllarla birlikte araştırmacıların bir danışman desteği olmadan yardım menüleri ile kolaylıkla keşfedip kullanabileceği bazı istatistik paket programlarının üretilmesi ve yaygınlaşmasının bir sonucu olduğu düşüncesidir. Araştırma metodolojisi açısından istatistik paket programlar, araştırmacıların açıklamak isteyip de açıklayamadığı ya da yapmak isteyip de yapamadığı araştırmaları gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Araştırmacılar her bir araştırma sonucunda bu aşamada öğrendikleri ile bir sonraki araştırma tasarımlarını şekillendirerek bilime daha fazla katkı sağlayabilmektedirler. Buna karşın, bu çalışmada kavramsal sorunlar kapsam dışı tutulmakla birlikte, üzerinde durulması gereken bir nokta da paket programların yoğun kullanımının kavramsal eksiklikleri kapatma bir kurtarıcı olarak önemli tehlikeleri de beraberinde getirmesi endişesidir. Bu bağlamda en önemli sorun, önceki çalışmalarda da vurgulandığı gibi (Özen, 2000; Altunışık/Torlak, 2006; Erdoğan, 2001) teorik temellerden yoksun istatistik tekniklerle bezenmiş tezlerin artma tehlikesi ve araçların amaç haline gelmesidir.

Araştırma kapsamında incelenen çoğu tezde metod kısmına ilişkin anlatımlarda da sorunlar bulunmakta, tezlerin önemli bir bölümünde bu kısımda yeterli ve detaylı bilgi verilmediği görülmektedir. Hatta bazı tezlere ilişkin verilerin toplanmasında, tezin bütünü okunarak araştırmacılar tarafından tasnif yapılmak durumunda kalmıştır. Bunun en önemli nedeni araştırmacıların yöntem konusunda farkındalık düzeyinin düşük olmasıdır.

Enstitülerin tez yazım yönergeleri araştırma metodolojisi doğrultusunda araştırma sürecini ifade eden birer kılavuzdur. Ancak bir tezin yönergeye uygun yazılması her zaman araştırma metodolojisi konusunda hata yapılmadığı anlamına gelmemelidir. Unutulmamalıdır ki araştırmacıların araştırma

metotlarına ilişkin bilgi düzeyinin yeterliliği, yönergede yer alan başlıkların yönergeye uygun olmasının yanı sıra, içerik olarak da uygun bir biçimde hazırlanmasını sağlayacaktır.

Araştırma sonucunda metodolojik sorunlara ilişkin olarak araştırma hipotezleri ile evren ve örneklem konularında önemli hataların yapıldığı saptanmıştır. Her iki alan için birlikte bir değerlendirme yapıldığında, tezlerin bir kısmında hipotezlerin kurulumu ve hipotezlerin istatistik testler ile uyumluluğuna ilişkin önemli hatalar olduğu belirlenmiştir. Hipotezlerin doğru yapılandırılmaması, ardından yapılan istatistiksel testlerin geçerliliğini ve elde edilen bilginin bilimselliğini şüpheli hale getirmektedir. Evren ve örneklem konusundaki sorunlar ise, araştırma evreni ve örnekleme ilişkin ya hiçbir bilginin olmaması veya verilen açıklamaların yetersizliği ya da örneklem büyüklüğünün tespitinde hatalar yapılmasıdır. Bu durum araştırmaların genellenebilirliğine gölge düşürmektedir.

Buraya kadar elde edilen sorunlara ilişkin bulguların kaynakları düşünüldüğünde, en önemli sorun kaynağının araştırma metodolojisi konusundaki bilgi eksikliği olduğu düşünülmektedir. Söz konusu sorunun üstesinden gelenebilmesi için, araştırma yöntemleri derslerinin yaygınlaştırılması gerekmektedir. Araştırma kapsamı içerisinde yer alan yüksek lisans programlarında araştırma yöntemlerine ilişkin bir dersin yer almaması sorunlar için önemli bir neden olarak görülmektedir. Ancak derslerin yanı sıra danışman öğretim üyelerinin yönlendirmeleri, araştırmacıların kendi çabaları ile bu bilgilere ulaşmaları, buna ek olarak da gerek ulusal gerekse uluslararası yazında yer alan makalelerin okunmasının yöntem konusundaki bilgi düzeyinin artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda üniversitelerin lisansüstü eğitim programları içerisinde yer alan araştırma yöntemleri derslerinin ve ders içeriklerinin incelenmesi bir araştırma konusu olarak önerilebilir.

Tez yazımı bir danışman eşliğinde gerçekleşmekle birlikte üniversitelerin bünyelerinde kuracakları istatistik danışma birimleri tez öğrencileri için rehberlik ederek kolaylık sağlayacaktır. Tez danışmanlığı aşamasında ikinci bir danışman olarak istatistik alanında çalışan öğretim üyelerinin atanması da bir diğer öneri olarak düşünülmektedir. Yüksek lisans aşamasında metodoloji eksikliklerinin giderilmesi ve sorunların öneriler çerçevesinde ortadan kaldırılması, doktora aşamasına gelindiğinde hem ders döneminde hem de tez yazımında çalışmaların niteliğini arttıracaktır.

