



EMISSC
2020 www.emissc.org



5. INTERNATIONAL EMI ENTREPRENEURSHIP SOCIAL SCIENCES CONGRESS

June 29-30, 2020 Gostivar/N.Macedonia

Abstract Book
www.emissc.org

EMISSC 2018 - LEFKOSA
EMISSC 2018 - CAPPADOCIA
EMISSC 2019 - LEFKOSA
EMISSC 2019 - İSTANBUL
EMISSC 2020 - GOSTIVAR





5. International EMI

Entrepreneurship & Communication Social Sciences Congress

ABSTRACT E-BOOK

29-30 June 2020

EMISSC 2020 North Macedonia / Gostivar

Editors:

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHUWDHURY

Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Asst. Prof. Dr. A. Mohammed ABUBAKAR

Kerim KARADAL, MBA

Published by: Dilkur Akademi

Publishing Date: 30.06.2020

ISBN: 978 – 605 – 06656 – 1 – 1

Introduction to EMI Conference

I am delighted to introduce International Vision University, Abant İzzet Baysal University, Cyprus Social Sciences University, Nişantaşı University, University of Dhaka, University of Suffolk , Central Asian American University, Yessenov University and Dilkur Academy served as the vehicle of dissemination for a showpiece of articles at the 5th International EMI Entrepreneurship and Social Science Conference (EMISSC 2020, Gostivar) that was held online on June 29–30, 2020. EMI Congress aims to provide a platform for discussing the issues, challenges, opportunities and findings of **Entrepreneurship and Social Science** research. The organizing committee with feedback from the division chairs and the members of the **scientific committee** foresaw an opportunity and research gap in the conference theme, that pitches for pressing issues in the business world.

Presentations are in **Turkish & English**. With the participation and contributions of academics from **26 countries**: *India, Canada, Uzbekistan, Pakistan, Morocco, Bangladesh, United Kingdom, Scotland, United States of America, Jordan, Nepal, United Arab Emirates, Turkey, TR North Cyprus, Kazakshtan, Azarbaijan, Kirghiztan, Egypt, Ukraine, Macedonia, Indonesia, New Zeland, Syria, Norway, Indonesia, Kosovo*. It is a great privilege for us to present the proceedings of EMISSC 2020 to the authors and delegates of the conference.

Several manuscripts from prestigious institutions could not be accepted due to the reviewing outcomes and our capacity constraints. Participation from **140 different institutions or Universities**. The 2 days long conference gathered close to **310 national and international attendees** to enliven a constellation of contributions. Keynote lectures by renowned colleagues (Prof. **Shibli Rubayat ul Islam**, Prof. Dr. **Emin ÇİVİ**, Prof. Dr. **Şevki ÖZGENER**, Assoc. Prof. Dr. **M. Naci EFE**, Assoc. Prof. Dr. **Dababrata CHOWDHURY**, Assoc. Prof. Dr. **Elira TURDUBAEVA**, Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**), 17 awards were issued to distinguished papers, and a total of **232 oral presentations**.

On the day of completion of this journey, we are delighted with **a high level of satisfaction and aspiration**. It is important to offer our sincere thanks and gratitude to a range of organizations and individuals, without whom this year's conference would not take place. We would like to **thank all the conference delegates, the Track Chairs and the reviewers and the staffs at Nişantaşı University for their efforts**. This conference would have not materialized without the efforts of the contributing **authors for sharing the fruit of their research and the reviewers for scrutinizing**, despite their busy schedules. We also thank **our members and colleagues who accepted the duty to participate in the Scientific Committee** and for their valuable help in the screening, selecting, and recommending best contributions.

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Chair

A Special Thanks To...

Below is a list of individuals who have supported EMI Congress 2018 Cappadocia by donating some of their time. It is these people who make our work possible and have been a great help. We would like to say a special THANK YOU for all those listed below.

Prof. Dr. Fadıl HOCA, Rector, International Vision University, Gostivar/N.**Macedonia**

Prof. Dr. Mustafa TÜMER, Rector, Cyprus University of Social Sciences, TRNC

Prof. Dr. Mustafa ALİŞARLI, Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Sedat MURAT, Rector, Çanakkale Onsekiz Mart University

Prof. Dr. Murat TÜRK, Rector, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

Dr. Akhmetov Berik Bakhytzhonovich, Rector, Yessenov University, **Kazakhstan**

Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY, Rector, İstanbul Arel University

Prof. Dr. Sudi APAK, Rector, İstanbul Esenyurt University

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ, Vice Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Shibli Rubayat Ul Islam, University of Dhaka, **Bangladesh**

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Dean, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Şule AYDIN, Dean, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY, Dean, Gazi Antep University

Prof. Dr. Muhsin HALİS, Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Stavanger University **Norway**

Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, **UK**

Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF, Giresun University

Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Morocco

Prof. Dr. Emin ÇİVİ, University of New Brunswick, Saint John, Canada

Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando

Prof. Dr. Cihan COBANOGU, University of South Florida Sarasota-Manatee

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Necmettin Erbakan University

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Kastamonu University

Prof. Dr. Azmi YALÇIN, Çukurova University

Prof. Dr. Dursun BİNGÖL, Turkish Aeronautical Association University

Prof. Dr. Said KINGIR, Sakarya University

Dr. Mohammed ABUBAKAR, Coordinator of EMI Congress

Assoc. Prof. Dr. M. Oğuz KUTLU, Çukurova University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Naci EFE, Ekol Group

Assoc. Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU, General Secretary, İstanbul Chamber of Commerce

Gökhan ERZURUMLUOĞLU, Regional Sales Manager, Zoom Rahi Systems

Evren DİNÇER, Mayor of AKSARAY

Institutions of the Authors

Abbott Diagnostics	Istanbul University
Academy of Public Administration of Azerbaijan	Istinye University
Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University	Izmir Katip Çelebi University
Adana Chamber of Commerce	J.V.M.G.R.R. College, Charkhi Dadri, Haryana, India
Adıyaman University	Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Adnan Menderes University	Karadeniz Technical University
Afyon Kocatepe University	Kastamonu University
Ahi Evran University	Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University Turkestan/Kazakhstan
Akdeniz Karpaz University	Kırıkkale University
Aksaray University	Kırklareli University
Alanya Alaaddin Keykubat University	Kiev National University of Trade and Economics, Ukraine
American University Central Asia, Kyrgyzstan	Kocaeli University
Amity University (India)	Kütahya Dumlupınar University
AMU Aligarh UP Kashmir - India	Kyrgyzstan Turkey Manas University
Anadolu University	Marmara University
Ankara Hacı Bayram Veli University	Mehmet Akif Ersoy University
Ankara Loomis Security Services Co.	Mersin Municipality
Ankara University of Turkish Aeronautical Association	Mersin University
Ankara Yıldırım Beyazıt University	Ministry of family, labour and social services
Antalya Bilim University	Ministry of Interior
Arel University	Ministry of National Education
Arrows Research Consultancy Ltd, New Zealand	Mohammed VI Polytechnic University, (Morocco)
Artvin Coruh University	Muğla Sıtkı Koçman University
Aydın Adnan Menderes University	Munzur University Ankara West Courthouse
Azerbaijan National Academy of Sciences	Muş Alparslan University
Bahçeşehir University	Namangan state University, Uzbekistan
Bakü Slavyan University Azerbaijan	National Academy of Security Service of Ukraine
Balıkesir University	National University of Uzbekistan
Batman University	Near East University TRNC
BewellTech	Necmettin Erbakan University
Beykent University	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Bilecik Şeyh Edebali University	Niğde Ömer Halisdemir University
Bilgi University	Nişantaşı University
Bilkent University	Osmaniye Korkut Ata University
Bingöl University	Özyeğin University
Bolu Abant İzzet Baysal University	Özzaim Tic. Ltd. Şti
Borsa İstanbul	Pondicherry University, India
Cyprus Health and Social Sciences University, TRNC	Presidency University India
Cyprus Social Sciences University KKTC	Directorate of Disability Living Care Rehabilitation
Cyprus West University KKTC	Republic of Turkey Social Security Agency
Çağ University	Rumeli University
Çanakkale 18 Mart University	Sakarya University
Çukurova University	Selçuk University
Doğuş University	Siirt University
Dokuz Eylül University	Stavanger University Norway
Dumlupınar University	Süleyman Demirel University
Eastern Mediterranean University	Tashkent Regional Public School
Erciyes University	The Academy of Public Administration of Azerbaijan
Ekol Security Group	The University of Wales Trinity Saint David, UK
Eskişehir Technical University	Tilka Manjhi Bhagalpur University Bhagalpur, India
Eskişehir Osmangazi University	Tourism and Management University of Azerbaijan
Gazi University	Trakya University
Gaziantep University	TRNC General Directorate of Police

Giresun University	Turan-Astana University, Kazakhstan
Gorazde University, Bosnia and Herzegovina	Turkish National Defense University
Hacettepe University	University of Dhaka, Bangladesh
Halic University	University of New Brunswick Saint John, Canada
Hasan Kalyoncu University	University of East Anglia Suffolk University UK
Ibrahimi University-East Java, Indonesia	University of Kota, Kota Rajasthan (India)
IIS Deemed to be University, Jaipur, Rajasthan	University of Suffolk, UK
International Vision University, N. Macedonia	University of the West of Scotland UK
Isparta University of Applied Sciences	University of Turkish Aeronautical Association
Istanbul Aydın University	University of Wales Trinity Saint David, Abu Dhabi, UAE - United Arab Emirates
Istanbul Cerrahpaşa University	Uşak University
Istanbul Esenyurt University	V.I. Vernadsky Crimean Federal University
Istanbul Gelişim University	Van Yüzüncü Yıl University
Istanbul Kültür University	Yalova University
Istanbul Technical University	Yaman Evler Primary School
Istanbul Okan University	Yıldız Teknik University
Istanbul Provincial Directorate Of Social Security	Yozgat Bozok University



5th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress

29-30 June 2020 Gostivar/N.Macedonia

www.emissc.org

CONGRESS PROGRAM

With the participation and contributions of academics from 27 countries: India, Canada, Uzbekistan, Pakistan, Morocco, Bangladesh, United Kingdom, Scotland, United States of America, Jordan, Nepal, United Arab Emirates, Turkey, TR North Cyprus, Kazakhshtan, Azarbaijan, Kirghiztan, Egypt, Crimea of Russia Federation, Ukraine, Macedonia, Indonesia, New Zeland, Syria, Norway, Indonesia, Kosovo.

Congress Language: Turkish & English

Gostivar	
Monday, 29 June 2020	Opening Speeches Dr. Mohammed ABUBAKAR , Coordinator of EMI Congress Prof. Dr. Himmet KARADAL , Chair of EMI Congress Prof. Dr. Mustafa TÜMER , Honorary President, TRNC Prof. Dr. Mustafa ALİŞARLI , Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University, Turkey Prof. Dr. Fadıl HOCA , Rector, International Vision University, Gostivar/N.Macedonia Prof. Shibli Rubayat Ul Islam , University of Dhaka, Bangladesh Dr. Akhmetov Berik Bakhytzhonovich , Rector, Yessenov University, Kazakhstan Prof. Dr. Ünal AY , Rector, Çağ University, Turkey Evren DİNÇER , Mayor of Aksaray/ Turkey Opening Session <i>“The Role of Entrepreneurship in Recovering from COVID-19”</i> (in Turkish) Moderator: Prof. Dr. Ercan KAHYA , Rector, İTÜ North Cyprus Campus, TRNC Prof. Dr. Mensur NUREDİN , International Vision University, Gostivar/N.Macedonia Prof. Dr. Himmet KARADAL , Bolu Abant İzzet Baysal University, Turkey Prof. Dr. Şevki ÖZGENER , Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turkey Assoc. Prof. Dr. M.Naci EFE , Chairman of the Board, Ekol Security Group & Gorazde University, Bosnia and Herzegovina Assoc. Prof. Dr. Leyla TÜRKER ŞENER , İstanbul University, Turkey Assoc. Prof. Dr. Elira TURDUBAEVA , American University of Central Asia, Kirghizistan Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU , Academy of Public Administration of Azerbaijan Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY , University of Suffolk, United Kingdom

5th International EMI **PANEL**

Gostivar	
Monday, 29 June 2020 19:00-20:00	<i>“The Role of Entrepreneurship in Recovering from COVID-19”</i> Moderator ❖ Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY, University of Suffolk, United Kingdom Guest Speakers ❖ Dr. <u>Siham El-Kafafi</u>, Director of Arrows Research Consultancy Ltd, New Zealand ❖ Prof. Dr. <u>Padmakali BANERJEE</u>, Amity University, India “Entrepreneurship in the times of COVID 19. An Indian perspective” ❖ Prof. Dr. <u>Emin CİVİ</u>, University of New Brunswick Saint John, Canada ❖ Prof. Dr. <u>Natalia Latygina</u>, Kiev National University of Trade and Economics, Ukraine ❖ Assoc. Prof. Dr. <u>Erdoğan EKİZ</u>, Mohammed VI Polytechnic University, Morocco ❖ Assoc. Prof. Dr. <u>Anukrati Sharma</u>, University of Kota, Kota Rajasthan, India

PARALLEL SESSIONS

GOSTIVAR SESSIONS

Gostivar		
Sessions	Monday, 29 June 2020	Moderator
Covid-19 Session 1	13:00-14:30	Prof. Dr. Şevki ÖZGENER Asst. Prof. Dr. Ali GÜRSOY
Covid-19 Session 2	14:30-16:00	Prof. Dr. Sima NART Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN
Covid-19 Session 3	16:00-17:30	Prof. Dr. Enver AYDOĞAN Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK
Covid-19 Session 4	17:30-19:00	Assoc. Prof. Dr. Selami ÖZSOY Assoc. Prof. Dr. Vecdal GÜNDÜZ
PANEL: Challenges and Opportunities of Covid 19	19:00-20:00	Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY

Gostivar		
Sessions	Tuesday, 30 June 2020	Moderator
Entrepreneurship Session 1	09:00-10:30	Prof. Dr. Haşim AKÇA Assoc. Prof. Dr. Zeliha TEKİN
Entrepreneurship Session 2	10:30-12:00	Prof. Dr. Kenan PEKER Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL
Entrepreneurship Session 3	13:00-14:30	Prof. Dr. Mazlum ÇELİK Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL
Entrepreneurship Session 4	14:30-16:00	Prof. Dr. Muhsin HALİS Dr. Naciye Çiğdem ULUÇ
Entrepreneurship Session 5	16:00-17:30	Prof. Dr. Orhan ÇOBAN Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR

OHRI SESSIONS

Ohri		
Sessions	Monday, 29 June 2020	Moderator
Education Session	13:00-14:30	Prof. Dr. H. Esra KARABACAK Asst. Prof. Dr. Serdal IŞIKTAŞ
Marketing Session	14:30-16:00	Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ Dr. Bahar GÜRDİN
Political Science Session	16:00-17:30	Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ ELMALI
Communication & Media Session	17:30-19:00	Prof. Dr. Hakan AYDIN Asst. Prof. Dr. Tülin SEPETÇİ

Ohri		
Sessions	Tuesday, 30 June 2020	Moderator
Humanities Session	09:00-10:30	Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN Assoc. Prof. Dr. Efe EFEOĞLU
Economics & Finance Session 1	10:30-12:00	Prof. Dr. Orhan ELMACI Assoc. Prof. Dr. Tunga BOZDOĞAN
Economics & Finance Session 2	13:00-14:30	Assoc. Prof. Dr. Mine AKSOY Dr. Yahya Can DURA
Economics & Finance Session 3	14:30-16:00	Assoc. Prof. Dr. Zuhale ERGEN
Economics & Finance Session 4	16:00-17:30	Prof. Dr. Said KINGIR Asst. Prof. Dr. İlkül KAYA ZENBİLCİ

PARALLEL SESSIONS

ÜSKÜP SESSIONS

Üsküp		
Sessions	Monday, 29 June 2020	Moderator
Management Session 1	13:00-14:30	Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ
Management Session 2	14:30-16:00	Prof. Dr. Uğur YOZGAT Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN
Management Session 3	16:00-17:30	Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN Asst. Prof. Dr. Murat BOLELLİ
Management Session 4	17:30-19:00	Prof. Dr. Yavuz DEMİREL Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ

Üsküp		
Sessions	Tuesday, 30 June 2020	Moderator
Management Session 5	09:00-10:30	Prof. Dr.Ömer TURUNÇ Asst. Prof. Dr. Mohammed ABUBAKAR
Management Session 6	10:30-12:00	Prof. Dr.Ahmet DİKEN
Management Session 7	13:00-14:30	Prof. Dr.Zoran FILIPOVSKI Assoc. Prof. Dr. Hatice ÖZKOÇ
Management Session 8	14:30-16:00	Prof. Dr. Asım SALDAMLI Atty. Dr. Fahri ÖZSUNGUR
Management Session 9	16:00-17:30	Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN

KALKANDELEN SESSIONS

Kalkandelen		
Sessions	Monday, 29 June 2020	Moderator
Management Session 10	13:00-14:30	Assoc. Prof. Dr. Nafila RAHİMOVA Asst. Prof. Dr. Gözde MERT
Management Session 11	14:30-16:00	Asst. Prof. Dr.Mohammed ABUBAKAR Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK
Management Session 12	16:00-17:30	Assoc. Prof. Dr.Elira TURDUBAEVA Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU
Management Session 13	17:30-19:00	Prof. Dr. Abdulmecid NUREDİN Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Kalkandelen		
Sessions	Tuesday, 30 June 2020	Moderator
Communication & Media Session	09:00-10:30	Asst. Prof. Dr. Rengim Sine NAZLI Asst. Prof. Dr. Enes BAL
Economics & Finance Session 5	10:30-12:00	Prof. Dr.Ahmet ERGÜLEN Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA

GOSTIVAR SESSIONS

Gostivar			
Monday, 29 June 2020 13:00-14:30	Covid-19 Session 1	Moderator	Prof. Dr. Şevki ÖZGENER Asst. Prof. Dr. Ali GÜRSOY
1. Covid- 19 Salgın Döneminde Yalın Girişimcilik Uygulamaları Asst. Prof. Dr. Duygu HİDİROĞLU 2. Koronavirüs Döneminde Kriz Yönetimi ve Stratejik Liderlik - Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Assoc. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU 3. Çalışanların Esnek Çalışma Sistemlerine İlişkin Tutumlarının Sosyo-Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: Covid-19 Sürecine Bir Bakış Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN, Dr. Hüseyin ÇİÇEKLIOĞLU, İrem Dilara BOZKURT 4. Covid-19 Bağlamında Çalışanların Yenilikçilik Düzeyleri ve Çevrimiçi Öğrenme Düzeyleri Arasındaki İlişki Asst. Prof. Dr. Ali GÜRSOY, Eda Görkem AKKUŞ 5. Covid-19 Pandemisi Sonrası Sürdürülebilir Toplumlar: Toplum 5.0 Gonca DEMİREL, Ebru ÖDEN, Assoc. Prof. Dr. İlknur KUMKALE 6. Covid-19 Pandemi Döneminde Kamu Çalışanları Açısından Açıkça Konuşma Davranışının Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkileri: Yönetimsel Takdirin Düzenleyici Rolü Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Yeşim TÖMEK, Fatmanur ONAY, Elif Gökçe GÜNEŞ 7. Covid-19 and Bangladesh: Threat of Unemployment in the Economy - Sonia AKTER			

Gostivar			
Monday, 29 June 2020 14:30-16:00	Covid-19 Session 2	Moderator	Prof. Dr. Sima NART Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN
1. Hazıcı ve Faydacı Tüketim Bağlamında Pandeminin Tüketici Tercihlerine Etkisi – Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Asst. Prof. Dr. Arif YILDIZ 2. Tüketicilerin Turizm Tercihlerinde COVID-19'un Etkisi - Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Asst. Prof. Dr. Burhanettin UYSAL, Res. Assist. Ebrar ULUSİNAN 3. Küresel Salgınlarda Para Taşıma Hizmetlerinde Operasyon Yönetimi - Doğu AKSOY, Assoc. Prof. Dr. Suat BEGEÇ 4. Covid-19 Pandemi Sürecinde Tüketicilerin Ürün Stoklama Davranışları: Planlı Davranışlar Teorisi Kapsamında Türkiye Pazarında Bir İnceleme PhD. Candidate Mert İNAL, PhD. Candidate Nazlı ÖZEL, Prof. Dr. Sima NART 5. Covid-19 Pandemi Sürecinin Sosyal Sorumlu Tüketici Davranışlarına Etkileri PhD. Candidate Nazlı Gamze ÖZEL, PhD. Candidate Mert İNAL, Prof. Dr. Sima NART 6. COVID-19 Salgını Sonrası Hava yolu Taşımacılığında Tüketici Beklentilerinin Değerlendirilmesi - Asst. Prof. Dr. Hacer Neyir TEKELİ, Dr. Sezgi GEDİK ARSLAN, Asst. Prof. Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL 7. Covid-19 Kapsamında Havaalanlarında Alınan Tedbirlerin Terminal Güvenlik Süreçlerine Etkisi: Milas-Bodrum Havalimanı'nda Bir Uygulama Inst. Bilgehan ÖZKAN, Asst. Prof. Dr. Savaş Selahattin ATEŞ			

Gostivar			
Monday, 29 June 2020 16:00-17:30	Covid-19 Session 3	Moderator	Prof. Dr. Enver AYDOĞAN Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK
1. Covid 19 Salgını Sürecinde Uzaktan Eğitim Olanakları: Kuzey Makedonya Örneği – Dr.Fehmi SKENDER, Dr.İlker ALİ 2. Türkiye’de Kadın Girişimci Yazını: Pandemi Öncesi Görünüm (1996 -2020) - Asst. Prof. Dr.Hatice BAYSAL 3. Covid 19’un Girişimcilik ve Pazarlamaya Etkilerine İlişkin Kavramsal Bir Çalışma - Asst. Prof. Dr. Cihat KARTAL, Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL, Kübra SAĞLAM 4. Kriz Yönetimi Bağlamında Covid-19 Salgınının Eğitim Sistemine Etkileri ve Alınan Tedbirler Üzerine Bir İnceleme Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA, Prof. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT 5. Covid-19 Sürecinde Türkiye’de Vergi Tedbirlerinin Değerlendirilmesi Assoc. Prof. Dr.Mutlu YORULDU 6. Korona Virüs Sürecinde Algılanan Örgütsel Adaletin Çalışanlarda İşe Yabancılaşma Düzeyine Etkisi - Asst. Prof. Dr.Ergün KARA, Ceren ÇELİK, Birsen KOÇAK 7. Covid-19 Salgın Sürecinde Mesleki Tükenmişliğin Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK, Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ			

Gostivar			
Monday, 29 June 2020 17:30-19:00	Covid-19 Session 4	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Selami ÖZSOY Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ
1. The Impact of COVID-19 Pandemic on Diplomacy - Dr. S. Barış GÜLMEZ 2. Covid-19 Sürecinde Marka Logolarındaki Değişim Asst. Prof. Dr.Fatma Gül BİLGİNER ÖZSAATCI 3. "Yeni Normal"ın Yerel Basına Yansımaları- Dr. Arzu KALAFAT ÇAT 4. Bilgisayar Oyunlarındaki Olumsuz İçerikler: GTA 5 Örneği - Assoc. Prof. Dr. Selami ÖZSOY, Sedat ÜSTÜNOVA 5. Covid-19 Salgınında Televizyonda Yayınlanan Reklamların İzleyici Algısına Etkisi - Asst. Prof. Dr. Gülşah SARI, Asst. Prof. Dr. Rengim Sine NAZLI 6. Kozmetik Reklamlarındaki Cinsiyet Roller - Asst. Prof. Dr. Nuri Paşa ÖZER 7. Pandemi Sürecinde K.K.T.C Eğitiminde Girişimci Okul Yöneticileri Halide KARABEKİR, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ			

Gostivar			
Tuesday, 30 June 2020 09:00-10:30	Entrepreneurship Session 1	Moderator	Prof. Dr. Haşım AKÇA Assoc. Prof. Dr. Zeliha TEKİN
1. Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi Örneği Dr. Mehmet KAPLAN, Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN 2. Ekonomik ve Sosyal Girişimcilik Bağlamlarında Osmanlı Dönemi Vakıflarını Çözümlemek - Assoc. Prof. Dr. Fatma Şensoy 3. X ve Y Kuşağı Çalışanlarının Bireysel Yenilik Davranışlarının Karşılaştırılması: Bişkek Yiyecek ve İçecek Firmaları Örneği - Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ 4. Bilgi Paylaşımının Bireysel Yenilikçi Davranış ve Performans Üzerine Etkileri: Bir Alan Araştırması - Prof. Dr. Salih YEŞİL, Vahit KIZILTOPRAK, Başak ŞITAK 5. Yenilikçi İş Davranışının Öncüllerine İlişkin Bir İnceleme – Master’s Student Mehmet Ali İPEK, Asst. Prof. Dr. Mustafa CANBEK 6. İşletmelerin İnovasyon Yeteneklerinin Geliştirilmesinde ve Yeni Ürün Başarısında Mesleki ve Kişisel Gelişim Eğitimlerinin Etkisi - Assoc. Prof. Dr. Zeliha TEKİN 7. İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma Prof. Dr. Himmet KARADAL, Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM			

Gostivar			
Tuesday, 30 June 2020 10:30-12:00	Entrepreneurship Session 2	Moderator	Prof. Dr. Kenan PEKER Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL
1. Duygusal Zekâ ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Özel Sektör Çağrı Merkezlerinde Bir İnceleme - Asst. Prof. Dr. Cihat KARTAL, Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL, Kübra SAĞLAM 2. Girişimci Gazeteciler ve Yeni Gelir Modelleri - Sevim ERGÜN 3. Girişimci Esnekliği Üzerine Kuramsal Bir İnceleme - Dr. Yasemin GÜLBAHAR 4. Kadın Girişimcilik Dinamiklerine Demografik Özellikler Açısından Bir Bakış – Prof. Dr. İsmail BAKAN, Başak ŞITAK 5. Bir Girişimci Olarak Teknoloji ve Bilim Parkı: Teknopark Değer Önerisi Firmalar için Değerli mi? - Asst. Prof. Dr. Anıl Savaş KILIÇ 6. Entrepreneurial Development of Total Quality Management (TQM) in Bangladesh Healthcare - Md Rabiul Alam 7. Ticari Havalimanı Modelinde Havacılık dışı Gelirler - Asst. Prof. Dr. Hakan RODOPLU, Res. Asst. Demet DAĞLI			

Gostivar			
Tuesday, 30 June 2020 13:00-14:30	Entrepreneurship Session 3	Moderator	Prof. Dr. Mazlum ÇELİK Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL
1. Kişilik Tiplerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi - Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Mustafa YAPAN 2. Motivasyonları ve İş Fikirleri Kaynağı Bağlamında Hibrit Girişimcilik - Dr. Mehmet KAPLAN, Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN 3. Yenilikçilik Davranışı ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi: Kamu Özel Sektör Karşılaştırması - PhD Student Salih SERBEST, Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL 4. Kadın Girişimciliğin Teşvikinde Sinemanın Rolü: Bir Film İncelemesi - Asst. Prof. Dr. Hatice BAYSAL, Asst. Prof. Dr. Şefika ÖZDEMİR 5. The Importance of the Chamber of Commerce and Industry in the Development of Internal Entrepreneurship in Companies - Dr. Emre NALÇACIGİL 6. Social Entrepreneurship as a Part of Intentional Vision for Abu Dhabi - Al Dhaheri Ali 7. Youtube'daki Reklamların Genç Kullanıcıların Satın Alması Üzerine Etkisi ve Tüketici Davranış Hareketleri'nin İncelenmesi - Inst. Doğu KAYIŞKAN, Inst. M. Seçkin ŞALVARLI			

Gostivar			
Tuesday, 30 June 2020 14:30-16:00	Entrepreneurship Session 4	Moderator	Prof. Dr. Muhsin HALİS Dr. Naciye Çiğdem ULUÇ
1. Entrepreneurship for Digital Technologies in Healthcare: A Field Study in Emerging Markets Based on User Insights - Dr. Naciye Çiğdem ULUÇ 2. Vergileme Tekniğinin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Türk Vergi Hukuku Sisteminin Analizi - Asst. Prof. Dr. Mehmet Ali AKKAYA 3. Affect of Cultural Environment on Entrepreneurial Intention Among Universities Students in Jordan - Ahmed JAWARNEH (PhD researcher), Prof. Mohamed Abdel-MAGUID, Dr. Dababrata CHOWDHURY 4. The Expansion and Influences of Innovative Sustainable Entrepreneurial Practices in Bangladeshi Ready-Made Garments (RMG) Industry - Asraful Khan (PhD Researcher), Prof. Mohamed Abdel-Maguid, Dr. Dababrata Chowdhury 5. Importance of Flexibility and Adaptability for Entrepreneurs and SMEs - Joseph C Paul Jr, PhD student, Dr Dababrata Chowdhury, Dr Will Thomas 6. Örgüt Kültürünün İnovasyona Etkisi - Res. Asst. Feyza AKGÜN			

