

ارزشیابی مقالات بازاریابی ورزشی با استفاده از تحلیل استنادی در نشریات علمی - پژوهشی تربیت بدنی و علوم ورزشی در محدوده سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۹

سید اسفندیار موسوی^{۱*}، مجید جلالی فراهانی^۲، کیوان مرادیان^۳

دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشگاه تهران

دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی در تربیت بدنی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: (۹۳/۸/۸) تاریخ پذیرش: (۹۵/۲/۴)

Evaluation of sport marketing articles by using citation analysis of scientific publications in the area of physical education and sports science from 1379 to 1392

S. A. Mousavi^{1*}, M. J. Farahani², K. Moradyan³

Ph.D Candidate in Management and Planning of Physical Education, University of Tehran

Associate professor in Sport Management, University of Tehran

Ph.D Candidate in Management and Planning of Physical Education, University of Tehran

Received: (30/Oct/2014)

Accepted: (23/Apr/2016)

Abstract

The aim of this study was to evaluate sport marketing articles by using citation analysis of scientific publications in the area of physical education and sports science from 1379 to 1392. The methodology of this research is citation analysis. Statistical population of current study is all of 10 journal articles in the field of sports marketing in physical education and sports science over 13 years and the statistical sample was equal to statistical population. For this purpose, 1236 references from 68 extracted articles were investigated. The Excel 2010 software was applied for data analysis. According to the data analysis, the average citation per paper was 17/18. Among the sources of information, most cited was devoted to the articles. Elsewhere findings have shown that Among the English and Persian journals "Sport Marketing Quarterly" and "Sport Management" were core journals. In addition, the results showed that most articles published threesome and most authors have with assistant teacher in academic ranking. Finally, according to results of this current research, it has been suggested that scientific research magazine with focus on sport marketing launch.

Keywords

Sport Marketing Articles, Sport Marketing, Citation Analysis.

چکیده

هدف از پژوهش حاضر ارزشیابی مقالات بازاریابی ورزشی با استفاده از تحلیل استنادی در نشریات علمی - پژوهشی تربیت بدنی و علوم ورزشی در محدوده سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۹۲ است. روش پژوهش این تحقیق تحلیل استنادی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر، تمام مقالات حوزه بازاریابی ورزشی در ۱۰ نشریه تربیت بدنی و علوم ورزشی در طی ۱۳ سال و نمونه آماری برابر جامعه است. به این منظور، ۱۲۳۶ استناد از ۶۸ مقاله استخراجی بررسی شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Excel ۲۰۱۰ استفاده گردید. با توجه به تجزیه و تحلیل داده ها، میانگین استناد برای هر مقاله ۱۷/۱۸ بوده است. در بین منابع اطلاعاتی، مقالات بیشترین استناد را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین یافته‌ها نشان داد قدیمی ترین و جدیدترین منبع انگلیسی مورد استفاده، به ترتیب مربوط به کتاب و کتاب و مجله می‌باشد. علاوه بر این ها، نتایج نشان داد بیشتر مقالات به صورت سه نفری نوشته شدند و اغلب نویسندگان دارای مرتبه علمی استادیاری بوده‌اند. در کنار این ها، پر استناد ترین نویسندگان داخلی و خارجی و مجلات هسته مشخص گردید. در پایان، با توجه به اینکه در این تحقیق مقالات زیادی در نشریات گوناگون با موضوعیت بازاریابی ورزشی دیده شده است، پیشنهاد می‌شود نشریه‌ای علمی پژوهش با محوریت بازاریابی ورزشی راه اندازی شود.

واژگان کلیدی

مقالات بازاریابی ورزشی، بازاریابی ورزشی، تحلیل استنادی.

* نویسنده مسئول: سید اسفندیار موسوی

*Corresponding Author: ???????

مقدمه

یکی از ثمرات جنبش علمی و نرم افزاری در کشور، افزایش اقبال پژوهشگران به چاپ مقاله در مجلات و شرکت در کنفرانس‌ها است (جعفر نژاد و همکاران، ۱۳۸۸). مقالات منتشرشده در مجلات علمی، به دلیل داشتن برخی ویژگی‌ها از جمله تازگی و کوتاهی مطالب، سرعت انتقال نتایج تفکر نویسنده به خواننده، ارزان بودن، ارائه مطالب بکر و تازه، ارائه تحلیلهای دقیق از موضوعهای پیچیده علمی و فنی، چاپ و توزیع سریعتر، دسترسی آسان تر، معرفی آخرین پژوهش‌ها، انتقادهای بررسی‌های اهل فن و در نهایت تنوع مطالب و شکل ارائه و گاه زبان و بیان سهل تر، به طور معمول برای پژوهشگران جذابیت بیشتری داشته و از نظر پژوهشی نیز نسبت به کتابهای علمی کاربرد بیشتری دارند (سلطانی، ۱۳۷۷).

برای گام برداشتن صحیح به سوی توسعه و پیشرفت حقیقی، بررسی و ارزیابی تحقیقات امری ضروری است (خلجی، ۱۳۸۱). نقد و ارزشیابی معقول و منطقی از هر نوشته به ویژه از نوع تحقیقی آن بسیار ارزنده است. زیرا، از این وادی هم نویسنده و تهیه کننده مطلب اصلی (گزارش تحقیقی) با بر ملا شدن نقاط قوت و ضعف کارش، نفع می‌برد و هم منتقد و تحلیل‌گر از طریق پی بردن به ماهیت ویژه کارهای تحقیق و دشواری‌های آن و نیز روش‌هایی که در تأمین ریزه کارها و با مقابله با دشواری‌های ضرورت دارد، بینش و آگاهی می‌باید (بهبودی، ۱۳۸۸). بدین منظور دانشمندان برای ارزشیابی کیفی نشریات ۶ شیوه را مشخص کرده‌اند که عبارتند از:

۱. استفاده از یک نشریه برتر^۱

۲. بررسی تنوع تحقیق

۳. تعیین میزان دسترسی نشریه

۴. تحلیل محتوای تحقیق

۵. تحلیل اثرات نسبی محققان

۶. تحلیل استنادی^۲ (گولدمن^۳، ۱۹۷۹؛ هافمن و هالیبروک^۴،

۱۹۹۳؛ پولانسکی و همکاران^۵، ۱۹۹۹؛ اسونسون^۶، ۲۰۰۶ تلئیس

و همکاران^۷، ۱۹۹۹؛ زینخان و همکاران^۸، ۱۹۹۲؛ رنتشر و کرچنر^۹، ۲۰۱۲).

