

Ekonomik Kriz ve Pandemi Sürecinde Spor İşletmeleri

Ali ALKHANLI

Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, İstanbul / Türkiye

<https://orcid.org/0000-0003-2408-1610>

Mert Kerem ZELYURT

Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, İstanbul / Türkiye

<https://orcid.org/0000-0002-2766-4996>

Özet

Mikro işletme kavramı; 10 kişiden az (1-9 arası) çalışanı olan ayrıca yıl boyunca net satış geliri ya da parasal dengeleminden herhangi biri üç milyon TL'yi aşmayan işletmelerdir. Araştırmanın konusunu "mikro ve küçük işletmeler" olgusunun spor endüstrisindeki karşılığını oluşturmaktadır. Spor işletmelerinin özel sektörde büyük, orta, küçük ve mikro ölçekli biçimde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu çalışmada ekonomik kriz ve pandemi sürecinin çalışan sayısı 50'den az olan spor işletmelerine etkilerini anlamak amaçlanmıştır. Araştırma nitel yöntemle göre, anlamacı/yorumcu paradigmayla tasarlanmıştır. Veri toplama aracı olarak "yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme" tekniği kullanılmış, mikro ve küçük ölçekli spor işletmelerinin yönetici ve temsilcileriyle görüşmeler yapılmıştır. Örneklemi oluşturan katılımcılarda seçim kriteri olarak, ilgili işletmenin en az bir yıl faaliyet göstermiş olmasına dikkat edilmiştir. İstanbul'da Bağcılar, Bahçelievler, Kağıthane, Beşiktaş, Üsküdar, Kadıköy, Sarıyer, Şişli, Beyoğlu, Eyüpsultan, Avcılar, Beylikdüzü, Kartal, Ataşehir, Ümraniye, Gaziosmanpaşa, Küçükçekmece, Bakırköy ve Fatih ilçelerindeki spor salonlarından amaçlı örnekleme göre görüşme yapılan katılımcı sayısı 30'dur. Ses kayıtları metne aktarıldıktan sonra içerik çözümlemesiyle 3 tema belirlendi: 1. Ekonomik Krizin Mikro ve Küçük Ölçekli Spor İşletmelerine Etkileri 2. Krizin Müşteri Kitlesine Etkileri 3. Spor İşletmelerinin Pandemi Deneyimleri. Ekonomik krizlerin spor işletmelerini birçok yönden olumsuz etkilediği göze çarpan belirgin bir husustur. Potansiyel müşterilerin kriz ortamında spor hizmetlerine ilgisinin azalması; kira, stopaj vs. ödemelerle ilgili sorunların artışı gibi faktörler öne çıkmaktadır. Fiyatlardaki artış, müşteri sayısındaki azalma ve ilgili konjonktüre yönelik pazarlama stratejileri göze çarpan diğer hususlardır. Pandemi sürecinde de salonların kapalı olması kaynaklı gelir kaybı, ödemelerin bu dönemde de devam etmesi ve devlet desteğinin yetersiz kalması gibi sorunların mikro ve küçük ölçekli spor işletmelerinde çeşitli pazarlama stratejilerini öne çıkardığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik kriz, spor işletmesi, küçük işletme, mikro işletme, pandemi

Sports Businesses During the Economic Crisis and Pandemic

Abstract

Micro business concept; These are businesses with less than 10 employees (1-9) and whose net sales revenue or monetary balance does not exceed three million TL during the year. The subject of the research is the equivalent of the "micro and small enterprises" phenomenon in the sports industry. It is seen that sports enterprises operate in large, medium, small and micro scale in the private sector. This study aims to understand the effects of the economic crisis and pandemic process on sports businesses with fewer than 50 employees. The research was designed according to the qualitative method, with the interpretive/interpretive paradigm. "Semi-structured in-depth interview" technique was used as a data collection tool, and interviews were conducted with managers and representatives of sports enterprises. Care was taken to ensure that the participants in the sample had worked in the relevant business for at least one year. Number of participants interviewed according to purposeful sampling from sports halls in Bağcılar, Bahçelievler, Kağıthane, Beşiktaş, Üsküdar, Kadıköy, Sarıyer, Şişli, Beyoğlu, Eyüpsultan, Avcılar, Beylikdüzü, Kartal, Ataşehir, Ümraniye, Gaziosmanpaşa, Küçükçekmece, Bakırköy and Fatih districts in Istanbul. It is 30. After the audio recordings were transcribed into text, 3 themes were determined through content analysis: 1. Effects of the Economic Crisis on Micro and Small-Scale Sports Businesses, 2. Effects of the crisis on customer base, 3. Pandemic Experiences of Sports Businesses. It is a striking fact that economic crises negatively affect sports businesses in many ways. Potential customers' decreased interest in sports services in a crisis environment; rent, withholding tax etc. Factors such as the increase in payment-related problems come to the fore. The increase in prices, the decrease in the number of customers and marketing strategies for the relevant conjuncture are other notable issues. It has been observed that problems such as loss of income due to the closure of the halls during the pandemic period, continuation of payments during this period and insufficient government support have highlighted various marketing strategies in sports businesses.

Keywords: Economic crisis, sports businesses, small business, micro business, pandemic

SUMMARY

Introduction and Aim

Although the concept of small and medium-sized enterprises (SMEs) varies greatly in definition, they are local businesses that have independent management, cannot dominate the market, can make quick decisions, work with their own labor, and have a small number of employees (Kahraman, 2012). Small businesses are businesses with fewer than 50 employees and whose annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 25 million TL. Micro business concept; These are businesses with less than 10 employees (1-9) and whose net sales revenue or monetary balance does not exceed 3 million TL during the year (Kati and Erdoğan, 2021). The subject of this study is "sports enterprises", which are the sports equivalent of the concept and phenomenon of "micro and small enterprises". Like small businesses in many sectors, gyms have been negatively affected by the crisis. This study was designed to investigate the effects of situations such as crisis and pandemic on micro-small scale profit-oriented organizations such as gyms, based on field observations. Purpose of the research; To understand the experiences of sports businesses on issues such as customers, revenue, payments and marketing strategies in the economic crisis and pandemic environment. On the axis of the qualitative research paradigm, the management experiences of sports business representatives during crisis periods were taken into account.