Gostivar			
Tuesday, 30 June 2020 16:00-17:30	Entrepreneurship Session 5	Moderator	Prof. Dr. Orhan ÇOBAN Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR
1. Türk Tarihinde Peyzaj Mimarlığı - Asst. Prof. Dr.Eylem AKGÜL YALÇIN, Pınar AYRANCI 2. How to Teach Sustainable Entrepreneurship? A Proposal for Higher Education Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR 3. Innovative Reforms in the Field of Public Administration of the Republic of Azerbaijan Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU 4. The Relationship Between Firms' Product Innovation Performance and Uncertainty On Employees Perception: A Field Research at Turkish Automotive Industry - MSc. Erkan DÖNER, Assoc. Prof. Dr. İ. Efe EFEOĞLU 5. Importance of Technological Innovation and Application on SMEs in Pakistani Dairy Sector Sikandar Khalid, Jill Venus and Daba Chowdhury 6. Religious Education in Multicultural Societies – Dr.Mehmet Fatih KAYAN 7. Sosyal Sermaye, Personel Seçimi ve Yenilikçi Davranış İlişkisinin İncelenmesi Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Ethem MERDAN			

OHRİ SESSIONS: Monday, 29 June 2020

Ohri			
Monday, 29 June 2020 13:00-14:30	Education Session	Moderator	Prof. Dr. H. Esra KARABACAK Asst. Prof. Dr. Serdal IŞIKTAŞ
1. 3-6 Yaş Çocukların Öğretmen ve Ebeveynlerinin Çocuk Kitabı Seçiminde Dikkat Ettikleri Ölçütlerin İncelenmesi - Asst. Prof. Dr. Serdal IŞIKTAŞ, Sedef KERESTECİ, Tuğçe YÜCEBAY, Ferdiye ŞAHMARAN 2. Ortaöğretim 12. Sınıf Öğrencilerinin Atom Kavramına Yönelik Zihinsel Modellerinin İncelenmesi - Nergis SARIDAŞ, Prof. Dr. Yasin ÜNSAL 3. Dil Eğitimi Kapsamında Toplumsal Dilbiliminin Yeri ve Bir Örnekleme - Prof. Dr. H. Esra KARABACAK 4. Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi Çalışanlarının Duygularını İfade Etmelerinin Psikolojik Sağlamlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları ile İlişkisi – Candan ÇAKAR, Asst. Prof. Dr. Süleyman KAHRAMAN 5. Fizik Öğretmenlerinin Derslerinde Akran Öğretimi Tekniğinin Kullanımına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi - Gülsüm SAYIN, Prof. Dr. Yasin ÜNSAL 6. Evaluation of Talent Management and Retention Strategies in the Banking Industry of Pakistan- Atif RAZA 7. A study to investigate how social media marketing influence consumer buying behaviour in the fashion industry in UK: A case study of H&M - Laila Maazouz			

Ohri			
Monday, 29 June 2020 14:30-16:00	Marketing Session	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ Dr. Bahar GÜRDİN
1. Relational governance, organizational unlearning and learning: Implications for performance outcomes - Asst. Prof. Dr. Volkan YENİARAS 2. Pazarlama Meslek Elemanları: İŞKUR İş İlanlarının İncelenmesi - Dr. Bahar GÜRDİN 3. Kuşaklar Bağlamında GSM Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Muğla İlinde Bir Araştırma - Uğur DAMGACI, Assoc. Prof. Dr. Hatice ÖZKOÇ 4. Dijital Okuryazarlığın Pazarlamada Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme - Dr. Cevat SÖYLEMEZ 5. Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi ve Tüketim Toplumu Bağlamında Geçmişten Günümüze Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık - Dr. Kemal EKER 6. Instagramda Pazarlama Stratejileri ve Uygulamalarına Yönelik Bir İrdeleme - Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ 8. Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisinde Yenileşimci Örgüt İkliminin Rolü Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Özlem ATAN, Dr. Akın TUNÇER			

Ohri			
Monday, 29 June 2020 16:00-17:30	Political Science Session	Moderator	Doç.Dr. Esra DİNÇ ELMALI
1. Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyet Alanları, Örgüt Kültürü ve Liderlik Stilleri Arasındaki İlişkiler - Şerife Tuğçe DOĞAN, Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ ELMALI 2. Suriyeli Göçmenlere Yönelik Algıların Kimliksel Tercihler ve Coğrafi Sartlar Işığında Değerlendirilmesi - Asst. Prof. Dr. Efe TOKDEMİR 3. Avrupada Yükselen Aşırı Sağ Partiler: Mülteci Krizinin Etkisi (DİNÇ VE KARATAŞ) - Assoc. Prof. Dr. Cengiz DİNÇ 4. Asya Tipi Devlet – Piyasa İlişkileri: Japon Keiretsular - Dr.Mehmet ŞAHİN 5. Indian Women in Text and Context: An Introspection of "Tara" By Mahesh Dattani - Dr.Mostafizur MOLLA 6. Transformation Leadership: From Traditional to Secular in Democratic of Political local - Nurul Azizah			

Ohri			
Monday, 29 June 2020 17:30-19:00	Media Session	Moderator	Prof. Dr. Hakan AYDIN Asst. Prof. Dr. Tülin SEPETÇİ
1. Çeviri Tarihimizdeki İlk Kurumsal İzler - Dr.Sıla MUTLU 2. Mısır Sinemasında İlk Türk: Vedat Örfi Bengü - Aya YOUSSEF 3. Avrupa Birliği’nde Dijital Oyunlara Yönelik Düzenlemeler ve Türkiye’deki Mevcut Durum - Asst. Prof. Dr.Tülin SEPETÇİ 4. Yerel Medyanın Sorunları ve Meslek Mensuplarının Sorunları Algılama Biçimi: Aksaray Örneğinde Bir İnceleme - Celil ACAR, Fatih VURGUN 5. Eklektik Paradigma Perspektifinde Yetenek Avcılığı ve Yetenekleri Elde Tutma Dinamiklerine İlişkin Bir Uyarılama - Nur BEDER 6. Türkiye’de Ailenin Kır ve Kent Ayrımında Karşılaştırılması - Berat ŞİMŞEK 7. Açık Veriye Dayalı Bilginin Yönetilmesi - Dr.Orhan ALAV 8. The Studies on Paternalist Leadership Behavior Using the Content Analysis Method - Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM			

OHRİ SESSIONS: Tuesday, 30 June 2020

Ohri			
Tuesday, 30 June 2020 09:00-10:30	Humanities Session	Moderator	Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU
1. Lise Öğrencilerinin Özsaygı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesi - Şehida Rizvançe MATSANİ 2. Engelli Bireylere Sunulan Bakım Hizmeti Modelleri - Duygu YÜCEL, Psikolog 3. Yaşlılık ve Yaşlı Bakım Hizmetleri - Duygu YÜCEL, Psikolog 4. Anazarbos Antik Kenti Tethys Mozaığı - Asst Prof. Dr.Fikret Fatih GÜLŞEN 5. Yeni Veriler Işığında Anazarbos Antik Kenti - Asst. Prof. Dr.Fikret Fatih GÜLŞEN 6. The Symbolism/Conceptualism of Communication between God/Christ-Mary and Imperial Figures in Byzantine Art - Asst. Prof. Dr. İlkül Kaya ZENBİLCİ 7. Otizmli Bireylerin İstihdamı: Otistik Çocuğu Olan Aileler Üzerine Nitel Bir Araştırma - Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU, Res. Asst. Ömür KILINÇARSLAN			

Ohri			
Tuesday, 30 June 2020 10:30-12:00	Economics & Finance Session 1	Moderator	Prof. Dr.Orhan ELMACI Assoc. Prof. Dr.Tunga BOZDOĞAN
1. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Bankacılık Alanında Hizmet Kalitesi Algısı ve Müşteri Memnuniyet Algısının Ampirik Analizi - Dr. Şükrü UMARBEYLİ, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ 2. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Alternatif Bir Finansman Aracı Olarak Kitle Fonlaması - Dr. Güzhan GÜLAY, Abdurrahman KILIÇ, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ 3. Yeni Maliyet Sistemlerinden Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin Bir Hastanenin KBB Bölümü'nde Uygulaması - Dr. Burçak ÖNDER 4. Kurumsal Performansı Arttırma Döngüsü Olarak Balance Score Card ile Entegre Edilmiş Faaliyet Tabanlı Bütçeleme Modeli - Prof. Dr.Orhan ELMACI, Asst. Prof. Dr.Kadir TUTKAVUL 5. Çimento Sektörüne Yönelik Hisse Senedi Temettü Ödemelerini Belirleyen Etkenlerin Panel Veri Analizi Kullanılarak İncelenmesi - RA Tutku ÜNKARACALAR 6. Sürdürülebilirlik Perspektifinde Maliyet Azaltma Yöntemleri Üzerine Literatür Taraması ve Değerlendirilmesine Yönelik Betimsel Bir Çalışma - Prof. Dr.Orhan ELMACI, Asst. Prof. Dr.Kadir TUTKAVUL 7. Socialization in a Market Economy - Prof. Dr. Aliyev ORAK, Kerim KARADAL, Sutbayeva RAIKHAN			

Ohri			
Tuesday, 30 June 2020 13:00-14:30	Economics & Finance Session 2	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Mine AKSOY Dr. Yahya Can DURA
1. Veri Madenciliği-Veri Bilimi-Yapay Zekâ Bağlamında Muhasebecilik Mesleği - Asst. Prof. Dr. Bilal Zafer BERİKOL 2. Hızlanan Teknoloji: Geleceğin İşletmeleri- Asst. Prof. Dr. Bilal Zafer BERİKOL 3. Kurumsal Yönetim Performansı ve Marka Performansı Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Örneği Assoc. Prof. Dr. Mine AKSOY 4. Küresel Ekonomik Dönüşüm ve Asya Altyapı Yatırım Bankası'nın Türkiye'deki Projeleri - Asst. Prof. Dr. Seçkin KÖSTEM 5. Kıbrıs'ta Annan Planı Süreci ve Psiko Ekonomik Etkileri - Dr. Turgül TOMGÜSEHAN 6. Yüksek Düzey Yöneticilerin Ödenekleri ve Firma Performansı İlişkisi - Asst. Prof. Dr. Duygu HİDİROĞLU 7. Kurumsal Yapı ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiyi Yeniden Düşünmek: Kurumsal Parametrelerin Kökleri ve Endeksleme Metodolojilerinin Değerlendirilmesi - Dr. Yahya Can DURA			

Ohri			
Tuesday, 30 June 2020 14:30-16:00	Economics & Finance Session 3	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Zuhale ERGEN Asst.Prof.Dr Volkan YENİARAS
1. İş Güvencesi İstihdam Açısından Bir Engel Midir? Türkiye Örneği - Dr. Semih Serkant AKTUĞ 2. Türkiye'nin Yeni Bütçe Sistemi: Program Bazlı Performans Bütçe Sistemi Assoc. Prof. Dr. Zuhale ERGEN 3. Türkiye'nin İşsizlik Problemi ve İşsizlik Sigortası Fonu Uygulaması Assoc. Prof. Dr. Zuhale ERGEN 4. Meslek Yüksekokulu Muhasebe Programlarının İşverenlerin Beklentilerini Karşılama Düzeyi: İş İlanları Üzerine Bir Araştırma - Dr. D. Ali KIZILYALÇIN 5. Relational governance, organizational unlearning and learning: Implications for performance outcomes - Asst. Prof. Dr. Volkan YENİARAS 6. Formation of Strategic Priorities of Socio-Economic Development of the Economy of the Republic of Crimea - Prof. Dr. Tsohla Svetlana YURIEVNA, Pavlenko Irina GENNADIEVNA, Zhuravliova Arina ANATOLIEVNA 7. ELECTRE ve TOPSIS Yöntemleriyle BİST-Bilişim Sektöründeki İşletmelerin Finansal Performanslarının Analizi – Assoc. Prof. Dr. Alper ODABAŞ, Assoc. Prof. Dr.Tunga BOZDOĞAN, Alihan YILMAZ			

Ohri			
Tuesday, 30 June 2020 16:00-17:30	Economics & Finance Session 4	Moderator	Prof. Dr. Said KINGIR Asst. Prof. Dr. İlkül KAYA ZENBİLCİ
1. Total Quality Management and Its Impact on Financial and Non-Financial Performance of Hotel Sector; A Literature Review Study – Dr.Mudassar Hussain 2. Financial Education for students by effective measures of the Reserve Bank of India - Suresh G, Research Scholar 3. Financial Literacy- the essential skill to enhance wellbeing of the students (A review of earlier studies) - Suresh G, Research Scholar 4. Impact on The Airline Companies of Economic Indicator: The Case of Turkey - Inst. Gülcan GÜZEL, Inst. Ümit AYDIN 5. Karantina Döneminin Türkiye’de Uzaktan Çalışma Yöntemine Etkileri - Dr. Meltem YAMAN 6. Impact on Economic Growth of Human Capital and Internet Usage: Regional Analysis - Inst. Gülcan GÜZEL 7. Karantina Döneminde Türkiye’de İstihdam Taleplerindeki Değişim- Dr. Meltem YAMAN			

ÜSKÜP SESSIONS: Monday, 29 June 2020

Üsküp			
Monday, 29 June 2020 13:00-14:30	Management Session 1	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ
1. Küresel Olarak Kadınların İşletme Yönetiminde Bulunma Oranları ve Sektörsel Dağılımları Üzerine İnceleme - Prof. Dr. Oğuz ÖZYARAL, Dr.Derya ÖZDEMİR 2. Polis Sapması Üzerine Teorik Bir İnceleme - Dr.Osman KAYABAŞI 3. Polis Bütünlüğü Üzerine Teorik Bir İnceleme - Dr.Osman KAYABAŞI 4. Liderlerin Karar Almalarında Bir Araç: Cynefin Çerçevesi - Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ, Gül BİLEN 5. Verimli yönetim: Azerbaycanda kamu hizmeti yönetimini iyileştirmenin bir yolu olarak - PhD Student - İsmayıl MURADOV 6. Kuşak Farklılıklarının Örgütsel Çatışmayı Etkilemesi Üzerine Bir Çalışma: X-Y ve Z Kuşağı - Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS, Sevindik ÖZCAN 7. Sosyal Bilimler Araştırmaları ve Etik Bağlamında Bilgilendirilmiş Onam - Asst. Prof. Dr. Emine Mediha SAYIL			

Üsküp			
Monday, 29 June 2020 14:30-16:00	Management Session 2	Moderator	Prof. Dr. Uğur YOZGAT Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN
1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Koç Holding Üzerine Bir İnceleme - Arş. Gör. Nazlı TÜRKER, Asst. Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM 2. Kuhn’u Anlaşılır Kılmak: Bilimin İlerleme Tarzı Hakkında Daha Önce Ele Alınanlardan Farklı Bir Sıralamaya Ulaşmak Mümkün Mü? - Asst. Prof. Dr. Ekin AKDENİZ 3. Dünya Kültür Mirası Listesi’ne Kayıtlı Avrupa Neolitik Dönem Yerleşimleri Işığında Çatalhöyük için Ziyaretçi Yönetim Planı Önerileri - PhD Student H. Ufuk KORKMAZ 4. A Study on Role of the Job Burnout on the Relationship between Perceived Instrumental Climate and Turnover Intention – Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN, PhD. (Candidate) Kujtim HAMELI 5. İşletmelerde Yalın Altı Sigma: Bir Alan Araştırması - Fahrettin AKGÜL, Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ 6. Sektörel Sorunlar ve beklentilere ilişkin nitel bir araştırma: Adana Örneği - Atty. Dr. Fahri ÖZSUNGUR, Prof. Dr. Himmet KARADAL 7. Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sinizm Üzerine Etkisi: Bursa Şehrinde Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma - Kerim KARADAL, İlhan ALYAY			

Üsküp			
Monday, 29 June 2020 16:00-17:30	Management Session 3	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN Asst. Prof. Dr. Murat BOLELLİ
1. Yumuşak ve Sert Güç Kaynaklarının Kullanımının Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Türkiye’den Bir Örnek - Asst. Prof. Dr. Murat BOLELLİ 2. Revisiting The Relationship Between Organizational Silence and Perceived Organizational Support through Association Rule Mining - Asst. Prof. Dr. Volkan YÜNCÜ, Lect. Üzeyir FİDAN 3. Sınır Ötesi Terörle Mücadele İle İlgili Olaylar ve Beklenmedik Politik Krizlerin Ulaştırma Endeksine Etkisi - Emre YALÇIN, Asst. Prof. Dr. Z. Oğuz SEÇME 4. Duygusal Sermayenin Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi – Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Yasemin HOCAOĞULLARI 5. İş Yerinde Yalnızlığın Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Konya ve Kırıkkale İmalat Sanayi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Ferda ÜSTÜN, Emine Gül EFE, PhD. Student 6. Hizmetkâr Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi Üzerine Bir Tartışma - Asst. Prof. Dr. Musa ŞANAL, Res. Asst. PhD Murat ÖZTÜRK, Res. Asst. Buse ÖZTÜRK 7. İşe Yeni Başlayan Çalışanların Çok Yönlü Kariyer Oryantasyonu ve Kariyer İyimserliği: Kariyer Uyumluluğunun Aracı Rolü - Asst. Prof. Dr. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU			

Üsküp			
Monday, 29 June 2020 17:30-19:00	Management Session 4	Moderator	Prof. Dr. Yavuz DEMİREL Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ
1. Örgüt Kültürü İle Mobbing Arasındaki İlişki: Farklı Sektör Çalışanlarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma - Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Nesrin YÜCE 2. Sparking Leadership as a Leading Style and a Research about the Effect on Perception of Business Performance - Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU 3. Çalışanlarda Yaşam Kalitesi Bilişsel Esneklik ve Psikolojik Şiddet Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi - Melisa YELKENCİ, Asst. Prof. Dr.Süleyman KAHRAMAN 4. Safety Culture: Maintenance Bag and Hand Tools Usage Tendency - Nina AALAMI, Sinan ÜNLÜ, Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ 5. Safety Culture: Maintenance Bag and Hand Tools Usage Tendency - Academic Researcher, MHD. Noor HAYEK, Asst. Prof. Dr. Savaş Selahattin ATEŞ, Esat ÖZZAİM 6. Examining the Effects of Employee Recognition, Training and Teamwork on the Job Satisfaction and Its Impact on Organisational Performance in small and mid-sized Restaurants in Central London - Dovlet AGAYEV 7. Girişimcilerin Kriz Algısı ve Kriz ile Başa Çıkma Stratejileri - Asst. Prof. Dr. Gözde MERT, Telat ALAN 8. Tekno-Girişimciliğin Ekosistemi Olan Teknoparklarda Örgütsel Çevikliğin Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme - Prof. Dr. Himmet KARADAL, Neslihan DUMAN			

Üsküp Sessions: Tuesday, 30 June 2020

Üsküp			
Tuesday, 30 June 2020 09:00-10:30	Management Session 5	Moderator	Prof. Dr.Ömer TURUNÇ Asst.Prof.D. Mohammed ABUBAKAR
1. Sinizm-Etik Dışı Davranış İlişkisinde Demografik Faktörlerin Rolü? - Prof. Dr.Ömer TURUNÇ 2. Bilişim Sistemleri Kullanımının Toplam Kalite Yönetimi Yapısına Etkisi - Dr.Nuran VARIŞLI 3. The Legacy of the British Trans-Himalayan surveys (1774-1865): A natural curiosity or an early Imperialist Ambition? - Souvik DASGUPTA 4. Urbanization of Medieval Rajasthan with special reference to role of Sufi Saints and Professional groups - Shabir Ahmad Punzoo 5. Specialization and Development Priorities branches of the Republic of Crimea - Prof. Dr. Tsohla Svetlana YURIEVNA, Assoc. Prof. Pavlenko Irina GENNADIEVNA, Zhuravliova Arina ANATOLIEVNA 6. Recognizing gaps in the delivery of E-retail SCM and expected retail customer service quality in UK retail sector - Faiyaz MAFUZ 7. Web-users awariness of search engine advertisments - Nabila Jrida (Researcher)			

Üsküp			
Tuesday, 30 June 2020 10:30-12:00	Management Session 6	Moderator	Prof. Dr.Ahmet DİKEN
1. Directions and Features of Application of Blockchain Technology In Tourism - Asst. Prof. Dr. Aktolkin ABUBAKİROVA, Aziza SYZDYKOVA 2. Small and Medium Enterprises (SMEs) E-brands and Multiple E-Marketing Channels to Dominate Global Ecommerce Industry - Showkat AKASH 3. The influence of servant leadership strategy on maximizing the organization performance: the case of luxury retail chains in the UK - Ibtissam MAAZOUZ 4. The Impact of Organizational Politics on Employee Performance in UK Based Organizations - Muhammad Awais Riaz 5. Exploring the Dark Sides of Customer Relationship Management - Samjhana Humagain 6. Telecommuting: challenge of contemporary work transition - Asst. Prof. Kalina Sotiroska IVANOSKA, Prof. Dr.Zoran FILIPOVSKI 7. The Impact of Uzbekistan Government Policies on SME Development and Surviving - Kamilla MUSTAEVA (DBA Researcher)			

Üsküp			
Tuesday, 30 June 2020 13:00-14:30	Management Session 7	Moderator	Prof. Dr.Zoran FILIPOVSKI Assoc. Prof. Dr. Hatice ÖZKOÇ
1. Yabancı Turistlerin Konaklama Tercihlerini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi: Dalyan Örneği - Meltem METE, Assoc. Prof. Dr. Hatice ÖZKOÇ 2. Psikolojik Sermayenin Örgütlerde Ölçülmesine Yönelik Mersin Büyükşehir Belediyesinde Bir Uygulama - Mesut ERSİN, Asst. Prof. Dr. Ahmet Turan ÖZTÜRK 3. Social Media and Festival Revisiting Intention on Badagry Door of Return Festival Quality in Nigeria: The Application of Social Identity Theory - Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, PhD Candidate Maryam ABDULLAHİ, PhD Candidate Tuğrul GÜNAY 4. Bir Hayatta Kalma Mücadelesi: Derin Teknoloji Girişimleri - Asst. Prof. Dr. Cem DURAN 5. Do Students of Tourism Have Enough Awareness for Expressions in EOP (English for Occupational Purposes) via learner autonomy? - Mehmet Veysi BABAYİĞİT, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Asst. Prof. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI 6. What If BA Students Studying at the Faculty of Tourism Don't Have Advanced Writing Skills in English Classes; Pros and Cons of Advanced Writing Skills in the views of BA students - Mehmet Veysi BABAYİĞİT, Asst. Prof. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN 7. Oksijen ve Pandemi İlişkisi - Merve ERTEM			

Üsküp			
Tuesday, 30 June 2020 14:30-16:00	Management Session 8	Moderator	Prof. Dr. Asım SALDAMLI Atty. Dr. Fahri ÖZSUNGUR
1. Michelin Yıldızlı Restoranların Mutfak Konseptlerinin İncelenmesi, Türk Mutfağının Kullanımının Analizi - Ahmet UĞUZLUOĞLU 2. Sürdürülebilir Havayolu Ulaşımının Yaratıcı Turizm Üzerindeki Etkisi - Instructor S. Oya IŞIKÇI, Instructor Mesut ÖZTIRAK, Instructor Tuvana EROLTU 3. Havayolu Sektöründe Geleneksel ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Uygulamalarının Karşılaştırılması: Analitik Bir İnceleme - Assoc. Prof. Dr. Yaşar KÖSE 4. Developing the Process of Niche Marketing Strategy for the Leisure-Based Tourism Industry of Bangladesh - Md Nazmul ISLAM 5. Konya İlinde Faaliyet Gösteren 4 ve 5 yıldızlı Otel İşletmelerinde Kapasite Yönetimi Stratejilerinin Belirlenmesi ve Bir Uygulama - Dr. Mesut Murat ADABALI 6. Türk Mutfağı İçin Standart Reçete Önerisi - Lecturer Ceyhun UÇUK, Assoc. Dr. Nilufer SAHİN PERCİN 7. Eczacılık Mesleğinde Kariyer Yollarının Belirlenmesi: Literatür Taraması ve Yarı Yapılandırılmış Mülakat Yöntemi ile Yapılan Bir Çalışma - Abdulkadir İLÇEKTAY Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK			

Üsküp			
Tuesday, 30 June 2020 16:00-17:30	Management Session 9	Moderator	Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN
1. Otizmli Bireylerin İstihdamı: Otistik Çocuğu Olan Aileler Üzerine Nitel Bir Araştırma - Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU, Res. Asst. Ömür KILINÇARSLAN 2. İzlenim Yönetimi Taktikleri: Kültürel Bağlamda Bir Ölçek Geliştirme Çalışması - Dr. Hilal BOZKURT YILDIRIM, Assoc. Prof. Dr. N. Derya ERGUN ÖZLER 3. Dijital ve Çevik Örgüt Kültürü Ölçeğinin Geliştirilmesi - Asst. Prof. Dr. Bora COŞAR 4. Uşak Şeker Fabrikasının Kuruluşu'ndaki Girişimcilik Ruhu Asst. Prof. Dr. Vasfi KAHYA 5. “New Management” and “Senism” - Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN 6. The Power of Personal Branding - Asst. Prof. Dr. Ashmi CHHABRA 8. Entrepreneurship, Digitalization and Organizational Agility Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN, Nour El Hoda TARABAH			

KALKANDELEN SESSIONS: Monday, 29 June 2020

Kalkandelen			
Monday, 29 June 2020 13:00-14:30	Management Session 10	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Nafila RAHİMOVA Asst. Prof. Dr. Gözde MERT
1. Bioethics's Approach to Transplantation as a Product of Scientific and Cultural Development - Isaxova Shaxlo MUKHTOROVNA, PhD student 2. Communicative Competence as the Basis of Pedagogical Activity of Linguist Students - Alieva Zulxumor Jabbor qizi 3. Methodological Approach to Modeling Socio-Psychological Manifestations of Frustration in Students - Boymirzayeva Dilbar Dmitrievna 4. Ethics of Eastern Communication as a Factor in the Formation of Constructive Behavior of Adolescents in Conflict Situations - Mirzabdullaeva Dilxumor ERKINOVNA 5. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Kütüphanelerine Devlet Bakımı - Res.Asst. Nilufer AGAYEVA, 6. Rusya'nın Dış Politikasının Kavramsal Temelleri - Assoc. Prof. Dr Nafila RAHİMOVA 7. Güney Kafkasya'nın Ulusötesi Ulaşım ve İletişim Sisteminde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Katılımı ve Küresel Çıkarlar - PhD.Student Şaig ALİYEV			

Kalkandelen			
Monday, 29 June 2020 14:30-16:00	Management Session 11	Moderator	Asst. Prof. Dr.Mohammed ABUBAKAR Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK
1. Dijital Dönüşümün İşgücü ve Meslekler Üzerindeki Etkileri - Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK 2. Perakende Hizmet Reyonları Kayıp Önleme ve Performans Ölçümü - Hasan BAĞDADIOĞLU 3. Strategic Human Resource Management in London Hotels: Challenges Faced by Top Management of London Hotels in Developing and Implementing Training and Development Programmes for Employees in Line with the Organisational Strategy - Sahas TANDON, Dr Rajendra KUMAR 4. The Effects of Promotional Activities on Patient Satisfaction: A Research in the Private Health Sector - Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER 5. An investigation into the management of change in private sector healthcare organizations in Bangladesh: A mixed method inquiry based on the implementation of new framework to support healthcare organizations - Dr. Ali Ahmad, Dr. Daba Chowdhury 6. Kullanıcıların Instagram Hikâye Kullanım Nedenlerinin Belirlenmesi: Y ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr.Ümit DOĞRUL, Assoc. Prof. Dr.Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY 7. Ekolojik ve Sosyal Bilinçli Tüketici Ölçeğinin Türk Tüketicilerle Geçerliliğinin Test Edilmesi - Asst. Prof. Dr. Murat GÜLMEZ, Assoc. Prof. Dr.Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY			