از بین ۶ روش مذکور تحلیل استنادی شیوه‌ای است که مقبولیت طولانی مدتی دارد (پنتشر و کرچنر، ۲۰۱۲). تحلیل استنادی یکی از روش‌های کتابسنجی^{۱۰} است که روابط بین مدرک استناد دهنده^{۱۱} و مدرک مورد استناد^{۱۲} را مطالعه می‌کند (اسمیت^{۱۳}، ۱۹۸۱). با استفاده از این روش می‌توان کیفیت مقالات، تأثیر مجلات در حوزه مربوطه و میزان اعتبار مجلات را در آن زمینه موضوعی تعیین کرد. منظور از استناد، یادداشت ارجاعی به اثری که از آن عبارتی نقل شده است یا ارجاعی به یک اثر یا یک منبع موثق به منظور اثبات صحت یک مطلب یا یک نظر است (اسمیت، ۱۹۸۱). در واقع استناد، ترسیم نقشه جاده‌ای است که نویسنده آن را پدید آورده و خواندگانش را وا می‌دارد تا آن مسیر را پیموده و به مقصود نهایی خود برسند. دانشمندان با قدم نهادن و تکیه دادن بر سکوی پیشینیان، پلکان دانش بشری را بنا می‌نهند و از آن بالا می‌روند. طبیعت این حرکت را با دقت نظر و تحلیل پانویس‌ها و استنادات می‌توان مشاهده کرد و پدیدار شدن یک مقاله در سیاهه مراجع یک سند، بازگو کننده این مطلب است که در ذهن نویسنده بین اثر وی و مقاله‌ای که به آن در فهرست مأخذ استناد کرده است ارتباطی وجود دارد و تجزیه و تحلیلی که در درباره این ارتباط صورت می‌گیرد، مقوله‌ای به نام تحلیل استنادی را به وجود می‌آورد (فروزانی، ۱۳۸۲؛ زارعی و صدیقی، ۱۳۹۲).

با استفاده از "کتابسنجی"^{۱۴} و روش‌های مختلف آن میتوان انبوه متون و منابع منتشر شده را براساس میزان استفاده رتبه بندی نمود، نشریات هسته^{۱۵} را معرفی کرد. منظور از نشریات هسته، نشریاتی هستند که بالاترین بهره دهی را دارند، تعداد مقالات منتشر شده در آن بیشتر و در نتیجه، استفاده از آن نشریات نیز بیشتر است (احمد زاده، ۱۳۸۶). همچنین با استفاده از این روش می‌توان نویسندگان هسته^{۱۶} را در حوزه علوم فلسفی شناساند. منظور از نویسندگان هسته، نویسندگانی

7. Tellis., Chandy & Ackerman

8. Zinkhan., Roth & Saxton

9. Rentschler & Kirchner

10. Bibliometric

11. Citing

12. Cited

13. Smith, L.C

14. Bibliometrics

15. Core Journals

16. Core Author

1. A single top journal

2. Citation analysis

3. Goldman

4. Hoffman & Holbrook

5. Polanski., Jones & Kearsley

6. Swenson

نفری و پنج درصد به صورت پنج مفردی و بیشتر چاپ شده است. همچنین میانگین استناد برای هر مقاله را ۲۱/۱۱۲ گزارش دادند. علاوه بر این، در تحقیق آنان کتابها ۴۵ درصد استنادها، مقالات ۳۱ درصد و پایان نامهها ۹ درصد، مقالات ارائه شده در همایشها و سایتها به ترتیب ۳ و ۲ درصد را به خود اختصاص دادند.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۱) که به تحلیل محتوای دیدگاههای رؤسای سازمان تربیت بدنی درباره مؤلفه‌های ورزش پرداخته بودند گزارش دادند که بین دیدگاههای رؤسای سازمان تربیت بدنی (وزارت ورزش و جوانان) در زمینه تربیت بدنی با رویکرد قهرمانی، حرفه‌ای، تفاوت معناداری وجود ندارد.

رضانی نژاد و همکاران (۱۳۹۳) با بررسی روش شناسی مطالعات تولیدی ISC مدیریت ورزشی ایران نشان دادند که اکثر مقالات دارای روش شناسی نوین هستند. جنبه کمی تحقیقات بیشتر از جنبه‌های کیفی است.

موندل و پدرسون^۱ (۲۰۰۳) در تحقیق خود که ۲۰۰۰ مقاله را بررسی کرده‌اند نشان دادند که بیشترین درصد نویسندگان مقالات (۴۲/۸ درصد) دارای رتبه علمی استاد تمام، ۱۶/۸ درصد دارای مرتبه علمی دانشیار، ۱۳ درصد با مرتبه علمی استادیار، ۱۹/۶ درصد را دانشجویان دکتری، ۷/۴ درصد دانشجویان کارشناسی ارشد، ۱/۵ درصد را دانشجوی کارشناسی انجام داده بودند.

یافته‌های پژوهش زارعی و خداد شهری (۱۳۹۳) نشان داد که ۲۶/۸۲ درصد از مقالات به شکل گروهی و ۷۲/۱۸ درصد به شکل فردی ارائه شده‌اند. همچنین آنها بیان داشتند که میانگین استناد برای هر مقاله ۳۲/۷۰ استناد می‌باشد و کتابها و نشریات به ترتیب تعداد استناد بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند.

در پژوهشی دیگر آقا محمدی و بصیرنیا (۱۳۹۳) که به بررسی تحلیل استنادی مقالات نشریه مهندسی فرهنگی پرداخته بودند بیان داشتند که در بین وضعیت زبانی، منابع فارسی با ۵۶/۵۴ درصد بیشتر منابع عربی و لاتین بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین آنها گزارش کردند که ۶۷/۶۵ درصد مقالات به صورت گروهی بوده است. عسگری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود که به بررسی

هستند که بیشترین مقالات را تهیه و تدوین کرده‌اند (دادگر و همکاران، ۱۳۸۸). با شناسایی نویسندگان هسته کمک‌های ارزشمندی به مجموعه سازان و جامعه استفاده‌کنندگان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی ارائه کرد، زیرا با شناخت و تهیه مجلات اصلی این حوزه، مجموعه سازان قادر خواهند بود با اشتراک تعداد کمتری از مجلات که کاربرد و مخاطبان بیشتری دارند، در بودجه کتابخانه صرفه‌جویی کنند و در عین حال، با تهیه منابع کمتر، فضای فیزیکی کمتری از کتابخانه را اشغال نمایند. استفاده‌کنندگان نیز با شناخت نویسندگان کلیدی حوزه‌های علمی خویش می‌توانند مطالعات خود را هدفمندتر دنبال کنند و فارغ از مطالعه مطالب حاشیه‌ای و نامربوط، با صرف وقت، انرژی و هزینه کمتر، به مطالب ارزشمندتری در حوزه‌های علمی دست یابند. همچنین می‌توان با استفاده از روش تحلیل استنادی که یکی از روشهای مهم کتابسنجی است تصویری از ساختار علم ترسیم کرد و بدین ترتیب، فراز و نشیبهای ساختار علم را مطالعه و ظهور موضوعات علمی جدید را ردیابی نمود (عصاره، ۱۳۷۶ به نقل از دادگر و همکاران، ۱۳۸۸). در سطح بین‌المللی نیز، مدیریت ورزشی دانش نوپا و میان‌رشته‌ای است و مانند هر رشته نوپایی، تحقیق

پژوهش‌های متعددی در زمینه تحلیل استنادی رشته‌های مختلف علمی انجام در داخل و خارج از کشور انجام شده است. (محمودی و اخوتی، ۱۳۸۷). اما تنها برخی از آنها حوزه مدیریت ورزشی و خاصه بازاریابی ورزشی را مورد ارزیابی قرار داده‌اند که در این قسمت به آنها اشاره می‌شود.