The aim of sports enterprises, whose biggest duty is to popularize sports, is to provide quality and branch-specific services and to ensure satisfaction to those who benefit from the services (Ramazanoğlu and Öcalan, 2005). It is seen that sports enterprises in the private sector operate on large, medium, small and micro scales. In the literature review, it was seen that many studies have been conducted in the service sector related to tourism, tradesmen and craftsmen, industry and production enterprises. However, the lack of studies examining the relationship between sports businesses, which have become a large part of the service sector, and the economic crisis and the pandemic, draws attention. For sports businesses that contribute so much to society and economy, issues such as customer satisfaction and employee satisfaction are generally researched, but the problems of the businesses and the effects of the crisis are only partially touched upon. In this study designed according to the qualitative method, the economic crisis and pandemic experience in sports businesses were determined as the main question of the research. The fact that small and medium-sized enterprises are in the majority and spread throughout the country contributes to the rapid development and change of the economy (Vural, 2008). Small and medium-sized businesses that contribute greatly to the economy are struggling to survive in the market. Identifying and solving these problems will enable businesses to operate better/effectively.

Material & Method

In our research, a qualitative research method, one of the descriptive research methods, was used. While interpretive, interpretive, critical and phenomenological concepts are at the forefront in qualitative research methods, there is a fact-based, objective and positivist understanding in quantitative research (Kümbetoğlu, 2017). In the research, an in-depth interview technique specific to the qualitative research method was applied. In the semi-structured in-depth interview technique, the researcher prepares questions appropriate to the topic, and this interview technique is frequently preferred because it provides flexibility during the interview and makes the answers more accessible when discovering details about the person (Aslan, 2018). The interviews were conducted face to face, recorded with a voice recorder, and then converted into raw text. These texts were classified thematically according to the main question and sub-questions of the research and turned into processed data. All information of the research participants was kept confidential. The data were evaluated in accordance with ethical principles and the participants are indicated by numbers. "Semi-structured in-depth interview" technique was used as a data collection tool, and interviews were conducted with managers and representatives of micro and small-scale sports enterprises. As a

selection criterion for the participants in the sample, attention was paid to the fact that the relevant business had been operating for at least one year. The number of participants interviewed based on purposeful sampling from gyms in Istanbul districts is 30. Three themes were identified through content analysis from the transcribed records.

Results and Discussion

The first theme of our research is 'The effects of the economic crisis on sports businesses'. The economic crisis causes people in all countries to become unemployed, unable to earn money, decrease in all kinds of consumption, deteriorate socio-economic balances, and cause companies and the country's economy to fall into a bad situation (Okkay, 2019). Increases in material, rent, water and natural gas prices and low purchasing power of customers are the main problems of businesses. Statements K1, K4, K12 indicate that it is difficult to survive due to increasing costs and economic crisis. It has been observed that the majority of K5, K6, K9 and K16 businesses experience financial difficulties regarding staff salaries and current payments.

Under the second theme, "The effects of the crisis on the customer base", factors such as the decrease in customers' interest in sports services due to financial difficulties in the crisis environment come to the fore. The necessity of making adjustments to the price policy in order to maintain the income-expense balance and ensure the continuity of the business was expressed by most participants (K10, K13, K20, K30). This is a problem for businesses because customers cannot plan the future and cannot foresee their economic situation and they see gyms as luxury (Ayaz, 2016). It has been concluded that there are membership cancellations due to reasons such as increasing costs and increases in hall prices.

It is seen that the pandemic, which constitutes the third theme, has aggravated the crisis impact on sports businesses. It is noteworthy that gyms, like other businesses, suffered financial losses due to the closure of businesses, the curfew, and the inability to provide public services, which became mandatory during the pandemic process. K5 "Now many salons have already gone bankrupt, so you should know." the statement reminds us of the great impact of the pandemic on gyms and that current strategies should be reviewed to ensure the continuity of the remaining gyms. The sports sector is the sector most negatively affected by the pandemic so far. In countries where the epidemic occurred, the sports system was badly affected both financially and psychologically, and the first of these effects was the postponement and cancellation of sports events and the suspension of events (Türkmen and Özsan, 2020).

1.GİRİŞ

Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) kavramı tanım olarak büyük farklılıklar gösterse de bağımsız yönetime sahip, piyasaya hakim olamayan, hızlı karar alabilen, kendi emeğiyle çalışan, çalışan sayısı az olan yerel işletmelerdir (Kahraman, 2012). Küçük işletme, çalışan sayısı 50 kişiden az ve yıllık net 25 milyon Türk lirasını aşmayan satış hasılatı veya mali bilançosu olan işletmelerdir (Bayraktar, 2020). Mikro işletme kavramı ise; 10 kişiden az (1-9 arası) çalışanı olan ayrıca yıl boyunca net satış geliri ya da parasal dengeleminden herhangi biri 3 milyon TL'yi aşmayan işletmelerdir (Katı ve Erdoğan, 2021). Bu çalışmanın konusunu da "mikro ve küçük işletmeler" kavramı ve olgusunun spordaki karşılığı olan "spor işletmeleri" oluşturmaktadır. Birçok sektördeki küçük işletmeler gibi, spor salonları da kriz olgusundan olumsuz etkilenmiştir. Bu çalışma da sahaya yönelik gözlemlerden hareketle kriz, pandemi gibi durumların spor salonları gibi mikro-küçük ölçekli kar amaçlı organizasyonlara etkilerini araştırmak üzere kurgulanmıştır. Araştırmanın amacı; ekonomik kriz ve pandemi ortamında spor işletmelerinin müşteri, gelir, ödemeler, pazarlama stratejileri gibi konulardaki deneyimlerini anlamaktır. Nitel araştırma paradigması ekseninde, spor işletmeleri temsilcilerinin kriz dönemlerindeki işletmecilik deneyimleri dikkate alınmıştır.