Kalkandelen			
Monday, 29 June 2020 16:00-17:30	Management Session 12	Moderator	Assoc. Prof. Dr.Elira TURDUBAEVA Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU
1. Bolşevik döneminde Sovyet Rusyası ile Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Arasındaki İlişkiler – Assoc. Prof. Dr. Qarayeva Leman Zahid Kızı 2. New Powers for Surveillance and Data Colonialism - Assoc. Prof. Dr.Elira TURDUBAEVA 3. Dinsel Yaşayış Özelliklerinin Bankacılık Tercihleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Katılım Bankaları Örneği - Murat ER 4. Soft Law as the Dominant Trend in the Modern World - Assoc. Prof. Dr.Liudmyla RADOVETSKA 5. Historical Sates of Youth Policy in Uzbekistan and its Legal Frameworks - Shodmonov Bakhtiarhoja Isaxonovich 6. Makam Sanatıfelsefî ve Estetik Değerler Simgesidir - Zulhumar NURULLAYEVA 7. Organization of Control System In Public Administration In Modern Age - Khatai SALMANOV			

Kalkandelen			
Monday, 29 June 2020 17:30-19:00	Management Session 13	Moderator	Prof. Dr. Abdulmecid NUREDİN Asst.Ahmet Tuncay ERDEM
1. Türkiye’de Sigorta İşletmelerinin YNBüyüme ve Gelişimindeki Ürün Geliştirme Üzerinde Oluşan Zorluklar - Dr. Münevver BAYAR 2. Temsilde Adalet İlkesi Bakımından Dar Bölge Seçim Çevresi – Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali ZENGİN 3. İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Mevzuatının Örnek Olay Yargı Kararları Bağlamında İrdelenmesi - Asst. Prof. Dr.Gül GÜN, Judge Burcu GÜN EVİN 4. Girişimcilikte Hukuki Yapı Tercihi - Asst. Prof. Dr. Ebru TÜZEMEN ATİK 5. Vahşi Depolama ve Sıfır Atık Yaklaşımı Ekseninde Katı Atık Yönetiminin Geçirdiği Dönüşümler - Asst. Prof. Dr.Muhammed Yunus BİLGİLİ 6. Creating eWOM: In the Context of Factors of Personal Brand Owners in the UK - Andrina HALDER 7. Yaratış teorisi Allah ve Yaratması - Nihat ÇELİKTAŞ			

KALKANDELEN SESSIONS: Tuesday, 30 June 2020

Kalkandelen			
Tuesday, 30 June 2020 09:00-10:30	Communication Session	Moderator	Asst. Prof. Dr. Rengim Sine NAZLI Asst. Prof. Dr. Enes BAL
1. Popüler Kültür Bağlamında Instagram Uygulaması ve Kitap Okuma Challenge Örneği - Inst. Seçil DÜZTEPE, Res. Asst. Esin SERİN 2. Toplumsal Değerlerin Dönüşümünde Sosyal Medyanın Etkisi: TikTok Örneği - Asst. Prof. Dr. Enes BAL 3. Marka İletişimi Bağlamında Havayolu Şirketlerinin Logolarına Yönelik Bir İnceleme - Dr. Arzu KALAFAT ÇAT, Inst. Bahar AKBULAK 4. Türkiye’de 1950 Öncesi Film Dağıtım Sisteminin Kısa Bir Değerlendirmesi - Asst. Prof. Dr. Derya ÇETİN 5. 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Adalet ve Kalkınma Partisi Siyasal Reklamlarının İncelenmesi - Asst. Prof. Dr. Emre Osman OLKUN, Hamide SARITAŞ, PhD. Student 6. Covid-19 Konulu Sağlık Haberlerinin Sayfa Tasarımı ve Renk Unsuru Üzerine Bir Değerlendirme - Asst. Prof. Dr. Rengim SİNE NAZLI, Inst. Bahar AKBULAK 7. Haber ve Sağlık Sitelerinde Covid 19 Salgınının İnteraktif İnfografikle Anlatımı - Asst. Prof. Dr. Canay UMUNÇ 8. Instagram Gönderileri ve Tüketici Etkileşim Analizi: Saç Bakım Markaları Örneği (Elidor, Head & Shoulders, Clear) - Asst. Prof. Dr. Ali Erkam YARAR			

Kalkandelen			
Tuesday, 30 June 2020 10:30-12:00	Economics & Finance Session 4	Moderator	Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA
1. Development and Understanding to Overcome Internationalisation Challenged by Small and Medium Sized Enterprises in Cameroon’s - Becky FORBIN (DBA Researcher), Dr. Dababrata CHOWDHURY 2. Regulatory Technologies as an Alternative to Legal Regulation - Assoc. Prof. Dr. Andrey VERSHITSKY 3. Problems of Solving Ideological Threats in the Context Globalization - Tashbekova Mokhira Khasanovna 4. Kaydi Para Sistemi ve Sorunları - Alp CAMIZ 5. İktisadi Büyüme Yenilenebilir Enerji Tüketimi ve CO2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Analizi: ABD Örneği (1980-2018) - PhD Student İbrahim AYTEKİN 6. Enerji Savaşlarının Ekonomi Politikası: Doğu Akdeniz Örneği - PhD Student – İbrahim AYTEKİN 7. Öğretmen Adaylarının Özel Gereksinimli Bireyi Tanımaya Yönelik Beceri, Görüş ve Tutumları - Dr. Banu YAMAN ORTAŞ, Mehmet TABAK, Yasemin KURTULUŞ			

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Mustafa TÜMER, Rector, Cyprus Social Sciences University TRNC

Prof. Dr. Şenay YALÇIN, Rector, Nişantaşı University

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

Prof. Dr. Mustafa ALIŞARLI, Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY, Rector, İstanbul Arel University

Prof. Dr. Sudi APAK, Rector, İstanbul Esenyurt University

Prof. Dr. Abdurrahman EREN, Rector, Haliç University

Prof. Dr. Murat TÜRK, Rector, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ, Vice Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Dean, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI, European University of Lefke TRNC

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK

Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando

Prof. Dr. Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee

Prof. Dr. Halim KAZAN, İstanbul University

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Himmet KARADAL, Bolu Abant İzzet Baysal University TURKEY

ORGANISING COMMITTEE

Presidents of the EMI Congress

Prof. Dr. **Himmet KARADAL**

Assoc. Prof. Dr. **Dababrata CHOWDHURY**

Prof. Dr. **Mensur NUREDDİN**

Organizing Committee Members

Prof. Dr. Asım SALDAMLI

Prof. Dr. Muhsin HALİS

Prof. Dr. Haşim AKÇA

Doç.Dr. Murat YALÇINTAŞ

Doç.Dr. Murteza HASANOĞLU,

Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Dr. Tülin SEPETÇİ

Dr. Hazar DÖRDÜNCÜ

Dr. Gözde MERT

Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI

Dr. Yasemin GÜLBAHAR

Dr. Fahri OZSUNGUR

Dr. Polat YÜCEKAYA

Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ

Öğr. Gör. Nihan CABA

Arş. Gör. Tutku ÜNKARACALAR

M. Kürşat TURKER

Amaneh MANAFİDİZAJİ

Dr. Mohamed El Malki

Doç.Dr. M. Naci EFE

Doç.Dr. Nihat ALAYOĞLU

Dr. Mohammed ABUBAKAR

Dr. Esra SİPAHİ

Dr. Fatih PEKTAŞ

Oğr. Gör. Servet YALÇINKAYA

Öğr. Gör. Raikhan SUTBAYEVA

Dr. Rengim Sine NAZLI

Dr. Yahya Can DURA

Dr. Menekşe Şahin KARADAL

Dr. Esra Gökçen KAYGISIZ

Öğr. Gör. Ethem MERDAN

Oğr. Gör. Bahar AKBULAK

Oğr. Gör. Bayram BAYRAKÇI

Kerim KARADAL , MBA

Neslihan DUMAN

İlhan ALYAY , MBA

SCIENTIFIC COMMITTEE

TURKEY

Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Selçuk University
Prof. Dr. Abdullah SOYSAL, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof. Dr. Agah Sinan ÜNSAR, Trakya University
Prof. Dr. Ahmet AY, Selçuk University
Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, TÜBA
Prof. Dr. Ahmet DİKEN, Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Akın MARŞAP, İstanbul Aydın University
Prof. Dr. Akif TABAK, İzmir Kâtip Çelebi University
Prof. Dr. Alev Ayşe TORUN, Marmara University
Prof. Dr. Ali ALAGÖZ, Selçuk University
Prof. Dr. Ali DANIŞMAN, Ankara Social Sciences University
Prof. Dr. Ali AKDEMİR, İstanbul Arel University
Prof. Dr. Ali Ekber AKGÜN, Yıldız Teknik University
Prof. Dr. Asuman AKDOĞAN, Erciyes University
Prof. Dr. Aşkın KESER, Uludağ University
Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK, Atatürk University
Prof. Dr. Aykut BEDÜK, Selçuk University
Prof. Dr. Ayşen WOLF, Giresun University
Prof. Dr. Azmi YALÇIN, Çukurova University
Prof. Dr. Başaran ÖZTÜRK, Niğde Ömer Halisdemir University
Prof. Dr. Bekir DENİZ, Ardahan University
Prof. Dr. Belkıs ÖZKARA, Afyon Kocatepe University
Prof. Dr. Bige AŞKUN, Marmara University
Prof. Dr. Birol MERCAN, Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK, Marmara University
Prof. Dr. Bünyamin AKDEMİR, İnönü University
Prof. Dr. Coşkun Can AKTAN, Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Cemal ZEHİR, Yıldız Teknik University
Prof. Dr. Cenk SÖZEN, Başkent University
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN, Karatay University
Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ, Gaziosmanpaşa University
Prof. Dr. Çiğdem KIREL, Anadolu University
Prof. Dr. Deniz Elber BÖRÜ, Marmara University
Prof. Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ, Hacettepe University
Prof. Dr. Dursun BİNGÖL, Türk Hava Kurumu University
Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ, Balıkesir University
Prof. Dr. Engin YILDIRIM, Constitutional Court Member
Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University
Prof. Dr. Erşan SEVER, Aksaray University
Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University
Prof. Dr. H.Bahadır AKIN, Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Halim KAZAN, İstanbul University
Prof. Dr. Haluk TANRIVERDİ, İstanbul University
Prof. Dr. Harun DEMİRKAYA, Kocaeli University
Prof. Dr. Hasan TUTAR, Sakarya University
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY, Gaziantep University
Prof. Dr. İsmail BAKAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof. Dr. Kadir ARDIÇ, Sakarya University

Prof. Dr. Kazım Özkan ERTÜRK, Düzce University
Prof. Dr. Kemal CAN, Çukurova University
Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Mersin University
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Kocaeli University
Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof. Dr. Nejat BASIM, Başkent University
Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Selçuk University
Prof. Dr. Pınar Sürat ÖZER, Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLF, Giresun University
Prof. Dr. Rifat IRAZ, Selçuk University
Prof. Dr. Sadık ÖNCÜL, Cumhuriyet University
Prof. Dr. Sedat MURAT, İstanbul University
Prof. Dr. Sezer AKARCALI, Ankara University
Prof. Dr. Şebnem ASLAN, Selçuk University
Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Selçuk University
Prof. Dr. Ünsal SİĞRİ, Başkent University
Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt ÖNAL, Adana Bilim ve Teknoloji University
Prof. Dr. Yılmaz GÖKŞEN, Dokuz Eylül University

International

Ord. Prof. Dr. Patrizia ZAGOLI, Università Degli Studi Firenze, Italy
Prof. Dr. Anis KHASANOV, Plekhanov Russian University of Economics
Prof. Dr. Alyona BALTABAYEVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
Prof. Dr. Akmaral SARGIKBAEVA, Al Farabi Kazak Milli University
Prof. Dr. Amanbay MOLDİBAEV, Taraz Devlet Üniversitesi
Prof. Dr. Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA Kırgızistan Devlet Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Cihan COBANOGU, University of South Florida Sarasota-Manatee
Prof. Dr. Çağlar ÖZEL, International Cyprus University TRNC
Prof. Dr. Emin CİVİ, University of New Brunswick, Canada
Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia
Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando
Prof. Dr. Gulmira ABDİRASULOVA Kazak Kızlar Devlet Pedagoji Üniversitesi
Prof. Dr. Harun ŞEŞEN, European University of Lefke TRNC
Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Imran HAFEEZ, GC University, Pakistan
Prof. Dr. Janusz Slodczyk, Opole University, Poland
Prof. Dr. Latigina NATALYA Shevçenko Devlet Üniversitesi
Prof. Dr. Lile TANDİLAVA Shota Rustaveli Üniversitesi
Prof. Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, Serbia
Prof. Dr. Latigina NATALYA, Shevçenko Devlet Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof. Dr. Lile TANDİLAVA, Shota Rustaveli Üniversitesi
Prof. Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, SERBIA
Prof. Dr. Luis V. Casaló Ariño, Universidad de Zaragoza, Spain
Prof. Dr. Mijalce GJORGIEVSKI, University of Tourism and Management in Skopje
Prof. Dr. Mustafa İLKAN, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Nadejda HAN, Karaganda Devlet Üniversitesi
Prof. Dr. Noufissa El Moujaddidi, Mohamed V University - Rabat. Morocco

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof. Dr. Patrizia ZAGNOLI, Università degli Studi Firenze Italy
 Prof. Dr. Pece NEDANOVSKI, Ss. Cyril and Methodius University, Republic of Macedonia
 Prof. Dr. Rajendra PATIL, University of Mumbai, India
 Prof. Dr. Salih Turan KATIRCIOĞLU, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof. Dr. Sami FETHİ, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof. Dr. Savo ASHTALKOSKI, FON University, Republic of Macedonia
 Prof. Dr. Salaheddin ABOSEDRA, Emirates American University
 Prof. Dr. Selyutin Vlademir DMITRIYEVICH, Oryol State University
 Prof. Dr. Slagjana STOJANOVSKA, Integrated Business Faculty, Macedonia
 Prof. Dr. Tarek Abdellatif, University of Supetech, Tunis
 Prof. Dr. Tofiq ABDÜLHASANLİ, Azerbaijan Devlet İktisat Üniversitesi
 Prof. Dr. Zarylbek KUDABAEV, American University of Central Asia Kırgızistan
 Prof. Dr. Zhakipbek ALTAEV Al Farabi Kazak Milli Üniversitesi
 Prof. Dr. Zharkynbike SULEIMENOVA, Kazhak Kızlar Devlet Pedegoji Üniversitesi
 Assoc. Prof. Dr. Ali ÖZTÜREN, Eastern Mediterranean University TRNC
 Assoc. Prof. Dr. Anas Aloudat, American University in the Emirates, UAE
 Assoc. Prof. Dr. Biljana CHAVKOSKA, International Balkan University, Macedonia
 Assoc. Prof. Dr. Carlos Orús Sanelemente, Universidad de Zaragoza, Spain
 Assoc. Prof. Dr. Daniel Belanche Gracia, Universidad de Zaragoza, Spain
 Assoc. Prof. Dr. Deniz İŞÇİOĞLU, Eastern Mediterranean University TRNC
 Assoc. Prof. Dr. Doriana DERVISHI, University of Tirana, Albania
 Assoc. Prof. Dr. Ferruh TUZCUOĞLU, Azerbaijan Devlet İktisat University
 Assoc. Prof. Dr. Gadaf REXHEPI, South East European University
 Assoc. Prof. Dr. Gözde İNAL KIZILTEPE, European University of Lefke TRNC
 Assoc. Prof. Dr. İlhan DALCI, Eastern Mediterranean University TRNC
 Assoc. Prof. Dr. Ljupcho EFTIMOV, Ss Cyril and Methodius University in Skopje, Macedonia
 Assoc. Prof. Dr. Madalina-Teodora ANDREI, Spiru Haret University, Bucharest, Romania
 Assoc. Prof. Dr. Mahir Hamidov AMEA Z. Bünyadov Serqşünaslıq İnstitut, Azerbaijan
 Assoc. Prof. Dr. Melih MADANOGLU, Florida Atlantic University US
 Assoc. Prof. Dr. Minura Lucia NACHESCU, West University of Timiosara Romania
 Assoc. Prof. Dr. Phouphet KYOPHILAVONG, National University of Laos
 Assoc. Prof. Dr. Slavcho CHUNGURSKI, FON University - Skopje, Macedonia
 Assoc. Prof. Dr. Țarcă Naiana NICOLETA, University of Oradea, Romania
 Assoc. Prof. Dr. Vasilis Leontitsis Brighton University, UK İngiltere
 Assoc. Prof. Dr. Vătuțiu TEODORA, Universitatea Titu Maiorescu - București, Romania
 Asst. Prof. Dr. Ahmad ALBATTAT, Ammon Applied University, Kazakhstan
 Asst. Prof. Dr. Aktolkin ABUBAKIROVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Asst. Prof. Dr. Ali BAVİK, University of Otago, New Zealand
 Asst. Prof. Dr. Amjad AMIN, University of Peshawar, Pakistan
 Asst. Prof. Dr. Aviral Kumar TIWARI, IBS/IFHE Hyderabad, India
 Asst. Prof. Dr. Aynur GAZANFERKIZI, Bakü Euroasian University, Azerbaijan
 Asst. Prof. Dr. Azamat MAKSÜDÜNOV, Kyrgyz-Turkish Manas University
 Asst. Prof. Dr. Belal SHNEIKAT, University of Kyrenia TRNC
 Asst. Prof. Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV, Kyrgyz-Turkish Manas University
 Asst. Prof. Dr. Eliann (Eli) R. CARR, Psychology College of Arts Sciences Heritage University
 Asst. Prof. Dr. Ece MÜEZZİN, Cyprus Social Sciences TRNC
 Asst. Prof. Dr. Dinmukhamed KELESBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan

Asst. Prof. Dr. Faisal RANA, Effat University, KSA
 Asst. Prof. Dr. Hamzah ELREHAIL, American University in the Emirates
 Asst. Prof. Dr. Hamed MAHADEEN, Applied Science University, Jordan
 Asst. Prof. Dr. İbrahim ALSINI, King Abdulaziz University
 Asst. Prof. Dr. Ibrahim HARAZNEH, Middle East University, Jordan
 Asst. Prof. Dr. Jana ILIEVA, University of Tourism and Management in Skopje
 Asst. Prof. Dr. Kubilay GOK, Winuna University, US
 Asst. Prof. Dr. Ljubisa STEFANOSKI, International Balkan University, Macedonia
 Asst. Prof. Dr. Mahlagha DARVISHMOTEEVALI, Near East University TRNC
 Asst. Prof. Dr. Mohamed SHAMOUT, American University in the Emirates
 Asst. Prof. Dr. Mohammad Fahmi AL-ZYOUN, Al -Ahliyya Amman University, Jordan
 Asst. Prof. Dr. Muhammad ASIF, Science and Information Technology Uni., Pakistan
 Asst. Prof. Dr. Muhammad Razzaq ATHAR, Arid Agriculture University, Rawalpindi
 Asst. Prof. Dr. Murad Abdurrahman BEIN, Cyprus International University TRNC
 Asst. Prof. Dr. Nazarbayev KARİMOV, Khazar University/Bku-Azerbaijan
 Asst. Prof. Dr. Nuran ÖZE, Near East University TRNC
 Asst. Prof. Dr. Olusegun A. OLUGBADE, European University of Lefke TRNC
 Asst. Prof. Dr. Raad Meshall AL-TALL, Jadara University, Jordan
 Asst. Prof. Dr. Raouf JAZIRI, University of Jeddah, Kingdom of Saudi Arabia
 Asst. Prof. Dr. Suhail Mohammad GHOUSE, Dhofar University, Oman
 Asst. Prof. Dr. Seyil NAJIMUDINOVA, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
 Asst. Prof. Dr. Tolga GÖK, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
 Asst. Prof. Dr. Ülku TOSUN, Cyprus Social Sciences University TRNC
 Asst. Prof. Dr. Umar HAYAT, Quaid-i Azam University, Pakistan
 Asst. Prof. Dr. Vesna Stanković Pejnović, Institute of Political Studies, Belgrade, Serbia
 Dr. Abolfazi NAJI, Shhre Rey Azad University, Iran
 Dr Choo Ling SUAN, University Utara, Malaysia
 Dr. Denisa MAMİLLO, European University of Tirana
 Dr. Dinuca Elena CLAUDIA, Titu Maiorescu University Bucharest, Romania
 Dr. Grzegorz ZAJAC, Jagiellonian University, Polonya
 Dr. Ilir REXHEPI, AAB Collage, Prishtina Kosovo
 Dr. Jantore JETIBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Dr. Jason LAM, Multimedia University, Malaysia
 Dr. Khaled Jamal MEGDADI, Counsellor to the Director-General for Communication and Public Relations National Resources Investment, Amman-Jordan
 Dr. Maher Ahmad ALATAILAT, Girne American University, Cyprus
 Dr. Matanat AMRAHOVA, Azerbaijan Devlet İktisat Üniversitesi UNEC
 Dr. Elena RADICCHI, Università Degli Studi Firenze, Italy
 Dr. Sabit BAYMAGANBETOV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Dr. Sakher ALNAJDAWI, Amman Arab University, Jordan
 Dr. Sia Bik KAI, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia
 Dr. Steven Chong Shyue CHUAN, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia
 Dr. Tee Lain TZE, Universiti Kebangsaan, Malaysia
 Dr. Ulanbek ALİMOV, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

PEER REVIEW COMMUTTEE

Assoc. Prof. Dr. Ali CAN, Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Ali Murat ALPARSLAN, Mehmet Akif Ersoy University
Assoc. Prof. Dr. Bahattin KARADEMİR, Çukurova University
Assoc. Prof. Dr. Battal YILMAZ, Ahi Evran University
Assoc. Prof. Dr. Didem RODOPLU ŞAHİN, Kocaeli University
Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ, İzmir Demokrasi University
Assoc. Prof. Dr. H.Ebru Erdost Çolak, Ankara University
Assoc. Prof. Dr. Ebru GÜNEREN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Assoc. Prof. Dr. Efe EFEÖĞLU, Adana Bilim Teknoloji University
Assoc. Prof. Dr. Emin SÜEL, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Erdoğan KAYGIN, Kafkas University
Assoc. Prof. Dr. Erkan Turan DEMİREL, Fırat University
Assoc. Prof. Dr. Ertuğrul YILDIRIM, Bülent Ecevit University
Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ, Marmara University
Assoc. Prof. Dr. Figen AKÇA, Uludağ University
Assoc. Prof. Dr. Hakan TUTGUT, Başkent University
Assoc. Prof. Dr. Hayrettin ZENGİN, Sakarya University
Assoc. Prof. Dr. Hüseyin GÜLER, Çukurova University
Assoc. Prof. Dr. Hüseyin KOÇAK, Afyon Kocatepe University
Assoc. Prof. Dr. Hüseyin ÜNLÜ, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. İbrahim DURAK, Pamukkale University
Assoc. Prof. Dr. İbrahim ŞAHİN, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. İrge ŞENER, Çankaya University
Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Köksal HAZIR, Toros University
Assoc. Prof. Dr. Korhan KARCIOĞLU, Nevşehir Hacı Bektaş University
Assoc. Prof. Dr. Leyla BAHAR, Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Lütfi ARSLAN, İstanbul Medeniyet University
Assoc. Prof. Dr. Mahmut HIZIROĞLU, Ankara Sosyal Bilimler University
Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ, Hacettepe University
Assoc. Prof. Dr. Mehmet İNCE, Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Melih SALMAN, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Munise ILIKKAN ÖZGÜR, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ, İstanbul Ticaret University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa BÜTE, İstanbul University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. Müjdat AVCI, Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Neslihan DERİN, İnönü University
Assoc. Prof. Dr. Nihat GÜLTEKİN, Harran University
Assoc. Prof. Dr. Nilsun SARIYER, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc. Prof. Dr. Oğuz KUTLU, Çukurova University
Assoc. Prof. Dr. Ömer Okan FETTAHLIOĞLU, Sütçü İmam University
Assoc. Prof. Dr. Ömer TUNÇ, Süleyman Demirel University
Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, İnönü University
Assoc. Prof. Dr. Recep ÇİÇEK, Niğde Ömer Halisdemir University
Assoc. Prof. Dr. Seçil FETTAHLIOĞLU, Sütçü İmam University
Assoc. Prof. Dr. Sema POLATÇI, Gaziosmanpaşa University
Assoc. Prof. Dr. Selçuk PEKER, Necmettin Erbakan University

Assoc. Prof. Dr. Semih SORAN, Özyeğin University
Assoc. Prof. Dr. Serap ÇOBAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Assoc. Prof. Dr. Serkan DİRLİK, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc. Prof. Dr. Sevtap SARIOĞLU UĞUR, Uşak University
Assoc. Prof. Dr. Suat BEGEÇ, Türk Hava Kurumu University
Assoc. Prof. Dr. Tarık SEVİNDİ, Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Vedat BAL, Manisa Celal Bayar University
Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ, Abant İzzet Baysal University
Assoc. Prof. Dr. Yunus DEMİRLİ, Abant İzzet Baysal University
Assoc. Prof. Dr. Zekeriya NAS, Van Yüzüncü Yıl University
Asst. Prof. Dr. Omar Khalid Bhatti, Antalya Bilim University
Asst. Prof. Dr. Ahmet ÇAKIROĞLU, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Ali Kerim ÖNER, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Aral Gökçen NOYAN, İstanbul Yeniüzyıl University
Asst. Prof. Dr. Ayben KOY, İstanbul Ticaret University
Asst. Prof. Dr. Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ, Selçuk University
Asst. Prof. Dr. Bengü HIRLAK, Kilis 7 Aralık University
Asst. Prof. Dr. Bilge AKSAY, Adana Bilim ve Teknoloji University
Asst. Prof. Dr. Bora YILDIZ, İstanbul University
Asst. Prof. Dr. Cemil SÜSLÜ, İskenderun Teknik University
Asst. Prof. Dr. Ertuğrul KARAKAYA, Kırıkkale University
Asst. Prof. Dr. Ercan ÇİÇEK, Mersin University
Asst. Prof. Dr. Esra Gökçen KAYGISIZ, Giresun University
Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Hitit University
Asst. Prof. Dr. M.Faruk ÖZÇINAR, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Fikret ATEŞ, Başkent University
Asst. Prof. Dr. Güzin KIYIK KICIR, Anadolu University
Asst. Prof. Dr. Gülbahar KARABULUT, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Fatih Sultan Mehmet University
Asst. Prof. Dr. Hatice AĞCA, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Hüseyin KOÇARSLAN, Selçuk University
Asst. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN, Niğde Ömer Halisdemir University
Asst. Prof. Dr. İsmail GÖKDENİZ, Kırıkkale University
Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Mustafa KARABACAK, Selcuk University
Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA, İnönü University
Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA, Karamanoğlu Mehmetbey University
Asst. Prof. Dr. Nilay KÖLEOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart University
Asst. Prof. Dr. Nurullah UMARUSMAN, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Selva STAUB, Bandırma Onyedi Eylül University
Asst. Prof. Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL, İstanbul University
Asst. Prof. Dr. Vasıf ABİYEV, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Serap TAŞKAYA, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Vesile ÖZÇİFÇİ, Aksaray University
Asst. Prof. Dr. Yücel EROL, Gaziosmanpaşa University
Asst. Prof. Dr. Zafer ADIGÜZEL, İstanbul Medipol University
Asst. Prof. Dr. Zeki UÇAR, Bitlis Eren University

CONTENTS

	Page
Presentation	2
Thanks to	3
Institutions of the Authors	4
Congress Program	6
Advisory Board	27
Organising Committee	28
Scientific Committee	29
Peer review Commuttee	33