خیبری و همکاران (۱۳۹۰) که ۱۴۵ پایان‌نامه و رساله‌های دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی را مورد تحلیل استنادی قرار دادند و گزارش دادند که در مقطع دکتری ۲۱/۷ درصد به کتاب، ۶۷/۹ درصد به نشریه، ۴/۰۹ درصد به پایان‌نامه، ۶/۰۲ درصد به دیگر منابع استناد کرده‌اند و در مقطع کارشناسی ارشد ۲۹/۴۵ درصد به کتاب، ۵۳/۳۵ درصد به نشریه، ۱۰/۹۷ درصد به پایان‌نامه، ۶/۲۴ درصد به سایر منابع استناد کرده‌اند. آنها بیان داشتند میزان استناد به منابع لاتین در هر دو مقطع مورد بررسی بیشتر از میزان استناد به منابع فارسی است و میزان استناد به منابع لاتین در دانشجویان کارشناسی ارشد ۶۹/۴۹ درصد و در دانشجویان دکتری ۸۰/۱ گزارش کردند.

سجادی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود با عنوان تحلیل توصیفی نشریه علمی-پژوهشی حرکت از شماره ۱ تا ۳۴ که ۳۳۸ مقاله را بررسی کرده بودند بیان داشتند که ۲۱ درصد مقالات به صورت یک نفری، ۲۴ درصد به صورت دو نفری، ۳۰ درصد به صورت سه نفری، ۲۰ درصد به صورت سه

بر پایه ریاضیات و آمار و ارقام مبتنی است، می‌تواند یکی از عینی‌ترین و مطمئن‌ترین راه‌های انتخاب مجلات علمی باشد. صاحب‌نظران اهمیت این روش را در انتخاب مجلات علمی تأیید می‌کنند. در تحلیل استنادی احتمال خطا و استناد بسیار کم است (عصاره، ۱۳۶۵ به نقل از کیانمهر ۱۳۸۶). جامعه آماری تحقیق حاضر، تمام مقالات حوزه بازاریابی ورزشی در ۱۰ نشریه تربیت بدنی و علوم ورزشی از آغاز انتشار هر کدام از این نشریات تا زمستان ۱۳۹۲ بوده است (مدیریت ورزشی یا نشریه حرکت سابق، نشریه المپیک، نشریه مطالعات مدیریت ورزشی یا نشریه پژوهش در علوم ورزشی سابق، دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی یا نشریه و علوم حرکتی و ورزش سابق، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی یا نشریه پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی سابق، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی یا نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و علوم زیستی، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال) و نمونه آماری برابر جامعه در نظر گرفته شد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش ۱۲۳۶ استناد مربوط به ۶۸ عنوان مقاله منتشر شده در نشریه‌های مذکور در حوزه بازاریابی ورزشی تا پایان سال ۱۳۹۲ است. برای گردآوری داده‌ها با مراجعه به نسخه الکترونیکی نشریات در درگاه‌های الکترونیکی هر یک از نشریات و نیز از طریق جستجو در مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (www.SID.ir)، بانک اطلاعات نشریات کشور (www.magiran.com)، پرتال جامع علوم انسانی (www.ensani.ir) داده‌های مورد نیاز استخراج گردید (جدول شماره ۱). داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش‌های آمار توصیفی، مانند دسته بندی بر اساس توزیع فراوانی، جداول و نمودار به کمک نرم افزار Excel 2010 تجزیه و تحلیل شدند.

نتایج و یافته‌های پژوهش

با بررسی ۱۰ نشریه تربیت بدنی و علوم ورزشی از آغاز انتشار تا زمستان ۱۳۹۲ مشخص شد تعداد کل مقالات منتشر شده در حوزه بازاریابی ورزشی ۶۸ مقاله و تعداد کل استنادات ۱۲۳۶ استناد بوده است. همچنین، میانگین استناد برای هر مقاله ۱۸/۱۷ بوده است (جدول شماره ۱).

نمودار ۱ نشان می‌دهد که نشریات علمی پژوهشی با ۷۷۷ استناد (۶۲/۸۶ درصد) بیشترین منبع اطلاعاتی نویسندگان بوده

تحلیل محتوای مقالات مدیریت ورزشی در نشریه پژوهش در علوم ورزشی پرداخته بودند به این نتیجه دست یافتند که ۹۲/۹ درصد از مقالات چند نویسنده (بیش از یک نویسنده) دارد که ۳۸/۱ درصد از آن‌ها با سه نویسنده شده است و بیشتر نویسندگان مقالات (۴۶ درصد) درجه علمی استادیاری دارند.

بازاریابی ورزشی یکی از زیرشاخه‌های بازاریابی است که در آن هم به ترویج تیم‌ها و رویدادهای ورزشی و هم به ترویج محصولات و خدمات از طریق تیم‌ها و رویدادهای ورزشی پرداخته می‌شود. هدف از بازاریابی ورزشی تحقق ساختن نیازها و خواسته‌های مشتری از طریق فرایند مبادله است (لاولاک و همکاران^۱، ۲۰۰۴). در حوزه بازاریابی ورزشی برای گسترش فعالیت‌های علمی مقالات علمی-پژوهشی منتشر می‌شود. تحلیل استنادی مقالات می‌تواند مبنایی برای بررسی کیفیت مقالات باشد (رتشلر و کرچر، ۲۰۱۲). علی‌رغم رشد مقالات علمی-پژوهشی در حوزه بازاریابی ورزشی در داخل کشور (از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۲) تحقیقی در زمینه تحلیل استنادی در مقالات بازاریابی ورزشی نگرفته است. بنابراین این اولین تحقیق در زمینه تحلیل استنادی است که با تمرکز بر بازاریابی ورزشی صورت گرفته است. از این رو در این مطالعه مقالات منتشر شده بازاریابی ورزشی در نشریات تربیت بدنی و علوم ورزشی طی دوره ۱۳ ساله به شیوه تحلیل استنادی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد تا بدینوسیله الگوی رفتار علمی نویسندگان و محققان را در تدوین مقاله‌های به شیوه علمی در بازه زمانی مذکور را ارزیابی نماید. مسئله مطرح در این پژوهش، "تعداد مقالات منتشر شده بازاریابی ورزشی"؛ "توزیع فراوانی مقالات و متوسط استناد در هر مقاله"؛ "توزیع فراوانی استناد به انواع منابع اطلاعاتی"؛ "قدیمی‌ترین و جدیدترین منبع"؛ "پر استنادترین مترجمان و مؤلفان منابع فارسی"؛ "پر استنادترین نویسندگان داخلی و خارجی"؛ "نحوه توزیع مقالات بر اساس تعداد نویسنده (یک نفری، دو نفری، سه نفری، چهار نفری، پنج نفری و بیشتر)؛ "تعیین نشریات هسته در منابع فارسی و انگلیسی"؛ و "مرتب‌بندی علمی نویسندگان" می‌باشد.

