

Araştırma Makalesi  
Geliş Tarihi: 22.09.2019  
Kabul Tarihi: 05.03.2020

Research Article  
Received: 22.09.2019  
Accepted: 05.03.2020

Seçilmiş, C., & Kızıltaş, M. Ç. (2020). Turizm işletmelerinde ödeme yöntemi olarak kripto para kullanımının tüketici tercihlerine etkisi. *KOCATEPEİİBF Dergisi*, Haziran 2020, 22(1), 45-56.

## TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖDEME YÖNTEMİ OLARAK KRİPTO PARA KULLANIMININ TÜKETİCİ TERCİHLERİNE ETKİSİ

### CİHAN SEÇİLMİŞ<sup>1</sup>, MUSTAFA ÇAĞATAY KIZILTAŞ<sup>2</sup>

#### ÖZ

Bu çalışmada kripto paraların turizm işletmelerinde ödeme yöntemi olarak kullanılmasının tüketicide oluşturacağı satın alma niyeti araştırılmıştır. Bu kapsamda tüketicilerin kripto para kullanan işletmeyi algılama düzeyi, kripto para ile ürün veya hizmet alımında tüketicinin sağlayacağı fayda, kripto para ile yapılan ödeme sistemine duyulan güven ve kullanılacak kripto paranın işlevselliği alt boyutlarının tüketici satın alma tercihi üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda sosyal medya ağlarından Facebook ve Twitter üzerinden 270 kripto para kullanıcılarına anket yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda kripto para kullanıcılarının turizm ürünü kripto para ile satın alma niyetleri ile kripto para ile yapılan ödeme yöntemine duyulan güven, kripto para kullanan turizm işletmelerini algılama düzeyleri, turizm ürünü kripto para ile satın almadan elde edeceği fayda ve kullanılan kripto paranın işlevselliği arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Kripto para kullanıcılarının turizm ürünü kripto para ile satın almaya istekli oldukları görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Ödeme Sistemi, Kripto Para, Blokzincir, Tüketici Davranışı, Turizm Sektörü

**JEL Kodları:** M30, D12

## THE EFFECT OF CRYPTOCURRENCY USAGE AS CONSUMER PREFERENCES AS A PAYMENT METHOD IN TOURISM BUSINESS

45

#### ABSTRACT

In this study was to review of the use of cryptocurrencies as payment methods in tourism enterprises on the consumer's purchase intention, In this context, the purpose of this study was to determine the effect of the level of perception of the business using cryptocurrency, the benefit of the consumer in purchasing products or services with cryptocurrency, the confidence in the payment system with cryptocurrency and the functionality of cryptocurrency dimensions on the consumer's intention. In this context, a survey of 270 cryptocurrency users was conducted via Facebook and Twitter from social media networks. The analysis found a significant and positive relationship between the intentions of cryptocurrency users to purchase the tourism product with cryptocurrency and the trust in the method of payment with cryptocurrency, the level of perception of tourism enterprises using cryptocurrency, the benefit of the tourism product without buying the cryptocurrency and the functionality of the cryptocurrency used. Cryptocurrency users have been shown to be willing to purchase the tourism product with cryptocurrency.

**Keywords:** Payment System, Cryptocurrency, Blockchain, Consumer Behavior, Tourism Sector

**JEL Codes:** M30, D12

<sup>1</sup> Doç.Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, csecilmis@ogu.tr - ORCID: 0000-0001-6781-0997

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, Divriği Meslek Yüksek Okulu, cagataykzlt@gmail.com - ORCID: 0000-0003-2194-6041

## GİRİŞ

Gelişen teknolojiye paralel olarak finansal sistemler, e-ticaret ve ödeme yöntemlerinde de birtakım değişimler yaşanmıştır. Mevcut klasik ödeme sisteminin kişinin istek ve ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamama durumunun ortaya çıkması ve 2008 yılı küresel ekonomik krizi sonucu reel piyasalara ve merkezi finans kuruluşlarına olan güvenin sarsılması ile birlikte Satoshi Nakamoto tarafından ortaya çıkarılan Bitcoin ve blokzincir teknolojisi mevcut finansal sisteme alternatif olarak görülmeye başlanmıştır (Redshaw, 2017: 46).

Kullanım alanı ve kullanıcı sayısı sürekli artan kripto paraların Datalight (2019) verilene göre Türkiye’ de yaklaşık olarak 2.4 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Yine “Datalight” verilerine göre Dünya’ da en çok kripto para kullanan 20 ülke incelendiğinde yaklaşık olarak 70 milyon kripto para kullanıcısı olduğu görülmektedir. Ayrıca Bitcoin kullanıcı sayısı incelendiğinde yaklaşık olarak 32 milyon adet Bitcoin cüzdanı bulunduğu ve bunun yaklaşık olarak 7 milyonunun aktif kullanıcı olduğu bilinmektedir (Lielacher, 2019).

Kripto para ile ödeme kabul eden sektör ve işletmeler incelendiğinde perakende sektöründe overstock.com, otomotiv sektöründe Tesla, teknoloji sektöründe Microsoft ve Dell, çevrimiçi alışveriş sektöründe EGifter, Newegg ve Shopify, oyun sektöründe Steam ve Twitch, küresel yardım kuruluşu olarak savethechildren.com gibi küresel çapta önemli kuruluşlar örnek olarak verilebilmektedir. Turizm sektörü incelendiğinde ise airbaltic.com, lot.com, avionejet.com, ve Virgin Galactic hava yolu şirketi ulaştırma sektörüne, Expedia.com, cheapair.com, 9flats.com, Tripio, adormo.com ve flypeach.com çevrimiçi rezervasyon sitelerine örnek olarak verilebilmektedir (Moreau, 2019; Barha, 2018).

Özellikle yurtdışı seyahati gerçekleştiren turistler, paranın gecikmeli transferi, yüksek transfer işlem ücretleri, mesai saatleri dışında para transfer edememe sorunları, kredi veya banka kartlarının kaybolma riski, bankamatiklerin artı reddetmesi ya da ATM’ den para çekememe, üzerinde taşıdığı nakit paranın çalınabilme riski gibi ciddi sorunlar ile karşı karşıya kalabilmektedir. Tüm bu sıkıntıların üstesinden gelebilen kripto paralar, ilk olarak 2008 yılında Satoshi Nakamoto adlı anonim bir kişi veya grup tarafından yayınlanan makale ile Bitcoin olarak adını duyurmuştur.

