

Türkiye’de Pazarlama İle İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik İncelenmesi

Bibliometric Analysis of Published Marketing Articles in Turkey

Kahraman ÇATI

İnönü Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Malatya, Türkiye
orcid.org/0000-0002-7440-5436
kahramancati@yahoo.com

Yusuf ÖCEL

Düzce Üniversitesi
İşletme Fakültesi
Düzce, Türkiye
orcid.org/0000-0002-4555-7035
yusufocel@duzce.edu.tr

Özet

Bu araştırmanın amacı; 2004-2016 yılları arasında pazarlama alanında yazılmış makalelerin konu, araştırma yöntemi, yazar sayısı ve yerli-yabancı kaynak kullanım miktarı dikkate alınarak tasnif edilmesidir. Bu kapsamda Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu’na (TÜBİTAK) bağlı faaliyet gösteren Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) veri tabanında kayıtlı olan toplam 308 makale incelemeye tabi tutulmuştur. Toplanan veriler bibliyometrik analiz yöntemi ile sınıflandırılmıştır. Araştırmada kullanılan parametreler ise makalenin pazarlama konusu, yayım yılı, yazar sayısı, sayfa sayısı, yerli - yabancı kaynak sayısı ve kullanılan yöntemin (nicel veya nitel oluşu) şeklindedir. Araştırma sonuçlarına göre en çok çalışılan konular; “pazarlama yönetimi ve stratejisi”, “pazarlama iletişimi”, “sosyal pazarlama ve yeşil pazarlama” şeklindedir. En az araştırma ise “veri tabanlı pazarlama”, “sanat pazarlaması” ve “perakendecilik” alanlarında yapılmıştır. Ayrıca araştırmanın diğer sonuçlarına göre iki yazarlı ve tek yazarlı makalelerin daha fazla olduğu, yabancı kaynakların daha fazla kullanıldığı, makalelerin ortalama 17 sayfa yazıldığı, nicel araştırma yöntemlerinin daha fazla kullanıldığı saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Pazarlama, Pazarlama makaleleri, Bibliyometrik inceleme.

Abstract

The aim of this study is to classify articles written in marketing field between 2004-2016 by considering the topic, research method, number of author and amount of domestic-foreign resource usage. In this context, A total of 308 articles were reviewed which registered in the database Turkish Academic Network And Information Center (ULAKBİM) which is affiliated with The Scientific And Technological Research Council Of Turkey (TUBITAK). The collected data were classified by bibliometric analysis method. The parameters used in the research are marketing theme of the article, the year of publication, the number of authors, the number of pages, the number of

domestic-foreign resources and the methods used (quantitative and/or qualitative). According to the results of the research, the most studied topics are; "Marketing management and strategy", "marketing communication", "social marketing and green marketing". The least research has been made on "Database marketing", "art marketing" and "retailing". In addition, some other results of this research are that two author articles and single author articles has been more frequent, foreign sources were used more frequently, the articles were 17 pages in average, quantitative research methods were used more commonly.

Keywords: *Marketing, Marketing articles, Bibliometric examination.*