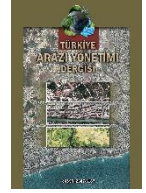




Türkiye Arazi Yönetimi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/tayod>

e-ISSN: 2687-5187



Emlak danışmanlarının gayrimenkul satış ve kiralama faaliyetleriyle ilgili görüşleri ve pazarlama stratejileri: Samsun ili örneği

Osman Kılıç^{*1}, Şule Danışman¹

¹Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 55139, Kurupelit/Samsun

Anahtar Kelimeler

Gayrimenkul
Emlak danışmanlığı
Satış ve kiralama
Pazarlama

Araştırma Makale

Geliş : 16/10/2025
Revize: 09/12/2025
Kabul : 24/12/2025
Yayın : 26/12/2025

Öz

Araştırma, Samsun ilinde faaliyet gösteren emlak danışmanlarının gayrimenkul satış ve kiralama faaliyetleriyle ilgili görüşlerini ve pazarlama stratejilerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma verileri, Ağustos 2025'te kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 140 emlak danışmanı ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Anket yapılan emlak danışmanları; danışman, iş yeri sahibi ya da yönetici olarak çalışan kişilerden oluşmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, emlak danışmanlarının %72.1'i erkek, %50'si 33-47 yaş grubundadır. Emlak danışmanlarının %67.1'i üniversite mezunudur. Gayrimenkul satış ve kiralama faaliyetlerinde, emlak danışmanlarının eğitilmiş olması gerekir görüşü ilk sırada yer almaktadır. Emlak danışmanları yüksek eğitimli kişilerden oluşsa da, mesleki bilgi eksikliği ve önemli bir bölümünün sigortasız çalışması, sektöre ilgili giderilmesi gereken başlıca yapısal sorunlar olarak ifade edilebilir. Emlak danışmanlığının tercih edilmesindeki en önemli faktör yüksek gelir elde etme beklentisidir. Gayrimenkul pazarlamasında kullanılan iletişim araçları arasında ilk sırayı internet almakta, bunu telefon ve SMS takip etmektedir. Emlak danışmanlarının tamamı Sahibinden.com internet sitesini kullandıklarını belirtmiştir. En fazla kullanılan sosyal medya platformları ise Instagram, WhatsApp ve Facebook'tur. Emlak danışmanlığıyla ilgili başlıca sorunlar olarak, pazarlama konusundaki bilgi eksikliği ve kayıt dışı çalışanların varlığı öne çıkmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, sorunların çözümüne yönelik yapılan önerilerle sektöre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Real estate consultants' views and marketing strategies on real estate sale and rental activities: the case of Samsun province

Keywords:

Real estate
Real estate consultancy
Sale and rental
Marketing



Research Article

Received : 16/10/2025
Revised : 09/12/2025
Accepted : 24/12/2025
Published: 26/12/2025

Abstract

The research was conducted to reveal the marketing strategies and views of real estate consultants operating in Samsun Province regarding their sale and rental activities. The data for this research were obtained from surveys conducted with 140 real estate consultants selected using the snowball sampling method in August 2025. The real estate consultants surveyed consist of people who work as consultant, business owner or manager. According to the research results, 72.1% of real estate consultants are male, and 50% are in the 33-47 age group. Regarding the education level, 67.1% of the consultants hold a bachelor's degree. In real estate sale and rental activities, the opinion that real estate consultants should be educated ranks first. Although consultants are highly educated, lack of professional knowledge and the fact that a significant portion work without insurance can be expressed as main structural problems in the sector that need to be resolved. The most important factor for choosing real estate consultancy is the expectation of earning high income. The internet is the primary communication tool used in real estate marketing, followed by phone calls and SMS. All real estate consultants stated that they use Sahibinden.com. The most commonly used social media platforms are Instagram, WhatsApp and Facebook. The main problems with real estate consultancy were shown as lack of knowledge about marketing and the existence of unregistered workers. According to the findings of the research, it was aimed to contribute to the sector with the suggestions made for the solution of the problems.