46

Geleneksel ödeme yöntemlerinde bulunan aracı kurum ve kuruluşlar aracılık işlem ücreti almakta bunun sonucunda masraflar artmakta ve bu da olası en küçük işlem miktarını sınırlamaktadır. Kripto para ile ödemelerde araçlar bulunmadığından ve kişiden kişiye ödeme yapabilmenin mümkün olmasından dolayı kripto para ile ödemeler geleneksel ödeme yöntemlerine göre daha hızlı ve daha ucuzdur. İşlem maliyetlerinin çok daha ucuz olması mikro ödemeleri de mümkün kılmakta ve kripto parayı ticarete daha cazip hale getirmektedir (Hileman ve Rauchs, 2017: 107; Vigna ve Casey, 2017: 27; Grinberg, 2012: 160).

Bu çalışma ile turizm işletmelerinde ödeme yöntemi olarak kripto para kullanımının kripto para sahibi tüketiciler üzerindeki satın alma niyeti, kripto para kullanan işletmeyi algılama düzeyi, kripto para ile yapılan alışverişten sağlayacağı fayda, kripto para ile yapılan ödeme sistemine duyulan güven ve kullanılabilir kripto paranın işlevselliğinin tüketici tercihi üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda kripto para ve blokzincir teknolojisi hakkında bilgi verilerek, araştırmaya ait yöntem ve bulgulara ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler tüketicilerin hayatını değiştirdiği gibi işletmelerinde hayatında büyük değişikliklere neden olabilmektedir. Son yıllarda yaşanan gelişmelerden biri de kripto paralardır. Gültekin’in (2017) araştırma bulgularına göre, son yıllarda turizm faaliyetlerine katılımında online ödeme yöntemlerini tercih edenlerin sayısında ciddi bir artış yaşanmaktadır. Buradan hareketle, online ödeme araçlarından biri olarak kripto para birimlerinin de kullanılıp kullanılmayacağı üzerinde durulmuştur. Ayrıca konuyla ilgili literatür incelendiğinde turizm sektörü özelinde Bitcoin konusunda yapılmış çalışmanın oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 1. LİTERATÜR

### 1.1. Kripto Para

Kripto para birimleri merkezi olmayan sistemlerdir; yani merkezi bir otoriteye bağlı değildir. İşlemleri kontrol etmek, sahtekarlığı ve dolandırıcılığı önlemek için kriptografi adı verilen bir tür şifreleme kullanılmaktadır. Bu nedenle kripto para olarak adlandırılmaktadır. Kripto paralarda yapılan işlemler bir kez onaylandığında tüm işlemler dijital olarak saklanır ve kamuya açık bir muhasebe sistemi olarak düşünülebilecek bir sisteme kaydedilmektedir (Gandal ve Halaburda, 2014: 1). Kripto para sistemi normal banka ödemeleri sistemi gibi insanlar arasında ki parasal belirteçlerin, veri tabanlarındaki hesap girişlerinin değiştirilmesi yolu ile hareket etmesini amaçlamaktadır. Bu sistemin bankacılık sisteminden farkı, kişiler arasındaki ödemeleri kaydetmek için kullanılan veri tabanının daha kamusal bir özellik

taşıyor olmasıdır (Scott, 2016: 1). Teknolojik bir perspektiften bakıldığında kripto paralar, aslında ağa katılan herkes tarafından görülebilen yeni bir veri tabanı türüdür. Geleneksel veri tabanından en önemli farkı, kimsenin bir işlemi değiştirememesi ve güncelleyememesidir (Presthus ve O'Malley, 2017: 90). Kripto para biriminin amacı, kişilerin sahiplik kanıtı olarak hareket eden dijital imzaları kullanıp, güven duygusunu tüm ağa yayarak elektronik para takası yapmalarını sağlayarak mevcut elektronik ödeme sistemini iyileştirmektir (Blau, 2017: 494). Kripto para eko sisteminde meydana gelen her işlem, blokzinciri olarak adlandırılan halka açık, herkesin görebileceği, dağıtılmış deftere kaydedilmektedir. Aynı kripto para kodlarının daha önce harcanmamış olduğunu teyit edebilmek için yeni işlemler blokzincirine göre kontrol edilmekte ve bu sayede çift harcama problemi ortadan kaldırılmaktadır (Bjerg, 2016: 55; Brito ve Castillo, 2013: 1). Dünyanın her yerinden 7/24 ödeme yapabilmek ve para transfer edebilme imkânı sunan kripto paralar hızlı ve ucuz olmasının yanı sıra oldukça da güvenilirdir. Yapılan işlemlerin geri dönüşsüz olması ters ibrazlardan kaynaklanan dolandırıcılıkların da önüne geçebilmekte ve bu sayede iş yerleri güvenle kripto para ile ödeme kabul edebilmektedir (Yahanpath ve Wilton, 2014). Kripto para hızlı ve güvenilir olması sebebiyle ödemeler için mükemmel bir para birimi şeklindedir (Antonopoulos, 2010: 1), aynı zamanda para taşıma riskini de ortadan kaldırmaktadır.

Kredi kartları, işlem yapma kolaylığını büyük ölçüde artırmıştır, ancak kullanımları kullanıcılara önemli maliyetler getirmektedir. Kredi kartı ödemelerini müşterisine sunmayı tercih eden işletmeler öncelikle her kredi kartı şirketi ile bir tüccar hesabı için ödeme yapmalıdır. Kredi kartı şirketleri ile anlaşma şartlarına bağlı olarak, işletmeler diğer ücretlerin yanı sıra çeşitli yetkilendirme ücretleri, işlem ücretleri, beyan ücretleri, değişim ücretleri ve müşteri hizmetleri ücretleri ödemek zorunda kalmaktadırlar. Bu ücretler hızlı bir şekilde toplanmakta ve iş yapma maliyetini önemli ölçüde artırmaktadır. Ancak, bir tüccar ücretlere katlanmamak için kredi kartı ödemelerini kabul etmezse, kredi kartlarının kullanımından memnun olan müşterilerden önemli miktarda iş kaybedebilir. Kripto paralar, üçüncü bir taraf olmadan doğrudan işlemleri kolaylaştırdığından, kredi kartı işlemleri sonucu katlanılmak zorunda kalınan yüksek masrafları ortadan kaldırmaktadır (Brito ve Castillo, 2013: 3). Kripto paraların diğer kredi kartı işlemcilerine göre daha düşük işlem ücretleri olması sebebiyle perakendeciler tarafından kullanımına sıcak bakılmış ve algılanan popülaritesi artmıştır (Blau, 2017: 493). Kripto paraların, düşük işlem maliyetlerine sahip olması, ödemelerin internet üzerinden hızlı bir şekilde yapılabilmesinin mümkün olması ve özellikle mikro ödemelerde kullanılabilmesi kripto paraları alışverişlerde daha cazip hale getirmektedir. (Grinberg, 2012: 160). Kripto paraların en gözle görülür kullanım alanı elektronik ticaret olmuştur. Bankalar tarafından ihmal edilen bazı bölgelerdeki tüccarlar ve tüketiciler, alternatif bir uluslararası ödeme ağı aracılığıyla yani kripto para sistemi ile küresel ekonomiye erişim sağlayabilmektedir (Yahanpath ve Wilton, 2014: 39). Üçüncü taraf aracı kurumlar olmadığından, kripto paralarda yapılan işlemler geleneksel ödeme yöntemlerine göre önemli ölçüde daha ucuz ve hızlıdır. İşlem maliyetleri daha ucuz olduğu için, mikro ödemeler ve diğer yenilikler mümkün olmaktadır. Bu sebeple kripto paralar ile işlem yapmak tüketiciye daha cazip gelmektedir. Buna ek olarak, Kripto paralar, küçük işletmeler ve küresel işçi dövizleri için işlem maliyetlerini düşürmesi, sermayeye erişimi iyileştirmesi, bireyleri sermaye kontrollerine ve sansüre karşı koruyarak, ezilen ve azınlık gruplar için mali mahremiyeti sağlayarak ve yenilikçiliği teşvik ederek küresel yoksulluğu azaltmanın bir yolu olarak da görülmektedir (Hileman ve Rauchs, 2017: 107). Grinberg (2012), yaptığı çalışmada Bitcoin'in hakkında genel bilgiler vererek Bitcoin'in hızlı bir şekilde paraya dönüştürülebilmesi, transferinin kolay ve maliyetinin düşük olması nedeniyle kullanılabileceğini belirtmiştir.