Name of Paper Author(s)	
Covid- 19 Salgın Döneminde Yalın Girişimcilik Uygulamaları – Asst. Prof. Dr. Duygu HİDİROĞLU	44
Koronavirüs Döneminde Kriz Yönetimi ve Stratejik Liderlik – Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Assoc. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU	45
Çalışanların Esnek Çalışma Sistemlerine İlişkin Tutumlarının Sosyo-Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: Covid-19 Sürecine Bir Bakış – Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN, Inst. Dr. Hüseyin ÇİÇEKLİOĞLU, İrem Dilara BOZKURT	46
Covid-19 Bağlamında Çalışanların Yenilikçilik Düzeyleri ve Çevrimiçi Öğrenme Düzeyleri Arasındaki İlişki - Asst. Prof. Dr. Ali GÜRSOY, Eda Görkem AKKUŞ	47
Covid-19 Pandemisi Sonrası Sürdürülebilir Toplumlar: Toplum 5.0 – Gonca DEMİREL, Ebru ÖDEN, Assoc. Prof. Dr. İlknur KUMKALE	48
Covid-19 Pandemi Döneminde Kamu Çalışanları Açısından Açıkça Konuşma Davranışının Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkileri: Yönetmelik Takdirin Düzenleyici Rolü – Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Yeşim TÖMEK, Fatmanur ONAY, Elif Gökçe GÜNEŞ	50
Covid-19 and Bangladesh: Threat of Unemployment in the Economy - Sonia AKTER	52
Hazcı ve Faydacı Tüketim Bağlamında Pandeminin Tüketici Tercihlerine Etkisi – Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Asst. Prof. Dr. Arif YILDIZ	53
Tüketicilerin Turizm Tercihlerinde COVID-19'un Etkisi - Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Asst. Prof. Dr. Burhanettin UYSAL, Res. Assist. Ebrar ULUSINAN	54
Küresel Salgınlarda Para Taşıma Hizmetlerinde Operasyon Yönetimi – Doğu AKSOY, Assoc. Prof. (PhD) Suat BEGEÇ	55
Covid-19 Pandemi Sürecinde Tüketicilerin Ürün Stoklama Davranışları: Planlı Davranışlar Teorisi Kapsamında Türkiye Pazarında Bir İnceleme – PhD. Candidate Mert İNAL, PhD. Candidate Nazlı ÖZEL, Prof. Dr. Sima NART	56
Covid - 19 Pandemi Sürecinin Sosyal Sorumlu Tüketici Davranışlarına Etkileri – PhD. Candidate Nazlı Gamze ÖZEL, PhD. Candidate Mert İNAL, Prof. Dr. Sima NART	57
Covid - 19 Salgını Sonrası Havayolu Taşımacılığında Tüketici - Beklentilerinin Değerlendirilmesi – Asst. Prof. Dr. Hacer Neyir TEKELİ, Dr. Sezgi GEDİK ARSLAN, Asst. Prof. Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL	58
Covid- 19 Kapsamında Havaalanlarında Alınan Tedbirlerin Terminal Güvenlik Süreçlerine Etkisi: Milas-Bodrum Havalimanı'nda Bir Uygulama - Inst. Bilgehan ÖZKAN, Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ	59
Türkiye’de Kadın Girişimci Yazını: Pandemi Öncesi Görünüm (1996 -2020) – Asst. Prof. Dr. Hatice BAYSAL	60
Covid-19 Sürecinde Türkiye’de Vergi Tedbirlerinin Değerlendirilmesi – Assoc. Prof. Dr. Mutlu YORULDU	61
Covid 19’un Girişimcilik Ve Pazarlamaya Etkilerine İlişkin Kavramsal Bir Çalışma – Dr. Faculty Member Cihat KARTAL, Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL, Lecturer Kübra SAĞLAM	62
Covid-19 Salgın Sürecinde Mesleki Tükenmişliğin Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması - Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK, Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ	63

The Impact of COVID-19 Pandemic on Diplomacy - Dr. S. Barış GÜLMEZ	65
Covid-19 Sürecinde Marka Logolarındaki Değişim – Asst. Prof. Dr. Fatma GÜL, BİLGİNER ÖZSAATCI	66
Covid-19 Salgınında Televizyonda Yayınlanan Reklamların İzleyici Algısına Etkisi – Asst. Prof. Dr. Gülşah SARI, Asst. Prof. Dr. Rengim SİNE NAZLI	67
Girişimcilik Temalı Çalışmalar: Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi Örneği – Dr. Mehmet KAPLAN, Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN	69
Ekonomik ve Sosyal Girişimcilik Bağlamlarında Osmanlı Dönemi Vakıflarını Çözümlemek – Assoc. Prof. Dr. Fatma ŞENSOY	70
Bilgi Paylaşımının Bireysel Yenilikçi Davranış ve Performans Üzerine Etkileri: Bir Alan Araştırması – Prof. Dr. Salih YEŞİL, Vahit KIZILTOPRAK, Başak ŞITAK	71
Yenilikçi İş Davranışının Öncüllerine İlişkin Bir İnceleme – Master's Student Mehmet Ali İPEK, Asst. Prof. Dr. Mustafa CANBEK	72
İşletmelerin İnovasyon Yeteneklerinin Geliştirilmesinde ve Yeni Ürün Başarısında Mesleki ve Kişisel Gelişim Eğitimlerinin Etkisi - Assoc. Prof. Dr. Zeliha TEKİN	74
İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma – Prof. Dr. Himmet KARADAL, Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM	76
Duygusal Zekâ ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Özel Sektör Çağrı Merkezlerinde Bir İnceleme – Dr. Faculty Member Cihat KARTAL, Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL, Lecturer Kübra SAĞLAM	77
Girişimci Gazeteciler ve Yeni Gelir Modelleri - Sevim ERGÜN, PhD. Student	79
Girişimci Esnekliği Üzerine Kuramsal Bir İnceleme - Dr. Yasemin GÜLBAHAR	80
Kadın Girişimcilik Dinamiklerine Demografik Özellikler Açısından Bir Bakış – Prof. Dr. İsmail BAKAN, Başak ŞITAK	81
Bir Girişimci Olarak Teknoloji ve Bilim Parkı: Teknopark Değer Önerisi Firmalar için Değerli mi? – Asst. Prof. Dr. Anıl Savaş KILIÇ	82
Ticari Havalimanı Modelinde Havacılık Dışı Gelirler – Asst. Prof. Dr. Hakan RODOPLU, Res. Asst. Demet DAĞLI	83
Kişilik Tiplerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi - Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Mustafa YAPAN	84
Motivasyonları ve İş Fikirleri Kaynağı Bağlamında Hibrit Girişimcilik – Dr. Mehmet KAPLAN, Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN	85
Yenilikçilik Davranışı ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi: Kamu Özel Sektör Karşılaştırması – PhD Student Salih SERBEST, Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL	86
Kadın Girişimciliğin Teşvikinde Sinemanın Rolü: Bir Film İncelemesi – Asst. Prof. Dr. Hatice BAYSAL, Asst. Prof. Dr. Şefika ÖZDEMİR	87
The Importance of the Chamber of Commerce and Industry in the Development of Internal in Entrepreneurship Companies- Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Dr. Emre NALÇACIGİL, Dr. Ahmet GÖZEN	89
Entrepreneurship for Digital Technologies in Healthcare A Field Study in Emerging Markets Based on User Insights - Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ	90
Vergileme Tekniğinin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Türk Vergi Hukuku Sisteminin Analizi – Asst. Prof. Dr. M. Ali AKKAYA	91
An Investigation Into The Management Of Change In Private Sector Healthcare Organisations In Bangladesh: A Mixed Method Inquiry Based On The Implementation Of A New Framework To Support Healthcare Organisations - Dr. Ali AHMAD	92
Development and Understanding to Overcome Internationalisation Challenged by Small and Medium Sized Enterprises in Cameroon's - Becky FORBIN	93
Örgüt Kültürünün İnovasyona Etkisi – Res. Assit. Feyza AKGÜN	94
Türk Tarihinde Peyzaj Mimarlığı - Eylem AKGÜL YALÇIN, Pınar AYRANCI	95
How to Teach Sustainable Entrepreneurship? A Proposal for Higher Education – Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR	95
Innovative Reforms in the Field of Public Administration of the Republic of Azerbaijan – Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU	97

3-6 Yaş Çocukların Öğretmen Ve Ebeveynlerinin Çocuk Kitabı Seçiminde Dikkat Ettikleri Ölçütlerin İncelenmesi – Yrd. Doç. Dr. Serdal İŞIKTAŞ, Sedef KERESTECİ, Tuğçe YÜCEBAY, Ferdiye ŞAHMARAN	98
Ortaöğretim 12. Sınıf Öğrencilerinin Atom Kavramına Yönelik Zihinsel Modellerinin İncelenmesi – Nergis SARIDAŞ, Prof. Dr. Yasin ÜNSAL	99
Fizik Öğretmenlerinin Derslerinde Akran Öğretimi Tekniğinin Kullanımına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi - Gülsüm SAYIN, Prof. Dr. Yasin ÜNSAL	100
Kriz Yönetimi Bağlamında Covid-19 Salgınının Eğitim Sistemine Etkileri Ve Alınan Tedbirler Üzerine Bir İnceleme - Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA, Prof. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT	102
Relational governance, organizational unlearning and learning: Implications for performance outcomes – Dr. Volkan YENİARAS	103
Pazarlama Meslek Elemanları: İŞKUR İş İlanlarının İncelenmesi - Dr. Bahar GÜRDİN	104
Korona Virüs Sürecinde Algılanan Örgütsel Adaletin Çalışanlarda İşe Yabancılaşma Düzeyine Etkisi – Asst. Prof. Dr. Ergün KARA, Ceren ÇELİK, Birsan KOÇAK	105
Kuşaklar Bağlamında GSM Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Muğla İlinde Bir Araştırma - Uğur DAMGACI, Assoc. Prof. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ	106
Dijital Okuryazarlığın Pazarlamada Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme – Ress. Asist. Dr. Cevat SÖYLEMEZ	107
Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi ve Tüketim Toplumu Bağlamında Geçmişten Günümüze Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık - Dr. Kemal EKER	108
Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyet Alanları, Örgüt Kültürü ve Liderlik Stilleri Arasındaki İlişkiler - Şerife Tuğçe DOĞAN, Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ ELMALI	110
Asya Tipi Devlet – Piyasa İlişkileri: Japon Keiretsular - Ress. Asist. Dr. Mehmet ŞAHİN	112
Transformation Leadership: From Traditional to Secular in Democratic of Political local – Lecturer Nurul Azizah	113
Çeviri Tarihimizdeki İlk Kurumsal İzler - Dr. Inst. Sıla MUTLU	114
Avrupa Birliği’nde Dijital Oyunlara Yönelik Düzenlemeler ve Türkiye’deki Mevcut Durum – Asst. Prof. Dr. Tülin SEPETCİ	115
Sorunları Algılama Biçimi: Aksaray Örneğinde Bir İnceleme - Celil ACAR, Fatih VURGUN	116
Eklektik Paradigma Perspektifinde Yetenek Avcılığı ve Yetenekleri Elde Tutma Dinamiklerine İlişkin Bir Uyarılma - Nur BEDER	118
Açık Veriye Dayalı Bilginin Yönetilmesi - Dr. Orhan ALAV	119
Engelli Bireylere Sunulan Bakım Hizmeti Modelleri - Psikolog Duygu YÜCEL	121
The Symbolism/Conceptualism of Communication between God/Christ-Mary and Imperial Figures in Byzantine Art - Asst. Prof. Dr. İlgül KAYA ZENBİLCİ	122
Otizmlili Bireylerin İstihdamı: Otistik Çocuğu Olan Aileler Üzerine Nitel Bir Araştırma – Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU, Res. Asst. Ömür KILINÇARSLAN	124
Kurumsal Performansı Arttırma Döngüsü Olarak Balance Scorecard ile Entegre Edilmiş Faaliyet Tabanlı Bütçeleme Modeli - Prof. Dr. Orhan ELMACI, Asst. Prof. Dr. Kadir TUTKAVUL	125
Sürdürülebilirlik Perspektifinde Maliyet Azaltma Yöntemleri Üzerine Literatür Taraması ve Değerlendirilmesine Yönelik Betimsel Bir Çalışma – Prof. Dr. Orhan ELMACI, Asst. Prof. Dr. Kadir TUTKAVUL	126
Çimento Sektörüne Yönelik Hisse Senedi Temettü Ödemelerini Belirleyen Etkenlerin Panel Veri Analizi Kullanılarak İncelenmesi - RA Tutku ÜNKARACALAR	128
Kurumsal Yönetim Performansı ve Marka Performansı Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Örneği – Assoc. Prof. Dr. Mine AKSOY	129
Küresel Ekonomik Dönüşüm ve Asya Altyapı Yatırım Bankası’nın Türkiye’deki Projeleri – Asst. Prof. Dr. Seçkin KÖSTEM	130
Kıbrıs’ta Annan Planı Süreci ve Psiko Ekonomik Etkileri - Dr. Turgül TOMGÜSEHAN	131
Yüksek Düzey Yöneticilerin Ödenekleri ve Firma Performansı İlişkisi – Asst. Prof. Dr. Duygu HİDİROĞLU	132
İş Güvencesi İstihdam Açısından Bir Engel Midir? Türkiye Örneği - Dr. Semih Serkant AKTUĞ	133

Türkiye'nin Yeni Bütçe Sistemi: Program Bazlı Performans Bütçe Sistemi – Assoc. Prof. Dr. Zuhul ERGEN	134
Türkiye'nin İşsizlik Problemi Ve İşsizlik Sigortası Fonu Uygulaması Assoc. Prof. Dr. Zuhul ERGEN	135
Financial Education for students by effective measures of the Reserve Bank of India – Suresh G, Research Scholar	136
Financial Literacy- the essential skill to enhance well being of the students (A review of earlier studies) - Suresh G, Research Scholar	137
Impact on Economic Growth of Human Capital and Internet Usage: Regional Analysis – Lect. Gülcan GÜZEL	138
Impact on The Airline Companies of Economic Indicator the Case of Turkey – Lect. Gülcan GÜZEL, Lect. Ümit AYDIN	139
Yabancı Turistlerin Konaklama Tercihlerini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi: Dalyan Örneği – Meltem METE, Assoc. Prof. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ	140
Azerbaycanda Kamu Hizmeti Yönetimini İyileştirme Yöntemi: Verimli Yönetim -PhD Student Muradov İsmayıl	141
Sosyal Bilimler Araştırmaları ve Etik Bağlamında Bilgilendirilmiş Onam – Asst. Prof. Dr. Emine Mediha SAYIL	143
Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Koç Holding Üzerine Bir İnceleme – Res. Assist. Nazlı TÜRKER, Asst. Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM	144
Kuhn'u Anlaşılr Kılmak: Bilimin İlerleme Tarzı Hakkında Daha Önce Ele Alınanlardan Farklı Bir Sıralamaya Ulaşmak Mümkün mü? - Asst. Prof. Dr. Ekin AKDENİZ	145
Dünya Kültür Mirası Listesi'ne Kayıtlı Avrupa Neolitik Dönem Yerleşimleri Işığında Çatalhöyük için Ziyaretçi Yönetim Planı Önerileri - H. Ufuk KORKMAZ	146
A Study on Role of the Job Burnout on the Relationship between Perceived Instrumental Climate and Turnover Intention - Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN, Kujtim HAMELİ	147
İşletmelerde Yalın Altı Sigma: Bir Alan Araştırması – Fahrettin AKGÜL, Msc Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ	148
Yumuşak ve Sert Güç Kaynaklarının Kullanımının Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Türkiye'den Bir Örnek - Asst. Prof. Dr. Murat BOLELLİ	149
X ve Y Kuşağı Çalışanlarının Bireysel Yenilik Davranışlarının Karşılaştırılması: Bişkek Yiyecek Ve İçecek Firmaları Örneği - Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ	151
Örgütsel Sessizlik ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin Birliktelik Kuralları Analizi ile Yeniden Değerlendirilmesi - Asst. Prof. Dr. Volkan YÜNCÜ, Lect. Üzeyir FİDAN	153
Sınır Ötesi Terörle Mücadele İle İlgili Olaylar ve Beklenmedik Politik Krizlerin Ulaştırma Endeksine Etkisi – Emre YALÇIN, Asst. Prof. Dr. Z. Oğuz SEÇME	154
Duygusal Sermayenin Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi – Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Yasemin HOCAOĞULLARI	155
Örgüt Kültürü İle Mobbing Arasındaki İlişki: Farklı Sektör Çalışanlarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma - Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Nesrin YÜCE	156
Safety Model Report on the Smart City: Suggestion to a Software – Nina AALAMİ, Sinan ÜNLÜ, Asst. Prof. Dr. Savaş Selahattin ATEŞ	157
Safety Culture: Maintenance Bag and Hand Tools Usage Tendency – MHD. Noor HAYEK, Asst. Prof. Dr. Savaş Selahattin ATEŞ, Esat ÖZZAİM	158
Girişimcilerin Kriz Algısı ve Kriz ile Başa Çıkma Stratejileri – Asst. Prof. Dr. Gözde MERT, Telat ALAN	159
The Legacy of the British Trans-Himalayan surveys (1774-1865): A natural curiosity or an early Imperialist Ambition? - Souvik DASGUPTA, PhD Research Scholar	160
Small and Medium Enterprises (SMEs) E-brands and Multiple E-Marketing Channels to Dominate Global Ecommerce Industry - Showkat AKASH	161
The Influence Of Servant Leadership Strategy On Maximizing The Organization Performance: The Case Of Luxury Retail Chains in The UK - Ibtissam MAAZOUZ	162
Exploring the Dark Sides of Customer Relationship Management - Samjhana HUMAGAIN	163

The Impact of Uzbekistan Government Policies on SME Development and Surviving – Kamilla MUSTAEVA (DBA Researcher)	165
Psikolojik Sermayenin Örgütlerde Ölçülmesine Yönelik Mersin Büyükşehir Belediyesinde Bir Uygulama – Exp. Mesut ERSİN, Asst. Prof. Dr. Ahmet Turan ÖZTÜRK	166
Social Media and Festival Revisiting Intention on Badagry Door of Return Festival Quality in Nigeria: The Application of Social Identity Theory – Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Ph.D Candidate Maryam Abdullahi, Ph.D Candidate Tuğrul Günay	167
Bir Hayatta Kalma Mücadelesi: Derin Teknoloji Girişimleri - Asst. Prof. Dr. Cem DURAN	168
What If BA Students Studying at the Faculty of Tourism Don't Have Advanced Writing Skills in English Classes; Pros and Cons of Advanced Writing Skills in the views of BA Students - Mehmet Veysi BABAYİĞİT, Asst. Prof. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN	169
Do Students of Tourism Have Enough Awareness for Expressions in EOP (English for Occupational Purposes) via learner autonomy? - Mehmet Veysi BABAYİĞİT, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Asst. Prof. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI	170
Oksijen ve Pandemi İlişkisi - Merve ERTEM	171
Sürdürülebilir Havayolu Ulaşımının Yaratıcı Turizm Üzerindeki Etkisi – Instructor S. Oya IŞIKÇI, Instructor Mesut ÖZTIRAK, Instructor Tuvana EROLTU	172
Havayolu Sektöründe Geleneksel ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Uygulamalarının Karşılaştırılması: Analitik Bir İnceleme - Assoc. Prof. Dr. Yaşar KÖSE	174
Konya İlinde Faaliyet Gösteren 4 ve 5 yıldızlı Otel İşletmelerinde Kapasite Yönetimi Stratejilerinin Belirlenmesi ve Bir Uygulama - Dr. Mesut Murat ADABALI	175
Marka İletişimi Bağlamında Havayolu Şirketlerinin Logolarına Yönelik Bir İnceleme – Res. Assist. Dr. Arzu KALAFAT ÇAT, Inst. Bahar AKBULAK	176
"Yeni Normal"in Yerel Basına Yansımaları - Res. Assist. Dr. Arzu KALAFAT ÇAT	177
Bilgisayar Oyunlarındaki Olumsuz İçerikler: GTA 5 Örneği - Selami ÖZSOY, Sedat ÜSTÜNOVA	178
Kozmetik Reklamlarındaki Cinsiyet Roller - Asst. Prof. Dr. Nuri Paşa ÖZER	179
Türk Mutfağı İçin Standart Reçete Önerisi – Lecturer Ceyhan UÇUK, Assoc. Dr. Nilufer SAHİN PERCİN	180
Eczacılık Mesleğinde Kariyer Yollarının Belirlenmesi: Literatür Taraması ve Yarı Yapılandırılmış Mülakat Yöntemi ile Yapılan Bir Çalışma - Abdulkadir İLÇEKTAY, Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK	182
Otizmli Bireylerin İstihdamı: Otistik Çocuğu Olan Aileler Üzerine Nitel Bir Araştırma – Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEOĞLU, Res. Asst. Ömür KILINÇARSLAN	184
Dijital ve Çevik Örgüt Kültürü Ölçeğinin Geliştirilmesi - Asst. Prof. Dr. Bora COŞAR	185
The Power of Personal Branding - Asst. Prof. Dr. Ashmi CHHABRA	186
Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Kütüphanelerine Devlet Bakımı – Res. Asst. Nilufer AGAYEVA, PhD. Student	187
Rusya'nın Dış Politikasının Kavramsal Temelleri - Assoc. Prof. Dr. Nafise REHİMOVA	188
Kaydı Para Sistemi ve Sorunları- Alp CAMİZ, PhD. Student	189
İktisadi Büyüme Yenilenebilir Enerji Tüketimi ve CO2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Analizi: ABD Örneği (1980-2018) - PhD Student İbrahim AYTEKİN	191
Enerji Savaşlarının Ekonomi Politikası: Doğu Akdeniz Örneği - PhD Student İbrahim AYTEKİN	192
Dijital Dönüşümün İşgücü ve Meslekler Üzerindeki Etkileri - Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK	193
Strategic Human Resource Management in London Hotels: Challenges Faced by Top Management of London Hotels in Developing and Implementing Training and Development Programmes for Employees in Line with the Organisational Strategy - Sahas TANDON, Dr Rajendra KUMAR	194
The Effects of Promotional Activities on Patient Satisfaction: A Research in the Private Health Sector – Dr. Gülay TAMER	195
Bolşevik Döneminde Sovyet Rusyası İle Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Arasındaki İlişkiler – Docent Leman QARAYEVA	196
Organization of Control System In Public Administration In Modern Age - Khatai SALMANOV	198
İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Mevzuatının Örnek Olay Yargı Kararları Bağlamında İrdelenmesi – Asst. Prof. Dr. Gül GÜN, Judge Burcu GÜN EVİN	199
Vahşi Depolama ve Sıfır Atık Yaklaşımı Ekseninde Katı Atık Yönetiminin Geçirdiği Dönüşümler – Asst. Prof. Dr. Muhammed Yunus BİLGİLİ	200

Yaratış Teorisi Allah ve Yaratması - Nihat ÇELİKTAŞ	201
Popüler Kültür Bağlamında Instagram Uygulaması ve Kitap Okuma Challenge Örneği – Inst. Seçil DÜZTEPE, Res. Asst. Esin SERİN	202
Toplumsal Değerlerin Dönüşümünde Sosyal Medyanın Etkisi: TikTok Örneği - Asst. Prof. Dr. Enes BAL	203
Türkiye’de 1950 Öncesi Film Dağıtım Sisteminin Kısa Bir Değerlendirmesi – Asst. Prof. Dr. Derya ÇETİN	205
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Alternatif Bir Finansman Aracı Olarak Kitle Fonlaması – Dr. Güzhan GÜLAY, Abdurrahman KILIÇ, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ	206
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Bankacılık Alanında Hizmet Kalitesi Algısı ve Müşteri Memnuniyet Algısının Ampirik Analizi - Dr. Şükrü UMARBEYLİ, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ	207
Yeni Maliyet Sistemlerinden Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin Bir Hastanenin KBB Bölümü’nde Uygulaması - Dr. Burçak ÖNDER	208
Pandemi Sürecinde K.K.T.C Eğitiminde Girişimci Okul Yöneticileri – Halide KARABEKİR, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ	210
Youtube’daki Reklamların Genç Kullanıcıların Satın Alması Üzerine Etkisi Ve Tüketici Davranış Hareketleri’nin İncelenmesi - Inst. Doğu KAYIŞKAN, Inst. M. Seçkin ŞALVARLI	211
Affect Of Cultural Environment On Entrepreneurial Intention Among Universities Students in Jordan – Ahmed Jawarneh(PhD researcher), Prof. Mohamed Abdel-Maguid, Dr. Dababrata Chowdhury	212
The Relationship Between Firms' Product Innovation Performance and Uncertainty On Employees Perception: A Field Research at Turkish Automotive Industry – MSc. Erkan DÖNER, Assoc. Prof. Dr. İ. Efe EFEOĞLU	213
Sosyal Sermaye, Personel Seçimi ve Yenilikçi Davranış İlişkisinin İncelenmesi – Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Ethem MERDAN	215
Dil Eğitimi Kapsamında Toplumsal Dilbiliminin Yeri ve Bir Örnekleme – Prof. Dr. H. Esra KARABACAK	216
Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi Çalışanlarının Duygularını İfade Etmelerinin Psikolojik Sağlamlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları ile İlişkisi – Candan ÇAKAR, Asst. Prof. Dr. Süleyman KAHRAMAN	217
İstagramda Pazarlama Stratejileri Ve Uygulamalarına Yönelik Bir İrdeleme – Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ	218
Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisinde Yenileşimci Örgüt İkliminin Rolü Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Özlem ATAN, Dr. Akın TUNÇER	220
Suriyeli Göçmenlere Yönelik Algıların Kimliksel Tercihler ve Coğrafi Sartlar Işığında Değerlendirilmesi – Asst. Prof. Dr. Efe TOKDEMİR	221
Indian Women in Text And Context: An Introspection Of "Tara" By Mahesh Dattani – Dr. Mostafizur Molla	222
Mısır Sinemasında İlk Türk: Vedat Örfi Bengü - Öğr. Aya YOUSSEF	223
Yeni Veriler Işığında Anazarbos Antik Kenti - Asst. Prof. Dr. F. Fatih GÜLŞEN	224
Anazarbos Antik Kenti Tethys Mozaigi - Asst. Prof. Dr. F. Fatih GÜLŞEN	225
Hızlanan Teknoloji: Geleceğin İşletmeleri - Asst. Prof. Dr. Bilal Zafer BERİKOL	226
Veri Madenciliği-Veri Bilimi-Yapay Zekâ Bağlamında Muhasebecilik Mesleği – Asst. Prof. Dr. Bilal Zafer BERİKOL	227
Meslek Yüksekokulu Muhasebe Programlarının İşverenlerin Beklentilerini Karşılama Düzeyi: İş İlanları Üzerine Bir Araştırma - Dr. D. Ali KIZILYALÇIN	228
Relational Governance, Organizational Unlearning And Learning: Implications For Performance Outcomes - Volkan YENİARAS	229
ELECTRE ve TOPSIS Yöntemleriyle BİST-Bilişim Sektöründeki İşletmelerin Finansal Performanslarının Analizi – Assoc. Prof. Dr. Alper ODABAŞ, Assoc. Prof. Dr. Tunga BOZDOĞAN, Alihan YILMAZ	230
Karantina Döneminde Türkiye De İstihdam Taleplerindeki Değişim - Dr. Meltem YAMAN	231
Karantina Döneminin Türkiye De Uzaktan Çalışma Yöntemine Etkileri - Dr. Meltem YAMAN	232
Küresel Olarak Kadınların İşletme Yönetiminde Bulunma Oranları Ve Sektörel Dağılımları Üzerine İnceleme - Prof. Dr. Oğuz ÖZYARAL, Dr. Derya ÖZDEMİR	233
Polis Bütünlüğü Üzerine Teorik Bir İnceleme - Dr. Osman KAYABAŞI	235

