

Pazarlama Literatüründe Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Bibliyometrik Analizi (Bibliometric Analysis of Electronic Word-Of-Mouth Communication in Marketing Literature)

Ayşe EREN^{ID} ^a Duygu EREN^{ID} ^b

^a Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye. ayseeren@akdeniz.edu.tr

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir, Türkiye. deren@nevsehir.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Bibliyometrik Analiz eWOM	Amaç – Bilimsel araştırmaların sayısının artması ve bilimin küreselleşmesine paralel olarak, bibliyometrik çalışmalar önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı elektronik ağızdan ağıza iletişim konusunda yapılmış araştırmaları bibliyometrik yöntem ile incelemektir. Yöntem – “EWOM” anahtar kelimesi Web Of Science’ın tüm dizinlerinde aratılmış, başlık ve anahtar kelimelerde ifadeyi içeren tüm yayınların kayıtları elde edilerek VOSVIEWER programı aracılığı ile verilerin analizi yapılmıştır. Araştırmada makale sayısı, atıf sayısı, en çok yayın yapan üniversiteler ve yazar ağ analizi şeklindeki bibliyometrik göstergeler kullanılarak Web of Science’ta (WoS) 2006 ile 2018 yılları arasında yer alan toplam 439 makale incelenmiştir. Bulgular – Çalışmanın sonuçları, elektronik ağızdan ağıza iletişim alanındaki öncü yazar ve araştırmaları belirlemek ve araştırmacılara yeni çalışmalarını için literatür taraması ve konu belirleme noktalarında faydalı olabilir. Sonuçlar incelendiğinde, toplam atıf sayısının 8645 ve 2006-2018 yılları arasında yayınlanmış toplam makalelerin ortalama atıf sayısının 19,96 olduğu tespit edilmiştir. Makalelerin h-indeksi 45 olarak tespit edilmiştir. Litvin, Goldsmith ve Pan’ın 2008 yılında yazdıkları elektronik ağızdan ağıza konulu makaleleri 739 atıf ile araştırmada incelenen en çok atıf almış makale özelliği taşımaktadır. 16 Makale ile alana en fazla yayın gönderen organizasyon State University System of Florida’dır. Ayrıca makalelere konu olmuş ve üzerine en çok makale yazılmış araştırma konusu “İş Ekonomisi”dir. Tartışma – Çalışma elektronik ağızdan ağıza iletişimin pazarlamanın dışındaki alanlara da konu olduğunu göstermektedir. 2000’li yılların başından bu yana internetin yaygınlaşması ve sosyal medyanın ortaya çıkışı ile elektronik ağızdan ağıza iletişim araştırmalara konu olmaya başlamıştır. Her geçen yıl elektronik ağızdan ağıza konulu araştırmalarda artış gözlenmiştir. Türkiye’den konu ile alakalı uluslararası literatüre öncü bir çalışma kazandırılmamıştır.
Gönderilme Tarihi 18 Mayıs 2020 Revizyon Tarihi 3 Temmuz 2020 Kabul Tarihi 2 Ağustos 2020	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Electronic Word of Mouth Bibliometric Analysis eWOM	Purpose – In parallel with the increase in the number of scientific researches and the globalization of science, bibliometric studies have become a significant research area. The aim of this study is to investigate the studies on electronic word of mouth (eWOM) with a bibliometric method. Design/methodology/approach – In the research, a total of 439 articles in the Web of Science (WoS) between the years 2006 and 2018 were analyzed using bibliometric indicators such as the number of articles, the number of citations, the most publishing universities, and author network analysis. Findings – The results of the study may be useful in identifying the leading authors and researches in the field of eWOM and in the literature review and topic identification stages for researchers for their new studies. As for the results, the total number of citations is 8645 and the average number of citations is 19,96. The h-index of the articles has been observed as 45. The article of Litvin, Goldsmith and Pan which was written in 2008 about eWOM is rated as the most cited article examined in the research with 739 citations. The organization that has sent the most articles to the field with 16 articles is the State University of Florida. In addition, the research topic which has been the subject of articles and the mostly-written on is Business Economics. Discussion – The study shows that electronic mouth-to-mouth communication has been discussed in different academic areas not just in marketing. With the spread of the internet and the emergence of social media since the beginning of the 2000s, academics paid attention to electronic word of mouth communication in qualitative and quantitative researches. In last two decades every year researches on eWOM has increased. International literature has not gained pioneering researches from Turkey.
Received 18 May 2020 Revised 3 July 2020 Accepted 2 August 2020	
Article Classification: Research Article	

Önerilen Atıf/ Suggested Citation

Eren, A., Eren, D. (2020). Pazarlama Literatüründe Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Bibliyometrik Analizi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2515-2530.