Özellikle Bitcoin' e gelen eleştiriler ve itirazlar genelde paranın takip edilememesi ve yasa dışı işlerde kullanılabilmesi ile ilgili oluşturulmuş yanlış algı sebebiyledir fakat Bitcoin' in en önemli özelliği şeffaf olmasıdır (Reyna vd., 2018: 176). Bitcoin'de yapılan işlemlere bakıldığında blokzincirine kaydedilen tüm işlemleri görebilmek mümkündür. Bu nedenle Bitcoin üretildiği andan itibaren hangi hesaptan hangi hesaba aktarıldığı görülmektedir. Bitcoin ile yapılan işlemler şeffaf bir şekilde takip edilebilmektedir fakat kim tarafından yapıldığı ortada değildir. Bitcoin ödemelerinde anonimlik olsa da para akış trafiğini takip etmek kolaydır fakat hesap sahiplerine ulaşabilmek zor da olsa imkânsız değildir (Güven ve Şahinöz, 2018: 32). Parayı doğrudan transfer etmenin mümkün olduğu durumlarda fiziki para ile yasadışı işlem yapabilmek daha kolay ve avantajlı konumdadır (Dwyer, 2015: 85). Gizlilik ve anonimlik sağlayan kripto paralar da mevcuttur fakat bu amaçla üretilmemiş kripto paralar şeffaflık özelliğini sağlamaktadır. Bitcoin' in geçmiş yıllarda yasadışı alışveriş sitelerinde kullanılması sebebiyle toplumda Bitcoin ve kripto paralar ile ilgili olumsuz bir algı oluşmuştur. Oluşan bu olumsuz algı sebebiyle alışverişlerde kripto para kullanımına bazı kesimler sıcak bakmamakta ve kripto para kullanan işletmelerle ilgili de olumsuz düşüncelere sahip olabilmektedir. Konu ile ilgili yapılan bir çalışmada Yermack (2015) Bitcoin'in bir parada bulunması gereken özelliklere tam olarak sahip olmadığını vurgulamıştır. Marian ise (2013), kripto para birimlerinin kullanıcılarının vergi kaçırmak için çok iyi bir ortam olacağını belirtmiş ve politikacıların bu konuda önlemler alması gerektiğini vurgulamıştır.

Kripto paralar bazı farklı özelliklerde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan bazıları; gizlilik ve anonimlik sağlama özelliği, stabil olma yani fiyatının her zaman 1\$ ya da 1€ da sabit olma özelliği, hızlı transfer özelliği, madencilik yoluyla elde edilebilme özelliği gibi farklı nitelik ve işlevsellik barındıran kripto paralar farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Kimilerine göre alışverişte kullanılacak kripto paranın stabil olması önemliken kimilerine göreyse madenciliğinin yapılabilirliği olması ya da komisyon ücretlerinin düşük olması ve hızlı transfer yapılabilirliği önemlidir.

Blokszincir, ilk olarak 2008 yılında Bitcoin ile birlikte adını duyurmuştur. Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin temelinde bu blokszincir teknolojisi yatmaktadır. Blokszincir, eşler arası ağda gerçekleşen tüm işlemlerin geçmiş kayıtlarını tutmaya yarayan bir dağıtık defter teknolojisidir (Ikeda, 2018: 200; Iansiti ve Lakhani, 2017: 5; Crosby vd., 2016: 8; He vd., 2018: 1; Boireau, 2018: 8; Underwood, 2016: 15; Efanov ve Roschin, 2018: 116; Kim, 2018: 43; Swan, 2018: 122; Atlam ve Wills, 2018; Muzammal, Qu, ve Nasrulin, 2019: 105; Aksoy, 2018: 28). Blokszincir, bankalar ve devletler gibi araçlar tarafından kontrol edilemeyen, dağıtılmış defter teknolojisini kullanarak dijital varlıkların işlem kayıtlarını tutan eşler arası bir bilgi teknolojisi ağıdır (Min, 2019: 35). Merkezi olmayan, şifreli olarak doğrulanmış bir işlem kaydı olarak blokszincir, Bitcoin'i uygulanabilir kulan anahtar teknolojidir (Mansfield-Devine, 2017: 14). Bitcoin teknolojisinin altında yatan bu blokszincir teknolojisi, başlangıçta yalnızca finansal değer transferi için tasarlanmıştır (Makhdoom vd., 2019: 251). Her bir işlem, üyelerin çoğunluğunun onayını aldıktan sonra kaydedilir. Bir kayıt blokszinciri tarafından oluşturulduktan ve kabul edildikten sonra, hiçbir zaman değiştirilemez veya silinemez. Blokszincir sisteminde yapılan her bir işlemin kesin ve doğrulanabilir bir kaydı bulunmaktadır. (Efanov ve Roschin, 2018: 116; Crosby vd., 2016: 8; Franco, 2015: 105). Yetkisiz işlemlerin yapılmadığından emin olabilmek için bloğun kendisi en son yayınlanan blokla karşılaştırılabilir (Böhme vd., 2015: 217). Onaylanmış işlemler blok olarak saklanır ve yeni bloklar oluşturulur. Yeni bloklar, bir doğrusal ve kronolojik zincir oluşturabilmek için önceki bloklara bağlanılır ve bunlar, isteğe bağlı olarak arama ve doğrulama yapabilmek için internet ortamında 7/24 hizmette kalır (Swan, 2018: 122; Boireau, 2018: 8). Merkezi bir otoritenin bulunmadığı bu sistemde, veri tabanındaki değiştirilmesi veya güncellenebilmesi ancak katılımcılarının fikir birliği ile sağlanabilmektedir. Bilginin depolanması ve yönetilmesi için bu sistem güvenli olarak görülmektedir. Çünkü sistem tek bir hata noktasına bağlı değil ve bu dağıtılmış defterde yapılan herhangi bir değişiklik herkes tarafından görülebilmektedir (Ying, Jia ve Du, 2018: 1). Bu sistem sayesinde dijital para biriminin, herhangi bir zamanda ve dünyanın herhangi bir yerindeki gerçek zamanlı aktarımının güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak sağlanmaktadır (Swan, 2018: 122).