Polis Sapması Üzerine Teorik Bir İnceleme - Dr. Osman KAYABAŞI	236
Liderlerin Karar Almalarında Bir Araç: Cynefin Çerçevesi - Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ, Gül BİLEN	237
Kuşak Farklılıklarının Örgütsel Çatışmayı Etkilemesi Üzerine Bir Çalışma: X-Y Ve Z Kuşağı – Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS, Sevindik ÖZCAN	239
İş Yerinde Yalnızlığın Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Konya ve Kırıkkale İmalat Sanayi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Ferda ÜSTÜN, Emine Gül EFE	241
Perakende Hizmet Reyonları Kayıp Önleme ve Performans Ölçümü - Hasan BAĞDADIÖĞLU	242
Makam Sanatıfelsefi ve Estetik Değerler Simgesidir - Zulhumar Nurullayeva	243
Hizmetkâr Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi Üzerine Bir Tartışma – Dr. Lecturer Musa ŞANAL, Res. Assist. PhD Murat ÖZTÜRK, Res. Assist. Buse ÖZTÜRK	244
İşe Yeni Başlayan Çalışanların Çok Yönlü Kariyer Oryantasyonu ve Kariyer İyimserliği: Kariyer Uyumluluğunun Aracı Rolü - Asst. Prof. Dr. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU	245
Sparking Leadership As A Leading Style and A Research About The Effect On Perception Of Business Performance - Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU	246
Çalışanlarda Yaşam Kalitesi Bilişsel Esneklik ve Psikolojik Şiddet Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi - Melisa YELKENÇİ, Asst. Prof. Dr. Süleyman KAHRAMAN	247
Sinizm-etik Dışı Davranış İlişkisinde Demografik Faktörlerin Rolü? - Prof. Dr. Ömer TURUNÇ	248
Bilişim Sistemleri Kullanımının Toplam Kalite Yönetimi Yapısına Etkisi - Dr. Nuran VARIŞLI	249
Michelin Yıldızlı Restoranların Mutfak Konseptlerinin İncelenmesi, Türk Mutfağının Kullanımının Analizi – Ahmet UĞUZLUOĞLU	250
İzlenim Yönetimi Taktikleri: Kültürel Bağlamda Bir Ölçek Geliştirme Çalışması – Dr. Hilal BOZKURT YILDIRIM, Assoc. Prof. Dr. N. Derya ERGUN ÖZLER	251
Uşak Şeker Fabrikasının Kuruluşu'ndaki Girişimcilik Ruhu - Asst. Prof. Dr. Vasfi KAHYA	253
“New Management” and “Senism” - Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN	254
Entrepreneurship, Digitalization and Organizational Agility – Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN, Nour El Hoda TARABAH	255
Türkiye’de Sigorta İşletmelerinin Büyüme ve Gelişimindeki Ürün Geliştirme Üzerinde Oluşan Zorluklar – Dr. Münevver BAYAR	256
Girişimcilikte Hukuki Yapı Tercihi - Asst. Prof. Dr. Ebru TÜZEMEN ATİK	257
Creating eWoM: in the Context of Factors of Personal Brand Owners in the UK. - Andrina HALDER	258
31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Adalet ve Kalkınma Partisi Siyasal Reklamlarının İncelenmesi – Asst. Prof. Dr. Emre Osman OLKUN, Hamide SARITAŞ, PhD. Student	259
Covid-19 Konulu Sağlık Haberlerinin Sayfa Tasarımı ve Renk Unsuru Üzerine Bir Değerlendirme – Asst. Prof. Dr. Rengim SİNE NAZLI, Inst. Bahar AKBULAK	260
Haber ve Sağlık Sitelerinde Covid 19 Salgınının İnteraktif İnfografikle Anlatımı – Asst. Prof. Dr. Canay UMUNÇ	261
Öğretmen Adaylarının Özel Gereksinimli Bireyi Tanımaya Yönelik - Beceri, Görüş ve Tutumları – Dr. Banu YAMAN ORTAŞ, Mehmet TABAK, Yasemin KURTULUŞ	262
Dinsel Yaşayış Özelliklerinin Bankacılık Tercihleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Katılım Bankaları Örneği - Murat ER	263
The Expansion and Influences of Innovative Sustainable Entrepreneurial Practices in Bangladeshi Ready-Made Garments (RMG) Industry - Asraful Khan (PhD Researcher), Prof. Mohamed Abdel-Maguid, Dr. Dababrata Chowdhury	265
Covid 19 Salgını Sürecinde Uzaktan Eğitim Olanakları: Kuzey Makedonya Örneği – Dr. Fehmi SKENDER, Dr. İlker Ali	266
Socialization in a Market Economy – Prof. Dr. Aliyev ORAK, Kerim KARADAL, Sutbayeva RAIKHAN	267
Social Entrepreneurship as a Part of Intentional Vision for Abu Dhabi - Al Dhaheri Ali (PhD Researcher)	268
Importance of Flexibility and Adaptability for Entrepreneurs and SMEs – Joseph C Paul Jr, PhD student, Dr. Dababrata Chowdhury	269
Importance of Technological Innovation and Application on SMEs in Pakistani Dairy Sector – Sikandar Khalid, Jill Venus, Dr. Dababrata Chowdhury	270
Religious Education in Multicultural Societies - Mehmet Fatih KAYAN	271

Evaluation of Talent Management and Retention Strategies in the Banking Industry of Pakistan – Atif RAZA	272
A study to investigate how social media marketing influence consumer buying behaviour in the fashion industry in UK: A case study of H&M - Laila Maazouz (Researcher)	273
Türkiye’de Ailenin Kır ve Kent Ayrımında Karşılaştırılması - Berat ŞİMŞEK	274
Lise Öğrencilerinin Özsaygı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesi – Mr. Şehida Rizvançe MATSANİ	275
Kurumsal Yapı ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiyi Yeniden Düşünmek: Kurumsal Parametrelerin Kökleri ve Endeksleme Metodolojilerinin Değerlendirilmesi - Dr. Yahya Can DURA	276
Total Quality Management and Its Impact on Financial and Non-Financial Performance of Hotel Sector; A Literature Review Study - Dr. Mudassar Hussain	277
Ekolojik ve Sosyal Bilinçli Tüketici Ölçeğinin Türk Tüketicilerle Geçerliliğinin Test Edilmesi - Asst. Prof. Dr. Murat GÜLMEZ, Assoc. Prof. Dr. Eda YAŞA ÖZELTURKAY	278
Tekno-Girişimciliğin Ekosistemi Olan Teknoparklarda Örgütsel Çevikliğin Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme - Prof. Dr. Himmet KARADAL, Neslihan DUMAN	279
Examining the Effects of Employee Recognition, Training and Teamwork on the Job Satisfaction and Its Impact on Organisational Performance in small and mid-sized Restaurants in Central London – Dovlet AGAYEV	280
Directions and Features of Application of Blockchain Technology In Tourism – Asst. Prof. Dr. Aktolkin ABUBAKİROVA, Aziza SYZDYKOVA	281
Recognizing gaps in the delivery of E-retail SCM and expected retail customer service quality in UK retail sector - Faiyaz MAFUZ	282
Developing the Process of Niche Marketing Strategy for the Leisure-Based Tourism Industry of Bangladesh - Md Nazmul ISLAM	283
Soft Law as the Dominant Trend in the Modern World - Assoc. Prof. Dr. Liudmyla RADOVETSKA	284
Regulatory Technologies as an Alternative to Legal Regulation – Assoc. Prof. Dr. Andrey VERSHITSKY	285
Problems of Solving Ideological Threats in the Context Globalization – Tashbekova Mokhira Khasanovna	286
Methodological Approach to Modeling Socio-Psychological Manifestations of Frustration in Students - Boymirzayeva Dilbar Dmitrievna	287
Ethics of Eastern Communication As A Factor In The Formation Of Constructive Behavior Of Adolescents In Conflict Situations - Mirzabdullaeva Dilxumor Erkinovna	288
Communicative Competence as the Basis of Pedagogical Activity of Linguist Students – Alieva Zulxumor Jabbor qizi	289
Bioethics's Approach to Transplantation as a Product of Scientific and Cultural Development – Isaxova Shaxlo MUKHTOROVNA	290
Temsilde Adalet İlkesi Bakımından Dar Bölge Seçim Çevresi - Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali ZENGİN	291
Instagram Gönderileri ve Tüketici Etkileşim Analizi: Saç Bakım Markaları Örneği (Elidor, Head & Shoulders, Clear) - Asst. Prof. Dr. Ali Erkam YARAR	293
Güney Kafkasya'nın Ulusötesi Ulaşım ve İletişim Sisteminde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Katılımı ve Küresel Çıkarlar - PhD. Student Şaig ALİYEV	294
Sektörel Sorunlar ve beklentilere ilişkin nitel bir araştırma: Adana Örneği – Atty. Dr. Fahri ÖZSUNGUR, Prof. Dr. Himmet KARADAL	296
Specialization and Development Prioritiesbranches of the Republic of Crimea – Prof. Dr. Tsohla Svetlana YURIEVNA, Assoc. Prof. Pavlenko Irina GENNADIEVNA, Zhuravliova Arina ANATOLIEVNA	297
Role of Dr. B. R. Ambedkar In Social Inclusion of Marginalised Sections in the Indian Society (in Special Reference to Dalits) - Dr. Meenakshi BANSAL	297
Osmanlı Devlet’inde Cülûs Törenleri: Yavuz Selim Örneği - Khedidja BADACHE	299
Avrupada Yükselen Aşırı Sağ Partiler: Mülteci Krizinin Etkisi (Dinç ve Karataş) – Assoc. Prof. Dr. Cengiz DİNÇ	300
Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sinizm Üzerine Etkisi: Bursa Şehrinde Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma - Kerim KARADAL, İlhan ALYAY	301

Kullanıcıların Instagram Hikâye Kullanım Nedenlerinin Belirlenmesi: Y Ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Ümit DOĞRUL, Assoc. Prof. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY	302
Operational management challenges for cash-in-transit services during an outbreak of a global disease – Doğu AKSOY, Assoc. Prof. (PhD) Suat BEGEÇ	303
Urbanization of Medieval Rajasthan with special reference to role of Sufi Saints and professional groups – Shabir Ahmad PUNZOO	304
Specialization And Development Prioritiesbranches Of The Republic Of Crimea – Tsohla Svetlana Yurievna, Pavlenko Irina Gennadievna, Zhuravliova Arina Anatolievna	305
Formation Of Strategic Priorities Of Socio-Economic Development Of The Economy Of The Republic Of Crimea – Tsohla Svetlana Yurievna, Pavlenko Irina Gennadievna, Zhuravliova Arina Anatolievna	306
Historical states of Youth policy in Uzbekistan and its Legal Frameworks – Shodmonov Bakhtiarhoja Isaxonovich	307
The Role of Entrepreneurial Leadership in Higher Education in Recovering from COVID19 – Dr Siham EL-KAFABI	308
The Studies on Paternalist Leadership Behavior Using the Content Analysis Method – Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM	309

Covid- 19 Salgın Döneminde Yalın Girişimcilik Uygulamaları

Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROĞLU
Mersin Üniversitesi
duyguhdr@mersin.edu.tr

ÖZET

Covid-19 salgın dönemi ve sonrasında değişim hiç bitmeyecek ve koşullar gün geçtikçe değişmeye devam edecektir. Günümüzde değişen sadece koşullar değil aynı zamanda değişimin hızıdır. Değişimin hızı ise gün be gün katlanarak artmakta, buna paralel olarak değişimleri takip etmek ve onları işletmelere uyarlamakta bir o kadar güçleşmektedir. Bu bağlamda daha yalın ve sadeleştirilmiş işletme uygulamalarına geçerek işletmeleri ve girişimleri dış ortama açık işletmeler haline getirmek yapılması gereken en önemli uygulamalardan biridir. Bu çalışmada Covid-19 dönemi ve sonrası çevresel şartların değişiminden ve buna bağlı olarak bu değişimle başarılı biçimde baş edebilmek için geliştirilmesi gereken açık sistem uygulamalarından yalın girişimcilik uygulamaları ve bir takım yalın girişim tekniklerinden bahsedilmektedir. Çalışmada öncelikli olarak yalın girişimcilik kavramı ele alınmıştır. Daha sonra ise Covid-19 salgın döneminde yalın girişimcilikten, müşteri geliştirme, yalın başlangıç, yalın girişimcilik finansmanı, yalın girişimcilikte iş planı uygulamaları, tek sayfa yalın iş modeli kanvası ve iş planı-ölçüm-öğrenme döngüsünden ve girişimcilere katkısından bahsedilmektedir. Çalışmanın literatüre ve günümüz iş dünyasındaki güncel işletme uygulamalarına ve yeni girişimde bulunmak isteyen girişimci adaylarına önemli katkılar sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yalın Girişimcilik, Girişimcilik, Covid-19 Salgını, Yalın İş Modeli Kanvası, Yalın Öğrenme Döngüsü.

Lean Entrepreneurship Practices in the Period of Covid-19 Epidemic

ABSTRACT

During the Covid-19 epidemic period and afterwards, the change will never end. The environmental and economic conditions will continue to change day by day. Today, not only the economies have been changed, but also the speed of change has been changed. Even the speed of change increases exponentially day by day. As the speed changes, it becomes more difficult to follow the changes and adapt them to the enterprises and businesses. In this study, simplifying business facilities and organizational structure and building organizations as open systems have been one of the most substantial practices in today's business environment. This study argues that due to the changes in environmental conditions during and after Covid-19 epidemic period the open system applications must have been developed in order to successfully cope with negative effects of these changes. These open system facilities could be the lean entrepreneurship practices and some lean enterprise techniques. At the beginning of the study, the concept of lean entrepreneurship has been discussed. The following parts discuss the lean entrepreneurship, customer development, lean start-up, lean entrepreneurship financing, business plan applications in lean entrepreneurship, single page lean business model canvas, business plan-measurement-learning cycle and their contribution to entrepreneurs. The study aims to make significant contributions to the literature and current business practices in today's business world and to entrepreneur candidates who desire to start an enterprise.

Keywords: Lean Entrepreneurship, Entrepreneurship, Covid-19 Epidemic, Lean Business Model Canvas, Lean Learning Cycle.

5th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress
Koronavirüs Döneminde Kriz Yönetimi ve Stratejik Liderlik

Dr. Gülbeniz AKDUMAN

Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, İnsan Kaynakları
gulbeniz@akduman.com

Assoc. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU

İstanbul Arel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
zynhatipoglu@gmail.com

ÖZET

Aniden ortaya çıkan ve genellikle olumsuz sonuçlar doğuran krizleri yönetme becerisi kurumların sürdürülebilir olmaları için kritik önem taşımaktadır. Krizin doğru ve etkin yönetimi konusunda hem kuruma hem de yöneticilerin uyguladıkları stratejik liderlik modeline büyük görevler düşmektedir. Krizler doğal, ekonomik veya kurumsal kaynaklı yaşanabilir. Çin’de Aralık 2019 tarihinde başlayıp, Türkiye’de 10 Mart 2020 itibarıyla görülmesiyle her geçen gün artan hızla yayılan Koronavirüs virüsü kişi ve kurumlar için büyük bir kriz konumuna ulaşmıştır. Özellikle Koronavirüs hastalığının ilk ortaya çıktığı 10 Mart-10 Nisan 2020 olan bir aylık dönemde hem kişiler hem de kurumlar açısından zor bir dönem yaşanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacı Koronavirüs krizinin ilk ortaya çıktığı bir aylık dönemde kurumlarda uygulanan kriz yönetimi ve stratejik liderliğin analiz edilmesidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak demografik bilgi formu, Murat ve Mısırlı tarafından geliştirilen 8 maddeden oluşan kriz yönetim ölçeği, Sashkin ve Rosenbach’in geliştirip Türkçe’ye Aksu tarafından adapte edilen 9 maddeden oluşan stratejik liderlik ölçeği kullanılmıştır. Stratejik liderliğin kriz yönetimi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan araştırma sonucuna göre stratejik liderlik değişkeninin kriz yönetimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahiptir. Stratejik liderlik değişkeni, kriz yönetimindeki değişimin yaklaşık %42’sini açıklamaktadır. Stratejik liderlik davranışları arttıkça kriz yönetimi becerileri de artmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kriz, Kriz yönetimi, Stratejik Liderlik, Koronavirüs

Crisis Management and Strategic Leadership in The Coronavirus Period

ABSTRACT

The ability to manage crises that suddenly arise and often have negative consequences is critical for organizations to be sustainable. Both the organization and the strategic leadership model applied by the managers have great duties in terms of correct and effective management of the crisis. Crises can occur naturally, economically or organizational. Coronavirus virus which is began in China on December 2019 and increases by each passing day as of seen is rapidly spreading in Turkey March 10, 2020 has reached a position of great crisis for individuals and institutions. Especially in the one-month period of 10 March-10 April 2020, when the coronavirus disease first appeared, a difficult period was experienced for both individuals and organizations. In this context, the aim of the research is to analyze the crisis management and strategic leadership applied in the organizations in the one-month period when the coronavirus crisis first appeared. Demographic information form, 8-item Crisis management scale developed by Murat and Mısırlı, and 9-item strategic leadership scale developed by Sashkin and Rosenbach and adapted to Turkish by Aksu were used as data collection tool in the research. According to the results of the research conducted to determine the effect of strategic leadership on crisis management, the strategic leadership variable has a positive and significant effect on crisis management. The strategic leadership variable explains approximately 42% of the change in crisis management. As strategic leadership behaviors increase, crisis management skills also increase.

Keywords: Crisis, Crisis management, Strategic Leadership, Coronavirus.

Çalışanların Esnek Çalışma Sistemlerine İlişkin Tutumlarının Sosyo-Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: Covid-19 Sürecine Bir Bakış

Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN
Kahramanmaraş Sütçü İmam University
mustafatasliyan@hotmail.com

Inst. Dr. Hüseyin ÇİÇEKLİOĞLU
Mersin University
huseyinciceklioglu@gmail.com

İrem Dilara BOZKURT
Kahramanmaraş Sütçü İmam University
dilaraairem@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, çalışanların Covid-19 salgın sürecinde örgütleri tarafından uygulanan esnek çalışma sistemleri ve esnek iş uygulamalarına yönelik algılarının incelenmesidir. Bu doğrultuda, çeşitli illerde yaşayan, kamu ve özel sektörde çalışan 459 bireye anket uygulanmıştır. Anket sonucu elde edilen verilere SPSS programı kullanılarak frekans, güvenilirlik, geçerlilik, parametrik, T-Testi ve ANOVA testi analizleri yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; esnek iş uygulamaları açısından çalışan bireylerin yaş, medeni durum, gelir ve çalıştıkları sektöre göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bununla birlikte çalışanların cinsiyetlerine, mesleklerine, eğitim durumlarına ve toplam çalışma sürelerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Esnek Çalışma Sistemleri, Demografik Özellikler, COVID-19

The Investigation Of Employees Attitudes On Flexible Working Systems in Terms Of Socio-Demographic Characteristics: A View Of The Covid-19 Process

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine employees perceptions about the flexible working practices and flexible working systems implemented by their organizations in the COVID-19 process. Accordingly, 459 individuals working in public and private sectors living in various provinces were tested. Frequency, reliability, validity, parameter, T-Test, ANOVA test analyzes were performed on the data obtained from the questionnaire using the SPSS program. According to the results of the research, statistically significant differences were determined according to the age, marital status, income and the sector they work in terms of flexible business practices. However, there were no statistically significant differences according to the gender, civilization, educational status and total working hours of the employees.

Keywords: Flexible Working Systems, Demographic Features, COVID-19

Covid-19 Bağlamında Çalışanların Yenilikçilik Düzeyleri ve Çevrimiçi Öğrenme Düzeyleri Arasındaki İlişki

Asst. Prof. Dr. Ali GÜRSOY

National Defense University
agursoy@kho.edu.tr

Eda Görkem AKKUŞ

National Defense University
Alparslan Defence Sciences Institute
edagorkemakkus@gmail.com

ÖZET

Günümüzde Covid-19 salgınının, belirsizlikleri ve değişimleri hızla arttırarak mevcut durumu derinden sarstığı ve radikal dönüşümleri beraberinde getirdiği görülmektedir. Yeni koşullara kolayca adapte olmak ve süreci en az zararla atlattmak açısından işletmelerin ve kurumların yenilikçilik düzeyleri yüksek çalışanları bünyelerinde bulundurmaları eskiye oranla daha fazla önem arz etmektedir. Bu bağlamda çevrimiçi öğrenme ortamının da geliştirilerek kullanım alanının yaygınlaşacağı tahmin edilmektedir. Yöneticilerin ve işverenlerin şu an ve gelecek dönemlerde işe eleman alırken bunları göz önünde bulundurmaları kaçınılmazdır. Ancak, literatür içinde konunun geniş kapsamda ele alınmadığı ve sadece eğitimciler üzerinden değerlendirildiği bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Çalışmanın amacı, salgın ortamında çalışanların yenilikçilik düzeyleri ve çevrimiçi öğrenme düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Araştırma örneklemini Ankara’da faaliyet gösteren bir savunma sanayi firmasının çalışanları oluşturmaktadır. Değişkenleri ölçmek amacıyla “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği” ve “Çevrimiçi Öğrenmeye Yönelik Hazır Bulunuşluk Ölçeği” kullanılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi, korelasyon analizi ve yapısal model analizi sayesinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri ile çevrimiçi öğrenme düzeyleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Araştırma sonucunda genel bir değerlendirme yapılarak gelecekte benzer konularda yapılacak çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Öğrenme, Yenilikçilik, Covid-19

Relationship Between the Innovativeness Level of Employees and their Online Learning Levels within the Context of Covid-19

ABSTRACT

These days it is noted that the pandemic of Covid-19, it has become more important in comparison to the past for enterprises and organizations to employ and keep in their structures employees with high innovativeness levels in order to adapt to the new conditions and to get over the present process with the least losses. Within this context, it is estimated that the online learning environments will be developed more and that its usage area will be more common. It is also noted that this subject is not dealt with sufficiently within the literature, and it is evaluated only for educators and trainers, which is considered a deficiency. The purpose of this study is to examine the relationship between the level of innovativeness of employees and their online learning levels. In the research, a survey was used as a data collection method. The sample of the research is made up of the employees of a defense industry company which operates in Ankara. For the purposes of measuring the variables, “the Individual Innovativeness Scale” and “the Readiness Scale for Online Learning” have been used. By virtue of the confirmatory factor analysis, correlation analysis, and the structural model analysis that have been employed, a positive and meaningful relationship has been found between the individual innovativeness of the employees and their online learning levels. At the end of the research, a general assessment has been made, and suggestions have been made for the studies to be made in similar subjects in the future.

Keywords: Online Learning, Innovativeness, Covid-19

Covid-19 Pandemisi Sonrası Sürdürülebilir Toplamlar: Toplum 5.0

Gonca DEMİREL

Trakya University
gonca_demirel@hotmail.com

Ebru ÖDEN

Trakya University
ebruoden94@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. İlknur KUMKALE

Trakya University
ilknurkumkale@trakya.edu.tr

ÖZET

Dünya Çin'in Wuhan kentinde görülmeye başlanan corona virüs ile 2019 yılının aralık ayı sonlarında tanışmaya başladı. Daha sonra etkisi Çin sınırları dışına yayılması ile birlikte bu virüs 12 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü (DTÖ) tarafından "Küresel Salgın (Pandemi)" olarak ilan edilmiştir. Çin'de başlayan bu hastalık önceleri bir sağlık krizi olarak kendisini hissettirmesine rağmen, daha sonraları tüm dünyaya yayılması ile birlikte sadece sağlık krizi olmakla kalmamış, yarattığı ekonomik ve sosyal etkilerle birlikte küresel boyutlu bir krize dönüşmüştür. Tüm dünya tarafından olağanüstü bir durum olması sebebiyle her alanda büyük yankı uyandırmış olan bu virüse karşı ülkeler tüm imkânlarını seferber ederek bu salgının etkilerini en az zararla atlarmaya çabalamışlardır. Devletler sürdürülebilirliğin gereği olarak bu dönemde günlük yaşamı virüs ile mücadeleye uygun hale getirmeye çalışmışlardır. Bunları yaparken teknolojiyen en yüksek oranda faydalanılmış ve süreçlerin sürdürülebilirliği önemli hale gelmiştir.

Toplumsal yaşam önceleri avcılıkla başlayıp sırasıyla tarım, endüstri ve bilgi toplumuna geçiş yapmış; günümüzde covid-19 ile birlikte Toplum 5.0 ya da Süper Akıllı Toplum olarak adlandırılan döneme hızlı bir giriş yapmak zorunda kalmıştır. Toplum 5.0 yapay zekâ etkisi ve dijitalleşmenin tüm yönleriyle ele alındığı, kişilerin robotlarla ve makinelerle olan bağlantısının en yüksek verimde gerçekleştirildiği toplum modelidir. Toplum 5.0 başka bir ifade ile yapay zekâ sayesinde standart hale gelmiş insan süreçlerini kullanabilen toplumu ifade etmektedir. Bu dönemde ülkeler sosyal ve ekonomik yaşamı devam ettirebilmek amacıyla tüm yaşamı dijital ortama taşımışlardır. Bazı ülkeler teknolojik anlamda daha geri kalmış ülkeler olmalarına rağmen bu dönemde teknolojiyi üst düzeyde kullanarak sürdürülebilirliği önemsemişlerdir. Virüs sonrası değişen dünyada bu dijital sıçrayış ivme kazarak kullanılmaya devam edecek ve toplumlar için gerek sosyal yaşam gerekse iş yaşamı köklü bir değişime uğrayacaktır. Bu çalışmada ülkelerin virüs ile mücadelede kullandıkları dijital teknolojiler, salgın nedeniyle değişen iş yapış şekilleri, dijital eğitim süreçleri, salgın sonrası dönemde işletmelerin yöneleceği yeni iş şekillerinde hangi işletmelerin fırsatlar yakalayabileceği ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Sürdürülebilirlik, Toplum 5.0, Dijitalleşme

Sustainable Communities After Covid-19 Pandemic: Society 5.0

ABSTRACT

The world started to meet with corona virus, which started to appear in Wuhan, China in late December of 2019. This virus was later declared as a "Global Epidemic" (Pandemic) by the World Health Organization (WTO) on March 12, 2020, with the effect spreading beyond China. Although this disease, which started in China, first felt as a health crisis, it spread not only to a health crisis but also to become a global crisis with its economic and social effects. Because of the fact that it is an extraordinary situation by the whole world, the countries have tried to overcome the effects of this epidemic with the least damage by mobilizing all their possibilities against this virus, which has had great repercussions in every field. As a requirement of sustainability, the governments tried to make daily life suitable for the fight against the virus in this period. While doing these, technology has been utilized at the highest rate and sustainability of the processes has become important.

Social life started with hunting and switched to agriculture, industry and information society respectively; today, with covid-19, it had to make a quick introduction to what was called Society 5.0 or Super Smart Community. Society 5.0 is a society model in which artificial intelligence and digitalization are addressed in all aspects, and the connection of people with robots and machines is realized at the highest efficiency. Society 5.0, in other words,

refers to the society that can use standardized human processes thanks to artificial intelligence. In this period, countries moved all life to digital environment in order to maintain social and economic life. Although some countries are more technologically underdeveloped, in this period, they paid attention to sustainability by using technology at a high level. In the changing world after the virus, this digital leap will continue to be used by accelerating and both social life and business life will undergo a radical change for the societies. In this study, digital technologies used by countries to combat viruses, business patterns changing due to epidemic, digital training processes, which businesses can catch opportunities in new business forms that will be directed by businesses in the post-epidemic period will be discussed.

Keywords: Covid-19, Sustainability, Society 5.0, Digitalization

Covid-19 Pandemi Döneminde Kamu Çalışanları Açısından Açıkça Konuşma Davranışının Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkileri: Yönetsel Takdirin Düzenleyici Rolü

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
sozgener@nevsehir.edu.tr

Yeşim TÖMEK

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
ytomk4@gmail.com

Fatmanur ONAY

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
nur_onay@hotmail.com

Elif Gökçe GÜNEŞ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
gokcegunes50@gmail.com

ÖZET

Bunalım dönemlerinde yönetsel takdirin hem açıkça konuşma davranışını hem de çalışanların bağlamsal performansını etkileyebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte konu ile ilgili kamu çalışanları üzerinde sınırlı sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır. Literatürde konu ile ilgili boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışma tasarlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, Covid-19 Pandemi döneminde kamu çalışanları açısından açıkça konuşma davranışı ile bağlamsal performans arasındaki ilişkiyi incelemek ve bu ilişkide yönetsel takdirin düzenleyici rolü oynayıp oynamadığını ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini, Türkiye’deki tam zamanlı çalışan kamu çalışanları oluşturmaktadır (n=238). Bu çalışmada veriler, Dyne ve LePine (1998) tarafından geliştirilen açıkça konuşma davranışı, Sandhu ve Kulik’in (2019) çalışmalarından uyarlanan yönetsel takdir ve Goodman ve Svyantek (1999) tarafından geliştirilen bağlamsal performans ölçeklerinden oluşan anket yardımıyla elde edilmiştir. Açıkça konuşma davranışı ile bağlamsal performans arasındaki ilişkide yönetsel takdirin düzenleyici etkisi, üç aşamalı düzenleyici değişkenli hiyerarşik regresyon analizi yardımıyla test edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, açıkça konuşma davranışının bağlamsal performans üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Buna karşın yönetsel takdirin bağlamsal performans üzerine pozitif ama anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yönetsel takdirin açıkça konuşma davranışı ile bağlamsal performans arasındaki ilişkide düzenleyici rolü oynadığı saptanmıştır. Yönetsel takdir, açıkça konuşma davranışı ile bağlamsal performans arasındaki pozitif ilişkinin gücünü artırmaktadır. Son olarak çalışmanın bazı kısıtlarına yer verilmeyle birlikte hem pandemi döneminde kamu kurumları yöneticilerine uygulamada bazı öneriler sunulmuş hem de gelecekte araştırmacılara bazı çalışma önerileri tavsiye edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetsel Takdir, Açıkça Konuşma Davranışı, Bağlamsal Performans ve Kamu Çalışanları.

The Effect of Employee Voice Behavior on Contextual Performance for Public Employees In The Covid-19 Pandemia Period: The Moderating Effect of Managerial Discretion

ABSTRACT

In times of crisis, it thought that managerial discretion affects both employee voice behavior and the contextual performance of employees. However, a limited number of empirical studies have been found on public employees on the subject. This study designed to fill the gap in the literature. The purpose of the study is to reveal the effect of employee voice behavior on contextual performance and the moderating role of managerial discretion in the relationship between employee voice behavior and contextual performance for public employees in the covid-19 pandemic period. The sampling of the study consists of public employees in Turkey (n=238). The data obtained through a questionnaire including employee voice behavior scale developed by Dyne and LePine (1998), managerial discretion scale adapted with the help of Sandhu and Kulik (2019) studies, and contextual performance scale developed by Goodman and Svyantek (1999). The moderating effect of managerial discretion in the relationship between employee voice behavior and contextual performance was tested with a three-step moderated

hierarchical regression analysis. According to the findings of the research; it has been stated that employee voice behavior had a positive effect on contextual performance. However, managerial discretion has been found to have a positive but not significant effect on contextual performance. Moreover, the results of this study determined that managerial discretion has a moderating effect in the relationship between employee voice behavior and contextual performance. Managerial discretion strengthens the positive relationship between employee voice behavior and contextual performance. Finally, although there are some limitations of the study, some suggestions were given to the managers of public institutions during the pandemic period and some research suggestions were recommended to the researchers in the future.