Spor işletmeleri insanların sosyal yaşamlarını ve farklı spor aktivitelerini düzenlemek için oluşturulmuş kurumlardır. Hem devlet kapsamında hem de özel kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Spor işletmelerinin en büyük görevi sporun yaygınlaştırılmasını sağlamaktır. Kaliteli ve branşlara özgü hizmetler vermek ve hizmetlerden yararlanan veya yararlanmak isteyen kişilere memnuniyet sağlamak spor işletmelerinin amacıdır (Ramazanoğlu ve Öcalan, 2005). Spor işletmelerinin özel sektörde büyük, orta, küçük ve mikro ölçekli biçimde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Alinyazın taramalarında turizm, esnaf ve sanatkârlar, sanayi ve üretici işletmeler ile ilgili hizmet sektöründe birçok çalışma yapıldığı görülmüştür. Ancak hizmet sektörünün büyük bir parçası haline gelen spor işletmelerinin ekonomik kriz ve pandemiyle ilişkisini irdeleyen çalışmaların eksikliği göze çarpmaktadır. Topluma ve ekonomiye bu kadar katkısı olan spor işletmeleri için genellikle müşteri memnuniyeti, çalışan memnuniyeti gibi konular araştırılmakla birlikte işletmelerin sorunlarına ve kriz etkisine kısmen değinilmiştir. Nitel yöntemlere göre kurgulanan bu çalışmada, spor işletmelerinde ekonomik kriz ve pandemi deneyimi araştırmanın temel sorusu olarak belirlenmiştir.

Günlük yaşamlarında iş tempoları nedeniyle hareketsiz kalan insanlar, kendilerini fiziksel, zihinsel ve sosyal olarak tamamlamak için spor işletmelerine ilgi göstermektedir. Spor merkezleri müşterilerinin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi kriterleri önemsemeksizin toplumun her kesimine hitap eden işletmelerdir (Açık ve Karataş, 2016). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin çoğunlukta olması, bütün ülkeye yayılması, ekonominin hızlı gelişim ve değişim yaşamasına katkıda bulunur (Vural, 2008). Ekonomiye büyük katkı sağlayan küçük ve orta ölçekli işletmeler piyasada ayakta kalma savaşı vermektedir. Bu sorunları belirlemek ve çözmek işletmelerin daha iyi/etkili faaliyet göstermesini sağlayacaktır.

Ülkemizde sık sık kriz dönemleri yaşanmaktadır. Ekonomik krizin boyutu işletmeler için farklılık gösterir. Olumsuz etkileri azaltmak ve olumlu sonuçlar çıkarmak büyük bir avantajdır. Küçük ölçekli işletmelerin ekonomik krizlerde temel sorunu maliyettir. Bu dönemlerde çalışan, pazarlama, arz-talep dengesi gibi durumlardan daha çok sıcak para sorunu önem arz etmektedir (Yalçın ve Gafuroğlu, 2008).

2. MATERYAL & METOT

Araştırma Deseni ve Prosedür

Araştırmamızda betimsel araştırma yöntemlerinden olan nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinde anlayıcı, yoruma dayalı, eleştirel ve fenomenolojik kavramlar ön plandayken nicel araştırmalarda olguya dayalı, nesnel ve pozitivist bir anlayış söz konusudur (Kümbetoğlu, 2017). Nitel araştırma, belge analizi, gözlem ve görüşme gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olayların ve algıların doğal ortamda bütüncül ve gerçekçi bir şekilde ortaya çıkarılmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır. Çalışmada veri toplama tekniği olarak tarafımızca geliştirilen, "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmış ve yine tarafımızca oluşturulan "Görüşme Formu"na bağlı kalmaya çalışarak Yarı Yapılandırılmış Görüşme tekniği uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde araştırmacı konuya uygun sorular hazırlar ve bu soruların rehberliğinde öğrenmek istediği olgulara yoğunlaşması söz konusudur. Bu görüşme tekniği, görüşme sırasında esneklik sağlanması, insan ve örgüt davranışlarının detaylarının keşfedilmesi noktasında, cevaplara daha ulaşılabilir olunmasından dolayı sıklıkla tercih edilmektedir (Aslan, 2018). Görüşme esnasında görüşme yapılacak kişinin rızası alınarak ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Görüşmelerin en uzun 22 dakika 38 saniye, en kısa 7 dakika 20 saniyedir. Ses kayıt cihazı ile kaydedilen görüşmeler sonrasında ham metin haline getirilmiştir. Bu metinler araştırmanın temel sorusu ve alt sorularına göre tematik olarak sınıflandırılmış ve işlenmiş veriye dönüştürülmüştür (Bal, 2016). Araştırmadaki katılımcıların tüm bilgileri gizlenmiştir. Veriler etik ilkeler doğrultusunda değerlendirilmiş ve katılımcılar numara ile

belirtmiştir. Ses kayıtları metne aktarıldıktan sonra içerik çözümlemesiyle 3 tema belirlenmiş olup bu temalar şu şekildedir: 1. Ekonomik Krizin Mikro ve Küçük Ölçekli Spor İşletmelerine Etkileri, 2. Krizin Müşteri Kitlesine Etkileri, 3. Spor İşletmelerinin Pandemi Deneyimleri.