Günümüzde bazı kişiler tarafından internetin icadından sonra en önemli buluş olarak görülen blokszincir teknolojisi (Efanov ve Roschin, 2018: 116), sadece finansal alanda değil, ev-arsa tapusu, marka, patent, sağlık programları, nesnelerin interneti, tedarik zinciri gibi birçok alanda kullanılabilecek bir teknolojik devrimdir (He vd., 2018: 1; Underwood, 2016: 15; Reyna vd., 2018: 173; Gupta, 2017: 3). Özellikle turizm sektörü gibi dinamik bir sektörde tüketicinin ihtiyaçlarına karşılık verilebilmesi için para, teknoloji ve bilgi birbirine entegre olarak kullanılmalıdır. Blokszincir teknolojisinin ve kripto para birimlerinin yaygınlaşması yeni C2C (consumer to consumer) pazarlarının oluşturulabilmesine olanak sağlamaktadır. Blokszincir sisteminde yaşanacak gelişmeler, turizm sektöründe faaliyet gösteren aracı kurum ve kuruluşların ortadan kalkmasına olanak sağlayabilecektir (Önder ve Treiblmaier, 2018: 181).

## 1.2. Turizm Sektöründe Kripto Para Kullanımı ve Çalışmanın Hipotezleri

Pilkington ve Crudu (2017) tarafından kripto para birimleri ve blokszincir sistemi vasıtasıyla Moldova Cumhuriyeti'nin sağlık turizmi açısından gözde bir turizm destinasyonu haline gelip gelemeyeceğinin incelenmesine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Buradan hareketle, blokszincir tabanlı sürücülerin turizm endüstrisinde kullanılabilirliği ve sağlık turizmiyle ilişkileri incelemeye tabi tutulmuştur. Güvenilir bir finansal sistem kurulmasının yabancılar tarafından Moldova Cumhuriyeti'nin tercih edilmesine olumlu etkileri olacağı düşünülmektedir. İlgili güvenilir finansal sistemin kurulmasında da blokszincir sistemi alternatif bir yaklaşım olarak önerilmiştir. Leung ve Dickinger (2017), Avrupa'da seyahat eden 138 ziyaretçi ile yaptıkları çalışmalarında katılımcıların ileride seyahat hizmeti ve yiyecek içecek hizmeti sektörlerinde Bitcoin kullanımının artarak devam edeceğini beklediklerini belirtmişlerdir. Önder ve Treiblmaier (2018) tarafından yapılan çalışmada turizm sektöründe blokszincir sisteminin kullanılmasıyla alakalı üç adet öneri geliştirilmiştir. Araştırmanın çıkış noktasında internet ağlarının güçlenmesinin turizm sektörüne yaptığı pozitif etkiler yer almaktadır. Araştırma kapsamında, özellikle turizm sektörü gibi dinamik bir sektörde tüketicinin ihtiyaçlarına karşılık verilebilmesi için para, teknoloji ve bilginin birbirine entegre olarak kullanılmasını gerektiğinin önemi üzerinde durulmuştur. Buradan hareketle, üç adet öneri geliştirilmiştir. İlk öneri, yeni değerlendirme biçimlerinin ve gözden geçirme teknolojilerinin işletmeler açısından güvenilir derecelendirme sistemlerini sağlayacağına yönelik olarak geliştirilmiştir. İkinci öneri, kripto para birimlerinin yaygın şekilde benimsenmesinin yeni C2C (consumer

to consumer) pazarlarına yol açacağı düşüncesine yönelik olarak geliştirilmiştir. Üçüncü önerisi ise, blokzincir sisteminde yaşanacak gelişimlerin turizm endüstrisinde faaliyet gösteren araçların aradan kaldırılmasına katkı sağlayacağı üzerine geliştirilmiştir. Yıldız ve İbiş (2018) tarafından yapılan araştırmada dağıtık kayıt defter teknolojisinin turizm endüstrisinde kullanılması ile ilgili çalışma yapılmıştır. Dağıtılmış kayıt defter teknolojisinin turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama, yiyecek içecek, ulaştırma, seyahat acenteleri ve diğer turizm işletmeleri için ürün ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde, müşteri sadakatının sağlanmasında işlem süreçlerinin hızlanması ve maliyetlerin azalması gibi konularda işletmelere ve tüketicilere pek çok avantaj getireceği ortaya konulmuştur. Karadeniz vd. (2018) Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin turizm sektöründe ödeme aracı olarak kullanılmasının değerlendirdikleri çalışmalarında kullanıcı sayısı giderek artan Bitcoin'in turizm sektöründe kabul edilmesinin getireceği avantaj ve dezavantajları açıklamıştır. İlgili alan yazın ve teoriler kapsamında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur;

H<sub>1</sub>: Kripto paraya duyulan güven ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Kripto para kullanmanın sağlayacağı fayda ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Kripto para kullanımının tüketicide oluşturacağı algı ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Kripto paranın işlevselliği ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

## 2. YÖNTEM

Turizm işletmelerinde ödeme yöntemi olarak kripto para kullanılmasının tüketici tercihlerine olan etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın evrenini, Türkiye' de yaşayan herhangi bir kripto paraya sahip olan kişiler oluşturmaktadır. Datalight (2019), verilerine göre Türkiye' de yaklaşık olarak 2,4 milyon kripto para ticareti yapan (al-sat) kişi bulunmaktadır. Zaman, maliyet ve enerji tasarrufu gibi etkenler göz önünde bulundurulduğunda evrene ulaşmak çok zor olduğundan örneklem alma yoluna gidilmiştir. Söz konusu kripto para kullanıcılarının isim ve benzeri gibi bilgilerine ulaşamadığından dolayı kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yapılan anket çalışması için sosyal medya ağlarından, Twitter üzerinden kripto para fenomenleri vasıtasıyla, Facebook' dan ise kripto para ile ilgili gruplar üzerinden 270 kripto para kullanıcılarına ulaşılmıştır.