Alanlar açısından bir değerlendirme yapıldığında yönetim alanında metodoloji tartışmalarının pazarlama alanına göre biraz daha erken başladığını görmekteyiz. Yönetim konusunda yapılan çalışmalara ilişkin metodolojik

değerlendirmeler pazarlama alanından daha erken başlamış, buna ek olarak ulusal yönetim kongrelerinde de konu bazı öncü bilim insanlarının etkisi ile tartışmaya açılmıştır. Pazarlama alanında da son yıllarda ulusal pazarlama kongrelerinde metodoloji sorunlarına yönelik tartışma ortamlarının yer almaya başlaması sevindiricidir.

Yönetim açısından 1990'lara kadar veri temelli çalışmaların azlığı önemli bir sorun olarak görülürken makaleler üzerinde son yıllarda yapılan çalışma sonuçları ile birlikte değerlendirildiğinde tezlerde de artık veri temelli çalışmaların yaygın bir biçimde kullanıldığını görmekteyiz. Ancak bu kez yapılan veri temelli çalışmalar için yöntemlerin uygun kullanımı ve nitelik konusunda tartışmalar doğmaktadır. Bu çalışma sonuçları ile daha önceki çalışmalara paralel bir biçimde (örn. Özen, 2000) yüksek lisans tezlerinde de, metodoloji açısından benzer sorunların olduğu ortaya konulmaktadır.

Araştırmada elde edilen veriler bir üniversitede yazılan yüksek lisans tezlerinin incelenmesi ile sınırlıdır. Benzer çalışmaların farklı üniversitelerde gerek yüksek lisans gerekse doktora tezleri için tekrarlanması genel görünümü ortaya koymak açısından önemli olacaktır.

## Kaynakça

- ALTUNIŞIK, Remzi/COŞKUN, Recai/YILDIRIM, Engin /BAYRAKTAROĞLU, Serkan (2002), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Sakarya: Sakarya Kitabevi).
- ALTUNIŞIK, Remzi/TORLAK, Ömer (2006), "Türkiye'de Pazarlama Araştırmalarının Genel Bir Değerlemesi ve Nitel Yöntemlerin Artan Önemi," *Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1/1:56-72.
- BERKMAN, A. Ümit (1987), "Amme İdaresi Dergisinde Yayınlanan Makaleler ve Türk Yönetim Bilimi," *Amme İdaresi Dergisi*, 20/4: 19-42.
- ERDOĞAN, İrfan (2001), "Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları," *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12: 119-134.
- FREANKEL, Jack .R. /WALLEN, Norman E. (2003), *How to Design and Evaluate Research in Education* (New York: McGraw-Hill).
- KUMAR, Ranjit (2005), *Research Methodology* (London: Sage Publication, Second Edition).
- KUTANİS, Rana Özen/BAYRAKTAROĞLU, Serkan/YILDIRIM, Engin (2007), "Nitel Araştırmanın Dayanımlı Hafifliği-2 İdealler ve Gerçekler," *15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, (Sakarya).
- McGIVERN, Yvonne (2003), *The Practice of Market And Social Research an Introduction* (England: Prentice Hall).
- NEUMAN, William Lawrence (2003), *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches* (Boston: Allyn and Bacon, 5th Edition).
- ÖNGEL, Erkan (1983), *A Research Guide* (Ankara: Gazi Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Basımevi).
- ÖZEN, Şükrü (2000), "Türk Yönetim/Organizasyon Yazınında Yöntem Sorunu:Kongre Bildirileri Üzerine Bir İnceleme," *DAÜ Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1/1: 89-118.

- SEMERCİÖZ, Fatih/DİKMENLİ, Onur. (2005), "Yönetim Alanında Yapılan Doktora Tezleri Üzerine Bir Araştırma: 1995-2004 Arasındaki Durum," *13. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* (İstanbul).
- TOY, Banu Yücel/TOSUNOĞLU, Nuray Güneri. (2007), "Sosyal Bilimler Alanındaki Araştırmalarda Bilimsel Araştırma Süreci, İstatistiksel Teknikler ve Yapılan Hatalar," *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 1-20.
- ÜSDİKEN, Behlül/PASADEOS, Yorgo (1992), "Türkiye'de Yayınlanan Yönetimle İlgili Veri Temelli Makalelerde Yöntem," *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 19/2: 249-266.
- YÜKSELEN, Cemal (2006), "10. Ulusal Pazarlama Kongresi'ne Sunulan Bildirilerde Saptanan Hatalara İlişkin Bir Değerleme," *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1: 47-51.
- ZIKMUND, William G. (1999), *Business Research Methods* (NewYork: Drayden Pres, Fifth Edition).