*Sorumlu Yazar

*(okilic@omu.edu.tr) ORCID 0000-0002-0129-4034
(sulekosedanisman@gmail.com) ORCID 0009-0002-3738-4151

Kaynak Göster

Kılıç, O., & Danışman, Ş. (2024). Emlak danışmanlarının gayrimenkul satış ve kiralama faaliyetleriyle ilgili görüşleri ve pazarlama stratejileri: Samsun ili örneği. *Türkiye Arazi Yönetimi Dergisi*, 7(2), 113-118. <https://doi.org/10.51765/tayod.1805205>

1. Giriş

Gayrimenkul sektörü; istihdam yaratma, sermaye birikimi sağlama ve yatırım alanı oluşturma gibi birçok yönden ülkenin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren hız kazanan kentleşme ve sanayileşme sürecine paralel olarak gayrimenkul sektörü büyük bir gelişme göstermiştir. Ülkenin özellikle batı bölgelerinde ve büyükşehir statüsündeki illerde artan konut talebi, gayrimenkul sektöründe satış ve kiralama faaliyetlerini artırmıştır. Yatırım tercihlerinin gayrimenkul sektörüne yönelmesi, emlak danışmanlığını profesyonel hizmet sunan dinamik bir yapıya dönüştürmüştür. Emlak danışmanı, son yıllarda sadece alım-satım yapan bir aracı olmaktan ziyade aktif pazarlama, müşteri yönetimi ve stratejik planlama gibi çok boyutlu görevleri üstlenen bir uzman olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Gayrimenkul sektöründe geleneksel yöntemlerle birlikte dijital pazarlama araçlarının da etkin şekilde kullanılması, sektörün pazarlama stratejisini önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu çerçevede özellikle internet kullanımı, müşterilere ulaşma açısından emlak danışmanlarına önemli avantajlar sağlamaktadır. Gayrimenkul sektöründe rekabetin artmasıyla birlikte, geleneksel pazarlama yöntemlerinin yerini modern pazarlama teknikleri almıştır. Günümüzde teknolojinin ve internet kullanımının artmasıyla, gayrimenkul sektörü ekonominin önemli bir pazarlama alanı haline gelmiştir. Bu süreçte kurumsal emlak danışmanlığı büroları kurulmuş, profesyonel yöneticiler ile eğitilmiş emlak danışmanları sektörde çalışmaya başlamıştır. Diğer sektörlerde etkin bir şekilde kullanılan dijital pazarlama, gayrimenkul sektöründe de hızla yaygınlaşmış ve yakın gelecekte temel pazarlama stratejisi olma yolunda büyük gelişmeler göstermiştir. Türkiye’de, 5 Haziran 2018 tarihli Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik’le emlak danışmanlığının daha nitelikli bir yapıya kavuşturulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, emlak büroları için yetki belgesi, emlak danışmanları için de mesleki yeterlilik belgesi zorunlu hale getirilmiş; ayrıca faaliyet koşulları, hizmet bedeli sınırları ve mesleki yeterlilik esasları düzenlenmiştir (Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik, 2018). Daha sonra yönetmelikte yapılan değişikliklerle birlikte, emlak danışmanlığı faaliyetinin kapsamı genişletilerek sektördeki uygulamaların daha şeffaf, etik ilkelere uygun ve yasal çerçevede yürütülmesi hedeflenmiştir.