Araştırma Grubu

Fenomenolojik çalışmalarda katılımcılar kasıtlı olarak seçilmelidir. Katılımcılar İstanbul ili içerisindeki öncelikle büyük nüfuslu ilçelerde hizmet veren mikro ve küçük ölçekli en fazla 50 çalışanı olan spor işletmeleri yönetici ve temsilcilerinden oluşturulmuştur. Çalışmaya İstanbul ilinden Kadıköy, Bakırköy, Beşiktaş, Kâğıthane, Sarıyer, Şişli, Güngören, Bahçelievler, Bağcılar, Avcılar, Küçükçekmece, Ümraniye, Kartal, Gaziosmanpaşa, Üsküdar, Eyüpsultan, Fatih, Beyoğlu, Esenyurt, Beylikdüzü ilk olarak dâhil edilecek ilçelerdir. Ayrıca farklı ilçelerden ulaşılabilecek işletmelerinde dâhil edilmeye çalışılmıştır. İşletme temsilcileri amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiştir. İşletmenin en az bir yıldır faaliyet göstermiş olmasına dikkat edilmiştir. Görüşme yapılacak toplam işletme temsilcisi sayısı en az 30 olarak planlanmıştır. Aynı ilçelerde bulunan spor işletmesi temsilcileri de örnekleme dâhil edilmiştir. Katılımcıların yaşları 20 ile 65 arasında değişmektedir. Görüşmeler işletme temsilcileri ile birebir iletişime geçilerek yapılmıştır.

3. BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların kişisel özelliklerinin dağılımları

KATILIMCILAR	YAŞ	CİNSİYET	EĞİTİM	DENEYİM	İLÇE
K1	32	Erkek	Lisans	11 Yıl	Bağcılar
K2	46	Erkek	Lisans	30 Yıl	Bağcılar
K3	43	Erkek	Lise	24 Yıl	Esenyurt
K4	37	Erkek	Lisans	13 Yıl	Bahçelievler
K5	32	Erkek	Ön lisans	11 Yıl	Sarıyer
K6	29	Kadın	Lisans	7 Yıl	Şişli
K7	26	Erkek	Lisans	6 Yıl	Beyoğlu
K8	46	Erkek	Lisans	7 Yıl	Eyüpsultan
K9	35	Erkek	Lisans	13 Yıl	Beşiktaş
K10	30	Kadın	Lisans	5 Yıl	Üsküdar
K11	27	Erkek	Lisans	5 Yıl	Kağıthane
K12	30	Kadın	Lisans	4 Yıl	Kadıköy
K13	22	Kadın	Lisans	3 Yıl	Üsküdar
K14	26	Kadın	Lisans	3 Yıl	Avcılar
K15	54	Erkek	Lisans	5 Yıl	Beylikdüzü
K16	39	Erkek	Lisans	10 Yıl	Kağıthane
K17	24	Erkek	Lisans	3 Yıl	Bağcılar
K18	30	Kadın	Lisans	6 Yıl	Kartal
K19	41	Erkek	Ön lisans	16 Yıl	Ataşehir
K20	25	Kadın	Lisans	3 Yıl	Ümraniye
K21	24	Erkek	Ön lisans	4 Yıl	Beşiktaş
K22	28	Erkek	Lisans	5 Yıl	Gaziosmanpaşa
K23	26	Erkek	Ön lisans	3 Yıl	Küçükçekmece
K24	26	Erkek	Lisans	7 Yıl	Bahçelievler
K25	22	Erkek	Ön lisans	2 Yıl	Kağıthane
K26	41	Erkek	Lise	9 Yıl	Bakırköy
K27	48	Erkek	İlkokul	22 Yıl	Fatih
K28	36	Erkek	Doktora	12 Yıl	Bahçelievler
K29	21	Kadın	Yüksek lisans	2 Yıl	Bağcılar
K30	54	Erkek	Lisans	25 Yıl	Kadıköy

1. Ekonomik Krizin Mikro ve Küçük Ölçekli Spor İşletmelerine Etkileri Üzerine Bulgular

Ekonomik kriz her alanda her bireyi etkilemektedir. Krizden etkilenen bazı işletmelerin kapandığı ve kendi işletmesinin de zor bir süreçten geçirdiğini bir katılımcımız şöyle ifade etti:

“Ekonomik kriz her insanı her alanda etkilediği gibi bizi de kötü yönde etkiledi. Sonuç olarak bizim sektörümüz de ister istemez kriz anlamında yeri geldiğinde kapanışlar falan olması daha çok etkilendi. O yüzden çok büyük bir zorluk yaşadık ama bir şekilde ayakta kalmayı becerdik diyelim.” (K1, 32 Yaşında, Erkek).

Spor işletmelerinin hizmet sektörü olmalarından kaynaklı insanlar tarafından hızla gözden çıkarılabileceğini, gelir/gider dengesindeki değişiklik olması ve üyelik fiyatlarında çok artış yapamadıkları için ekonomik krizden etkilendiklerini katılımcılarımız şöyle dile getirmişlerdir:

“(…) Tüm sektörel bazda global bir kriz söz konusu ihracatçı firmaların haricinde ithalat yapan ve üretim yapılan veyahut da bir şeyi al-sat gibi firmaları da etkilediği gibi bizleri de çünkü biz hizmet sektörüyüz, herhangi bir şeyi alıp satmıyoruz mevcut olan insanların hizmetine sunduğumuz için insanlar bizim sektörümüz spor olduğu için ilk vazgeçebileceğini şeylerden biri maalesef ki bizim sektörümüz oluyor. (...) Bu dönem içerisinde biraz diğer sektörler gibi bizleri de etkiledi ama şükür ayakta ve hala devam edebiliyoruz.” (K4, 37 Yaşında, Erkek).

“Ekonomik kriz bizi şu yönde etkiledi. Ekonomik kriz de şimdi ister istemez kira artışları, şey elektrik doğalgaz veya personel giderleri artarken asgari ücret artarken salon fiyatlarında çok aman aman bir oynama olmadı biliyorsunuz salon fiyatları hemen hemen güncel fiyatlarıyla devam etmek. En fazla iki yüz elli beş yüz TL gibi rakamlar oynadı ve pandemi sürecinde de metrekareye göre hareket ettiğinizden dolayı problemler yaşadık.” (K5, 32 Yaşında, Erkek).

“Yani küçük ölçekli bir işletme olduğumuz için ekonomik kriz bizi daha çok sarstı ve diğer sektörleri de sarsmıştır ama biz daha çok krizden etkilendik bizi biraz daha geriye taşıdı tabii belli başlı ödemelerimiz de olduğu için sarstı bu durumdan sarsılmadan anlatamıyoruz tabii ki.” (K6, 29 Yaşında, Kadın).