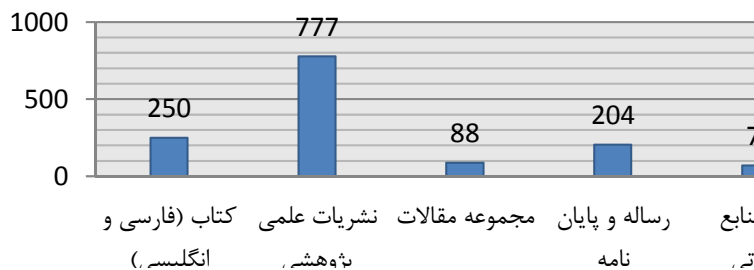
روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش تحلیل استنادی است. از آنجایی که روش تحلیل استنادی روش مطالعه غیر مستقیم متون و منابع است و

است. همچنین کتب (اعم از فارسی و انگلیسی) با ۲۵۰ استناد سایر منابع اطلاعاتی با ۷۱ استناد (۵/۲۴ درصد) قرار گرفته است. (۲۰/۲۲ درصد) در رتبه دوم قرار دارد و بعد از آن، رساله و پایان نامه و با ۲۰۴ استناد (۱۶/۵۰ درصد) و در رتبه آخر هم

جدول ۱. وضعیت کلی مقالات بازاریابی منتشر شده در نشریه‌های علمی - پژوهشی تربیت بدنی از آغاز انتشار تا سال ۱۳۹۲

عنوان نشریه	صاحب امتیاز	سال راه اندازی	تعداد مقاله در زمینه بازاریابی ورزشی	ملاحظات
مدیریت ورزشی (و حرکت)	دانشگاه تهران	۱۳۷۹	۱۶	این نشریه از سال ۱۳۸۸ از نشریه "حرکت" مشتق شده است.
المپیک	کمیته ملی المپیک	۱۳۷۹	۴	با توجه به نظر کمیسیون نشریات مجوز این نشریه تا اطلاع بعدی لغو گردیده است.
مطالعات مدیریت ورزشی (و پژوهش در علوم ورزشی)	پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی	۱۳۸۱	۱۹	این نشریه از سال ۱۳۸۸ از نشریه "پژوهش در علوم ورزشی" مشتق شده است.
دو فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی (و علوم حرکتی و ورزش)	دانشگاه خوارزمی	۱۳۸۱	۸	این نشریه از سال ۱۳۹۰ از نشریه "علوم حرکتی و ورزش" مشتق شده است.
پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی	دانشگاه مازندران	۱۳۸۸	۱	در حال فعالیت.
پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی (و پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی)	دانشگاه همدان	۱۳۹۰	۶	نام قبلی این نشریه "پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی" بوده است.
پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی (و پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و علوم زیستی)	دانشگاه پیام نور	۱۳۹۱	۱۰	نام قبلی این نشریه با عنوان نشریه "پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و علوم زیستی" بوده است.
دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش	دانشگاه گیلان	۱۳۹۱	۱	در حال فعالیت.
مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال	دانشگاه شمال	۱۳۹۲	۲	در حال فعالیت.
۶۸N=				مجموع مقالات بازاریابی ورزشی



نمودار ۱. منابع اطلاعاتی مورد استفاده

همچنین نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که قدیمی‌ترین منبع انگلیسی مورد استفاده مربوط به کتاب در سال ۱۹۷۱ می‌باشد و جدیدترین منبع انگلیسی مربوط به مجلات در سال ۲۰۱۲ می‌باشد. همچنین قدیمی‌ترین منبع اطلاعات فارسی در بین نشریات مورد استفاده مربوط به کتاب و پایان نامه و رساله (به صورت مشترک) مربوط در سال ۱۳۷۴ و جدیدترین منبع مربوط به مجلات و پایان نامه‌ها و رساله‌ها (به صورت مشترک) در سال ۱۳۹۱ می‌باشد. یافته‌های شکل‌های ۱ و ۲ پر استنادترین مؤلفان و مترجمان منابع فارسی بر اساس فراوانی آن‌ها را نشان می‌دهد. در شکل ۱ مهرداد حسن زاده پر استنادترین مؤلف و بهمن فروزنده پر استنادترین مترجم می‌باشد. مابقی افراد در شکل‌های ۱ و ۲ ارائه شده است:

جدول ۲. قدیمی‌ترین و جدیدترین منبع مورد استفاده به تفکیک نوع منبع

شاخص‌های آماری	مجلات		کتاب‌ها		پایان نامه‌ها و رساله‌ها		همایش‌ها		منابع اینترنتی		سایر (ماهنامه، روزنامه، اساسنامه، خبرگزاری‌ها، سند، طرح پژوهشی، گزارش‌ها)	
	فارسی	انگلیسی	فارسی	انگلیسی	فارسی	انگلیسی	فارسی	انگلیسی	فارسی	انگلیسی		
	۱۳۸۰	۱۹۸۰	۱۳۷۴	۱۹۷۱	۱۳۷۴	۱۹۹۷	۱۳۸۱	۱۹۹۹	۱۳۸۷	۲۰۰۰		۱۳۸۱
قدیمی‌ترین منبع مورد استناد												
جدیدترین منبع مورد استناد	۱۳۹۱	۲۰۱۲	۱۳۹۱	۲۰۰۷	۱۳۹۱	۲۰۱۰	۱۳۹۰	۲۰۱۰	۱۳۸۸	۲۰۱۰	۱۳۹۰	۲۰۱۰



شکل ۱. توزیع فراوانی پراستنادترین مؤلفان فارسی

شکل ۲. توزیع پراستنادترین مترجمان

نفری و بیشتر) را نشان می‌دهد. بر اساس این جدول از مجموع ۶۸ مقاله، ۲۸ مقاله (۴۱/۱۷ درصد) به صورت سه نفری، ۲۱ مقاله (۳۰/۸۸ درصد) به صورت چهار نفری، ۱۳ مقاله (۱۹/۱۱ درصد) به صورت دو نفری، ۲ مقاله (۲/۹۴ درصد) به صورت یک نفری و دو مقاله (۲/۹۴ درصد) نیز به صورت دو نفری به چاپ رسیده است.

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که محمد احسانی با ۱۹ بار استناد، جایگاه اول را دارد. محمد خیبری و علیرضا الهی در رتبه دوم و سوم نویسندگان فارسی زبان قرار دارند. در میان نویسندگان انگلیسی زبان، "Funk, D" با ۳۸ استناد، "Wann, D, L" با ۱۷ استناد و "Trail, T" با ۱۶ استناد در جایگاه‌های اول تا سوم قرار دارند. مابقی افراد در جدول ۴ به ترتیب ارائه شده است: (جدول ۳).