Keywords: Managerial Discretion, Employee Voice Behavior, Contextual Performance and Public Employees

Covid-19 and Bangladesh: Threat of Unemployment in the Economy

Sonia AKTER

Research Associate and Columnist

University of Dhaka

soniya413395@gmail.com

ABSTRACT

The COVID-19 has caused tremendous negative consequences in the economy through threatening millions of livelihood and damaging the earning sources of around 50 million people in the informal sector in Bangladesh. The aim of the study is to provide a comprehensive and demonstrative review on the observed data and the potential impact of massive unemployment that will arise in future after lock-down. The study based on secondary sources of information, since it is very tough to find any quantitative study on the extent of the widening toll on unemployment in the consequences of Corona virus in Bangladesh. Tension is growing fast in the economy due to the rapid-spread stage of outbreak of Covid-19 in Bangladesh. The study finds that massive job losses will happen in both formal and informal sectors, as all of the sectors in Bangladesh e.g. RMG, Remittance, export and import, transportation, tourism, banking and insurance, education are in vulnerable position because of the devastating effect of Corona virus.

Keywords: Corona virus, consequences, lock-down, job loss, unemployment, Bangladesh

Hazcı ve Faydacı Tüketim Bağlamında Pandeminin Tüketici Tercihlerine Etkisi

Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI

Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences
inci.erdogan@bilecik.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Arif YILDIZ

Adıyaman University, Gölbaşı Vocational High School
arifyildiz@adiyaman.edu.tr

ÖZET

Aralık 2019’da dünya genelinde etkileri yoğun bir şekilde görülmeye başlayan ve 2020 yılının ilk aylarından itibaren ülkemizde de kendisini gösteren Covid-19 pandemisi, özellikle Mart 2020 itibariyle hayatı büyük ölçüde etkilemiştir. Sağlık Bakanlığınca alınan tedbirler gereğince gıda ve lojistik gibi belirli sektörler dışında üretim durma noktasına gelmiş ve sokağa çıkma yasakları ile toplum yaşamı derinden etkilenmiştir. Pandemi nedeniyle büyük kayıpların yaşanması, belirli hizmetlerin yetersiz kalması ve maske, dezenfektan ya da benzeri sağlık malzemelerinin pandeminin en yoğun yaşandığı süreçlerde yeterince temin edilememiş olması tüketicilerin sağlık konusunda farkındalıklarını arttırmış ve bu konuda duyarlılık gelişmiştir. Yaşanılan bu değişimler ışığında geçmişte zorunlu mallar olarak tanımlanan birçok ürünün tüketimi düşerken, netflix ve benzeri üyelikler artmış, hazcı ve faydacı tüketim tanımlamaları büyük ölçüde değişmiştir.

Bu çalışmada, halen devam etmekte olan pandeminin tüketici tercihleri üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla 40 kişi ile yüz yüze, telefon ve video konferans yöntemiyle derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiş, pandemi sonrası tüketim alışkanlıklarındaki değişimler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışları, Hazcı Tüketim, Faydacı Tüketim, Pandemi, Covid-19.

The Effect of Pandemic on Consumer Preferences in the Context of Hedonic and Utilitarian Consumption

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, which started to be seen intensely in the world in December 2019 and has been present in our country since the first months of 2020, has greatly affected life especially as of March 2020. In line with the measures taken by the Ministry of Health, production has come to a halt outside certain sectors such as food and logistics, and public life has been deeply affected by curfews. The great losses due to a pandemic, insufficient certain services, the lack of masks, disinfectants or similar healthcare materials during the periods when the pandemic was experienced the most, increased the awareness of consumers about health and developed sensitivity in this regard. In the light of these changes, while consumption of many products, which were defined as mandatory goods in the past, decreased, netflix and similar memberships increased, and the definitions of hedonist and utilitarian consumption have changed to a great extent.

In this study, in order to determine the effects of pandemic, which is still ongoing, on consumer preferences, in-depth interviews were made with 40 people face to face, by telephone and video conferencing method, and the changes in post-pandemic consumption habits were tried to be revealed.

Keywords: Consumer Behavior, Hedonic Consumption, Utilitarian Consumption, Pandemic, COVID-19.

Tüketicilerin Turizm Tercihlerinde COVID-19'un Etkisi

Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI

Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences
inci.erdogan@bilecik.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Burhanettin Uysal

Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences
burhanettin.uysal@bilecik.edu.tr

Res. Assist. Ebrar ULUSİKAN

Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences
ebrar.ulusinan@bilecik.edu.tr

ÖZET

Yeni koronavirus (COVID-19) ilk olarak 2019 Aralık ayı sonunda Çin'in Hubei eyaletinin metropollerinden biri olan Wuhan'da pnömoni ile başvuran vakalarda gözlemlenmiş ve ülkemizde de ilk vakanın tespiti 11 Mart tarihinde yapılmıştır. Altı aya yakın bu süreçte Dünya genelinde vaka sayısı hızla artış göstererek altı milyonu aşmıştır. Hızla yayılım gösteren ve tüm dünyayı etkisi altına alan salgın hemen hemen her toplumda ve sektörde olduğu gibi tüketici davranışları üzerinde de önemli etkilere neden olmuştur. Özellikle pandemi sürecinde meydana gelen küresel paniğin turizm sektörü üzerinde de etkili olacağı ve bu süreçte tüketicilerin turizm tercihlerinin değişeceği ve daha seçici olunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılacak olan alternatif turizm tercihlerinin sağlığın korunması, geliştirilmesi veya geri kazanılması, hijyen koşulları, ziyaretçi yoğunluğu ve tıbbi tesislerin varlığı gibi kriterler göz önünde bulundurularak yapılacağı öngörülmektedir.

Bu öngörüler doğrultusunda çalışmada, COVID-19 salgınının tüketicilerin turizm tercihleri üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında online anket uygulaması ile 500 kişiye ulaşılmış olup veriler SPSS istatistiksel paket programı ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Tüketici Davranışı, Tüketicilerin Turizm Tercihleri.

The Effect of COVID-19 in Tourism Preferences of the Consumers

ABSTRACT

The new coronavirus (COVID-19) was first observed in cases that applied with pneumonia in Wuhan, one of the metropolitan cities of Hubei province in China at the end of December 2019, and the first case was detected on March 11 in our country. In this period of nearly six months, the number of cases worldwide have increased, rapidly and exceeded six million. The epidemic which is rapidly spreading and affecting the whole world, has had significant effects on consumer behavior as in almost every society and industry. Especially, it is expected the fact that the global panic that occurs during the pandemic will impact the tourism sector in this process, change the holiday tourism preferences of the consumers, that consumers will be more selective. In this respect, it is foreseen that alternative tourism preferences will be made by taking into account the criteria such as health protection, development or recovery, hygiene conditions, visitor density and presence of medical facilities.

In line with these predictions, the study aims to determine the impact of the COVID-19 epidemic on tourism preferences of the consumers. Within the scope of the research, 500 people were reached with the online survey application and the data were analyzed with the SPSS statistical package program.

Keywords: COVID-19, Consumer Behavior, Tourism Preferences of the Consumers.

Küresel Salgınlarda Para Taşıma Hizmetlerinde Operasyon Yönetimi

Doğu AKSOY

Ankara Loomis Security Services Co. Operations
doguaksoy1@gmail.com

Assoc. Prof. (PhD) Suat BEGEÇ

Ankara University of Turkish Aeronautical Association
sbegec@thk.edu.tr

ÖZET

2019'un son günlerinden itibaren, dünya vatandaşları daha önceden nasıl yapılacağını bildikleri her şeyi yapmayı yeniden öğrenmek için mücadele ediyorlar. Bu yani COVID-19, neredeyse uzman bilim adamları için bile benzeri görülmemiş bir olgudur. Bu hastalık sadece dünyadaki tüm sağlık sistemlerini etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda siyasi, sosyal, ekonomik ve teknik yaşam alışkanlıklarında geri dönüşü olmayan değişikliklere neden olmaktadır. Bu makale, küresel hastalık/pandemik durumlarda operasyon yönetimini destekleyen faktörler hakkında tartışmalar geliştirmektedir. Bunlar, etkileşimli ve yapılandırılmamış küresel olayların katkılarını dayanmaktadır. Operasyon yönetimi için sabit teorik araçlar bu tür küresel kriz durumları için yeterli olmayabilir. Küresel hastalıklar gibi krizler iş sektöründeki özel şirketler için çok dengesiz durumlar yaratsa da, operasyon yönetimindeki akıllı eylemlerle fırsatlara dönüştürülebilirler. Küresel salgın gibi durumlarda, iş yapmak için operasyon yönetiminin sürekliliği ve istikrarı her zamankinden daha önemlidir. Bu durum, para taşıma sektöründe iş yapan şirketler için de farklı değildir. Bir iş olarak para taşıma hizmeti görüldüğü gibi sadece bir noktadan diğerine para ve değerli eşya taşımak değildir, aslında derin yönleri vardır. Para taşıma hizmetleri, ekonomik ve sosyal yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu makalenin amacı, küresel hastalık şartlarında çalışan özel sektör uygulayıcılarına süreklilik ve istikrar için operasyon yönetimi zorlukları ve kriz benzeri olaylarda bir mücadele şekli olarak kullanılabilecek genel bir şablon hakkında kavramsal argümanlar geliştirmek ve bir teklif sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Operasyon Yönetimi, Küresel Hastalık, Para Taşıma

Operational management challenge on cash-in-transit-services in global disease

ABSTRACT

Starting from the last days of 2019, citizens of the world have been struggling to learn again to do everything they had already known how to do before. This is an almost unprecedented phenomenon, namely COVID-19, even for expert scientists. This global disease not only affects all health systems in the world but also causes irreversible changes in political, social, economic and, technical life habits. This article develops arguments about the factors that promote operations management in global disease/pandemic situations. These are based on contributions from interactional and unstructured global events. Fixed theoretical tools for operations management may not be enough for these kinds of global crisis situations. Although crises like global diseases create very unstable situations for private companies in the business sector, with smart actions in operations management can be changed into opportunities. In situations like global disease, in order to stay in business, operations management continuity and stability are important more than ever. This is no different for companies that are cash-in-transit (CIT) business. CIT as a business is not only transporting money and valuables from one point to another as it seems, indeed it has profound aspects. CIT business is an indispensable part of economic and social life. The purpose of this article is to develop conceptual arguments and provide a proposition about operations management as a challenge for continuity and stability for private sector practitioners who are working in global disease, as well as a general template that can be used in similar crises events.

Keywords: Operations Management, Global Disease, Cash-in-Transit (CIT)

Covid-19 Pandemi Sürecinde Tüketicilerin Ürün Stoklama Davranışları: Planlı Davranışlar Teorisi Kapsamında Türkiye Pazarında Bir İnceleme

PhD. Candidate Mert İNAL

PhD. Candidate Nazlı ÖZEL

Prof. Dr. Sima NART

Sakarya University

mert.inal2@ogr.sakarya.edu.tr,

nazliozel@selcuk.edu.tr

snart@sakarya.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, COVID-19 pandemi sürecinde tüketicilerin ürün stoklama davranışlarını incelemektir. Sosyal bilimlerde insan davranışlarını incelemede sıklıkla kullanılan Planlı Davranış Teorisi (PDT) çerçevesinde araştırma yürütülmüştür. Tüketicilerin stoklama davranışına yönelik tutumları, çevrelerindeki insanların tepkileri ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyet ve fiili davranış üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Modele araştırma konusu ile ilişkili olarak bireylerin psikolojik duygu durumlarını derinden etkileyen pandemi korkusu ilave edilerek bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Araştırma modelinde yer alan ilişkileri test etmek üzere ihtiyaç duyulan veriler 260 tüketicinin katılımı ile online anket aracılığı ile toplanmıştır. Planlı Davranışlar Teorisinin tüm varsayımları desteklenmiştir. COVID-19 salgını veya benzer kriz durumlarında duyulan korkunun stoklama davranışının artmasına neden olması beklenir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, ürün stoklama, pandemi korkusu, PDT

Consumers' Hoarding Behavior During COVID-19 Pandemic: A Study with The Theory of Planned Behavior in Turkey Market

The aim of this study is to examine the product hoarding behavior of consumers in the COVID-19 pandemic process. Research was conducted within the framework of Planned Behavior Theory (TPB), which is frequently used in social sciences to analyze human behavior. The attitudes of consumers towards hoarding behavior, the reactions of people around them, and the effects of perceived behavioral control on behavioral intention and actual behavior were analyzed. A research model was designed by adding the fear of pandemics, which deeply affect the psychological perceptions of individuals, in relation to the research subject. The data needed to test the relationships in the research model were collected via an online survey with the participation of 260 consumers. All assumptions of Planned Behavior Theory were supported. Fear in COVID-19 outbreak or similar crisis situations is expected to increase the hoarding behavior.

Keywords: COVID-19, hoard product, fear of pandemics, TPB

Covid-19 Pandemi Sürecinin Sosyal Sorumlu Tüketici Davranışlarına Etkileri

PhD. Candidate Nazlı Gamze ÖZEL

PhD. Candidate Mert İNAL

Prof. Dr. Sima NART

Sakarya University

nazliozel@selcuk.edu.tr

mert.inal2@ogr.sakarya.edu.tr,

snart@sakarya.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, COVID-19 pandemi sürecinin tüketicilerin sosyal sorumlu tüketici davranışları algılarına etkisini incelemektir. Sosyal sorumlu tüketici davranışı; tüketicilerin satın alma kararlarında ve tüketim davranışlarında kişisel ihtiyaçlarını tatmin etme amacının yanı sıra sosyal amaçları da dikkate almalarını ifade eder. Sosyal sorumlu tüketim dünyanın kaynaklarının sürdürülebilirlik ölçütleri kapsamında kullanılmasını esas alan ve doğal yaşama verilen zararı en aza indiren yöntemleri arayan tüketim şeklidir. Araştırma amacı kapsamında yürütülen literatür incelemesi sonucunda bir araştırma modeli kurgulanmıştır. Araştırma modelinde yer alan ilişkileri test etmek üzere ihtiyaç duyulan veriler 280 tüketicinin katılımı ile online anket aracılığı ile toplanmıştır. Analizlerden elde edilen ilk bulgular sürdürülebilirlik, etik gibi değişkenler yanında pandemi gibi krizlere yönelik risk algılarının tüketicilerin sosyal sorumlu tüketim davranışlarını etkilediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Sosyal sorumlu tüketim, sosyal sorumlu tüketici davranışı

Effects of the Covid 19 Pandemic on Social Responsible Consumer Behavior

The aim of this study is to investigate the effect of COVID-19 pandemic process on consumers' perceptions of socially responsible consumer behavior. Socially responsible consumer behavior; It refers to consumers' consideration of social goals as well as the purpose of satisfying their personal needs in their purchasing decisions and consumption behavior. Socially responsible consumption is a form of consumption that is based on the use of the world's resources within the scope of sustainability criteria and seeks methods that minimize the damage to natural life. As a result of the literature review carried out within the aim of the study, a research model was designed. The data needed to test the relationships in the research model were collected through an online questionnaire with the participation of 280 consumers. The first findings obtained from the analysis show that risk perceptions regarding crises such as pandemic affect consumers' socially responsible consumption behaviors as well as variables such as sustainability and ethics.

Keywords: COVID-19, Socially responsible consumption, socially responsible consumer behavior

COVID-19 Salgını Sonrası Havayolu Taşımacılığında Tüketici Beklentilerinin Değerlendirilmesi

Asst. Prof. Dr. Hacer Neyir TEKELİ

İstanbul Kültür Üniversitesi

n.tekeli@iku.edu.tr

Dr. Sezgi GEDİK ARSLAN

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa

sgedik@istanbul.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL

İstanbul Üniversitesi

sertugral@yahoo.com

ÖZET

Teknolojinin gelişmesi, alım gücünün artması, insanların gidecekleri yere daha hızlı ve güvenli bir şekilde ulaşma isteği, turizm sektörünün gelişmesi, havayolu işletmeciliğinin büyümesini de beraberinde getirmiştir. Büyüme eğiliminin hızlanması sektör içinde rekabetin de artmasına sebep olmuştur. Havayolu işletmeciliğinde profesyonel standartlara uygun olmak, müşteri ihtiyaçlarını karşılama gücüne sahip olmak, sunulan hizmetlerinin özellik ve niteliklerinin toplamı sektörde rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Ancak ekonomik krizler, siyasi krizler, doğal afetler ve salgın hastalıklar seyahat hareketliliğini azaltmaktadır. Salgın hastalıklar sebebiyle oluşturulan seyahat yasakları ve karantina uygulamaları, turizm sektöründe olduğu gibi havayolu işletmeciliğinin de daralmasına ve bağlantılı diğer sektörlerin iş hacmini kaybetmesine sebep olmaktadır. Havayolu işletmeciliğinin yeniden canlandırılma süreci, seyahat edenlerin güvenliğinin sağlanmasını temel alan bir yaklaşımla olmalıdır. Bu çalışmada COVİT 19 salgını sonrası havayolu işletmeciliğinin yeniden tercih edilebilmesi için tüketici beklentilerinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda 8 adet görüşme sorusu oluşturulmuş ve 40 havayolu kullanıcısına ulaşılmıştır. Elde edilen bilgiler Covid-19 salgını sonrası havayolu kullanıcılarının beklentileri ortaya konulmuş ve havayolu işletmeciliğinin gelişiminde etkili olacak politikaların belirlenmesi bakımından bir öneri olacak şekilde çalışma sonuçlandırılmıştır. Görüşmeler sonucu elde edilen veriler Covid-19 salgını sonrası havayolu kullanıcılarının beklentilerini ortaya koymuş ve havayolu işletmeciliğinin gelişiminde etkili olacak politikaların belirlenmesi bakımından bir öneri olacak şekilde çalışma sonuçlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Havayolu İşletmeciliği, Covid-19, Turizm

Evaluation of Consumer Expectations in the Airline Sector After the COVID-19

ABSTRACT

The development of technology, increased purchasing power, development of the tourism sector and the desire of people to reach their destinations faster and safer brought with it the growth of airline sector. The acceleration of the growth tendency has also led to an increase in competition within the sector. Complying with professional standards in airline management, having the power to meet customer needs, the sum of the features and qualities of the services provided provides a competitive advantage in the sector. However, economic crises, political crises, natural disasters and epidemics reduce travel mobility. Travel bans and quarantine practices created due to epidemic diseases cause airway management such as tourism sector to shrink and other related sectors to lose their business volume. The process of revitalization of airline management should be based on an approach based on ensuring the safety of travelers. In this study, it is aimed to reveal consumer expectations in order to re-prefer airline management after the COVİT 19 outbreak. Accordingly, 8 interview questions were created and 40 airline users were reached. The data obtained as a result of the interviews revealed the expectations of the airline users after the Covid-19 outbreak and the study was concluded as a proposal for determining the policies that would be effective in the development of the airline business.

Keywords: Airline Management, Covid-19, Tourism

Covid-19 Kapsamında Havaalanlarında Alınan Tedbirlerin Terminal Güvenlik Süreçlerine Etkisi: Milas-Bodrum Havalimanı'nda Bir Uygulama

Inst. Bilgehan ÖZKAN
Mehmet Akif Üniversitesi Üniversitesi
bilgehanozkan@mehmetakif.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ
Eskişehir Teknik Üniversitesi
ssates@eskisehir.edu.tr

ÖZET

Havaalanı hem uçaklara hem de yolculara çeşitli hizmetlerin verildiği karmaşık bir sistemdir. Bu sistem içerisinde hava ve kara tarafında birçok süreç eşzamanlı yürütülmektedir. Dolayısıyla havaalanı kapasitesinin tasarımı aşamasından itibaren etkin bir şekilde planlanması ve yönetilmesi gerekmektedir.

Havaalanı kapasitesinin yönetiminde kullanılan yöntemlerden biri de benzetim yöntemidir. Benzetim yöntemi süreçlerde değişiklik yapmadan sistem üzerinde deneme yapma imkânı vermekte ve maliyet avantajı sağlamaktadır. Havaalanı süreçlerinden biri olan terminal güvenliğinde de benzetim yöntemi kapasitenin tespiti, sürecin iyileştirilmesi gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır.

Bu çalışma kapsamında COVID-19 krizi sonucunda alınan tedbirler nedeniyle havaalanı terminal güvenlik sürecinde benzetim yöntemi kullanılarak havaalanı güvenliğinde muhtemel yaşanabilecek aksaklıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde terminal güvenlik önlemlerine yönelik mevcut düzenlemeler ve COVID-19 krizi sonrası alınan tedbirler literatür taramasıyla verilmiştir. Devamında Milas-Bodrum Havalimanı'nın mevcut ve COVID-19 tedbirlerinden sonraki terminal güvenlik modellemesi ele alınmıştır. Model oluşturulurken alan yazındaki çalışmalardan ve Milas-Bodrum Havalimanı'nın geçmiş yıllara ait yolcu trafiği verilerinden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yönetmelik Takdir, Açıkça Konuşma Davranışı, Bağlamsal Performans ve Kamu Çalışanları.

* Bu araştırma SIHAGUVDER desteği ile hazırlanmıştır.

The Effect of the Measures at Airports Within the Scope of Covid-19 on Terminal Security Processes: An Application at Milas-Bodrum Airport

ABSTRACT

The airport is a complex system that provides various services to both aircrafts and passengers. In this system, many processes are carried out simultaneously on airside and landside. Therefore, the airport capacity needs to be effectively planned and managed starting from the design phase.

Simulation is one of the methods used in the management of airport capacity. It allows to experiment on a system without making any changes in the processes and provides cost advantage. In terminal security screening, which is one of the airport processes, the simulation method is used for various purposes such as capacity determination and process improvement.

Within the scope of this study, it is aimed to identify possible disruptions in airport security by using simulation method in the airport terminal security process due to the measures taken as a result of the COVID-19 crisis. In the first part of the study, the current arrangements for terminal security measures and the measures taken after the COVID-19 crisis are given by literature review. Subsequently, terminal security modeling of Milas-Bodrum Airport and after the COVID-19 measures are discussed. The studies in the field literature and the passenger traffic data of Milas-Bodrum Airport from previous years were used while creating the model

Keywords: Managerial Discretion, Employee Voice Behavior, Contextual Performance and Public Employees

* This research has been prepared with the support of SIHAGUVDER.

Türkiye’de Kadın Girişimci Yazını: Pandemi Öncesi Görünüm (1996 -2020)

Asst. Prof. Dr. Hatice BAYSAL

Süleyman Demirel University
haticebaysal@sdu.edu.tr

ÖZET

Ülke ekonomilerinde ağırlığı giderek artmakta olan kadın girişimcilerin önemi ve rolü, içinde bulunduğumuz pandemi dönemi sonrasında daha fazla hissedilmeye başlanacaktır. Akademik araştırmalarda popüler bir alan olarak karşımıza çıkan kadın girişimciliği, yeni dönemde kuşkusuz daha popüler hale gelecektir. Araştırma, hem pandemi sonrası yapılacak çalışmalara fikir verme ve karşılaştırma imkânı sunma potansiyeli; hem de doğrudan kadın girişimcilere yönelik lisansüstü tezlerle birlikte bilimsel makaleleri konu alan bir araştırmaya rastlanılmamış olması nedeniyle tasarlanmıştır. Araştırma, Türkiye’nin pandemi öncesindeki kadın girişimci yazınına çeşitli başlıklar çerçevesinde görselleştirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma verileri, “kadın girişimci” anahtar kelimesi bağlamında ilk lisansüstü araştırmanın görüldüğü 1996 yılından günümüze kadarki sürecin ve bilimsel araştırma makalelerinin son yirmi yılının sistematik alan yazın taraması yöntemiyle elde edilmiştir. Ulaşılan veriler nicel içerik analizi kapsamında SPSS-22 ile değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularında, kadın girişimci yazınındaki araştırmaların yarısından fazlasının 2016-2020 yılları arasında yapıldığı; araştırma konularında sorunlar, destekler ve etkilerinin öne çıktığı; araştırmaların coğrafi alan olarak doktora tezlerinde ülke genelinde, yüksek lisans tezlerinde yerel bazda olduğu ve araştırmanın yapıldığı bilim alanı olarak İşletme’nin ön plana çıktığına yönelik kümelenmeler dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimci, Nicel içerik analizi

Women Entrepreneurs literature in Turkey: Pre-Pandemic View (1996 -2020)

ABSTRACT

The importance and role of women entrepreneurs, whose weight is gradually increasing in the country’s economies, will be felt more after the pandemic period we are in. Women entrepreneurship, which is a popular field in academic research, will undoubtedly become more popular in the new period. The research has been designed with the potential to give an opportunity to give an idea and compare the work to be done after pandemic. Also, the research has been designed because of the lack of a research subject to postgraduate theses and scientific articles directly about at women entrepreneurs. The research aims to visualize the literature on women entrepreneurs in Turkey’s pre-pandemic under various headings. The research data were obtained through the systematic literature review of the last twenty years of scientific research articles and the process since 1996, when the first postgraduate research was seen in the context of the keyword “women entrepreneur”. The data obtained were evaluated with SPSS-22 within the scope of quantitative content analysis. In the findings of the research, it is noteworthy clusters regarding the fact that more than half of the researches in the women entrepreneur literature were conducted between 2016-2020; problems, supports and effects of research are prominent; the researches are geographically in the field of doctorate theses throughout the country, and the master theses are on the local basis; and the Business comes to the forefront as the science area where the research is conducted.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Quantitative content analysis

Covid 19'un Girişimcilik Ve Pazarlamaya Etkilerine İlişkin Kavramsal Bir Çalışma

Dr. Faculty Member Cihat KARTAL

Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
dr_cihat_kartal@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL

Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
akademik71@gmail.com

Lecturer Kübra SAĞLAM

Yozgat Bozok University, Şefaati Vocational School
kubrasaglam6202@gmail.com

ÖZET

Dünya tarihi boyunca pek çok salgın hastalık; toplumsal, sanayi, ekonomik, siyasal ve ulaşım üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur. Bu tür hastalıkların; özellikle ticaret yolları ve merkezlerinde emek yoğun iş ve faaliyetler üzerinde oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Covid 19 virüsü hakkında sağlık bilimleri alanında pek çok çalışma olmasına rağmen, küresel ölçekteki ekonomik etkilerine ilişkin yayın ve raporların ortaya çıkmasında oldukça geç kalmış, bu virüsün içeriği hakkında ancak tahminler yapılabilmektedir. Çin'in dışında, bu hususta, göze çarpan en önemli rapor; Avrupa Parlamentosu'nun 26 Şubat 2020 tarihindeki **"Salgın ve Küresel Salgınların Ekonomik Etkileri"** isimli raporudur. Rapor; virüsün dünya ekonomisi üzerindeki en önemli etkisinin, ekonomiyi yavaşlatmasından dolayı ortaya çıkan sorunlara yöneliktir. Tahminler, iş dünyasının bu duruma en kısa sürede adapte olabileceğini göstermekle beraber, bilhassa satış ve pazarlamada önemli değişikliklerin oluşacağını vurgulamaktadır. Küresel ölçekteki dünya ticareti, elektronik ticaret temelinde yürütülse de, yüz yüze iletişimin hala etkin biçimde kullanıldığı kaçınılmaz bir gerçektir. Bu durum; hem web tabanlı ticaret yapan işletmeler, hem de diğer işletmelerin ticari ilişkilerini olumsuz etkilemiş; ayrıca üretim ve finansal hareketlerin yavaşlaması ile bazı iş yerlerinin kapanma tehlikesine neden olmuştur. Ayrıca, uzaktan çalışmaya alışık olmayan iş görenlerin yeni çalışma biçimlerine ilişkin sorunları ve yöneticilerin alışlagelmiş faaliyetlerin dışındaki başka konular ile girişimcilerin ise çok farklı girişim fırsatlarına yönelmelerini sağlamıştır. Bu görüşlere dayanarak çalışmanın amacı; halen küresel boyutta çok kayda değer bir tehdit olan Covid19'un, girişimcilik ve pazarlama üzerindeki mevcut ve gelecekteki etkilerine yönelik çözüm önerileri sunmaya çalışmaktır. Bunun alana yapacağı katkı ise çalışmanın önemine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Covid 19, Küresel Salgın, Ulusal ve Uluslararası Pazarlama, Girişimcilik, Ticaret

A Conceptual Study On Covid 19's Effects On Entrepreneurship And Marketing

ABSTRACT

Many epidemic diseases throughout the world history; caused negative effects on social, industrial, economic, political and transportation systems. Such diseases; it is known to be very effective on labor intensive works and activities, especially in trade routes and centers. Although there are many studies in the field of health sciences about Covid 19 virus, it has been quite late in the publication of reports and reports on its global economic effects. At the same time, until today, only predictions have been made about the content of this virus. Apart from in China, the most striking report on this issue is; it is the report of the European Parliament's "Economic Effects of the Epidemic and Global Outbreaks" on 26 February 2020. Report; the most important effect of the virus on the world economy is related to the problems that caused by the slowing down of the economy. Although the forecasts show that the business world can adapt to this situation as soon as possible, it emphasizes that significant changes will occur especially in sales and marketing. Although world trade on a global scale is carried out on the basis of electronic commerce, it is an inevitable fact that face-to-face communication is still used effectively. This situation; both web-based businesses and other businesses have negatively affected the commercial relations; it also caused the risk of closure of some workplaces by slowing production and financial movements. Also, the problems related to the new ways of working of the employees who are not accustomed to working remotely, and other issues other than the usual activities of the managers and the entrepreneurs to turn to very different enterprise opportunities. The purpose of the study based on these views; To try to offer solutions for the current and future effects of Covid19, which is still a very significant threat on a global scale, on entrepreneurship and marketing. The contribution of this to the field indicates the importance of the study.