Türkiye ekonomisinin gelişmesinde önemli bir paya sahip olan gayrimenkul sektöründe, yerel kişi ve kuruluşların işlettiği küçük ölçekli emlak danışmanlığı bürolarının sayısı hâlen çok fazladır. Bu durum, emlak danışmanlığıyla ilgili çeşitli yapısal sorunları da beraberinde getirmektedir. Günümüzde emlak danışmanlığı, birçok kişi tarafından ek gelir kaynağı ya da emeklilik sonrası tercih edilen bir meslek olarak görülmektedir. Gayrimenkul sektöründe işgücü potansiyeli yüksek olmasına rağmen, emlak danışmanlarının bir bölümü gayrimenkul pazarlaması konusunda yeterli bilgi ve donanıma sahip değildir. Son yıllarda gayrimenkul sektöründe profesyonelleşme

sürecinin hız kazanmasıyla birlikte, zincir emlak büroları kurulmuş ve sektörde çalışacak personelin nitelikli bireylerden oluşmasına yönelik adımlar atılmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak, yükseköğretim kurumlarında emlak yönetimiyle ilgili programların açılması sektörde çalışanların mesleki yeterlilik düzeyini artırmıştır. Tüm bu gelişmeler, toplumda emlak danışmanlarına olan güvenin artmasına belli ölçüde katkı sağlamıştır. Son yıllarda gayrimenkul sektöründe değişen dinamikler doğrultusunda, emlakçılık kavramı yerini giderek daha profesyonel bir tanım olarak ifade edilen emlak danışmanlığına bırakmıştır.

Türkiye’de, gayrimenkul sektörünü teorik olarak ve makro düzeyde ele alan birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar; dijital pazarlama, gayrimenkul sektörünün gelişimi, gayrimenkul finansmanı, inşaat sektörü, konut fiyatları ve konut sektörüyle ilgili hukuki düzenlemeler gibi konuları kapsamaktadır (Demirdöven, 2009; Çıkılı, 2010; Tosun, 2016; Basmacı & Çengel, 2018; Dalkılıç & Aşkın, 2018; Tepecik, 2021; Başak Yiğit, 2022; Atmacan, 2023). Buna karşılık, emlak danışmanlarının müşteriler ve diğer paydaşlarla olan ilişkilerini, sektörün sosyo-ekonomik yapısını ve karşılaşılan sorunları ortaya koyan saha çalışmalarının sayısı sınırlıdır (Erkek, 2016; Gedik & Etlioğlu, 2017; Çelik, 2019; İri, 2021; Koçak, 2021; Koçak & Çengel, 2021; Demirtaş, 2022; Koçak, 2023; Acar, 2024).

Türkiye’nin tüm illeri gibi Samsun da, gayrimenkul arz ve talebinin dönemsel olarak artış gösterdiği illerden birisidir. Karadeniz Bölgesi’nde en fazla nüfusa sahip olan Samsun; konumu, limanı, gelişmiş altyapısı ve sanayi potansiyeli sayesinde büyüyen ekonomisiyle sürekli göç alan bir il konumundadır. Bu durum, Samsun’da gayrimenkul arz-talep dengesinin sürekli değişmesine yol açmaktadır. Bu rekabetçi ortamda, emlak danışmanlarının pazarlama stratejilerini geliştirmeleri büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Samsun’da faaliyet gösteren emlak danışmanlarının demografik özellikleri, satış ve kiralama faaliyetlerine ilişkin görüşleri ile pazarlama stratejileri analiz edilmiştir.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın materyalini, Samsun il merkezinde yer alan Atakum, İlkadım ve Canik ilçelerinde faaliyet gösteren emlak danışmanlarıyla yapılan anketler oluşturmaktadır. Araştırmada, Ağustos 2025’te kartopu örnekleme yöntemiyle tespit edilen 140 emlak danışmanından elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Tablo 2’de, Likert tipi soruların cevaplarına verilen puanlar kullanılmıştır (kesinlikle katılıyorum: 5, katılıyorum: 4, kararsızım: 3, katılmıyorum: 2, kesinlikle katılmıyorum: 1).