“(…) Kira özellikle stopaj konusunda çok etkiledi yani bütün sektörlerde olduğu gibi bizim spor camiasını da çok etkiledi ki ondan önce de açıkçası çok çok iyi gitmiyordu o süreçte ekonomik kriz süreci de biz maalesef olumsuz yönde etkiledi.” (K9, 35 Yaşında, Erkek).

“Maalesef sorunları aşamayacak seviyeye geliyor ticari işletmeler faturalar personel giderleri masraflar olumsuz yönde etkiliyor tabii.” (K16, 39 Yaşında, Erkek).

İşletme cirolarındaki düşüş nedenli ekonomik krizden etkilendiğini katılımcımız şu şekilde ifade etti:

“Şöyle cirolarında düşüşler yaşandı, maddi yönde etkisi çok oldu diyebiliriz, işletmemizin ilerlemesiyle ve şey tekrar ayakta kalabilmeniz için he zor bir dönemden geçtik o yüzden ekonomik kriz bütün esnafta etkilediği gibi bizi de çok etkiledi.” (K12, 30 Yaşında, Kadın).

2. Krizin Müşteri Kitlesine Etkilerine Yönelik Bulgular

Müşteri işletmenin gelir kaynağıdır. Ne kadar çok müşteri o kadar çok kazanç demektir. Müşteri sayısındaki düşüklük ve artış daha önceki katılımcıların dile getirdiği gibi işletmenin ayakta kalmasında büyük etkindir. Ekonomik krizin müşteri sayısındaki değişikliği katılımcılarımız şu şekilde ifade etmişlerdir:

"(...) Ekonomik kriz tabii insanların cebinde para bırakmadığı için insan sektörüyle de uğraştığımız için bizi çok olumsuz yönde etkiledi o yüzden yani öğrencilerimiz müşterilerimiz artık düşmeye başladı. Bu keyif sektörü olduğu için bunlar halı saha özellikle yani artık insanlar keyfine düşkün değil yani kendi harcamalarına dikkat etmeye başladı bu yüzden bu sektörde biraz azalmalar meydana geldi." (K7, 26 Yaşında, Erkek).

"Üye sayısında azalma oldu kira ve benzeri giderler arttığı için biz de fiyatları arttırdık, bu durum bizi zorlamaya başladı öyle işte." (K10, 30 Yaşında, Kadın).

"(...) Tabii şey müşterilerin ekonomik durumunun kötü olması tabii ki onlar açısından biraz kötü oldu ama biz bunu daha ekonomik durumu iyi müşterilerle düzelttik, yeni müşteri kazanarak biz bu sorunu çözdük." (K30, 54 Yaşında, Erkek).

Bir diğer katılımcılarımızda güncel fiyatlarda artma nedenli üye sayısında azalma yaşadıklarını şu şekilde ifade etti:

"Güncel fiyatlar ekonomi yüzünden arttığı için üye sayısında azalma oldu he bundan kaynaklı ekonomik kriz bizi kötü yönde etkiledi diyebiliriz." (K13, 22 Yaşında, Kadın).

"(...) Fiyat artışları sebebiyle üye kayıpları yaşadık." (K20, 25 Yaşında, Kadın).

3. Spor İşletmelerinin Pandemi Deneyimleri Üzerine Bulgular

COVID-19 hastalığının yayılması ile küresel olarak bütün iş piyasası etkilenmiştir. Spor işletmeleri de pandemi sürecinde kapanan işletmeler arasındadır. İşletme sahiplerimizden biri devamlılığını sürdürebilmek için malzemelerini sattığını, yeni bir politika oluşturup işletmenin daha hijyenik olmasını sağlayarak, reklamlar yaparak ayakta kalmaya çalıştığını şu şekilde ifade etti:

"(...) Pandemi sürecinde zaten en çok yara alan işletmelerden bir tanesi bizim sektörümüz olduğu için kapanışlar falan oldu. O durumlarda yeri geldi makine sattık, yeri geldi işletmenin dezenfektan olarak işte o günün şartlarına göre pandemi şartlarına göre ki hijyenik açıdan reklamlarını yaparak bir şekilde ayakta kalmaya çalıştık. Tabii zor bir süreçti. O durumlarda sadece maliyetine açtık diyebilir yani." (K1, 32 Yaşında, Erkek).

Pandemi sürecinde yaşadıkları sıkıntıları, çalışma koşullarını/saatlerini ve ayakta kalabilme çabalarını katılımcılarımız şöyle söylemiştir:

"Yani pandemi süreci ciddi anlamda kötü etkiledi bizi. Bizim gibi normal küçük kobiler ister istemez 4-5 ay kapatma sürecimiz oldu ve bizim sürecimizde çalışma saatlerimiz sabah 10 akşam 8 olduğu için pandemi sürecinde de ister istemez ondan sekize kadar tam işlerimiz olacağı zamanlarda salonu kapanması gerektiğini söylediler, bu da bizi ciddi anlamda etkiledi." (K23, 26 Yaşında, Erkek).

"Pandemi sürecinde çalışmadığımız için ekonomik olarak herkes gibi kötü etkilendik zar zor ayakta durduk diyebiliriz." (K13, 22 Yaşında, Kadın).

"Spor salonlarının kapatılması çalışma imkânımızı da engelledi, sınırlı sayıda üye alabilmemize sebep oldu." (K20, 25 Yaşında, Kadın).

"Ya pandemi süreci şöyle bir deneyimimiz oldu; mümkün merteye az yiyip kenara çok para koyarak daha sonraki aşamalarda kendimizi yani korumaya almak anlamında biraz daha

garanti almak, biraz daha süreci dikkatli izleyerek bu şekilde çalıştık.” (K2, 46 Yaşında, Erkek).

“Spor salonlarının kapatılması çalışma imkânımızı da engelledi, sınırlı sayıda üye alabilmemize sebep oldu.” (K20, 25 Yaşında, Kadın).

