



## Suriyeli Göçmen İşletmelerin Hedef Ülkede Marka Değerini Koruması: Gaziantep Örneği

Canan Şeyma Demir |  0000-0001-8593-0634 |  cananseyma@gantep.edu.tr

Gaziantep Üniversitesi, Göç Enstitüsü, Göç Çalışmaları Anabilim Dalı, Gaziantep, Türkiye

 <https://ror.org/020vvc407>

### Öz

Göç eden toplulukların gittikleri yerlerde üretim alışkanlıklarını devam ettirmeleri ve markalarını da beraberinde getirmeleri, marka kimliği ve imajının sürekliliği açısından önemlidir. 2011 yılında yaşanan Suriye iç savaşı birçok işletmeyi olumsuz etkilemiştir. Savaşın ardından birçok marka Suriye'den ayrılarak göç ettikleri ülkede yeni stratejilerle piyasada tutunmaya çalışmaktadır. İşletmeler markalarını yeni yerlerde tanıtarak kullandıkları pazarlama stratejileri ile kültürel mirasına odaklanmakta ve göç edilen yerde marka değerinin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Suriye ve Gaziantep arasındaki tarihsel ve kültürel ilişkilerin varlığı Suriyeli işletmelerin Gaziantep'i tercih etme nedenleri arasında görülmektedir. Bu işletmelerin Suriye kültürü ve geleneklerini yansıtan ürünleri sunması, ekonomik gelişme sağlaması ve bölgedeki turizm sektörü açısından da önemlidir. Suriyeli işletmelerin markalarıyla birlikte göç etmesi, işletmelerin yeni yerde kabul görmesine yardımcı olmaktadır. Göçmen işletmeler kendi toplulukları arasında güçlü bağlar kurarak markalarını korumaktadır. Bu göçmen dayanışma ağları sayesinde statüler ve sosyal uyum, marka değerini korumakta kritik rol oynamaktadır. Bu işletmelerin yeni pazarlara girerken uyguladıkları yeni stratejilerin neler olduğu ve marka algılarının işletme yöneticileri açısından hangi yönde olduğunu belirlemek önemlidir. Bu makale ticari marka haklarına sahip olan Suriyeli işletmelerin Gaziantep'te mevcut marka ile devam ederken yöneticiler açısından marka algılarını ve onu nasıl devam ettirdiklerini belirlemek için yazılmıştır. Uygulama yöntemi olarak nitel araştırma bağlamında MAXQDA 2022 nitel veri analiz programı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda: (i) Suriyeli işletme sahiplerinin marka devamlılığını sağlamak amacıyla ürünlerde farklılaşmaya gittikleri, (ii) çalışma saatlerini yeni ülkeye göre ayarladıkları, (iii) marka devamlılığından sorumlu kişilerin aile üyeleri olduğu, (iv) işletmelerin bütçe yetersizliğinden dolayı dijital platformlar üzerinden reklam yaptıkları bulunmuştur.

### Anahtar Kelimeler

Göç, Marka Değeri, Suriye Göçü, Göçmen Girişimci, Suriyeli İşletmeler

## Atıf Bilgisi

Demir, Canan Şeyma. "Suriyeli Göçmen İşletmelerin Hedef Ülkede Marka Değerini Koruması: Gaziantep Örneği". *Sosyolojik Bağlam Dergisi* 5/1 (Nisan 2024), 51-71.

<https://doi.org/10.52108/2757-5942.5.1.3>

## Makale Bilgileri

Geliş Tarihi	01.11.2023
Kabul Tarihi	25.03.2024
Yayın Tarihi	15.04.2024
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Kör Hakemlik
Etik Beyan	Gaziantep Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 28.04.2023 tarih ve 323258 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	<a href="mailto:dergi@sosyolojikbaglam.org">dergi@sosyolojikbaglam.org</a>
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı ve Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC-ND 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.