3. Bulgular ve Tartışma

Emlak danışmanlarının sadece satış odaklı değil, aynı zamanda danışmanlık ve rehberlik faaliyetlerini de

kapsayan bir hizmet anlayışını benimsemeleri gerekmektedir. Bunun için emlak danışmanlarının teknik bilgilere ek olarak, güçlü insan ilişkileri ile gelişmiş iletişim becerilerine sahip olmaları büyük önem taşımaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, emlak danışmanlarının %72.1'i erkeklerden oluşmakta, %50 gibi büyük bir bölümü orta yaş grubunda yer almakta, %55'i ise evlidir. Emlak danışmanlarının %22.9'unun sigortasız çalışıyor olması, sektörde kayıt dışı istihdamın önemli bir sorun olduğunu göstermektedir. Bu durum, kayıt dışı istihdamın önlenmesine yönelik kapsamlı ve etkin denetim mekanizmalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Emlak danışmanları arasında 8 yıl ve

üzerinde deneyime sahip olanların oranının düşük olması, sektörde işgücü hareketliliğinin yüksek olduğunu ve emlak danışmanlığı mesleğine genellikle belirli bir iş tecrübesinden sonra başladığını göstermektedir. Emlak danışmanlarının %67.1'inin üniversite mezunu olması, sektörün giderek daha profesyonel bir yapıya kavuştuğunu ve nitelikli işgücü tercihinin arttığını ortaya koymaktadır. Son yıllarda üniversitelerde emlak danışmanlığıyla ilgili eğitim programlarının açılması, sektördeki teknik bilgi birikiminin artmasına önemli katkı sağlamıştır. Emlak bürolarında çalışanların %80 gibi büyük bir bölümü danışman pozisyonunda görev yapmaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Emlak danışmanlarına ait demografik özellikler

	Kişi	(%)		Kişi	(%)
Cinsiyet			Çalışma süresi (Yıl)		
Erkek	101	72.1	< 4	67	47.8
Kadın	39	27.9	4-7	54	38.6
Toplam	140	100.0	8 +	19	13.6
Yaş			Toplam	140	100.0
18-32	43	30.7	Eğitim		
33-47	70	50.0	Orta öğretim	5	3.6
48 +	27	19.3	Lise	41	29.3
Toplam	140	100.0	Üniversite	94	67.1
Medeni durum			Toplam	140	100.0
Evli	77	55.0	Pozisyon		
Bekar	63	45.0	Danışman	112	80.0
Toplam	140	100.0	İş yeri sahibi	21	15.0
Sosyal güvence			Yönetici	7	5.0
Sigortalı	108	77.1	Toplam	140	100.0
Sigortasız	32	22.9			
Toplam	140	100.0			

Emlak danışmanlarının eğitim seviyelerinin yüksek olması gerekir yönündeki görüşün ilk sırada yer alması, mesleki yeterlilik açısından en çok önemsenen unsurun eğitim olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, emlak danışmanlığında başarının mutlaka eğitimle mümkün olabileceğini ortaya koymaktadır. Eğitime ilişkin bu görüşü takip eden diğer üç görüş ise; Web tapu sisteminin işlemleri kolaylaştırdığı, müşteri memnuniyeti ve sosyal medya platformlarını etkin kullanmanın satış ve kiralama faaliyetlerini artırdığı yönündeki ifadelerdir. Bu durum, sektörün dijital dönüşüme uyum sağladığını ve müşteri memnuniyetinin

günümüzde önemli bir başarı kriteri haline geldiğini göstermektedir. Diğer taraftan, müşterilerin emlak danışmanlarına güven duyması ve emlak danışmanlığının saygın bir meslek olarak görülmesi en düşük puan alan görüşlerdir. Bu durum, emlak danışmanlığına yönelik olumsuz algının sektörün gelişmesinde ciddi bir engel oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle, mesleğe duyulan güvenin ve saygınlığın artırılabilmesi için daha şeffaf hizmet sunulması, etik ilkelere bağlı kalınması ve mesleki standartların yükseltilmesine yönelik adımların atılması büyük önem taşımaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Emlak danışmanlarının satış ve kiralama faaliyetlerine ilişkin görüşleri