“Pandemi sürecinde çoğunlukla zaten salonlar kapalıydı, zaten kötü giden işler daha da kötü gitmeye başladı çünkü üyelerimizde korkudan dolayı, virüs endişesinden dolayı gelmemeye başladılar, özellikle bayan müşterilerimiz çok korktu. O süreçte maalesef daha da kötü sürdürdük.” (K8, 46 Yaşında, Erkek).

“Pandemi sürecinde yaşadığımız sorunları işte sokağa çıkma yasağından dolayı iş yerlerine gidemedik. Bu sefer da tabii faturalar ve masraflar devam etti. Ekonomik anlamda etkiledi. Hayat sosyal olarak etkiledi. Ondan sonra bizi her yönüyle etkiledi yani.” (K3, 43 Yaşında, Erkek).

“Şimdi birçok salon battı zaten yani bilginiz vardır. Bu sektörde çoğu kişi sıkıntı yaşadı. O da metrekaşe ve bir makinede bir dolu, bir boş şekilde çalışmalardan ötürü. Bu şekilde oldu. PT stüdyoları bu konularda biraz daha rövanşta oldu.” (K5, 32 Yaşında, Erkek).

Katılımcılarımızdan biri pandemi sürecinde sporculara spor ve antrenman yaptıramadığını, salonunun bir yıl kapalı kaldığını, kira ödemeye devam ettiğini ve devletin tarafından sağlanan yardımın çok yeterli olmadığını ve hala maddi olarak pandeminin etkisinde olduğunu söyledi:

“(…) Pandemi sürecinde bütün sektörler aslında tabii zarar gördüğü için bana göre en fazla zarar gören bizim sektör oldu. Bir sene spor salonları kapandı, sporcularımıza spor veremedik, antrenman yaptıramadık, halı sahada maç oynatamadık ve bunun yanında da devlet bizden kira almaya daha da devam etti. Böyle bir yardımı dokunmadı, en son pandemi bitiminde çok cüzi miktarda bir yardım verdiler, o da bizim işimizi pek fazla görmedi ama yani aynı şekilde devam etmeye çalışıyoruz ve hâlâ da pandemi etkisindeyiz.” (K7, 26 Yaşında, Erkek).

Bir diğer katılımcımızda güven ve müşteri kaybı yaşadığını, işletme kapalı olmasına rağmen kira ödemeye devam ettiğini şu şekilde söyledi:

“Şöyle güven kaybı yaşadık tabii ki öncelikli olarak ve çok fazla üye kaybettik ve kayıplar yaşadık, ayrıca o dönemde işletmeyi kapatmak zorunda kaldık, he kiralari ödemeye devam ettiğiniz için yani çok zor bir süreçten geçtik diyebiliriz.” (K12, 30 Yaşında, Kadın).

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmamızın ilk temasında ‘Ekonomik krizin spor işletmelerine etkileri’ ele alınmıştır. Ekonomik kriz ülkelerin tamamında insanların işsiz kalmasına bundan dolayı para kazanamamasına, her çeşit tüketimin azaltılmasına, sosyo-ekonomik dengeleri bozmakla beraber şirketlerin ve ülke ekonomisinin kötü duruma düşmesine ve toplum psikolojisinin olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır (Okay, 2019). Personel maaşlarında, malzeme, kira, su, doğalgaz fiyatlarında artış olması ve müşterilerin alım gücündeki düşüklükler işletmelerin temel sorunları olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada, görüşme gerçekleştirilen katılımcılarından elde edilen bilgiler, bu gerçekliğe dair önemli bulgular sunduğu görülmektedir. Kobilere ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutmakla birlikte esnek bir yapıya sahiptirler. Sahip oldukları yapısal sorunlar nedeniyle daha hızlı bir şekilde ekonomik krizlerden etkilenirler (Kılıç ve Özdemir, 2011). Birinci temadaki verilerin işaret

ettiği gibi çalışmadaki katılımcıların çoğunluğunun ifadeleri artan maliyetler ve ekonomik kriz nedeniyle ayakta kalmanın zor olduğu yönündedir (K1, K4, K12). Çoğunluğunun kriz dönemlerinde işletmelerinin personel maaşları ve mevcut ödemeler (kira, su, elektrik vb.) konusunda ve mali yönden sıkıntı yaşadığı görülmüştür (K5, K6, K9 ve K16). Daha önce de belirtildiği gibi ekonomik krizlerde ilk önce KOBİ'ler etkilenmektedir.