بر اساس جدول ۴، نحوه توزیع مقالات بر اساس تعداد نویسنده (یک نفری، دو نفری، سه نفری، چهار نفری، پنج

جدول ۳. پراستنادترین نویسندگان داخلی و خارجی در حوزه بازاریابی ورزشی در نشریات مورد

ردیف	پدیدآور	تعداد دفعات استناد	مترجمان	تعداد دفعات استناد
۱	Funk, D	۳۸	احسانی، محمد	۱۹
۲	Wann, D, L	۱۷	خیبری، محمد	۱۷
۳	Trail, T	۱۶	الهی، علیرضا	۱۵
۴	james, J.D	۱۶	سید جوادین، سید رضا	۱۲
۵	McDonald, M, A	۱۵	کوزه چیان، هاشم	۱۲
۶	Theodorakis, N	۱۵	گودرزی، محمود	۹
۷	Greenwell, C	۱۴	خانلری، امیر	۸
۸	Sutton, W.A	۱۴	استیری، مهرداد	۸
۹	Fink, J, s	۱۴	هنرور، افشار	۸
۱۰	Sauer, N.E	۱۴	حمیدی، مهرزاد	۷
جمع	۱۰ استناد	۱۶۳	۱۰ استناد	۱۰۵

جدول ۴. توزیع مقالات بر اساس نویسنده یک نفری، دو نفری، سه نفری، چهار نفری، پنج نفری و

مجموع مقالات	هم پژوهی				
	یک نفری	دو نفری	سه نفری	چهار نفری	پنج نفری و بیشتر
۶۸ مقاله	۲ (۲/۹۴٪)	۱۳ (۱۹/۱۱٪)	۲۸ (۴۱/۱۷٪)	۲۱ (۳۰/۸۸٪)	۲ (۲/۹۴٪)
	فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی	فراوانی

جدول ۵. نشریات هسته در منابع فارسی و انگلیسی در نشریات مورد پژوهش

ردیف	پدیدآور	تعداد دفعات استناد	مترجمان	تعداد دفعات استناد
۱	Sport Marketing Quarterly	۱۱۳	نشریه مدیریت ورزشی	۴۴
۲	Journal of Sport Management	۶۹	فصل نامه المپیک	۲۵
۳	Sport Management Review	۳۹	مطالعات مدیریت ورزشی	۱۸
۴	International Journal of Sport Marketing an Sponsorship	۳۷	پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی	۹

۵	Journal of marketing.	۳۶	نشریه مدیریت بازرگانی	۶
۶	Tourism Management	۲۱	پژوهش نامه مدیریت اجرایی	۴
۷	Journal of the academy of Marketing Science	۲۰	فصلنامه صنعت بیمه	۴
۸	International Journal Sport Management and Marketing	۱۷	نشریه بررسی های بازرگانی	۳
۹	Managing Service Quality	۱۶	پژوهش‌های معاصر در مدیریت	۳
۱۰	Psychology and Marketing	۱۶	پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی	۳
جمع	۱۰ مورد	۳۷۱ استناد	۱۰ مورد	۱۱۹ استناد

همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد در بین نشریات فارسی، نشریه "مدیریت ورزشی" با ۴۴ استناد، بیشترین مراجعه نویسندگان را به خود اختصاص داده است. همچنین "فصلنامه نشریات یافته‌ها نشان می‌دهد در بین نشریات فارسی، نشریه "مدیریت ورزشی" با ۴۴ استناد، بیشترین مراجعه نویسندگان را به خود اختصاص داده است. همچنین "فصلنامه المپیک" و "مطالعات مدیریت ورزشی" با ۲۵ و ۲۱ استناد جزو نشریات هسته (پر استناد) بوده اند. مابقی نشریات در جدول ۵ به تفصیل نمایش داده شده است.

جدول ۶. مراتب علمی نویسندگان مقالات

مرتبه علمی فراوانی	استاد	دانشیار	استادیار	دانشجوی دکتری	کارشناسی ارشد	دانشجوی کارشناسی ارشد
۲۰۲ مورد	۹ (٪ ۴/۴۵)	۳۷ (٪ ۱۸/۳۱)	۶۲ (٪ ۳۰/۶۹)	۳۱ (٪ ۱۵/۳۴)	۴۴ (٪ ۲۱/۷۸)	۱۹ (٪ ۹/۴۰)

همکاران^۱، (۲۰۱۳) و یکی از شیوه‌های ارزیابی عملکرد پژوهش (لی و همکاران^۲، ۲۰۱۴) می‌دانند. همانگونه که در جدول ۱ نشان داده شد، میانگین استناد برای هر مقاله ۱۸/۱۷ استناد می‌باشد که میانگین متوسط به پایینی است و نشان می‌دهد نویسندگان مقالات می‌بایست از تعداد منابع معتبر بیشتری استفاده نمایند تا از مبانی نظری قوی تری برخوردار گردند. شاید با توجه به نوپا بودن گرایش بازاریابی ورزشی پایین بودن تعداد استنادات هر مقاله را منطقی دانست. اما با این وجود در برخی پژوهش‌هایی که قبلاً در حوزه‌های مختلف انجام شده است میانگین استناد کمتر از مقدار فوق است (زارعی و صدیقی، ۱۳۹۲؛ دادگر و همکاران، ۱۳۸۸؛ کیانمهر، ۱۳۸۶).

یافته دیگر بررسی حاضر نشان داد که نشریات علمی پژوهشی با ۷۷۷ استناد بیشترین منبع اطلاعاتی نویسندگان بوده است که با یافته‌های خیبری و همکاران (۱۳۹۰)؛ والمینجانا^۳ (۲۰۰۸)؛ پانچسینکوف^۱ (۲۰۰۷) همخوانی دارد. با

در بین نشریات لاتین نیز مجله "Sport Marketing Quarterly" نیز بیشترین استناد را در بین نشریات انگلیسی داشته است. سایر نشریات به تفصیل در جدول ۷ آمده است. جدول ۶ مرتبه علمی نویسندگان را نشان می‌دهد. مطابق داده‌ها، ۱۹ دانشجوی کارشناسی ارشد (۹/۴۰ درصد)، ۴۴ کارشناسی ارشد (۲۱/۷۸ درصد)، ۳۱ دانشجوی دکتری (۱۵/۳۴ درصد)، ۶۲ استادیار (۳۰/۶۹ درصد)، ۳۷ دانشیار (۱۸/۳۱ درصد) و ۹ استاد تمام (۴/۴۵ درصد) در نگارش مقاله‌ها مشارکت داشته‌اند.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر بر آن بود که با استفاده از روش تحلیل استنادی، مقاله‌های بازاریابی ورزشی منتشرشده در نشریات علمی - پژوهشی تربیت بدنی و علوم ورزشی را از آغاز انتشار (سال ۱۳۹۲) تا زمستان ۱۳۹۲ مورد ارزیابی قرار دهد. محققان تعداد استناد را یکی از معیارهای رایج پذیرش مقالات علمی - پژوهشی (لیو و

1. Liu., Lu., Lu & Liu

2. Lee., Au., Li & Law

3. Vallmitjana

توجه به اینکه مقالات حاوی تازه ترین دستاوردهای علمی هستند از اهمیت بالایی نزد پژوهشگران برخوردار بوده است که این امر بیانگر توجه پژوهشگران مقالات بازاریابی ورزشی به این منبع اطلاعاتی مهم می باشد. با این وجود، این یافته با یافته های برخی پژوهشگران ناهمخوان است و کتاب را پر استنادترین منبع اطلاعاتی گزارش کرده اند (کیانمهر، ۱۳۸۶؛ زارعی و صدیقی، ۱۳۹۲؛ زارعی و خدادشهری، ۱۳۹۳؛ دادگر و همکاران، ۱۳۸۸). در توجیه این ناهمخوانی می توان بیان داشت که در پژوهش های ناهمخوان چون ملاحظات تاریخی و فلسفی در نظر گرفته شده است منطقی به نظر می رسد که کتاب بیشترین استناد را به خود اختصاص دهد.