Çalışmada kullanılan anket formu (Amendah, 2008) doktora tezinde kullanılan anket formunun kripto paraya uyarlanması ile elde edilmiştir. Kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özelliklere ilişkin bilgiler, kripto parayı kullanma süresi ve kripto parayı kullanma nedenlerine ilişkin sorular yer alırken ikinci bölümde ise turizm işletmelerinin kripto para kullanması durumunda tüketicide oluşturacağı satın alma niyeti, algı, fayda, kripto paraya duyulan güven ve kripto paranın işlevselliğine dair toplamda 20 adet ifade bulunmaktadır.

Ölçüm aracının güvenilirliğini test edebilmek için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Ölçüm sonucunda ölçeğin tamamı için Cronbach Alpha değeri 0,806 bulunmuştur ve bu değerinde anket soruları için oldukça güvenilir bir değer olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 1:** KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Testi		0,822
Bartlett Küresellik Testi	Bartlett' testi için Ki-kare	1474,340
	Serbestlik Derecesi df	190
	Anlamlılık Sig	0,000

Ayrıca ölçeğin faktör yüklerinin belirlenmesi için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinde yeterli örneklem sayısına ulaşıp ulaşılmadığının test edilmesi önemli bir unsurdur. Örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser- Mayer- Olkin testi yapılmaktadır. Buna göre KMO değerinin en az 0,5 olması önerilmektedir (İslamoğlu ve Alnaçık, 2016: 416). Tablo 1' de görüldüğü gibi KMO değerinin 0,5' den (0,822>0,5) büyük olması nedeniyle örneklem sayısının faktör analizi için yeterli olduğu görülmektedir.

**Tablo 2: Döndürülmüş Faktör Matrisi Sonuçları**

İfadeler	Niyet	Algı	Güven	Fayda	İşlevsellik
S1	,760				
S2	,720				
S3	,706				
S4	,555				
S5	,513				
S6		,738			
S7		,704			
S8		,673			
S9		,562			
S10			,768		
S11			,704		
S12			,679		
S13				,769	
S14				,711	
S15				,666	
S16				,489	
S17				,474	
S18					,730
S19					,584
S20					,491

Tablo 2' de maddelerin ifade ettiği boyutlar gösterilmektedir. Tablodaki verilere göre maddeler 5 farklı faktöre yüklenmiştir. Bu faktörler; niyet, algı, güven, fayda ve işlevsellik faktörleridir. Niyet faktörüne yüklenen soruların değeri 0,513 ile 0,760 arasında değişirken algı faktörüne yüklenen soruların değeri 0,562 ile 0,738 arasında, güven faktörüne yüklenen soruların değeri 0,679 ile 0,768 arasında, fayda faktörüne yüklenen soruların değeri 0,474 ile 0,769 arasında ve işlevsellik faktörüne yüklenen soruları da 0,491 ile 0,730 arasında değer almaktadır. Beş faktörlü bu yapı toplam varyansın %59,941' ini açıklamaktadır.

50

Katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, yaşı, gelir durumu, kripto para kullanma süresi ve kripto parayı kullanma nedenlerine ilişkin bilgiler tablo 3 de verilmiştir.

**Tablo 3: Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular**

	Gruplar	n	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	13	4,8
	Erkek	257	95,2
<b>Medeni Durum</b>	Evli	160	59,3
	Bekar	110	40,7
<b>Eğitim Durumu</b>	İlkokul	2	0,7
	Lise	30	11,1
	Üniversite	187	69,3
	Yüksek Lisans	49	18,1
<b>Yaş</b>	Doktora	2	0,7
	18-24	40	14,8
	25-31	72	26,7
	32-38	105	38,9
	39-45	36	13,3
<b>Gelir Durumu</b>	46+	17	6,3
	0-1000 tl	27	10
	1001-2000 tl	14	5,2
	2001-3000 tl	41	15,2
	3001-4000 tl	54	20
	4001-5000 tl	37	13,7
	5001tl ve üzeri	97	35,9
	0-1 yıl	70	25,9

<b>Kripto Para Kullanma Süresi</b>	1-2 yıl	148	54,8
	2-3 yıl	36	13,3
	3-4 yıl	7	2,6
	4 yıl ve üzeri	9	3,3
	Gelir sağlamak için	179	66,3
<b>Kripto Para Kullanma Nedeni</b>	Gelecekte kullanılacağını düşündüğüm için	77	28,5
	Para taşıma riskini azalttığı için	8	2,9
	Uluslararası para transferi yapmak için	6	2,2

Kripto para kullanıcılarının demografik özelliklerine ilişkin bilgilerin yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %95,2' si erkek, %4,8' i kadındır. Kripto para kullanıcıları arasındaki cinsiyet dağılımında erkeklerin sayısının kadınların sayısına oranla çok daha fazla olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan kripto para kullanıcılarının %59,3' ü evli iken %40,7' sinin bekarlardan oluştuğu görülmektedir. Kripto para kullanıcılarından çalışmaya katılanların eğitim durumları incelendiğinde %69,3' ü üniversite mezunu, %18,1' i yüksek lisans mezunu, %11,1'i lise mezunu, %0,7 ilköğretim mezunuyken %0,7' si de doktora mezunlarından oluşmaktadır ve bu çalışmaya katılan kripto para kullanıcılarının %38,9' u 32-38 yaş aralığında, %26,7' si 25-31 yaş aralığında, %14,8' i 18-24 yaş aralığında, %13,3' ü 39-45 yaş aralığında bulunurken %6,3' ü de 46 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların gelir durumları incelendiğinde ise %35,9' unun 5001tl ve üzeri, %15,2' sinin 2001-3000tl, %13,7' sinin 4001-5000tl, %10' unun 0-1000tl, %5,2' sinin de 1001-2000tl, gelir elde ettiği görülmektedir. Katılımcıların kripto para kullanma süresi incelendiğinde ise %54,8' inin 1-2 yıl, %25,9' unun 0-1 yıl, %13,3' ünün 2-3 yıl, %3,3' ünün 4 yıl ve üzeri, %2,6' sının da 3-4 yıldır kripto para kullandığı görülmektedir. Genel olarak katılımcıların kripto para kullanımına yeni başladığı anlaşılmaktadır. Anket katılımcılarının kripto para kullanma nedeni incelendiğinde ise %66,3' ünün gelir elde etmek amacıyla kullandığı, %28,5' inin gelecekte kripto paraların kullanılacağını düşünmesi nedeniyle kullandığı, %2,9' sunun para taşıma riskini azaltması sebebiyle kullandığı, %2,2' sinin de daha rahat uluslararası para transferi yapabilmek amacıyla kullandığı görülmektedir.

### 3. BULGULAR

Turizm ürününü kripto para ile satın alma niyeti, kripto para kullanan işletmeyi algılama düzeyi, kripto para ile ürün satın almaya duyulan güven, kripto para ile ürün satın almanın sağlayacağı fayda ve kullanılan kripto paranın işlevselliği boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için yapılan korelasyon analizine ilişkin bulgular tablo 4' de verilmiştir.