“Krizin müşteri kitlesine etkileri” olarak belirlenen ikinci tema altında müşterilerin kriz ortamında maddi zorluk çekmeleri nedeniyle spor hizmetlerine ilgisinin azalması; kira, stopaj vs. ödemelerle ilgili sorunların artışı gibi faktörler öne çıkmaktadır. Gelir-gider dengesini korumak, işletmenin devamlılığını sağlamak için fiyat politikasında düzenleme yapma zorunluluğu çoğu katılımcı tarafından ifade edilmiştir (K10, K13, K20, K30). Ekonomik kriz olduğu zamanlarda insanlar daha çok sade, ihtiyaçlarına yönelik yaşamayı tercih ederler (Kaya, 2009). Müşteri geleceği planlayamadığından ve ekonomik durumunu ön göremediğinden dolayı ister istemez lüks tüketimden uzak durmaya çalışması ve spor salonlarını lüks olarak görmesi işletmeler açısından bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Ayaz, 2016). Örneğin bu durumu katılımcılarımızda K7 “(...) **Bu keyif sektörü olduğu için bunlar halı saha özellikle yani artık insanlar keyfine düşkün değil yani kendi harcamalarına dikkat etmeye başladı, bu yüzden bu sektörde biraz azalmalar meydana geldi**” şeklinde ifade etmiştir. Artan maliyetler ve salon fiyatlarındaki artış gibi nedenlerden dolayı üyelik iptalleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Üçüncü temayı oluşturan pandeminin spor işletmelerine yönelik kriz etkisini ağırlaştırdığı görülmektedir. Pandemi sürecin de zorunlu hale gelen işletmelerin kapalı tutulması, sokağa çıkma yasağının olması, toplu hizmet verilememesinden kaynaklı spor salonlarının da diğer işletmeler gibi maddi zarara uğradığı göze çarpan önemli hususlardandır. K5' in “**Şimdi birçok salon battı zaten yani bilginiz vardır. Bu sektörde çoğu kişi sıkıntı yaşadı. O da metrekare ve bir makinede bir dolu, bir boş şekilde çalışmalardan ötürü.**” şeklindeki ifadesi spor salonlarına pandemi etkisinin ne kadar fazla olduğunu ve kalan salonların devamlılığı için mevcut stratejilerin gözden geçirilmesi gerektiğini akla getirmektedir. Katılımcıların ifadelerinde salonların kapatılması ve hizmet verememenin ortak sorun olduğu anlaşılmaktadır (K13, K20, K23). Müşterilerin salgından korkması nedeniyle işletmeye gelmemeleri ve üyeliklerini iptal etmeleri salonların gelir kaybı yaşamasına neden olmuştur (K7, K12). “(...) **Üyelerimizde korkudan dolayı, virüs endişesinden dolayı gelmemeye başladılar, özellikle bayan müşterilerimiz çok korktu**” (K8) ifadesi müşteri kayıplarına vurgu yaparken, “(...) **PT stüdyoları bu konularda biraz daha rövanşta oldu.**” (K5) ifadesi ile müşterilerin sporu bırakmadığı, tercihlerinde değişiklik yaptığını vurgulanmaktadır. Spor sektörünün pandemiden olumsuz etkilenen sektörlerden biri olduğu göze çarpmaktadır. Ülkelerin gelirlerinde önemli bir yere sahip olan spor sektörünün, pandemi sonrası ayakta kalması büyük önem taşımaktadır. Salgının yaşandığı ülkelerde spor sistemi hem maddi hem de psikolojik yönden kötü şekilde etkilenmiştir. Bu etkilenmenin başında sportif etkinliklerin ertelenmesi ve iptallerinin olması ayrıca etkinliklerin askıya alınması durumları oluşmuştur (Türkmen ve Özsarı, 2020). Çalışmada K3'ün “(...) **Sokağa çıkma yasağından dolayı iş yerlerine gidemedik. Bu sefer da tabii faturalar ve masraflar devam etti. Ekonomik anlamda etkiledi. Hayat sosyal olarak etkiledi. Ondan sonra bizi her yönüyle etkiledi yani.**” şeklindeki ifadesi spor salonlarının etkiyi en fazla yaşayan sektör olduğunun kanıtı niteliğindedir.

Salonların kapalı oldukları süreçte de mevcut ödemelerine (işletme giderleri, kira, doğalgaz, elektrik, personel maaşlarını vb.) devam etmesi ve devlet desteğinin yetersiz kalması gibi sorunların spor işletmelerinde çeşitli pazarlama stratejilerini öne çıkardığı görülmüştür. K7'nin “(...) **Devlet bizden kira almaya daha da devam etti, böyle bir yardımı dokunmadı, en son pandemi bitiminde çok cüzi miktarda bir yardım verdiler, o da bizim işimizi pek fazla görmedi**” şeklindeki ifadesi bu duruma

açık bir örnektir. KOBİ'lere verilen destek ve hizmetler KOSGEB tarafından çeşitlendirilmelidir. KOBİ'lerde bu destek ve hizmetlerden eşit yararlanabilmelidir (Ar, 2009). Spor işletmeleri ile ilgili devletin mevcut politikalarının sorgulanmasına, KOSGEB tarafından yardım ve destek gibi birçok konunun gözden geçirilmesine dair bulguların ortaya çıktığı görülmektedir.

Ülke ekonomisine bu kadar katkı sağlayan spor işletmelerinin ekonomik kriz dönemlerinde kira, maaş, su ve elektrik gibi ödemelerde gerekli desteği görmedikleri ve ayakta kalma savaşı verdikleri görülmektedir. Bununla beraber müşterilerinde krizden etkilenmesi nedenli üyeliklerini iptal ettikleri, işletmeleri lüks görmelerinden kaynaklı tercihlerinin arasından çıkarttıkları ve işletmelerin kazançlarının düştüğü anlaşılmaktadır. Pandemi sürecinde devletten destek almadıkları, işletmelerin kapalı tutulmasından da kaynaklı bazı işletmelerin kapandığı ve kendi birikimlerini harcadıkları anlaşılmış olup kurumların bu süreçlerde ne kadar çok sorunlara karşıya olduğuna dair önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

5. SINIRLIKLAR VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın da her araştırmada olduğu gibi birtakım sınırlılıkları vardır. Sınırlılıklar, yöntem bilim ve araştırmacı ile ilgilidir. Bu sınırlılıklar şöyle sıralanabilir:

- Çalışma 30 katılımcı sayısı ile sınırlandırılmıştır. Araştırma süresi içerisinde ancak bu sayıya ulaşılabilmıştır.
- Çalışmada yer alan katılımcılar, İstanbul'da bulunan en fazla 50 çalışanı olan mikro ve küçük ölçekli spor işletmeleri temsilcileri ya da yöneticileri ile sınırlı kalmıştır. Araştırma planı kapsamında yöneticilerin veya temsilcilerin sürelerinin kısıtlı olması, bazı kurumlarda yoğunluk olması nedeniyle yöneticilere ulaşmanın zaman alması sebebiyle, araştırmaya tam uygunluk gösteren ve aynı zaman ulaşılması kolay olan kurumlar tercih edilmiştir.
- Çalışma sonucunda katılımcıların ifadelerini doğru kabul edilerek elde edilen verilerin güvenilirliği sağlanmıştır. Çalışmada elde edilen verilerin güvenilirliği, ileride yapılacak olan ilgili çalışmalarla desteklenecektir.
- Çalışma konusu mikro ve küçük ölçekli spor işletmeleri ile sınırlandırılmış, diğer kurumlar çalışmanın konusuna dâhil edilmemiştir. Çalışmanın güncel olması, çok fazla veri bulunması, derinlemesine araştırma yapılabilmesi ve ölçülebilme elverişli olması nedeniyle bu kurumlara odaklanılmıştır.
- Veri toplama süreci, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile sınırlı kalmıştır. Diğer araştırma metodları kullanılmamıştır. Bu teknik katılımcı sayısı az olan çalışmalarda çok veri elde etmeye yönelik kullanılan bir veri toplama aracıdır. Araştırmada katılımcıların ekonomik kriz, pandemi sürecinin etkileri, rekabet gibi durumlarda karşılaştıkları sorunları ve işletmenin geleceğinin nasıl yönetmeyi düşündükleri hakkında detaylı bilgi elde etmek amaçlanmıştır. Bu amaçlarla paralel olarak derinlemesine görüşme tekniğinin kullanılması işlevsel görünmektedir.
- Elde edilen veriler görüşme formundaki sorularla sınırlı kalmıştır.