نتایج دیگر بدست آمده نشان داد که قدیمی ترین منبع انگلیسی مورد استفاده مربوط به کتاب در سال ۱۹۷۱ می باشد و جدیدترین منبع انگلیسی مربوط به مجلات در سال ۲۰۱۲ می باشد. همچنین قدیمی ترین منبع اطلاعات فارسی در بین نشریات مورد استفاده مربوط به کتاب و پایان نامه و رساله (به صورت مشترک) مربوط در سال ۱۳۷۴ و جدیدترین منبع مربوط به مجلات و پایان نامه ها و رساله ها (به صورت مشترک) در سال ۱۳۹۱ می باشد. از این یافته می توان پی برد که نویسندگان مقالات بازاریابی ورزشی از منابع فارسی جدیدتری به نسبت منابع انگلیسی استفاده می کنند. شاید دلیل کمتر از منابع انگلیسی را آشنایی کمتر آنان با زبان انگلیسی و پایگاه اطلاعاتی مناسب در مورد حیطه بازاریابی ورزشی باشد. یافته های پژوهش در رابطه با پر استنادترین نویسندگان و مترجمان منابع فارسی نشان می دهد که آثار و نوشته های "حسن زاده، مهرداد" بیش از همه مورد توجه استفاده کنندگان بوده است و بالاترین استناد را در میان نویسندگان در میان منابع فارسی به خود اختصاص داده است (۱۳ استناد). در بین مترجمین، "فروزنده، بهمن" با ۱۰ استناد در صدر قرار گرفته است.

با توجه به یافته های ارائه شده، "احسانی مجمد" با ۱۹ بار استناد، جایگاه اول را دارد. "خبیری، محمد" و "الهی، علیرضا" در رتبه دوم و سوم نویسندگان فارسی زبان قرار دارند. در میان نویسندگان انگلیسی زبان، "Funk, D" با ۳۸ استناد، "Wann, D, L" با ۱۷ استناد و "Trail, T" با ۱۶ استناد در جایگاه های اول تا سوم قرار دارند.

بررسی همکاری فردی و گروهی نویسندگان در این مقاله ها نشان می دهد ۴۱/۱۷ درصد به صورت سه نفری، ۳۰/۸۸ درصد به صورت چهار نفری، ۱۹/۱۱ درصد به صورت دو نفری، ۲/۹۴ درصد به صورت یک نفری و ۲/۹۴ درصد نیز به صورت دو نفری نوشته شده است. بنابراین یافته ها نشان می دهد که مقالات سه نفری بیش از دیگر هم پژوهی ها به چاپ رسیده است که این یافته یا یافته های آقامحمدی و بصیرنیا (۱۳۹۳)؛ سجادی و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی دارد. نتایج تحقیقات علمی نشان داده است که پژوهش های گروهی از دقت، جامع نگری و سرعت بیشتری برخوردار است (آقامحمدی و بصیرنیا، ۱۳۹۳). این در حالی است که مولود و پدرسون (۲۰۰۳) در تحقیقی که به تحلیل استنادی نشریه اقتصاد ورزشی بین سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۳ پرداخته بودند نشان داده بودند که ۶۰ درصد مقالات به صورت یک نفری نوشته شده است دلیل این ناهمخوانی را می توان وجود روحیه همکاری بیشتر در میان محققان ایرانی و فرهنگ فردمحوری در جامعه غربی دانست.

در بحث نشریات هسته یا پر استنادترین نشریه، نشریه "مدیریت ورزشی" با ۴۴ استناد، "فصل نامه المپیک"، "نشریه مطالعات مدیریت ورزشی" بیشترین مراجعه نویسندگان را به خود اختصاص داده است. این امر نشان می دهد "نشریه مدیریت ورزشی" به خوبی توانسته است در جلب توجه اساتید و پژوهشگران بازاریابی ورزشی گامی مهمی بردارد. در بین نشریات لاتین نیز مجله "Sport Marketing Quarterly" نیز با اختلاف فاحشی نسبت به بقیه، بیشترین استناد را در بین نشریات انگلیسی داشته است. همچنین "Journal of Sport Management" و "Management Review" در بین مجلات انگلیسی در رده های دوم و سوم مجلات هسته قرار دارند.

یافته های پژوهش حاضر در مورد وضعیت مرتبه علمی محققان نشان داد که دانشجویان کارشناسی ارشد ۹/۴۰ درصد، کارشناسی ارشد ۲۱/۷۸ درصد، دانشجوی دکتری ۳۴/۱۵ درصد، استادیار ۳۰/۶۹ درصد، دانشیار ۱۸/۳۱ درصد و استاد تمام ۴/۴۵ درصد در نگارش مقاله ها مشارکت داشته اند. همانگونه که مشخص شد پژوهشگران با مرتبه علمی استاد تمام سهم کمتری در نگارش مقاله های بازاریابی ورزشی دارند که این یافته با یافته سجادی و همکاران (۱۳۸۹)؛ شریفی و همکاران (۱۳۹۱)، عسگری و همکاران (۱۳۹۳) همخوان و با تحقیق مولود و پدرسون (۲۰۰۳) ناهمخوان است. دو دلیل می توان برای این بحث ارائه داد: اول اینکه اساتید با درجه استاد تمامی چون به بالاترین درجه علمی رسیده اند میلی برای تلاش بیشتر جهت انجام بیشتر از خود نشان نمی دهند. دلیل

نتایج دیگر بدست آمده نشان داد که قدیمی ترین منبع انگلیسی مورد استفاده مربوط به کتاب در سال ۱۹۷۱ می باشد و جدیدترین منبع انگلیسی مربوط به مجلات در سال ۲۰۱۲ می باشد. همچنین قدیمی ترین منبع اطلاعات فارسی در بین نشریات مورد استفاده مربوط به کتاب و پایان نامه و رساله (به صورت مشترک) مربوط در سال ۱۳۷۴ و جدیدترین منبع مربوط به مجلات و پایان نامه ها و رساله ها (به صورت مشترک) در سال ۱۳۹۱ می باشد. از این یافته می توان پی برد که نویسندگان مقالات بازاریابی ورزشی از منابع فارسی جدیدتری به نسبت منابع انگلیسی استفاده می کنند. شاید دلیل کمتر از منابع انگلیسی را آشنایی کمتر آنان با زبان انگلیسی و پایگاه اطلاعاتی مناسب در مورد حیطه بازاریابی ورزشی باشد. یافته های پژوهش در رابطه با پر استنادترین نویسندگان و مترجمان منابع فارسی نشان می دهد که آثار و نوشته های "حسن زاده، مهرداد" بیش از همه مورد توجه استفاده کنندگان بوده است و بالاترین استناد را در میان نویسندگان در میان منابع فارسی به خود اختصاص داده است (۱۳ استناد). در بین مترجمین، "فروزنده، بهمن" با ۱۰ استناد در صدر قرار گرفته است.