**Tablo 4: Niyet, Algı, Güven, Fayda ve İşlevsellik Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları**

Korelasyon	Satın Alma Niyeti	Algı	Güven	Fayda	İşlevsellik	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Gelir
<b>Satın Niyeti</b>	1								
<b>Algı</b>	,450**	1							
<b>Güven</b>	,264**	,243**	1						
<b>Fayda</b>	,457**	,381**	,405**	1					
<b>İşlevsellik</b>	,231**	,192**	,043	,111	1				
<b>Cinsiyet</b>	,171**	,093**	,022**	,183**	,085	1			
<b>Yaş</b>	,049**	,034**	,181**	,017**	,062	0,045*	1		
<b>Eğitim</b>	,223**	,218**	,201*	,057**	,088	0,178*	0,157*	1	
<b>Gelir</b>	,269**	,351**	,093**	,217*	,003*	0,144**	0,302**	0,242**	1

\*\*0,01 düzeyinde anlamlı

Tablo 2 incelendiğinde, satın alma niyeti ile algı arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki ( $r = 0,450$ ), güven arasında pozitif yönlü zayıf kuvvetli bir ilişki ( $r = 0,264$ ), fayda ( $r = 0,457$ ) ve Gelir ( $r = 0,269$ ), arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki, işlevsellik ( $r = 0,231$ ), cinsiyet ( $r = 0,171$ ), yaş ( $r = 0,049$ ), eğitim ( $r = 0,223$ ) arasında pozitif yönlü zayıf kuvvetli bir ilişki belirlenmiştir.

Güven faktörünün (bağımsız değişken) satın alma niyeti (bağımlı değişken) üzerindeki etkiyi belirleyebilmek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 5' te verilmiştir.

**Tablo 5:** Güven Faktörünün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart	β	T	p
Sabit	2,901	0,275		10,558	,000
Güven	0,286	0,064	0,264	4,484	,000
<b>R= 0,264</b>	R2 =0,070	ΔR2 =0,066	Durbin-Watson=1,919		
<b>F= 20,103</b>					

Bağımlı değişken: Satın alma niyeti

Tablo 5 değerlendirildiğinde turizm ürününü satın almada kullanılan kripto paraya duyulan güvenin satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu ( $\beta = 0,264$ ); satın alma niyetinin yaklaşık olarak %7' sinin güven faktörü ile açıklanabileceği, satın alma niyeti ile güven arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ( $p < 0,001$ ) görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre hipotez 1, "Kripto paraya duyulan güven ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır" kabul edilmiştir.

Fayda faktörünün (bağımsız değişken) satın alma niyeti (bağımlı değişken) üzerindeki etkisinin tespit edilebilmesi için yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 6' da verilmiştir.

**Tablo 6:** Fayda Faktörünün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	T	p
Sabit	0,643	0,415		1,550	,122
Fayda	0,744	0,092	0,457	8,412	,000
<b>R= 0,457</b>	R2 =0,209	ΔR2 =0,206	Durbin-Watson=1,881		
<b>F= 70,769</b>					

Bağımlı değişken: Satın alma niyeti

Analiz sonucuna göre tablo değerlendirildiğinde turizm ürününü kripto para ile satın almanın sağlayacağı faydanın satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu ( $\beta = 0,457$ ); satın alma niyetinin %20,6' sının fayda faktörü ile açıklanabileceği, satın alma niyeti ile fayda arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ( $p < 0,001$ ) görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre hipotez 2, "Kripto para kullanmanın sağlayacağı fayda ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır" kabul edilmiştir.

Algı faktörünün (bağımsız değişken) satın alma niyeti (bağımlı değişken) üzerinde ki etkisinin belirlenebilmesi için yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7:** Algı Faktörünün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart	β	T	p
Sabit	2,730	0,174		15,732	,000
Algı	0,404	0,049	0,450	8,259	,000
<b>R= 0,450</b>	R2 =0,203	ΔR2 =0,200	Durbin-Watson=1,869		
<b>F= 68,213</b>					

Bağımlı değişken: Satın alma niyeti

Tablo 7 değerlendirildiğinde turizm ürününü kripto para ile satan işletmenin tüketici de oluşturacağı algının satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu ( $\beta = 0,450$ ); satın alma niyetinin %20' sinin algı faktörü ile açıklanabileceği, satın alma niyeti ile güven arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ( $p < 0,001$ ) görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre hipotez 3, "Kripto para kullanımının tüketicide oluşturacağı algı ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır" kabul edilmiştir.

İşlevsellik faktörünün (bağımsız değişken) satın alma niyeti (bağımlı değişken) üzerinde ki etkisinin belirlenebilmesi amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 8'de yer almaktadır.

**Tablo 8:** İşlevsellik Faktörünün Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart	β	T	p
Sabit	3,282	0,220		14,934	,000
İşlevsellik	0,235	0,061	0,231	3,885	,000
<b>R= 0,231</b>	R2 =0,053	ΔR2 =0,050	Durbin-Watson=1,962		
<b>F= 15,095</b>					

Bağımlı değişken: Satın alma niyeti

Tablo 8 değerlendirildiğinde turizm ürününü satın alabilmek için kullanılacak kripto paranın işlevselliğinin satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu ( $\beta = 0,231$ ); satın alma niyetinin %5,'inin işlevsellik faktörü ile açıklanabileceği, satın alma niyeti ile güven arasındaki ilişkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ( $p < 0,001$ ) görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre hipotez 4, "Kripto paranın işlevselliği ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır." kabul edilmiştir.