Keywords: Covid 19, Global Outbreak, National and International Marketing, Entrepreneurship, Trade

Covid-19 Sürecinde Türkiye’de Vergi Tedbirlerinin Değerlendirilmesi

Assoc. Prof. Dr. Mutlu YORULDU

Balıkesir University, FEAS
mutluyoruldu@gmail.com

ÖZET

Çin’in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve tüm dünya geneline yayılan Covid-19 salgını nedeniyle, ülkelerin başta sağlık sistemleri olmak üzere eğitim, sosyal hayat ve ekonomi gibi pek çok alan olumsuz etkilenmiştir. Kimi ülkeler salgından tüm alanlarda daha fazla etkilenirken, bazı ülkeler ise sistemlerinin güçlülüğü nedeniyle daha az etkilenmişlerdir. Türkiye’de sağlık sistemin sağlam olması, son yıllarda sağlık alanında devletin başta şehir hastahaneleri olmak üzere atmış olduğu yatırım adımları bu sürecin olumsuz etkilerini azaltmada etkili olmuştur. Aynı zamanda sağlık alanında nitelikli ve yeterli personelin bulunması, hastahanelerin makine, teçhizat ve ekipman sıkıntısının olmaması salgınla mücadele eden diğer ülkelere nazaran Türkiye’yi mücadele avantajlı bir duruma getirmiştir. Kamu maliye literatüründe kalkınma carilerinden biri olarak belirtilen sağlık harcamalarının etkin yönetilmesi salgın nedeniyle ortaya çıkması muhtemel olan maliyetin minimize edilmesine büyük katkı sunmuştur. Salgının küresel bir hal alması ile birlikte ülkeler tedbir amaçlı belirli kısıtlamalara gitmişlerdir. Tedbir amaçlı olarak yürürlüğe konulan kısıtlamalar ülkelerin ekonomilerini ülkeden ülkeye seviyesi değişmekle birlikte belli bir düzeyde olumsuz etkilenmelerine neden olmuştur. İşletmelerin belirli süreliğine kapatılması veya iş hacimlerinin daralmış olması, üretim kapasitelerinin azalmasına etki etmiş bu da işletmelerde çalışan emek faktörüne işletmeler tarafından duyulan ihtiyacın azalmasına neden olmuştur. Çalışanların işten ücretli veya ücretsiz izinli olarak ayrılmasına veya tamamen çıkartılmalarına sebebiyet vermiştir. Piyasanın durumu böyleyken her kriz ortamında olduğu gibi devletlerin ekonominin çarklarının yavaş yavaş da olsa işleyebilmesi için devletlerin ekonomilere müdahale etmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Her devlet kendi ülke ve ekonomi özelliklerine ve ihtiyaçlarına uygun olarak belirlenen ekonomi plan ve programlarını uygulamaya alarak piyasadaki üretim faktörlerinin mağduriyetlerinin giderilmesine yardımcı olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Maliye, Covid-19, Türk Vergi Sistemi, Vergi Hukuku, Vergi Tedbirleri

In Period of Covid-19 in Turkey Evaluation of Tax Precautions

ABSTRACT

Due to the Covid-19 outbreak that occurred in Wuhan city of China and spread all over the world, many areas of the countries, such as education, social life, economy and particularly health systems were negatively affected. Some countries were less affected by the epidemic thanks to the strength of their systems while some countries were more affected in all areas. The fact that Turkey’s healthcare system is strong and the investments made by the government in the healthcare sector, particularly in City Hospitals, in recent years has been effective in reducing the negative effects of this process. At the same time, the availability of qualified staff in the sufficient number, and the fact that hospitals do not suffer from machinery and equipment shortages have brought Turkey in an advantageous situation compared to other countries struggling with the epidemic. Effective management of health expenditures, which is stated as one of the current expenditures with development effect in the public finance literature, contributed greatly to minimizing the cost that was likely to occur due to the epidemic. With the outbreak becoming global, countries have put into force certain restrictions for precautionary purposes. The restrictions put into force for precautionary purposes, although their level varied from country to country, caused the economies of the countries to be negatively affected at a certain level.

Keywords: Public Finance, Covid-19, Turkish Taxation System, Tax Law, Tax Precautions.

Covid-19 Salgın Sürecinde Mesleki Tükenmişliğin Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması

Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK

Hacettepe University, Vocational School and Social Sciences
volkani@hacettepe.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ

Hacettepe University, Vocational School and Social Sciences
maltinoz@hacettepe.edu.tr

ÖZET

2019 yılında Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde başladığı kabul edilen ve dünya çapında hızla yayılarak Covid-19 pandemisine yol açan SARS-CoV2 hastalık süreci; küresel düzeyde bütün sektörleri etkilemiştir. Bu süreçte dünya genelinde yaygın olarak alınan tedbirler çerçevesinde Türkiye’de de hızlı bir biçimde önlemler alınmaya başlanmıştır. Bu kapsamda bazı sektörlerin faaliyetleri geçici olarak durdurulurken, bazılarında ise esnek çalışma modeline geçilmiştir. Sürecin yönetiminde kritik önem taşıyan sağlık sektöründe ise çalışanlara izin ve işten ayrılma kısıtlamaları ile birlikte yoğun iş haftası uygulanmaya başlanmıştır. Olağanüstü durum, sağlık çalışanlarının iş yükünü normalin üzerinde arttırmıştır. Artan iş yükünün mesleki tükenmişlik gibi bir etkisi olabileceği gibi, örgütsel bağlılık üzerinde de etkilerinin olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada, T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından pandemi hastanesi olarak seçilen ve Türkiye’de pandemi sürecinin yönetimine önemli katkılar sağlayan Hacettepe Üniversitesi sağlık çalışanlarının artan iş yüklerinin mesleki tükenmişlik ve örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede, Maslach ve Jackson (1980) tarafından geliştirilen ve literatürde “Maslach Tükenmişlik Ölçeği” olarak bilinen ölçek ile Meyer ve Allen (1991) tarafından geliştirilen “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” kullanılarak yapılan araştırmanın pilot çalışması kapsamında 20 sağlık çalışanına çevrimiçi anket uygulanmıştır.

Pilot çalışma kapsamında mesleki tükenmişlik; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı boyutları ile ele alınmıştır. Örgütsel bağlılık ise; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere 3 boyutta değerlendirilmiştir. Bu kapsamda mesleki tükenmişliğin Covid-19 sürecinde sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri üzerine etkisi incelenmiştir. Ayrıca, söz konusu bu etkinin sağlık çalışanlarının demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği t-testi kullanılarak analiz edilmiştir. Söz konusu pilot çalışmanın sonuçları, bir sonraki aşamada 350 sağlık çalışanı üzerine yapılacak olan çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması açısından da önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, örgütsel bağlılık, mesleki tükenmişlik, sağlık çalışanları.

The Effect of Occupational Burnout on the Organizational Commitment of Healthcare Professionals in the Covid-19 Outbreak Process: A Field Study

ABSTRACT

The SARS-CoV2 disease process, which was first considered to have started in Wuhan, China in Hubei province in 2019, and spread rapidly worldwide, leading to a COVID-19 pandemic; it affected all sectors at the global level. In the framework of the precautions implemented widely throughout the world in this process in Turkey has begun to take precautions quickly. In this context, while the activities of some sectors have been stopped temporarily, others have started to work flexibly. In the health sector, which is critical for the management of this process, an intensive work week has started to be applied to the employees with the restrictions on leave and leave. The extraordinary situation has increased the workload of health workers above normal. Increasing workload may have an impact on professional burnout as well as on organizational commitment. In this study, the effect of increasing workloads of health workers at Hacettepe University which is selected a pandemic hospital by T.C. Ministry of Health, on professional burnout and organizational commitment is tried to be revealed. In this context, online questionnaires were applied to 20 healthcare workers within the scope of the pilot study of the research developed by Maslach and Jackson (1980) and using the “Organizational Commitment Scale” developed by Meyer and Allen (1991).

Professional burnout within the scope of pilot study; emotional exhaustion, depersonalization and personal success. Organizational commitment; emotional loyalty, attendance and normative commitment were evaluated in three dimensions. In this context, the effect of professional burnout on the organizational commitment levels of healthcare professionals was examined in Covid-19 process. In addition, whether this effect differs according to the demographic characteristics of healthcare professionals was analyzed using the t-test. The results of the pilot study are also important in terms of ensuring the validity and reliability of the study that will be carried out on 350 healthcare workers in the next stage.

Keywords: Covid-19, organizational commitment, occupational burnout, health workers.

The Impact of COVID-19 Pandemic on Diplomacy

Dr. S. Barış GÜLMEZ
İzmir Katip Çelebi University

Abstract

This paper aims to reveal the key impact of the COVID-19 pandemic on diplomacy. It claims that the pandemic coincides with the decline of the liberal world order that led to the rise of statecraft and public diplomacy, two rival practices to diplomacy. Already in decline, diplomatic practices have been further relegated to an inferior status under the Covid-19, while at the same time we observe the rising popularity of its rival practices.

Accordingly, the paper will first focus the rising popularity of the nemesis of diplomacy, i.e. statecraft. Then, the paper will discuss how another rival term, public diplomacy limits the capability and credibility of diplomacy. Third, the paper scrutinizes how the Covid-19 pandemic has had a multiplier effect on the fall of diplomacy. It further constrains ambassadorial diplomacy, while elevating statecraft and public diplomacy through a new term called “Corona diplomacy”

Covid-19 Sürecinde Marka Logolarındaki Değişim

Asst. Prof. Dr.Fatma Gül BİLGİNER ÖZSAATCI

Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İİSBF
fatmagul.bilginer@hku.edu.tr

ÖZET

Çin'in Wuhan kentinde 2019 yılının Aralık ayında ortaya çıkıp tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi sosyal hayattan ekonomik hayata her alanda etkisini göstermiştir. Bu süreçte ülkeler “evde kal” ve “sosyal mesafeyi koru” çağrısı yapmışlardır ve bireylerin salgından korunması için kamu bilinci oluşturulmaya çalışılmıştır. Devletin yanı sıra birçok kurum ve kuruluşta süreci desteklemek için ücretsiz hizmetler sunmuş, sağlık çalışanlarına özel kampanyalar yapmıştır. Sağlık, ekonomik ve sosyal anlamda bir krize dönüşen bunun gibi süreçlerde markaların sessiz kalarak iletişimi kesmeleri olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Böyle bir süreçte önemli olan markaların iletişim tonudur. Bu süreçte de markalar sosyal duyarlılık açısından bir takım faaliyetlerde bulunmuşlar ve mesaj vermek adına görsel ifade tarzlarından biri olan logolarında değişikliklere gitmişlerdir. Markaların tüketici ile iletişimini sağlayan logolar marka kişiliği, marka imajı ve kurumsal görsel kimliğin oluşmasında önemlidir. Bu çalışmanın amacı Covid-19 sürecinde markaların logo değişimini resmetmektir. Bu amaçla ulusal ve küresel alanda faaliyetlerini sürdüren 14 markanın logo değişimleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda tüm marka logolarının renk ve dizaynının aynı kaldığı 12 markanın logosunda yalnızca şekil, harf veya sembollerin birbirinden uzaklaştırılarak sosyal mesafeye dikkat çekildiği, 2 markanın logosunda ise evde kalmaya yönelik mesaj vermek amacıyla biçimsel değişikliklerin yapıldığı tespit edilmiştir. Markaların logolarında renk, şekil, yazı karakteri ve dizayn değişimine gitmemesindeki en önemli neden tüm bu unsurların kurum kimliğini, marka imajını ve marka kişiliğini yansıtmasıdır. Çalışmada markaların bu süreçte faaliyetlerini durdursalar da sürece ilişkin logolarında dikkat çekici değişimler yaparak tüketicilerle olan iletişimlerini sürdürmeyi amaçladıkları gözlemlenmiştir. Bu değişim ile markalar hem sürece olan sosyal duyarlıklarını ifade etmişler, hem hatırlanabilirliklerine katkı sağlamışlar hem de dikkat çekerek gündem olmayı başarmışlardır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Marka, Logo

Change in Brand Logos in Covid-19 Process

ABSTRACT

Covid-19, which emerged in Wuhan, China in December 2019 and influenced the World. Pandemic has shown its effect in every field from social to economic. In this process, countries called for “stay at home” and “keep social distance” and public awareness was tried to be created to protect individuals from the epidemic. In addition to the state, it has provided free services to support the process in many institutions and organizations, and made special campaigns for healthcare professionals. In such processes that turn into a crisis in terms of health, economy and social aspects, the fact that brands remain silent and cut communication can have negative consequences. What matters in such a process is the communication tone of brands. In this process, brands have carried out some activities in terms of social sensitivity and have changed their logos, which is one of the visual expression styles, to give messages. Logos that enable brands to communicate with the consumer are important in creating brand personality, brand image and corporate visual identity. The aim of this study is to illustrate the logo change of brands in the Covid-19 process. The logo changes of 14 brands operating in the national and global arena were examined. As a result of the study, it was determined that the colors and designs of all brand logos remained the same, and the logos of 12 brands were removed by removing only the shapes, letters or symbols from each other, and formal changes were made in the logo of the 2 brands in order to give a message to stay at home. The most important reason for brands not to change color, shape, font and design in their logos is that all these elements reflect their corporate identity, brand image and brand personality. In the study, it is observed that brands aim to maintain their communication with consumers by making remarkable changes in their logos, even if they stop their activities in this process. With this change, brands both expressed their social sensitivity to the process, contributed to their recall and also managed to be the agenda by attracting attention.

Keywords: Covid-19, Brand, Logo

Covid-19 Salgınında Televizyonda Yayınlanan Reklamların İzleyici Algısına Etkisi

Asst. Prof. Dr. Gülşah SARI
Bolu Abant İzzet Baysal University
gulsah.sari@ibu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Rengim SİNE NAZLI
Bolu Abant İzzet Baysal University
rengimsine@ibu.edu.tr

ÖZET

Dünyada yaşanan küresel Covid-19 salgını yaşamımızın her alanında etkili olmuştur. Tüketim alışkanlıklarımız, önceliklerimiz değişikliğe uğramıştır. Tüketicinin motor güçlerinden biri olan televizyon reklamları da bu salgın döneminde alışlagelmişin dışına çıkmıştır. Özellikle hijyenin ön plana çıktığı bu süreçte gıda, kişisel temizlik gibi hijyen ürünlerine ait reklamlar da artış olurken tüketicinin mihenk taşlarından biri olan bankalara ait reklamlar da ön plana çıkmıştır. Karantina süresinde alışveriş merkezleri, mağazalar, cafeler, berber ve kuaförler gibi günlük yaşamda sık sık kullanılan mekânların kapalı olması insanların günlük tüketim alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Sosyal medyada bilgi kirliliğinin artması sebebiyle karantina süresince evde kalan hedef kitlenin en çok kullandığı ve haberleri takip ettiği kitle iletişim aracı yeniden televizyon olmuştur. Dolayısıyla televizyon reklam verenler açısından önemli bir mecra haline gelmiştir. Bu süreçte reklam ajansları temsil ettikleri markaların bir taraftan Covid-19 süresince halkın yanında olduğu mesajını verirken bir taraftan da marka hatırlatması yapmaya devam etmiştir.

Bu çalışmada Covid-19 salgını süresinde yayınlanan reklamların izleyicinin algısına nasıl bir etkisinin olduğu araştırılmıştır. İzleyicilerin söz konusu markalara ait reklamlara güvenip güvenmedikleri, bu reklamlara ait mesajları nasıl algıladıkları, bu reklam filmlerini bir marka tanıtımı mı yoksa sosyal mesaj veren bir video mu olarak gördükleri çalışmanın temel problemidir. Bu problem 3 farklı sektöre yönelik reklam üzerinden çözümlenmeye çalışılmıştır. Reklamlar Süttaş, Vakıfbank ve Vestel'in Covid-19 temalı reklamlarıdır. Araştırma, Covid-19 tedbirleri süresince yapıldığı için reklamlar internet üzerinden görüntülü arama yapılırken birer araştırmacıyla birlikte izlenilmiş ve beraberinde derinlemesine mülakat tekniği ile 16 adet soru sorulmuştur. Görüşme yapılan kişiler her yaşta, meslektan ve gelir grubundan dağınık olarak seçilmiştir. Çalışma karantina sürecinde televizyon izleyen kişilerle sınırlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Televizyon, Marka, Covid-19

The Effect of the Ads Broadcast on TV During Covid-19 Pandemic on the Perception of the Audience

ABSTRACT

The global Covid-19 outbreak in the world has affected all the fields of our lives. Our consumption habits and priorities have changed. Television ads, which are among the motor powers of consumption, have also broken with tradition in this pandemic period. Especially in this process, during which hygiene is at the forefront, advertisements for food and hygiene products such as personal cleaning products have increased, and the advertisements of the banks, which is one of the cornerstones of consumption, have come to the fore as well. As the places frequently used in daily life such as shopping malls, shops, cafes, barbers and hairdressers are closed in the quarantine process, it has also changed people's daily consumption habits. Due to the increase of information pollution in social media, television has again been the mass media that the target audience staying at home uses the most and follow the news during quarantine period. Therefore, television has become an important medium for advertisers. On one hand, advertising agencies have given the message that the brands they represent are with the public during Covid-19, on the other hand, they've continued to make brand reminders.

In this study, it was investigated how the advertisements broadcast during the Covid-19 pandemic have affected the perception of the audience. The main problem of the study is whether viewers trust the advertisements of these brands or not, how they perceive the messages of these advertisements, whether they see these commercial films as a brand promotion or a social message video. This problem was tried to be solved through the ads intended for 3 different sectors. The ads are Covid-19 themed ads of S taş, Vakıfbank and Vestel. Since the research was conducted during the Covid-19 measures, advertisements were watched together with a researcher while making video calls on the internet, and 16 questions were asked with in-depth interview technique. The interviewees were chosen dispersedly from all ages, professions and income groups. The study was limited to people watching television in the quarantine process.

Keywords: Advertisement, Television, Brand, Covid-19.

Girişimcilik Temalı Çalışmalar: Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi Örneği

Dr. Mehmet KAPLAN
Isparta University of Applied Sciences
mehmetkaplan@isparta.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN
Isparta University of Applied Sciences
bernaturak@isparta.edu.tr

ÖZET

Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi; girişimcilik ve sosyal bilimlerde yer alan akademisyenlerin, girişimcilerin, yöneticilerin, sanatçıların ve lisansüstü öğrencilerinin bilgi paylaşımında bulunmak üzere bir araya geldiği, akademik, sosyal ve kültürel niteliği geliştirmeyi amaçlayan beşeri, kültürel ve sosyal sermayeyi zengin kılan bir platformdur. Bu platformda yer alan ilk dört kongredeki 113 girişimcilik temalı çalışma yazınölçüm ve değerleme analizine tabi tutulmuş ve bildiriler özet kitapları üzerinden değerlendirilmiştir. Bu analize bağlı olarak bildiriler girişimcilik alt konuları, araştırma yöntemleri, unvanları ve üniversitelerine bağlı olarak incelenmiştir. Çıkan mevcut durumun gelecekteki çalışmalara ışık tutacağı, araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik teorik ve pratik öneriler barındıracağı ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Temalı Çalışmalar, Yazınölçüm ve Değerleme Analizi, Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi.

Entrepreneurship Themed Studies: Example of International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress

ABSTRACT

International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress; It is a platform that enriches human, cultural and social capital aiming to develop academic, social and cultural quality, where academics, entrepreneurs, managers, artists and graduate students in entrepreneurship and social sciences come together to share information. 113 entrepreneurial themed studies in the first four congresses on this platform were subjected to bibliometric analysis and the papers were evaluated through the summary books. Based on this analysis, the papers were examined based on entrepreneurship sub-topics, research methods, titles and universities. It can be stated that the current situation will shed light on future studies and will include theoretical and practical suggestions for researchers and practitioners.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Themed Studies, Bibliometric Analysis, International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress.

Ekonomik ve Sosyal Girişimcilik Bağlamlarında Osmanlı Dönemi Vakıflarını Çözümlemek

Assoc. Prof. Dr. Fatma ŞENSOY

Cyprus Social Sciences University, Faculty of Law
fatma.sensoy@kisbu.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik, günümüz dünyasında ekonomik kalkınmada ve gelişmede rol oynayan en önemli faktörlerden biridir. Girişimcilik, ekonomik büyümenin motoru, yenilik ve yaratıcılığın kaynağıdır. Üretim faktörlerini ve üretim girdilerini bir araya getirip üretim işlemini gerçekleştirmek, girişimcilik olarak tanımlanmıştır.

Girişimciliğin tanımı ve işlevlerini bir arada değerlendirdiğimizde; vakıf kurucularının bir girişimci olarak topluma hizmet ettiklerini görebiliyoruz. Bu eylemin yüzyıllar boyu hatta sonsuza değin sürecek bir zaman boyutuna da sahip olması amaçlanmıştır. Böylece girişimin sürdürülebilirlik boyutunun ne denli büyük bir alanı kapsadığı ortadadır. Bunun için de çok ve büyük miktarlarda ekonomik kaynaklar vakıf kurucuları tarafından ayrılmıştır. Vakıf kurucuları, amaçlarına ulaşmak, toplumun tüm ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve öngördükleri hizmetin aksamadan yürütülebilmesi için bünyelerinde barındırdıkları kişilere iş olanakları ve geçim yolları sağlamış ve istihdamın artırılmasına katkıda bulunmuşlardır. Üretim faktörlerini bir araya getirip toplumun hizmetine sunmak, girişimciliğin en güzel boyutuna işaret etmektedir. Toplumda değişim yaratacak yenilikler yine vakıf kurma fiili ile gerçekleşmiştir. Bu anlamda yeni mahallelerin, yerleşim birimlerinin hatta şehirlerin kurulması vakıf kurucularının girişimci olarak önemli rollerini göstermektedir. Gelirin ve servetin yeniden dağılımı yine vakıf kurucularının amaçladıkları hizmetleri gerçekleştiren ortaya koydukları bir gerçekliktir. Bu sonuçlar, girişimcilik ve vakıf kurmanın mikro anlamda verileri ile birlikte makro anlamda da sonuçlarının ne denli farklı boyutlara sahip olduğunun göstergesidir.

Osmanlı dönemi vakıf kurucularını ekonomik anlamında olduğu kadar sosyal anlamında da bir girişimci olarak değerlendirip analiz yapmak, bu çalışmanın amacıdır. Bu analizi yaparken kullanılacak yöntem; vakıf kurucularının vakfiyeleri ve vakıf muhasebe defterlerindeki veriler üzerinden yapılacak nitel çalışmalar olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, vakıf kurmak, istihdam, üretim, sürdürülebilirlik

Analyzing Ottoman Foundations (Waqfs) in the context of Economic and Social Entrepreneurship

ABSTRACT

Entrepreneurship plays one of the major roles in economic development of today's world. Entrepreneurship is the engine of economic growth, the source of innovation and creativity and it's defined as combining production factors and inputs to realize the production process.

When we evaluate the definition and functions of entrepreneurship together; we can see that founders of foundations (waqfs) serve society as an entrepreneur. This action is intended to have a time dimension that lasts for centuries or even forever. Thus, it is clear how long sustainability dimension of the enterprise covers. For this purpose, rich and great amounts of economic resources are allocated. The founders have provided job opportunities for people to achieve their goals and to meet all the needs of the society and to ensure that their services are carried out without interruption. They contributed to the decrease in unemployment. They brought together the production factors and presented them to the society. Innovations which will create change in the society have been actualised through the act of establishing a foundation. In this context, the establishment of new neighbourhood's settlements and even cities shows the importance of founder roles as entrepreneurs. The redistribution of income and wealth is another service of founders. These results are indicative of the fact that they have important results in macro terms along with micro data of entrepreneurship and foundation building.

The aim of this study is to evaluate the founders of foundation in the Ottoman period as an economic entrepreneur and to analyse it as a social entrepreneur. The method to be used in making analysis will be the qualitative studies to be carried out on the data of the deed of trust (waqfiyye) and waqf accounting books.

Keywords: Entrepreneurship, to establish waqf, employment, production, sustainability.

Bilgi Paylaşımının Bireysel Yenilikçi Davranış ve Performans Üzerine Etkileri: Bir Alan Araştırması

Prof. Dr. Salih YEŞİL

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
syes66@hotmail.com

Vahit KIZILTOPRAK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
vkiziltoprak@ziraatbank.com.tr

Başak ŞITAK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
basaksitak@outlook.com

ÖZET

Bilgi çağında başarıyı belirleyen en önemli faktörlerden biride bilginin etkin bir şekilde yönetilmesi ve rekabetçi avantajlara dönüştürülmesidir. Bilgiyi elinde tutan kişi ya da kurumların bugün küresel ekonomide çok önemli rol oynadıkları artık bilinen bir gerçektir. Bilgi yönetiminde en önemli unsurlardan biri olan bilgi paylaşımı konusu bu çalışmanın ana temasını oluşturmuştur. Araştırmada bilgi paylaşımının yenilikçi davranış ve performans üzerine etkileri araştırılacaktır. Araştırma, bankacılık sektöründe bilgi paylaşımına yönelik olarak yapılmış olup bu çerçevede kamu bankalarında çalışanlara yönelik olarak anket çalışması yürütülmüştür.

Araştırma kapsamında ilgili literatürden yola çıkarak hipotezler oluşturulmuş ve bunları test etmek için regresyon analizinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda bilgi paylaşım boyutları olan bilgi toplama ve bilgi dağıtmanın yenilik davranış, iş performansı ve kurumsal performansı pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar teorik ve uygulama perspektiflerinden tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi, Bilgi Yönetimi, Bilgi Paylaşımı, Bilgi Toplama, Bilgi Dağıtma, Yenilikçi Davranış, İş Performansı, Kurumsal Performans

The Effects Of Information Sharing On Individual Innovative Behavior And Performance: A Field Research

ABSTRACT

One of the most important factors that determine success in the information age is to manage information effectively and turn it into competitive advantages. It is a well-known fact that individuals or institutions holding information play a very important role in the global economy today. The subject of information sharing, which is one of the most important elements in information management, has been the main theme of this study. In the research, the effects of information sharing on innovative behavior and performance will be investigated. The research was conducted for sharing information in the banking sector, and in this framework, a survey was conducted for employees working in public banks.

Within the scope of the research, hypotheses were created based on the relevant literature and regression analysis was used to test them. As a result of the research, it has been determined that information collecting and information distribution, which are information sharing dimensions, affect innovation behavior, business performance and corporate performance positively. The results obtained are discussed from theory and practice perspectives.

Keywords: Information, Information Management, Information Sharing, Information Collecting, Information Distribution, Innovative Behavior, Business Performance, Corporate Performance.