با توجه به یافته های ارائه شده، "احسانی مجمد" با ۱۹ بار استناد، جایگاه اول را دارد. "خبیری، محمد" و "الهی، علیرضا" در رتبه دوم و سوم نویسندگان فارسی زبان قرار دارند. در میان نویسندگان انگلیسی زبان، "Funk, D" با ۳۸ استناد، "Wann, D, L" با ۱۷ استناد و "Trail, T" با ۱۶ استناد در جایگاه های اول تا سوم قرار دارند.

بررسی همکاری فردی و گروهی نویسندگان در این مقاله ها نشان می دهد ۴۱/۱۷ درصد به صورت سه نفری، ۳۰/۸۸ درصد به صورت چهار نفری، ۱۹/۱۱ درصد به صورت دو نفری، ۲/۹۴ درصد نیز به صورت دو نفری نوشته شده است. بنابراین یافته ها نشان می دهد که مقالات سه نفری بیش از دیگر هم پژوهی ها به چاپ رسیده است که این یافته یا یافته های آقامحمدی و بصیرنیا (۱۳۹۳)؛ سجادی و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی دارد. نتایج تحقیقات علمی نشان داده است که پژوهش های گروهی از دقت، جامع نگری و سرعت بیشتری برخوردار است (آقامحمدی و بصیرنیا، ۱۳۹۳). این در حالی است که مولود و پدرسون (۲۰۰۳) در تحقیقی که به تحلیل استنادی نشریه اقتصاد ورزشی بین سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۳ پرداخته بودند نشان داده بودند که ۶۰ درصد مقالات به صورت یک نفری نوشته شده است دلیل این ناهمخوانی را می توان وجود روحیه همکاری بیشتر در میان محققان ایرانی و فرهنگ فردمحوری در جامعه غربی دانست.

در بحث نشریات هسته یا پر استنادترین نشریه، نشریه "مدیریت ورزشی" با ۴۴ استناد، "فصل نامه المپیک"، "نشریه مطالعات مدیریت ورزشی" بیشترین مراجعه نویسندگان را به خود اختصاص داده است. این امر نشان می دهد "نشریه مدیریت ورزشی" به خوبی توانسته است در جلب توجه اساتید و پژوهشگران بازاریابی ورزشی گامی مهمی بردارد. در بین نشریات لاتین نیز مجله "Sport Marketing Quarterly" نیز با اختلاف فاحشی نسبت به بقیه، بیشترین استناد را در بین نشریات انگلیسی داشته است. همچنین "Journal of Sport Management" و "Management Review" در بین مجلات انگلیسی در رده های دوم و سوم مجلات هسته قرار دارند.

یافته های پژوهش حاضر در مورد وضعیت مرتبه علمی محققان نشان داد که دانشجویان کارشناسی ارشد ۹/۴۰ درصد، کارشناسی ارشد ۲۱/۷۸ درصد، دانشجوی دکتری ۳۴/۱۵ درصد، استادیار ۳۰/۶۹ درصد، دانشیار ۱۸/۳۱ درصد و استاد تمام ۴/۴۵ درصد در نگارش مقاله ها مشارکت داشته اند. همانگونه که مشخص شد پژوهشگران با مرتبه علمی استاد تمام سهم کمتری در نگارش مقاله های بازاریابی ورزشی دارند که این یافته با یافته سجادی و همکاران (۱۳۸۹)؛ شریفی و همکاران (۱۳۹۱)، عسگری و همکاران (۱۳۹۳) همخوان و با تحقیق مولود و پدرسون (۲۰۰۳) ناهمخوان است. دو دلیل می توان برای این بحث ارائه داد: اول اینکه اساتید با درجه استاد تمامی چون به بالاترین درجه علمی رسیده اند میلی برای تلاش بیشتر جهت انجام بیشتر از خود نشان نمی دهند. دلیل

توجه به اینکه مقالات حاوی تازه ترین دستاوردهای علمی هستند از اهمیت بالایی نزد پژوهشگران برخوردار بوده است که این امر بیانگر توجه پژوهشگران مقالات بازاریابی ورزشی به این منبع اطلاعاتی مهم می باشد. با این وجود، این یافته با یافته های برخی پژوهشگران ناهمخوان است و کتاب را پر استنادترین منبع اطلاعاتی گزارش کرده اند (کیانمهر، ۱۳۸۶؛ زارعی و صدیقی، ۱۳۹۲؛ زارعی و خدادشهری، ۱۳۹۳؛ دادگر و همکاران، ۱۳۸۸). در توجیه این ناهمخوانی می توان بیان داشت که در پژوهش های ناهمخوان چون ملاحظات تاریخی و فلسفی در نظر گرفته شده است منطقی به نظر می رسد که کتاب بیشترین استناد را به خود اختصاص دهد.