Mikro ve küçük ölçekli spor işletmelerinin ekonomik kriz, pandemi, müşteri sayısı, lüks görülme ve yetersiz devlet desteği gibi faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Hizmet sektörü olmalarında kaynaklı hızlı tercih edilip, hızlı bir şekilde vazgeçilmelerinin altında mevcut fiyat politikalarının etkisinin olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmanın sonuçlarının da gösterdiği gibi işletme yöneticileri ekonomik krizlerin olabileceği şeklinde planlama yaparak mevcut maliyetlerini hesaplanmalı ve buna yönelik politikalar oluşturması gerekmektedir. Toplumdaki bireylere spor bilincini aşılamak, teknolojinin arttığı ve insanların hareketsiz yaşama geçtiği bu zamanda spor işletmelerinin önünü açmak, hizmet sektörünün büyük bir parçasını oluşturan spor işletmeciliğinin gerekli özeni görmesi adına ülkede spora teşvik

arttırılmasının, insanların sağlıklı yaşama ve spor salonlarına yönelmesinin işletmelerin devamlılığını sürdürmesinde büyük bir etken olduğu unutulmamalıdır. Pandemi gibi ulusal ve uluslararası sorunlarda hizmet sektörü olan spor işletmelerine destek verilmesi kısa vadedeki çözümlerden biri olarak görünmektedir. Destek, salonların tamamen kapanmasının önüne geçmekte büyük bir çözüm olacaktır. KOSGEB gibi yapıların imalat sektörüne sağladığı yararlar kadar hizmet sektörü ve bu sektörün bir parçası olan spor sektörüne de gerekli faydaları sağlaması gerektiği düşünülmektedir.

Açıklamalar

“Mikro ve Küçük Ölçekli Spor İşletmelerinin Yönetim Anlayışları ve Sorunları Üzerine Bir Saha Araştırması” başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilen bu çalışma “2. Uluslararası Bilimsel Araştırmalarda Güncel Gelişmeler Kongresi”nde sunulan bildirinin makale olarak düzenlenmiş halidir.

Yazar Katkıları

Yazarlar çalışmaya eşit derecede katkı sağlamışlardır

Etik Beyan

Çalışmada Araştırma ve Yayın Etiğine uyulmuş olup, çalışma kapsamında Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Etik Kurulundan 21.03.2022 tarihli 32 kararıyla etik onay alınmıştır.

Çıkar Çatışması

Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

KAYNAKÇA

- Açak, M., Karataş, Ö. (2016). Malatya'da spor merkezlerine devam eden bireylerin spordan ve spor merkezlerinden beklentilerinin karşılanma düzeylerinin incelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 11(18), 215-226. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.10092>
- Ar, M. (2009). *KOBİ'lere verilen teşvik ve destekler kapsamında KOSGEB Konya örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Aslan, Ş. (Ed.). (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Nicel, nitel ve karma tasarımlar için bir rehber*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Ayaz, N. (2016). Ekonomik krizlerin turizm sektörüne olan etkileri üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1360-1371. <https://doi.org/10.17755/esosder.263237>
- Bal, H. (2016). *Nitel araştırma yöntem ve teknikleri* (1.Basım). İstanbul: Sentez Yayınları.
- Bayraktar, S. (2020). *KOBİ'lere yönelik E-Devlet uygulamaları: KOSGEB örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Kahraman, S. (2012). *Kobi'lerin sorunları ve çözüm önerileri; Bursa alan araştırması*(Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Katı, M., Erdoğan, B. (2021). Kobi'lerin finansal sorunları ve çözüm önerileri: Sivas ili örneği. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 185-198.
- Kaya, S. (2009). *Kriz yönetimi ve ekonomik krizlerin işletmeler üzerindeki etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kılıç, S., & Özdemir, E. (2011). KOBİ'ler ve küresel ekonomik kriz (2008-?): Pazarlama açısından Bursa ilinde bir alan araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 50, 181-202.
- Kümbetoğlu, B. (2017). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma* (5.Basım). İstanbul: Bağlam Yayınevi.
- Okkay, İ. (2019). Küreselleşen dünyada kriz yönetiminin önemi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 308-317.
- Ramazanoğlu, F., & Öcalan, M. (2005). Spor işletmelerinde işletmecilik ve personel yönetimi anlayışı. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 36-40.
- Türkmen, M., & Özşarı, A. (2020). Covid-19 salgını ve spor sektörüne etkileri. *International Journal of Sport Culture and Science*, 8(2), 55-67.

Vural, P. (2008). *Türkiye’de küçük ve orta ölçekli işletmelerin karşılaştıkları temel sorunlar ve Karadeniz Ereğli ilçesinde küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Yalçın, A., & Gafuroğlu, Ş. (2008). Ekonomik krizlerin küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerindeki yönetsel ve işlevsel etkilerini belirlemeye yönelik ampirik bir araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 433–448.

Makale Geliş : 01.03.2024

Makale Kabul : 30.04.2024

Açık Erişim Politikası

Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.tr>