

Ülke İtibarının Ulus Marka Değeri ve Ülke İmajına Etkisi Üzerine Bir Araştırma¹

A Research On The Effect Of Country Reputation on National Brand Value and Country Image

Deniz ZEREN²
Mehmet ÇELENK³

ÖZ

Ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal bağlamda açıkça görülen değişimlerden etkilenen ülkeler, diğer ülkelerden kendisini farklı kılacak ülke itibarı, ulus marka değeri ve ülke imajı gibi kavramlara çok daha fazla önem vermektedir. Bu çalışmanın temel amacı, ülke itibarının ulus marka değeri ve ülke imajı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu amaçla, Çukurova Üniversitesi'nde eğitim öğretim gören yabancı öğrencilerden ulaşılabilen ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan 307 katılımcıdan anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde regresyon ve faktör analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulardan ülke imajı ve ülke marka değerinin ülke itibarına yönelik tutum üzerinde anlamlı ve pozitif bir şekilde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ülke İtibarı, Ülke İmajı, Ulus Markası

ABSTRACT

Countries that are affected by the obvious changes in the economic, social, cultural and political context now place more emphasis on concepts such as country reputation, national brand value and country image that will make it different from other countries. The main purpose of this study is to reveal the effect of country reputation on nation brand value and country image. For this purpose, data was collected from the 307 participants who were volunteering to participate in the study from foreign students studying at Çukurova University. Regression and factor analysis were used in the analysis of the data obtained. Findings obtained as a result of the analysis revealed that the image of the country and the brand value of the country have a significant and positive effect on the attitude towards the country's reputation.

Keywords: Country Reputation, Country Image, Nation Branding

Tür: Araştırma makalesi

Gönderim tarihi: 10.06.2020

Kabul tarihi: 27.06.2020

¹Bu çalışma Doç. Dr. Deniz Zeren danışmanlığında yürütülen ve Mehmet Çelenk tarafından yazılan "Ülke itibarının Ulusal Marka Değeri ve Ülke İmajına Etkisi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiş ve Uluslararası 5 Ocak Sosyal ve Beşeri Bilimler Kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

²Doç.Dr., Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, dzeren@cu.edu.tr (ORCID: 0000-0003-0417-2064)

³Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, celenkmehmet1@gmail.com