- دوم و شاید دلیلی که از دلیل اول معقول تر باشد این باشد که چون این اساتید معمولاً بالای ۵۰ سال سن دارند و حوزه بازاریابی ورزشی رشته نوپایی نه تنها در ایران بلکه در جهان می‌باشد بنابراین کمتر با مباحث بازاریابی ورزشی نوین آگاهی دارند لذا اقبالی برای انجام تحقیق و یا سوق دادن دانشجویان خود به این حیطه علمی نشان نمی‌دهند. همچنین شاید حضور کم دانشجویان کارشناسی ارشد در اجرای تحقیقات، به دلیل آشنا نبودن این افراد با روش تحقیق و اصول مقاله نویسی است.
- با توجه به بررسی پژوهش‌های مرتبط با بازاریابی ورزشی و یافته‌های حاصل از این تحقیق می‌توان بیان کرد که با توجه به تعدد فراوان مقالات مربوطه، راه اندازی یک نشریه علمی و پژوهشی در حوزه بازاریابی ورزشی توسط دانشگاه‌ها یا مراکز علمی مربوطه می‌تواند منجر به توسعه و گسترش این حوزه شود. همچنین به دلیل نقص در استناددهی بسیاری از مقالات، پیشنهاد می‌شود که داوران و نویسندگان توجه بیشتری به استناددهی مقالات داشته باشند. تالیف یا ترجمه کتب مرتبط با بازاریابی ورزشی، لزوم توجه رسانه‌های مرتبط به نویسندگان و متخصصان بازاریابی ورزشی (جدول ۳)، و لزوم توجه بیشتر علاقه مندان و نویسندگان مقالات به نشریات پراستناد (جدول ۵) نیز از دیگر پیشنهادات کاربردی این تحقیق می‌باشد.
- دادگر، امیر متقی؛ کریمی، رضا و عباداله عموقین، جعفر. (۱۳۸۸). تحلیل استنادی مقالات ۳۰ شماره از فصلنامه پژوهش‌های فلسفی کلامی منتشره بین سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۷. فصلنامه پژوهش‌های فلسفی - کلامی، سال یازدهم، شماره ۱ (پیاپی ۴۱)، ۳۱۴-۲۸۷.
- رضائی نژاد، رحیم؛ رضایی صوفی، مرتضی؛ دستوم، صلاح؛ نسرین احمدی. (۱۳۹۳). تحلیل روش شناسی مطالعاتی تولیدات ISC مدیریت ورزشی ایران. نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال سوم، شماره ۱، ۱۰۲-۸۵.
- زارعی، عیسی و صدیقی، زینب. (۱۳۹۲). تحلیل استنادی مقالات فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی (شماره ۳۴-۱۳) منتشر شده بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲. شماره ۳۵، ۲۱۰-۱۹۳.
- سجادی، سید نصراله؛ عیدی، حسین؛ مهربانی، جواد و عباسی، همایون. (۱۳۸۹). تحلیل توصیفی نشریه علمی - پژوهشی حرکت. نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱ تا ۳۴. شماره ۵، ۱۵۳-۴۱.
- سلطانی، شیفته. (۱۳۷۷). آشنایی با مجلات کتابداری ایران. فصلنامه کتاب، شماره ۳۳، ۶۵-۸۷.
- فروزانی، نوشین. (۱۳۸۲). تحلیل استنادی پایان نامه‌های کارشناسی ارشد مهندسی معدن دانشکده فنی دانشگاه تهران از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹. نشریه کتابداری، شماره ۴۰، ۱۲۲-۱۰۳.
- قاسمی، حمید؛ تجاری، فرشاد؛ بروجرد علوی، مهدخت، امامی، حسین و امیری، مریم. (۱۳۹۱). تحلیل محتوای دیدگاه‌های رؤسای سازمان تربیت بدنی درباره مؤلفه‌های ورزش از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۸. مدیریت ورزشی، شماره ۱۳، ۱۵۲-۱۳۷.
- عسگری، بهمن؛ الهی، علیرضا و پورسلطانی زرنیدی، حسین. (۱۳۹۳). تحلیل محتوای مقالات مدیریت ورزشی نشریه پژوهش در علوم ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۲۲، ۱۷۲-۱۵۵.
- کیانمهر، احترام. (۱۳۸۶). تحلیل استنادی مقالات منتشر شده در مجلات کتابداری و اطلاع رسانی (۱۳۸۲-۱۳۷۵). فصلنامه کتابداری، شماره ۷۰، ۱۲۲-۱۰۱.
- محمودی، زلیخا و اخوتی، مریم. (۱۳۸۷). تحلیل استنادی مقاله‌های پنج مجله علمی فارسی کتابداری و اطلاع رسانی بین سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۵. علوم و فناوری اطلاعات، شماره ۲۴، ۶۴-۶۹.

REFERENCES

- Goldman, A. (1979), "Publication activity in marketing as an indication of its structure and disciplinary boundaries", *Journal of Marketing Research*, Vol. 16 No.4, pp.485-94.
- Hoffman, D., Holbrook, M. (1993), "The intellectual structure of consumer research: a bibliometric study of author co-citations in the first 15 years of the Journal of Consumer Research", *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, pp. 1-15.
- خلجی، حسن. (۱۳۸۱). ارزیابی پایان نامه‌های تربیت بدنی مراکز آموزش عالی کشور از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۸. نشریه پژوهش در علوم ورزشی، شماره سوم، ۱۱۱-۹۵.
- خبیری، محمد؛ بشارتی، مینا؛ آشوری، نرگس و رضوانفر، مریم. (۱۳۹۰). تحلیل استنادی مآخذ رساله‌های دکتری و پایان نامه‌های کارشناسی ارشد دکتری دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷. مدیریت ورزشی، شماره ۹، ۱۲۳-۱۰۹.

منابع

- اکبری، خدیجه و بزرگی، اشرف السادات. (۱۳۸۷). تحلیل استنادی مقالات نمایه سازی شده ارسالی توسط سازمان انرژی اتمی ایران به پایگاه اطلاعاتی اینیس طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۱. فصلنامه دانش شناسی، شماره ۳، ۲۸-۱۵.
- بهبودی، ندا. (۱۳۸۸). چگونگی ارزیابی مقالات، گزارشات و رسالات تحقیقی. ماهنامه عصر فناوری اطلاعات، سال پنجم، شماره ۴۸.
- جعفر نژاد، احمد؛ رهبر، امیر حسین؛ مقدس پور، سعید و واحدی مقدم، محمود. (۱۳۸۸). نشریه مدیریت فن آوری اطلاعات، دوره ۱، شماره ۳، ۳۶-۱۹.

- Research", *Journal of Consumer Research*, Vol. 19, No.4, pp.505-17.
- Lee, H. A., Au, N., Li, G & Law, Rob. (2014). An insight into research performance through a citation counting analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol.21, PP: 54-63.
 - Liu, John. S., Lu, Louis. Y. Y., Lu Wen-Min & Lin., Bruce. J. Y. (2013). Data envelopm analysis 1978–2010: A citation-based literature survey. *Omega*, vol. 41. PP: 3–15.
 - Lovelock, C., Reynoso. J., D'andrea, G & Huete, L. (2004). *Administracion de Servicios : Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos* (in Spanish). Pearson Educación Times.
 - Mondello. M. Pedersen, P. M. (2003). "A content analysis of the journal of sports economics". *Journal of Sports Economics*, Vol. 4, No. 1, PP: 64-73.
 - Polonsky, M., Jones, G., Kearsley, M. (1999), "Accessibility: an alternative method of ranking marketing journals?. *Journal of Marketing Education*, Vol. 21 No.3, pp.181-93
 - 23. Pancheshnikov, Yelena (2007). "A Comparison of Literature Citations in Faculty Publications and Student Thesis as Indicators of Collection Use and a Background for Collection Management at a University Library". *Journal of Academic Librarianship*.33(6):PP:674-683.
 - 24. Rentschler, Ruth and Kirchner, Theresa A. (2012). Arts management/marketing journal citation analysis : assessing external impact. *Arts marketing: an international journal*. vol. 2, No. 1, pp. 6-20..
 - 25. Smith, L.C. (1981). Citation Analysis. *Library Trends*, 30(1):83-106.
 - 26. Tellis, G., Chandy, R., Ackerman, D. (1999), "In search of diversity: the record of major marketing journal", *Journal of Marketing Research*, Vol. 36 No.1, pp.120-31.
 - 28..Vallmitjana, Nuria. (2008). "Citation Analysis of Ph.D. Dissertation Referenes as a Tool for Collection Management in an Academic Chemistry Library". *College & Research Libraries*. Vol. 69. No. 1.