	Puan
Emlak danışmanlarının eğitim seviyelerinin yüksek olması gerekir	657
Web tapu sistemi satış ve kiralama işlemlerini kolaylaştırır	644
Müşteri memnuniyeti satış ve kiralama faaliyetlerini artırır	637
Emlak danışmanlarının sosyal medya platformlarını kullanmaları satış ve kiralama faaliyetlerini artırır	632
Emlak danışmanlarının akademik seviyedeki bir pazarlama uzmanından destek alması satışları artırır	613
Gayrimenkul fiyatlarındaki artış satış ve kiralama faaliyetlerini olumsuz etkiler	607
Emlak danışmanları yüksek gelir elde etmektedir	571
Gayrimenkul pazarlamasında dolandırma, kandırma ve aldatma gibi etik sorunlar yaşanmaktadır	564
Müşteriler emlak danışmanlarına karşı genellikle ön yargılıdır	563
Gayrimenkul satın alarak vatandaşlık kazanımı sektöre hareketlilik getirir	514
Müşteriler emlak danışmanlarına güvenmektedir	457
Emlak danışmanlığı saygın bir meslek olarak görülmektedir	422

Emlak danışmanlığının tercih edilme nedenleri arasında %71.4 ile ilk sırada yüksek gelir elde etme beklentisi gelmektedir. Performansa dayalı gelir elde etme sistemi, girişimci özelliği güçlü olan kişiler için emlak danışmanlığını cazip bir meslek haline getirmektedir. Gayrimenkul pazarlama türleri arasında %90.7 ile konut satışı ve kiralama faaliyeti ilk sırada yer alırken, %10.7 ile en düşük oranda arazi satışı gelmektedir. Konutlar, barınma ihtiyacını karşılamının yanı sıra son yıllarda yüksek gelirli yatırım aracı olarak da değerlendirilmektedir. Bu durum, yatırım tercihlerinin daha çok konut piyasasına yönelmesine yol açmaktadır. Emlak danışmanlarının tamamının Sahibinden.com internet sitesini tercih etmesi, bu sitenin sektördeki belirleyici rolünü göstermektedir. Gayrimenkul pazarlamasında kullanılan sosyal medya platformları arasında %90 ile ilk sırada Instagram tercih edilmekte, bunu WhatsApp ve Facebook takip etmektedir. Bu üç platform, hem tanıtım faaliyetlerinde hem de müşteri iletişiminde etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Emlak danışmanlarının %75'i diğer emlak bürolarındaki danışmanlardan destek aldıklarını belirtirken, bunu internet ile arkadaş, tanıdık ve akrabalarından destek alanlar takip etmektedir. Rekabetin yüksek olduğu gayrimenkul sektöründe işbirliği ve bilgi paylaşımı, meslektaş dayanışması çerçevesinde güçlü bir ekonomik ağ yapısının varlığına işaret etmektedir.

Gayrimenkul pazarlamasında kullanılan iletişim araçları arasında %100 ile internetin öne çıkması, sektörde dijitalleşmenin önemli bir unsur haline geldiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, afiş ve tabela gibi geleneksel yöntemlerin de önemini koruduğu görülmektedir. Farklı müşteri gruplarına ulaşmak için çok kanallı pazarlama tekniğinin uygulanması, mevcut koşullarda olumlu bir strateji olarak ele alınabilir. İnternetteki ilan siteleri, sosyal medya platformları ve dijital reklamcılık gibi araçlar, emlak danışmanlarına hem hedef kitleye doğrudan ulaşma imkânı sunmakta, hem de pazarlama maliyetini düşük tutma açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Emlak danışmanlarına göre, müşterilerin gayrimenkul satın alırken en çok önem verdikleri faktörler arasında gayrimenkulün yüksek getirili yatırım aracı olma özelliği ve fiyatı öne çıkmaktadır. Bu sonuç, gayrimenkul satın alma ve kiralama kararlarında ekonomik kriterin belirleyici unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Gayrimenkul pazarlamasıyla ilgili karşılaşılan sorunlar arasında ilk iki sırada, emlak danışmanlarının bilgi eksikliği ve kayıt dışı emlakçılık yapanların varlığı yer almaktadır. Bu durum, müşteri güvenini zedelemekte ve mesleki standartların düşmesine yol açmaktadır. Bu sorunların giderilmesi için, sektörde mesleki eğitimlerin ve sertifikasyon süreçlerinin yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır.