## SONUÇ

Satın alınan ürün veya hizmetin karşılığında para ödeme aşamasına gelindiğinde tüketiciler kendilerine daha kolay gelen ödeme yöntemlerini tercih etmektedirler. Yeni ödeme yöntemlerinin dönüşümünün arkasındaki itici güç tüketicinin kolay ödeme yöntemini tercih etmesi ve nakit taşıma zorunluluğunu istememesinden kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda kripto paralar mevcut ödeme sistemine alternatif olarak görülmekte ve mevcut ödeme sistemindeki olumsuz bazı durumların da üstesinden gelebilmektedir. Ayrıca yeni ve yükselen bir trend haline gelebilmeyi başarmış kripto paralar kullanıcıları tarafından sadece değer saklamak için değil aynı zamanda sahip oldukları kripto paraları harcaıyabilmek için de almaktadırlar. Bu sebepten dolayı bazı sektör ve işletmelerde ödeme yöntemi olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda kripto para kullanıcılarının kripto para ile ürün veya hizmet satın almaya istekli oldukları, kripto para ile yapılan ödeme yöntemlerine güvendikleri ve bu ödeme yönteminin kendilerine faydalı olacağını düşündükleri görülmektedir. Özellikle kripto para ile ürün veya hizmet satın alırken kendilerine bir faydası olmayacak olsa bile bu ödeme yöntemini denemeye istekli oldukları, başkalarının bu ödeme yöntemi hakkında ne düşündüklerini önemsemedikleri görülmektedir. Mevcut finansal sistemin algılanan başarısızlığı, fiat paralara olan güvenin sarsılması ve bazı ülkelerde yüksek enflasyon nedeniyle yaşanan ekonomik krizler sonrası kripto paraların mevcut finansal sisteme alternatif olabileceği düşünülmektedir. Potansiyel olarak dünya finansal sistemini değiştirmeyi amaçlayan bu teknolojinin birer parçası olmak isteyen ve bu yeniliğin gerisinde kalmamak için kullanıcıların kripto para ile ödeme yapmaya istekli oldukları düşünülmektedir. Bu bağlamda turizm işletmeleri mevcut ödeme sistemlerine ek olarak kripto para ile ödeme yöntemini kullandıkları takdirde tüketicinin dikkatini çekeceği, satış ve pazarlama açısından olumlu sonuçlar elde edebileceği düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan kripto para kullanıcılarının cinsiyet ve yaş dağılımı incelendiğinde kripto para kullanıcılarının demografik özelliklerini ortaya koymak için yapılan çalışmadan (Hasso, Pelster ve Breitmayer, 2019) elde edilen sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Kullanılan kripto paranın işlevselliği boyutu incelendiğinde tüketicilerin kullanılan kripto paranın stabil olmasından ziyade transfer ücreti ve hızını önemsedikleri görülmektedir. Bu bağlamda elde edilen sonuç Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin turizm sektöründe kullanımının incelendiği (Karadeniz vd., 2018) çalışmadan elde ettiği sonuç ile uyuşmamaktadır. Bunun sebebinin kullanıcıların daha çok gelir elde etmek amacıyla kripto para sahibi olmaları ve kripto para sahibi olurken paranın stabil olmasından ziyade iyi bir teknolojiye sahip olmasını önemsediklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Yeni ödeme sistemi ile ilgili benzer bir çalışma olan (Amendah, 2008) M-ödeme ile ilgili yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlara göre güven faktörü sonuçlarında benzerlik görülürken çalışmadan elde edilen bulgular fayda faktöründe farklılık göstermektedir. Kullanıcıların, yeni ödeme sistemlerinin beraberinde getirdikleri teknoloji sebebiyle yeni ödeme yöntemlerine güvendikleri, kripto para kullanımının sağladığı avantajlardan dolayı kullanıcıların kendilerine daha çok fayda sağlayacağını düşündükleri için fayda faktöründe farklılık meydana geldiği düşünülmektedir. Kripto para ile satın alma niyeti incelendiğinde para taşıma riskini azaltması, daha hızlı ve düşük komisyon ücretli transferler gerçekleştirebilme olanağı, araçlar olmadan işlem yapabilme, yine araçlar olmadan uluslararası pazarlara erişebilme imkanları gibi avantajlardan ve kolaylıklardan dolayı tüketicilerin kripto para ile ürün veya hizmet almaya istekli oldukları görülmektedir. Bu bakımdan elde edilen sonuç, Eskişehir ilinde turizm endüstrisinin kripto para kullanmaya hazır olup olmadığını tespit etmeyi (Borovska ve Yılmaz, 2018) amaçlayan çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Bazı turizm şirketleri kripto para ve blokzincir meraklılarının ihtiyaçlarını karşılayabilmek için özel gezi ve seyahat programları düzenlemektedirler. Bu seyahat programları kripto para kullanıcılarına adanmış birçok olanağın da sunulduğu yolculukları kapsamaktadır. İskoçya merkezli kripto cüzdancı CoinsBank, Blockchain Cruises adı altında iki büyük etkinlik düzenlemiş ve bu etkinliklerde Barselona, Monaco, İbiza gibi destinasyonlara gezi yapılmasının yanı sıra gezi sırasında kripto para ve blokzincir ile ilgili eğitim ve konferanslar da verilmektedir. Gezi katılım ücreti 1000-3000\$ arasında fiyatlanmaktadır (Seth, 2018). Bu kapsamda yerli turizm ve seyahat acentelerinin alanında uzman kripto para ve blokzincir yetkililerinden oluşan bir ekip ile CoinsBank'ın düzenlediği gezinin benzeri bir şekilde, belirlenen rotada hem Türkiye' de bulunan destinasyonlara geziler 70 düzenlenmesi hem de katılımcılara kripto para ve blokzincir eğitimleri verilmesinin oldukça ilgi çekeceği ve çok sayıda katılımcı bulacağı düşünülmektedir.

Turizm sektöründe, işletmelerin müşteri sadakat programları kullandığı bilinmektedir. Özellikle zincir işletmelerin, müşteri ile ilgili bilgileri blokzincir sistemi üzerinde saklaması sonucu verilerin kaybolması, bozulması veya değiştirilmesi gibi ortaya çıkabilecek hataların önüne geçilebileceği ve sistemin daha verimli çalışacağı düşünülmektedir.