Tablo 3. Emlak danışmanlarının pazarlama stratejileri*

	Kişi	(%)		Kişi	(%)
Emlak danışmanlığının tercih edilme nedenleri			İletişim araçları		
Yüksek gelir beklentisi	100	71.4	İnternet	140	100.0
İnsanların ihtiyaçlarını karşılaması	33	23.6	Telefon, SMS	114	81.4
Saygın meslek olması	28	20.0	Afiş, tabela	107	76.4
Popüler meslek olması	23	16.4	Gazete, dergi	26	18.6
Esnek çalışma imkânının olması	20	14.3	Billboard, insert, reklam panoları	26	18.6
Gayrimenkul pazarlama türleri			Televizyon, radyo	12	8.6
Konut satışı ve kiralama	127	90.7	Gayrimenkul satın alırken dikkate alınan faktörler		
Arsa satışı	36	25.7	Yatırım aracı	96	68.6
İş yeri satışı ve kiralama	28	20.0	Fiyat	95	67.9
Arazi satışı	15	10.7	Güvenlik	66	47.1
Emlak siteleri			Kalite	64	45.7
Sahibinden.com	140	100.0	Reklam, tanıtım	15	10.7
Hepsiemlak.com	61	43.6	Emlak danışmanlığıyla ilgili sorunlar		
Emlakjet.com	46	32.9	Bilgi eksikliği	95	67.9
Zingat.com	19	13.6	Kayıt dışı emlakçılık yapanlar	93	66.4
Sosyal medya platformları			Tecrübe eksikliği	57	40.7
Instagram	126	90.0	Meslek olarak görülmemesi	57	40.7
WhatsApp	118	84.3	Sabit tarife uymaması	38	27.1
Facebook	111	79.3	Emlak danışmanında aranan özellikler		
Youtube	52	37.1	Güven	140	100.0
X (Twitter)	19	13.6	Konuşma yeteneği, hitap tarzı	96	68.6
Destek alınan kişiler/kurumlar			Ciddiyet, resmiyet	79	56.4
Emlak danışmanları	105	75.0	Dış görünüş	73	52.1
İnternet	83	59.3	Emlak bürosunun dekorasyonu ve dizaynı	53	37.9
Arkadaş, tanıdık, akraba	77	55.0	Öneri, alternatif sunma	51	36.4
Gazete, dergi	10	7.1			

* Birden fazla cevap verilmiştir.

Müşterilerin bir emlak danışmanında aradıkları özelliklerin başında %100 ile güven gelmektedir. Güven, danışmanın mesleki yeterliliği ve etik duruşuyla doğrudan ilişkilidir. Emlak danışmanında aranan özellikler arasında ikinci sırada %68.6 ile konuşma yeteneği ve hitap tarzı gelmektedir. Emlak danışmanının etkili konuşma becerisine sahip olması, müşteriye kendini değerli hissettirme, doğru bilgi verme ve güven oluşturma açısından kritik öneme sahiptir. Hitap şekli, emlak danışmanının profesyonelliğini ve müşteriyle kurduğu ilişkinin düzeyini yansıtmaktadır (Tablo 3).

4. Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de son yıllarda gayrimenkul sektöründe yaşanan hızlı gelişmeler, emlak danışmanlarının gayrimenkul pazarlamasındaki etkisini artırmış ve onları sektörün vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir. Artan konut talebi, dijitalleşme ve yatırım amaçlı gayrimenkul satın alanların sayısındaki artış, emlak danışmanlarını sadece aracılık yapan kişiler olmaktan çıkarmış, onları piyasayı yönlendiren ve teknik bilgi sağlayan uzmanlar konumuna getirmiştir. Sektördeki bu olumlu gelişmelere rağmen, emlak danışmanlığında yapısal ve mesleki sorunların devam ettiği söylenebilir. Bu durum, hem hizmet kalitesini hem de sektöre olan güveni olumsuz etkilemektedir.

Emlak danışmanı olarak kayıt dışı çalışanların varlığı, eğitim ve bilgi eksikliği ile danışmanlar arasındaki uygulama farklılığı gibi faktörler kurumsallaşmanın önündeki başlıca engeller olarak sıralanabilir. Emlak danışmanlarının büyük bir bölümü, mesleki yeterliliklerini çoğunlukla deneyim yoluyla kazanmaktadır. Deneyim yoluyla edinilen bilgi önemli olsa da, akademik bilgi eksikliğinin emlak danışmanlarının günümüz koşullarına uygun hareket etmelerini sınırladığı göz ardı edilmemelidir. Teknolojik gelişmelerin gayrimenkul piyasası üzerindeki etkisi dikkate alındığında, dijital pazarlama becerileri, veri okur-yazarlığı ve mevzuat bilgisi gibi konular emlak danışmanları için temel bir gereklilik haline gelmiştir. Emlak danışmanlarının mesleki bilgi eksikliği, müşteri ilişkilerinde güven sorunlarına ve hizmet kalitesinde kayba neden olmaktadır.

Emlak danışmanlarının en sık karşılaştıkları sorunların başında eğitim eksikliği gelmekte, bunu emlak danışmanı adı altında kayıt dışı çalışanlar takip etmektedir. Kayıt dışı çalışanların varlığı; haksız rekabet, güven kaybı ve düşük hizmet standardı gibi sorunlara yol açmaktadır. Bu sorunların çözümü için, emlak danışmanlarının mesleki yeterliliklerini artırmaya yönelik nitelikli eğitim programlarının yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda, meslek odaları ve üniversitelerle kurulacak işbirliği, eğitim programlarının niteliğini artırmada etkili olacaktır. Diğer taraftan, kayıt dışı çalışmayı önlemek amacıyla yetki belgesi almadan ve resmi kaydı olmadan faaliyet gösterenlere yönelik denetimlerin ve cezai yaptırımların etkin hale getirilmesi gerekmektedir.

Emlak danışmanlarının karşılaştıkları sorunların çözümü için; yerel yönetimler, meslek odaları ve ilgili kamu kurumlarının işbirliği içinde çalışmalarını sağlayacak bütüncül bir yaklaşım benimsenmelidir. Bu kapsamda, yasal düzenlemelerin etkin biçimde uygulanması, eğitim fırsatlarının artırılması ve emlak danışmanları arasındaki iletişimin güçlendirilmesi sektörde sistematik bir dönüşümün önünü açacaktır. Bu süreçte etik ilkelere

bağlılık, şeffaflık ve müşteri odaklı hizmet anlayışı ön planda tutulmalıdır.

Bireysel çalışan emlak danışmanlarının kurumsal bir yapı altında faaliyet göstermeleri teşvik edilmelidir. Kurumsallaşma, hem müşteri güvenini artıracak hem de hizmet kalitesinde standardizasyonu sağlayacaktır. Denetlenebilir emlak büroları, mesleğin toplumsal algısını olumlu yönde etkileyerek, emlak danışmanlığının saygın ve profesyonel bir meslek olarak kabul edilmesine katkı sağlayacaktır. Emlak danışmanlığı, sosyal ve ekonomik açıdan fırsatlar ve riskler barındıran bir meslektir. Gayrimenkul sektöründe başarılı olmak için, bir emlak danışmanının etkili iletişim becerilerine sahip olması, piyasa dinamiklerine uyum sağlaması ve sürekli kendini geliştirmeye açık olması büyük önem taşımaktadır. Emlak danışmanlığına ilişkin sürdürülebilir bir yapının oluşturulabilmesi için kurumsallaşma, eğitim ve denetim olmak üzere üç temel unsurun birlikte ele alınması gerekmektedir.

Araştırmacıların Katkı Oranı

Osman Kılıç: Yöntem, materyal, analiz, yorumlama.

Sule Danışman: Materyal, analiz, yorumlama.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Çalışmada, araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

Kaynakça

- Acar, B. (2024). Gayrimenkul danışmanlarının mesleki doyum ve yaşam doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Dergisi*, 2(2), 40-58.
- Atmacan, B. (2023). Emlak pazarlamasında teknoloji kullanımı ve dijitalleşme. 1st International Conference on Pioneer and Innovative Studies, Türkiye.
- Basmacı, U., & Çengel, Ö. (2018). Gayrimenkul sektöründe dijital pazarlamada arama motorları reklamları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 1(1), 29-36.
- Başak Yiğit, B. (2022). Emlak pazarlaması. İksad Publishing House, Ankara.
- Çelik, İ. (2019). Gayrimenkul çalışanlarında sektörel çekiciliğin performans üzerine etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Çıkalı, G. (2010). Türkiye’de gayrimenkul sektörü ve gayrimenkul yatırım ortaklıkları. Yüksek Lisans Tezi Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Para Banka Programı, İzmir.
- Dalkılıç, B., & Aşkın, M. (2018). Gayrimenkul ve konut sektörüne bakış. Emlak Konut, Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş.
- Demirdöven, M. (2009). Türkiye’de gayrimenkul sektörünün gelişimi ve gayrimenkul finansmanı. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal

- Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Uluslararası İktisat Bilim Dalı, İstanbul.
- Demirtaş, M.C. (2022). A research to determine the problems of real estate consultants in the housing marketing process. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 104-126.
- Erkek, E. (2016). Gayrimenkul sektöründe tüketicinin satın alma davranışı: planlanmış davranış teorisine göre bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Programı, İstanbul.
- Gedik, H., & Etlioğlu, M. (2017). İnternette emlak pazarlaması. *Electronic Turkish Studies*, 12(32), 79-94.
- İri, R. (2021). Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan sorunlar ve sektörde kullanılan pazarlama iletişimi: Niğde ve yöresi gayrimenkul ve emlak işletmelerine yönelik bir araştırma. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 42-52.
- Koçak, M. (2021). Kişilik tipleri ve bireysel satış performansının iş tatmini üzerindeki etkisinin incelenmesi: emlak danışmanları üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Koçak, M., & Çengel, Ö. (2021). Bireysel satış performansının iş tatmini üzerindeki etkisinin incelenmesi: Emlak danışmanları üzerine bir araştırma. *Working Paper Series*, 2(1), 64-85.
- Koçak, Y. (2023). Kişisel satış sürecinde mizah kullanımının uyumcu satış ve satış performansı ilişkisindeki aracılık rolü: emlak sektöründe bir uygulama. Doktora Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Bursa.
- Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik, (2018). Resmi Gazete Tarihi: 05. 06. 2018, Sayı: 30442.
- Tepecik, F. (2021). Türkiye’de konut sektörünün gelişimi ve hukuki düzenlemeler. *Turkish Studies-Economics Finance Politics*, 16(2), 987-1016.
- Tosun, E.K. (2016). Türkiye’de gayrimenkul sektörünün daha kurumsal bir yapıya kavuşma sürecinde gayrimenkul danışmanlarının rolü. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 329-343.



© Author(s) 2025.

This work is distributed under <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>