Konunun yeni olması sebebiyle literatürde, turizm ve kripto paranın ele alındığı çalışma sayısı oldukça azdır. Yapılan çalışmalar genellikle teorik çalışmalardır. Bu bakımdan bu çalışma ile hem literatüre katkı sağlanacağı hem de ödeme yöntemlerine kripto paraları da eklemek isteyen işletmeler için bir fikir oluşturacağı düşünülmektedir. Gelecek çalışmalarda kripto para kullanımının işletmeye sağlayacağı rekabet avantajı, gelir gider kontrolünün blokzincir ile sağlanmasının avantajları ve dezavantajları, işletmenin kripto para ile ödeme kabul etmesinin reklam ve pazarlama konusunda ki etkileri araştırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Aksoy, E. (2018), *Bitcoin: Paradan Sonraki En Büyük İcat*. İstanbul: Abaküs Yayınları.
- Amendah, E. (2008), "The Emergence Of a Retail Payment System In The 21st Century: M-PAYMENT", *Doktora Tezi*, West Lafayette, Hindistan: Purdue University.
- Antonopoulos, A. (2010), *Mastering Bitcoin*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Atlam, H. ve Wills, G. (2018), "Technical Aspects of Blockchain and IoT". *Advances in Computers*. Volume 15, 1-39.
- Barha, Y. (2018), *Bitcoin Kabul Eden Türk Alışveriş Siteleri*. Koinmedya: <https://koinmedya.com/2018/06/20/bitcoin-kabul-eden-turk-alisveris-siteleri/> Erişim Tarihi: 02.07.2019
- Bjerg, O. (2016), "How is Bitcoin Money?". *Theory, Culture & Society*, 33 (1), 53-72.
- Blau, B. (2017), "Price Dynamics and Speculative Trading in Bitcoin." *Research in International Business and Finance*, Volume 41, 493-499.
- Boireau, O. (2018), "Securing The Blockchain Against Hackers." *Network Security*, 20018 (1), 8-11.
- Borovska, Y. ve Yılmaz, H. (2018), "Is Tourism Industry Ready for Crypto Currency: a Case of Eskişehir." *The 11th Tourism Outlook Conference Heritage Tourism Beyond Borders and Civilizations* (s. 147-159). Eskişehir: Eskişehir: Anadolu University Publications No. 3837.
- Böhme, R., Christin, N., Edelman, B. ve Moore, T. (2015), "Bitcoin: Economics, Technology, and Governance." *Journal Of Economic Perspectives*, 29 (2), 213-238.
- Brito, J. ve Castillo, A. (2013). *BITCOIN: A Primer for Policymakers*. Virginia: Mercatus Center at George Mason University.
- Crosby, M., Nachiappan, Pattanayak, P., Verma, S. ve Kalyanaraman, V. (2016), "BlockChain Technology: Beyond Bitcoin." *Applied Innovation Review*, Issue 2, 6-19.
- DataLight. (2019), <https://datalight.me/blog/researches/longread/how-are-cryptotraders-distributed-across-the-globe/> Erişim Tarihi: 03.07.2019
- Dwyer, G. (2015), "The Economics of Bitcoin and Similar Private Digital Currencies." *Journal of Financial Stability*, Volume 17, 81-91.
- Efanov, D. ve Roschin, P. (2018), "The All-Pervasiveness of the Blockchain Technology." *Procedia Computer Science*, Volume 123, 116-121.
- Franco, P. (2015), *Understanding Bitcoin: Cryptography, Engineering and Economics*. Wiley.
- Gandal, H. ve Halaburda, H. (2014), "Competition in the Cryptocurrency Market." *Bank Of Canada Working Paper 2014-33*, 1-29.
- Grinberg, R. (2012), "Bitcoin: An Innovative Alternative Digital Currency." *Hastings Science & Technology Law Journal*, 159 (2012), 160-207.
- Gupta, M. (2017), *Blockchain For Dummies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Güven, V. ve Şahinöz, E. (2018), *Blokzincir Kripto Paralar Bitcoin: Satoshi Dünyayı Değiştiriyor*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Hasso, T., Pelster, M. ve Breitmayer, B. (2019), "Who Trades Cryptocurrencies, How Do They Trade It, And How Do They Perform? Evidence From Brokerage Accounts." *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, Volume 23, 1-23.
- He, Q., Xu, Y., Liu, Z., He, J., Sun, Y. ve Zhang, R. (2018), "A Privacy-Preserving Internet of Things Device Management Scheme Based on Blockchain." *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 14 (11), 1-12.
- Hileman, G. ve Rauchs, M. (2017), *Global Cryptocurrency Benchmarking Study*. Cambridge Centre for Alternative Finance.
- Iansiti, M. ve Lakhani, K. (2017), "The Truth About Blockchain." *Harvard Business Review*, 4-11.

- Ikeda, K. (2018), "Security and Privacy of Blockchain and Quantum Computation." *Advances in Computers*, Volume 111, 199-228.
- İslamoğlu, H. ve Almaçık, Ü. (2016), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kim, S. (2018), "Blockchain for a Trust Network Among Intelligent Vehicles." *Advances in Computers*, Volume 111, 43-68.
- Leung, D. & Dickinger, A. (2017), "Use Of Bitcoin in Online Travel Product Shopping: The European Perspective", (Ed.) Roland Schegg ve Brigitte Stangl, *In Information and Communication Technologies in Tourism Springer*, Switzerland :Springer International Publishing
- Lielacher, A. (2019), *How Many People Use Bitcoin in 2019?* Bitcoin Market Journal: <https://www.bitcoinmarketjournal.com/how-many-people-use-bitcoin/> Erişim Tarihi: 03.07.2019
- Makhdoom, I., Abolhasan, M., Abbas, H. ve Ni, W. (2019), "Blockchain's Adoption in IoT: The Challenges, And a Way Forward." *Journal of Network and Computer Applications*, Volume 125, 251-279.
- Mansfield-Devine, S. (2017), "Beyond Bitcoin: Using Blockchain Technology to Provide Assurance in the Commercial World." *Computer Fraud & Security*, 2017 (5), 14-18.
- Min, H. (2019), "Blockchain Technology for Enhancing Supply Chain Resilience." *Business Horizons*, 62 (1), 35-45.
- Moreau, E. (2019), *13 Major Retailers and Services That Accept Bitcoin*. Lifewire: <https://www.lifewire.com/big-sites-that-accept-bitcoin-payments-3485965> Erişim Tarihi: 15.07.2019
- Muzammal, M., Qu, Q. ve Nasrulin, B. (2019). "Renovating Blockchain With Distributed Databases: An Open Source System." *Future Generation Computer Systems*, Volume 90, 105-117.
- Önder, I. ve Treiblmaier, H. (2018), "Blockchain and tourism: Three Research Propositions." *Annals of Tourism Research*, 180-182.
- Presthus, W. ve O'Malley, N. O. (2017), "Motivations and Barriers for End-User Adoption of Bitcoin as Digital Currency." *Procedia Computer Science*, Volume 121, 89-97.
- Redshaw, T. (2017). "Bitcoin Beyond Ambivalence; Popular Rationalization and Feenberg's Technical Politics." *Thesis Eleven*, 138 (1), 46-64.
- Reyna, A., Martín, C., Chen, J., Soler, E. ve Díaz, M. (2018), "On Blockchain and its Integration With IoT. Challenges and Opportunities." *Future Generation Computer Systems*, Volume 88, 173-190.
- Scott, B. (2016), "How Can Cryptocurrency and Blockchain Technology Play a Role in Building Social and Solidarity Finance." *UNRISD Working Paper*, 1-18.
- Swan, M. (2018), "Blockchain for Business: Next-Generation Enterprise Artificial Intelligence Systems." *Advances in Computers*, 121-162.
- Underwood, S. (2016), "Blockchain Beyond Bitcoin." *Communications of the ACM*, 59 (11),15-17.
- Vigna, P. ve Casey, M. (2017), *Kriptopara Çağı: Bitcoin ve Dijital Paranın Küresel Ekonomik Sisteme Meydan Okuması*. Ankara: Buzdağı Yayınevi.
- Yahanpath, N. ve Wilton, Z. (2014), "Virtual Money Betting On Bitcoin." *University of Auckland Business Review*, 17 (1), 37-43.
- Yermack, D. (2015), "Is Bitcoin A Real Currency?", An Economic Appraisal. *Handbook Of Digital Currency*. 2015. 31-43.
- Ying, W., Jia, S. ve Du, W. (2018), "Digital Enablement of Blockchain: Evidence from HNA Group." *International Journal of Information Management*, Volume 39, 1-4.