Yenilikçi İş Davranışının Öncüllerine İlişkin Bir İnceleme

Master's Student Mehmet Ali İPEK
m.alipek@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Mustafa CANBEK
Artvin Coruh University
mcanbek@artvin.edu.tr

ÖZET

Günümüz iş dünyasında yenilikçi yaklaşımların önemi giderek daha çok insan tarafından anlaşılmaktadır. Yenilikçi yaklaşımların şirketlere veya kuruluşlara kattığı değerin yanında rakiplere karşı üstünlük sağlamada da son derece etkili olduğu bilinmektedir. Bu nedenle çalışanların gündelik işlerini yaparlarken yenilikçi davranışlar sergilemeleri, yöneticiler tarafından giderek daha çok arzulanan bir durum haline gelmektedir. Bu manada yenilikçi yaklaşımların temelinde yatan ve çalışanları yenilikçi davranış göstermeleri konusunda harekete geçiren unsurların belirlenmesi önem arz etmektedir. Çalışanların, yaratıcılık gibi sadece kendi kişisel özelliklerine bağlı olarak yenilikçi iş davranışları sergileyecekleri düşünülmemelidir. Çalışanların kişisel özelliklerinden ziyade yönetimin, yenilikçi davranışlarla ilgili cesaretlendirici tutumu ve sağladığı destek de oldukça etkili olabilmektedir (Sürücü vd, 2020: 98). Bu noktadan hareketle çalışanların psikolojik açıdan desteklenmesi, işle bütünleşmelerini ve yenilikçi iş davranışları sergileme konusunda daha aktif bir rol üstlenmelerini sağlayabileceği ileri sürülebilir. Araştırma kapsamında çalışanların psikolojik güçlendirme konusundaki algılarının, işle bütünleşmeleri ve yenilikçi iş davranışları sergilemeleri konusunda nasıl bir etkiye sahip olduğu incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye genelinde MEB'e bağlı eğitim kurumlarında görevli öğretmenlerin katılımıyla bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Öğretmenlerin yenilikçi davranışlar sergileme konusunda kayda değer ölçüde esnek olabilecekleri ve öğretmenlik mesleğinin, yeniliklere açık nesillerin yetiştirilebilmeleri açısından oldukça önemli olduğu değerlendirilebilir. Anket çalışması çevrimiçi olarak oluşturulan anket formu ile gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya platformlarında yer alan ve Öğretmenlerin birbirleri ile etkileşimde kalmak amacıyla kullandıkları sosyal medya grupları üzerinde anket formuna ait bağlantı paylaşılarak katılım sağlanması istenmiştir. Çalışmaya 412 öğretmen katılmış ve elde edilen veriler SPSS paket programı ve Hayes (2013) tarafından geliştirilen Process Macro ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları öğretmenlerin psikolojik güçlendirme konusundaki algılarının yenilikçi iş davranışlarını pozitif yönde etkilediğini ($R^2 = ,581$; $p < ,01$) ve işle bütünleşmenin söz konusu bu etki üzerinde aracı etkiye sahip olduğunu ($R^2 = ,537$; $p < ,01$) göstermektedir. Psikolojik güçlendirme algısının, yenilikçi iş davranışları üzerinde güçlü denilebilecek düzeyde bir etkiye sahip olması, çalışanlara yenilikçi iş davranışları sergilemeleri konusunda yönetim tarafından sağlanacak psikolojik desteğin önemini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yenilikçi İş Davranışı, Psikolojik Güçlendirme Algısı, İşle Bütünleşme, Öğretmenler

A Research on The Antecedents of The Innovative Work Behaviors

ABSTRACT

In today's business world, the importance of the innovative approaches is accepted by the people, increasingly. Innovative approaches do not add values to the companies or institutions only. They mean having the advantages against the competitors, in the same time. Therefore, exhibiting innovative work behaviors is being more requested by the management, increasingly. In this sense, identifying the basis of the innovative approaches and the motives of the employees which lead them to exhibiting innovative work behaviors becomes crucial. It must not be thought, that the innovative work behaviors to be exhibited only as a result of the employees' personal characteristics such as creativity. Besides the personal characteristics, psychological supports provided by the managements and their encouraging attitudes towards the innovative work behaviors are also quite effective (Sürücü vd. 2020: 98). From this point of view, it can be suggested that supporting the employees in a psychological manner can lead them to increasing work integration and thus they can have a more active role to exhibit innovative work behaviors. The aim of the current study is to investigate the effects of the employees' perceptions regarding to the psychological empowerment on the work integration and the innovative work behaviors. With this purpose, a survey was conducted with the participation of the teachers who work in public schools across Turkey. It can be thought that the teachers were flexible considerably in the manner of exhibiting innovative work behaviors and teaching profession was extremely important to raise innovative generations. Survey was conducted via online form. The created link of the survey form was shared on the social media groups which were specific for the teachers. 412 teachers have participated the survey. Collected data was analyzed using SPSS and Process Macro which was

invented by Hayes (2013). The findings indicate that the teachers' perceptions regarding to the psychological empowerment is positively effective on the innovative work behaviors ($R^2 = ,581$; $p < ,01$) and work integration has a mediating role on the mentioned effect ($R^2 = ,537$; $p < ,01$). The considerably high degree of the effect of the perceptions regarding to psychological empowerment on the innovative work behaviors emphasizes the importance of the psychological support by the management, for encouraging to the employees to exhibit innovative work behaviors.

Keywords: Innovative Work Behavior, Psychological Empowerment Perception, Work Integration.

İşletmelerin İnovasyon Yeteneklerinin Geliştirilmesinde ve Yeni Ürün Başarısında Mesleki ve Kişisel Gelişim Eğitimlerinin Etkisi¹

Assoc. Prof. Dr. Zeliha TEKİN
Muş Alparslan University
z.tekin@alparslan.edu.tr

ÖZET

İnovasyon, yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasıyla veya mevcut olanların iyileştirilmesiyle yaratılan iktisadi faydadır. Bu iktisadi faydanın yaratılmasında liderlik, yaratıcılık, iş birliği, özgüven, ikna gibi birtakım becerilere sahip yenilikçi çalışanların rolü büyüktür. İşletme çalışanlarının mesleki ve kişisel gelişim eğitimleri almaları, işletmelerin mal ve hizmet geliştirme performansına katkı sağlamakla birlikte, işletmelerin inovasyon yeteneğinin gelişmesinde aracı görevini üstlenmektedir. Şöyle ki, işletmeye fayda sağlayacak mal, hizmet ve sürecin geliştirilebilmesi için gerekli olan eğitimsel bilgiler, en ideal inovasyon fikrini bulmada ve bu fikri yeni bir ürün olarak pazara sunmada önemli rol oynamaktadır. Bu çalışma, demografik veriler doğrultusunda Türkiye beyaz eşya sektöründeki iç pazarın büyük çoğunluğunu oluşturan 10 işletmenin 600 beyaz yakalı çalışanının iş ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayan işletme içi veya dışı herhangi bir eğitim alıp almadıklarının şayet eğitim almışlarsa hangi mesleki ve kişisel gelişim eğitimlerini aldıklarının ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle sektörel bilgi adı altında Türkiye’de beyaz eşya sektörünün yapısı ve gelişimine yer verilmiş daha sonra da araştırma katılımcılarının işletme içinde veya dışında almış oldukları eğitimler değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda araştırmaya katılanlardan yalnızca yarıdan biraz fazlasının işletme içi/dışı eğitime katılmış oldukları, inovasyon ve TRIZ (Yaratıcı Problem Çözme Teorisi) gibi eğitimleri alanların sayısının da beklenen düzeyde olmadığı ortaya çıkmıştır. Beyaz eşya sektör yöneticilerine yapılan bu çalışmanın sonuçlarını değerlendirerek inovasyon, patent, bilgi, teknoloji, Ar-Ge gibi konularda ilgili çalışanlara düzenli olarak güncel eğitimler verilmesi konusunda teşvik edici olabilecekleri önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon Yeteneği, Yeni Ürün Başarısı, Mesleki Eğitim, Kişisel Gelişim Eğitimi

The Impact of Vocational and Personal Development Trainings on The Development of Innovation Capabilities of Enterprises and The Success of New Products

ABSTRACT

Innovation is the economic benefit created by the discovery of new product and production processes or by the improvement of existing ones. In the creation of this economic benefit, innovative employees with a number of skills such as leadership, creativity, cooperation, self-confidence and persuasion have a great role. The acquisition of professional and personal development trainings by the business staff contributes to the performance of the business's goods and services development, but also serves as an intermediary tool for the development of the business's innovation capability. As such, the educational knowledge necessary for the development of goods, services and processes that will benefit the enterprise plays an important role in finding the ideal innovation idea and putting this idea into the market as a new product. In line with demographic data, this study aims to determine whether 600 white collar employees of 10 enterprises, which constitute the majority of the domestic market in the Turkish white goods sector, have received any training in or out of the enterprise that contributes to the business and personal development; if they have received any training, which vocational and personal development trainings they have received. In this study, firstly, the structure and development of the white goods sector in Turkey under the name of sectoral information, and then the trainings that the research participants received within or outside the company were evaluated. As a result of the study, it was found that only more than half of the participants participated in training within or outside the company, and that the number of participants received trainings such as innovation and TRIZ (Theory of Inventive Problem Solving) was not at the expected level. Evaluating the results of this study carried out by white goods sector managers, it was suggested that they could

¹ Bu çalışma, danışmanlığını Prof. Dr. Ayşe Akyol’un yaptığı “Bilgi ve İnovasyon Yönetim Süreci Boyutlarının İnovasyon Yeteneği ve Yeni Ürün Başarısına Etkisi” isimli doktora tezinin bir kısmının içeriği geliştirilerek üretilmiş halidir ve TÜBİTAK 2214-A Yurtdışı Doktora Sırası Araştırma Bursu ile desteklenmiştir.

be encouraged to give up-to-date training to relevant employees on innovation, patents, information, technology, R & D.

Keywords: Innovation Ability, New Product Success, Vocational Training, Personal Development Training

İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Bolu Abant İzzet Baysal University
hkaradal@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM
Bolu Abant İzzet Baysal University
ahmeterdem@ibu.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, İletişim Fakültesi lisans derecesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin belirlenmesidir. Buna ek olarak akademik eğitimin birinci ve son sınıfındaki öğrencilerin girişimcilik niyetlerini belirlemede muhtemel farklılaştırıcı eğilimleri belirlemek amaçlanmaktadır. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemi kullanılarak birinci ve dördüncü (son) sınıf lisans öğrencilerine yönelik uygulama yapılmıştır (n=20). Araştırmanın sorusu ve alt soruları dikkate alınarak nitel araştırma yöntemi olan durum çalışması (örnek olay) deseni tercih edilmiş, öğrencilere yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmıştır. Elde edilen veriler çevrim içi nitel araştırma analizi yapmakta kullanılan internet tabanlı Voyantools programı aracılığıyla analiz edilerek çeşitli sonuçlar elde edilmiştir. Elde edilen bulgular sonuç ve tartışma bölümünde yorumlanarak öneriler sunulmuştur. Araştırma sonucunda girişimcilik niyeti hakkında elde edilen bulgular ile alan yazındaki sonuçlar paralellik göstermektedir.

Anahtar Kelime: Girişimcilik niyeti, nitel araştırma, iletişim fakültesi öğrencileri.

A Qualitative Research on the Entrepreneurship Intent of the Faculty of Communication Students

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the entrepreneurship intentions of the students studying at the undergraduate degree of the Faculty of Communication. In addition, it is aimed to identify possible differentiating trends in determining the entrepreneurial intentions of students in the first and last year of academic education. In this context, application was made for first and fourth (last) undergraduate students by using qualitative research method (n = 20). Considering the question and sub-questions of the research, the case study (case study) pattern, which is a qualitative research method, has been preferred, and a semi-structured interview technique was applied to the students. The obtained data have been analyzed through the Internet-based Voyantools program used to perform qualitative research analysis online and various results have been obtained. The findings have been interpreted in the conclusion and discussion section and suggestions have been presented. The findings obtained from the research on entrepreneurship intention are parallel to the findings in the literature.

Keyword: Entrepreneurship intention, qualitative research, students of communication faculty.

Duygusal Zekâ ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Özel Sektör Çağrı Merkezlerinde Bir İnceleme

Dr. Faculty Member Cihat KARTAL

Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
dr_cihat_kartal@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Recep YÜCEL

Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
akademik71@gmail.com

Lecturer Kübra SAĞLAM

Yozgat Bozok University, Şefaati Vocational School
kubrasaglam6202@gmail.com

ÖZET

Günümüzde, teknoloji, bilgi ve iletişimde yaşanan hızlı gelişmeler, bazı iş sektörlerini daha önemli hale getirmiştir. Bu sektörlerden biri de, müşterilere kolaylıkla ulaşmaya imkân sunan çağrı merkezleridir. Girişimcilik faaliyetlerinin çevrimiçi yürütüldüğü çağrı merkezlerinde, girişimcilerin kişilik özellikleri verimlilik, karlılık, yaratıcılık ve yenilikçiliğin sağlanmasında kilit rol oynamaktadır. Birçok alanda başarının anahtarı olan duygusal zekânın, girişimci kişilik özellikleri ile ilişkili olacağı düşünülmektedir. Duygusal zekâsı yüksek çalışanların, girişimciliğin temeli olan risk alabilme yeteneğine ve yaratıcılığa daha yatkın olması beklenmektedir. Rekabetin yoğun bir şekilde etkisi altında olan çağrı merkezlerinde, duygusal zekâsı yüksek olan bireyleri istihdam etmek ve mevcut çalışanları bu konuda eğitmek fark yaratabilmek için zorunlu hale gelmiştir. Bu çalışmanın amacı; duygusal zekâ ile girişimci kişilik özellikleri arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, alana yapacağı katkı ise çalışmanın önemine işaret etmektedir. Çalışmada bilimsel araştırma yöntemlerinden olan nicel ve veri toplama için anket yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda, özel bir çağrı merkezi şirketinde takım lideri ve yönetici olarak görev yapan 125 kişiye anket uygulanmıştır. Veri toplama aracı olarak Wong ve Law tarafından geliştirilen “Duygusal Zekâ Ölçeği” ile Hakan Kuvan tarafından geliştirilen “Girişimcilik Özellikleri Ölçeği” kullanılmıştır. Anketle toplanan verilere, güvenilirlik, frekans, korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre; çağrı merkezinin çevrimiçi satış girişimciliği faaliyetlerini yürüten çalışanların, duygusal zekâ düzeyleri ile girişimci kişilik özellikleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Girişimcilik, Çağrı Merkezi

The Relationship Between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Personality Traits: An Investigation in Private Sector Call Centers

ABSTRACT

Today, rapid developments in technology, information and communication have made some business sectors more important. One of these sectors is the call centers that provide easy access to customers. In the call centers, where entrepreneurship activities are carried out online, the personality traits of entrepreneurs play a key role in ensuring efficiency, profitability, creativity and innovation. Emotional intelligence, which is the key to success in many areas, is thought to be related to entrepreneurial personality traits. Employees with high emotional intelligence are expected to be more prone to risk-taking ability and creativity, which is the basis of entrepreneurship. In call centers, which are heavily influenced by competition, it has become imperative to employ individuals with high emotional intelligence and to train existing employees in this regard. The purpose of this study; to reveal the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial personality traits. For this purpose, its contribution to the field indicates the importance of the study. In the research, the survey method was preferred for quantitative and data collection, which is one of the scientific research methods. In this context, a questionnaire was applied to

125 people working as team leaders and managers in a private call center company. “Emotional Intelligence Scale” developed by Wong and Law and “Entrepreneurship Characteristics Scale” developed by Hakan Kuvan were used as data collection tools. Reliability, frequency, correlation and regression analysis were applied to the data collected by the survey. According to the result of the research; it is understood that there is a positive and significant relationship between the emotional intelligence levels and entrepreneurial personality traits of the employees carrying out the online sales entrepreneurship activities of the call center.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurship, Call Center

Girişimci Gazeteciler ve Yeni Gelir Modelleri

Sevim ERGÜN, PhD. Student

Marmara University
svmgrkn1@gmail.com

ÖZET

Dijital teknolojilerin yükselişi, geleneksel medyanın reklam gelirlerinde yaşanan düşüşler, içeriğe para ödeme isteğinin azalması, kullanıcı profillerinin değişmesi, yaygın çevrimiçi üretim ve tüketimin artması, sosyal medya platformlarının yaygınlaşması gazeteciler için birtakım zorlukları beraberinde getirmiştir. Bu zorluklar sonucunda gazeteciler yeni iş modelleri geliştirerek farklı gelir modelleri sayesinde gelir elde etmeye başlamıştır.

Gazetecilerin farklı iş modelleri geliştirmeleri, yeni ürünler ortaya çıkarmaları ve gelir elde etme yolları aramaları ve bulmaları girişimci gazetecilik olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışma girişimci gazetecilik kavramını tanımlamayı ve gazeteciler için yeni gelir modellerini açıklamayı hedeflemektedir. Dünyadan ve Türkiye’den bireysel ve kurumsal anlamda gazetecilere destek veren kurum ve platformlar üzerinden bu yapıların nasıl işlediği ve gazetecilerin bu platformlardan nasıl yararlandığı güncel örnekler üzerinden betimlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Gelir Modelleri, Sürdürülebilir Gazetecilik, Dijital Dönüşüm

Entrepreneur Journalists and New Income Models

ABSTRACT

The rise of digital technology, the decline in advertising revenue of traditional media, the decrease in desire to pay for content, the change of user profiles, the increase in widespread online production and consumption, and the spread of social media platforms have brought some difficulties for journalists. As a result of these difficulties, journalists started to earn revenue through new income sources by developing new business models.

Activity of journalists to develop new business models, create new products, seek and find new ways to generate income is defined as entrepreneurial journalism. This study aims to describe new income models for journalists. Through institutions and platforms which are giving corporate and individual support to journalists in Turkey and over the world, how these structures work and how journalists benefit from these platforms will be described via current examples.

Keywords: New Business Models, Sustainable Journalism, Digital transformation

5th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress
Girişimci Esnekliği Üzerine Kuramsal Bir İnceleme

Dr. Yasemin GÜLBAHAR

Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
yasemin.gulbahar@aile.gov.tr

Örgüt ortamlarında işe ve çevreye yönelik sürekli değişen tehdit ve zorluklar mevcuttur. Bu zorluklara ek olarak girişimciler beraberinde gelen iş yükü ve belirsizlikler nedeniyle yüksek seviyede stres ve endişe yaşarlar. Girişimciler, risk alma eğilimi olan değişim katalizörleridir. Birçok girişimci işlerini geliştirmeyi arzu etse de, bunun gerçekleşmesi zaman almaktadır. Hatta bu süreci daha da zorlaştıran ve zaman açısından geciktiren engeller ve kısıtlamalar mevcuttur. Girişimciler bu süreci iyi yönetmek hatta bazı durumlarda yeniden başlamak için hayatta kalma stratejilerini benimsemeleri gerekebilir. Başarılı olabilen girişimciler, bu zorluk ortamında fırsatları yakalamak için ve uyum sağlayamayan diğerlerinden daha iyi performans sergilemek için çevredeki değişimlere uyum sağlayanlardır. Bu noktada esneklik girişimcilerin sahip olduğu onların stresli durumlar, zorluklar ve risklere karşı koymalarını sağlayan önemli bir özelliktir. Bu çalışmanın amacı girişimcinin çıktığı bu zorlu yolda karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olan ve girişim başarısı getiren bu özelliği ortaya koyarak girişimci için sağladığı faydaları teorik olarak belirlemektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Esneklik, Girişimci Esnekliği

A Theoretical Investigation of Entrepreneurial Resilience

ABSTRACT

There are constantly changing threats and challenges for business and the environment in organizational settings. In addition to these difficulties, entrepreneurs experience high levels of stress and anxiety due to the workload and uncertainties that come with them. Entrepreneurs are change catalysts that tend to take risks. Although many entrepreneurs desire to improve their business, it takes time to happen. There are even obstacles and restrictions that make this process more difficult and delayed in terms of time. Entrepreneurs may need to adopt survival strategies to manage this process well and, in some cases, to start again. Successful entrepreneurs are those who adapt to changes in the environment to take opportunities in this challenging environment and to perform better than others who cannot adapt. At this point, flexibility is an important feature that allows entrepreneurs to resist stressful situations, difficulties and risks. The purpose of this study is to reveal this feature that helps the entrepreneur to overcome the difficulties they face on their path and brings success to their enterprise and to determine the benefits it provides for the entrepreneur theoretically.

Kadın Girişimcilik Dinamiklerine Demografik Özellikler Açısından Bir Bakış

Prof. Dr. İsmail BAKAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
ibakan63@hotmail.com

Başak ŞITAK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
basaksitak@outlook.com

ÖZET

Günümüzde gelişen teknoloji ve endüstrileşme ile birlikte her geçen gün çalışma hayatına katılan kadın sayısında artış olmaktadır. Kadın nüfusunun erkek nüfusuna oranına bakıldığında, böylesi bir gücün iş yaşamına ve özellikle de girişimcilik alanına verebileceği yararların göz ardı edilemeyecek kadar önem arz ettiği kolaylıkla anlaşılabilmektedir. Çalışma hayatının güç şartları içerisinde iş kuran kadın girişimciler, yalnızca kendi gelirleri ve kariyerleri için çalışmış olmayarak, aynı zamanda ülke ekonomisine ve elbette toplumun refahına da büyük yararlar sağlayacaklardır.

Bu bağlamda kadın girişimcilik dinamikleri de önem kazanmakta ve günümüzde bilimsel araştırmalara yoğun bir şekilde konu olmaktadır. Bu çalışmada da kadın girişimcilik dinamikleri üzerinde durulmuş, demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada ele alınan dinamikler; kadın girişimcilerin işletmedeki sahiplik durumları, sermaye kaynakları, girişimci olma nedenleri, girişimcilik faaliyetinde bulunmaları aşamasında yaşadıkları sorunlar ve daha sonrasında girişimcilik faaliyetlerini sürdürmeleri noktasında yaşadıkları zorluklar, bu süreçte karşılaştıkları güçlükler, girişimci olmanın avantajlı yanları, başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikler ve son olarak da gelecek ile ilgili planları olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma Ankara ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler üzerinde yapılmış, veriler anket yöntemiyle toplanmış ve SPSS programında analiz edilmiştir. Analizler sonucunda kadın girişimcilik dinamiklerinin bazı demografik değişkenler açısından kısmen farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışma sonuçlarının literatüre ışık tutması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimcilik, Kadın Girişimcilik Dinamikleri, Demografik Özellikler

A Look Into The Female Entrepreneurship Dynamics From Demographic Variables Perspective

ABSTRACT

Today, with the developing technology and industrialization, there is an increase in the number of women participating in working life day by day. When we look at the ratio of the female population to the male population, it can be easily understood that the benefits such as power can give to business life and especially to the entrepreneurship field are too important to be ignored. Women entrepreneurs who set up business under the difficult conditions of working life will not only have worked for their own income and career, but will also have great benefits to the national economy and, of course, to the welfare of society.

In this context, women entrepreneurship dynamics are also gaining importance and are now the subject of various scientific research. In this study, women entrepreneurship Dynamics are emphasized and it is tried to determine whether they differ in terms of demographic variables. Dynamics discussed in the study; ownership status of women entrepreneurs in the business, capital resources, reasons for being entrepreneurs, the problems they experienced during the stage of entrepreneurship and the difficulties they faced in maintaining the entrepreneurship activities, the difficulties they faced in this process, the advantages of being an entrepreneur, the features that a successful entrepreneur should have, and finally the future will come. It comes across as their plans. The study was conducted on women entrepreneurs operating in Ankara, the data were collected by questionnaire method and analyzed in SPSS program. As a result of the analysis, it was determined that the women entrepreneurship dynamics differ in terms of some demographic variables. The study results are expected to shed light on the literature.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Women Entrepreneurship Dynamics, Demographic Factors.

Bir Girişimci Olarak Teknoloji ve Bilim Parkı: Teknopark Değer Önerisi Firmalar için Değerli mi?

Asst. Prof. Dr. Anıl Savaş KILIÇ
Istinye University
anil.kilic@istinye.edu.tr

ÖZET

Teknoloji ve Bilim Parkları (TBP) bulundukları bölge ve ülkedeki bilgi ve teknolojiye dayalı sanayiye geliştirerek ülke ekonomisini büyütmek amacıyla kurulmaktadır. TBP'lerin çeşitli hizmetler sunarak kurumsal müşterilerinin problemlerini çözen ve karşılığında getiri elde eden bir yapıda olması, onları da benzerleri gibi birer girişimci kurum yapmaktadır.

Çoğu kurumsal hizmet gibi, TBP hizmetlerinden birden fazla müşteri segmenti (üniversiteler, teknoloji firmaları, ülke vatandaşları, vb.) faydalanmaktadır. Bu müşteri segmentlerinden sadece birinin bile fayda sağlayamaması, TBP değer önerisinin tasarımı veya uygulanmasında problemler olduğuna işaret eder.

Bu problemlerin kökü TBP değer önerisinin üzerine inşa edildiği varsayımlara kadar gider. Bu varsayımlarda yapılan hatalar, tüm değer önerisinin işe yaramasına mâni olmaktadır. Bu çalışmada, TBP'lerin mevcut değer önerileri ve bunların üzerine inşa edildiği varsayımlar, TBP'nin ev sahipliği yaptığı müşterileri olan teknoloji şirketleri perspektifinden tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknopark, değer önerisi, girişimcilik, inovasyon

Technology and Science Park as an Entrepreneur: Is the Value Proposition Valuable for the Resident Firms?

ABSTRACT

Technology and Science Parks (TSP) are established with the purpose of economic growth by developing an industry based on information and technology in the region and the country they are located in. As TSPs are entities that solve their corporate customers' pains via their services and get some benefits in return; they can be approached as entrepreneurs.

Like many other corporate services, a variety of customer segments (universities, citizens, technology firms, etc.) benefit from TSPs' services. Any shortcomings in the benefits of any of the customer segments indicate problems in the design or execution of the value proposition.

The root of these problems can be found in the assumptions on which the value proposition is built. Any mistakes made developing these assumptions prevent the value proposition from working properly. In this study, TSPs' value propositions and the assumptions that lay under them are discussed from the perspective of the technology companies that reside in TSPs.

Keywords: Teknopark, value proposition, entrepreneurship, science park, innovation

Ticari Havalimanı Modelinde Havacılık Dışı Gelirler

Asst. Prof. Dr. Hakan RODOPLU

Kocaeli University, Faculty of Aviation and Aeronautical Sciences
hakan.rodoplu@kocaeli.edu.tr

Res. Asst. Demet DAĞLI

Özyeğin University, Faculty of Aviation and Aeronautical Sciences
demet.dagli@ozyegin.edu.tr

ÖZET

Havalimanları, hava ulaşım sisteminin önemli bir parçasıdır ve modern dünya ekonomisinde hayati düğümlerdir. 1978 yılında ABD’de gerçekleşen deregülasyon ile havacılık sektörünün yapısında önemli bir değişim meydana gelmiş ve bu değişim, ABD ile sınırlı kalmayarak dünya genelinde etki göstermiştir. Deregülasyon ile birlikte, havayollarının hizmet noktalarının artması ve bu noktalarda daha düşük fiyatlar sunmaları, hava taşımacılığını kullanan yolcu sayısında ve önemli merkezlerde trafik artışlarına neden oldu. Geleneksel olarak kamu mülkiyetinde faaliyet gösteren havalimanları, bu artan trafik ihtiyacını karşılayabilmek için yeni gelişim arayışlarına girdi ve deregülasyonu takip eden ticarileşme, özelleştirme ve küreselleşme süreçlerinin sonucunda, kar amacı güden ticari işletmelere dönüştü. Günümüzde havalimanları, yüksek kar getirme potansiyeli olan havacılık dışı faaliyetlere daha çok odaklanmaktadır. Bu bağlamda, havalimanlarının sunduğu hizmet yelpazesi genişlemiş ve havalimanlarının elde ettiği toplam gelir miktarı içinde, havacılık dışı gelirlerin payı artış göstermeye başlamıştır. Bu çalışmada, 2019 yılı yolcu verilerine göre en yüksek trafik hacmine sahip, Avrupa merkezli beş havalimanı grubunun finansal verilerine dayanarak havacılık dışı gelirlerinin toplam gelir içindeki payı dikey analiz yöntemiyle incelenmiştir. Çalışma kapsamında, seçilen beş havalimanı grubunun 2011-2019 dönemi finansal verileri incelenmiş ve toplam gelirleri içinde havacılık dışı gelirlerinin payının yıllara göre değişiminin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ticari Havalimanı, Havalimanı Gelirleri, Havacılık dışı Gelirler, Dikey Analiz

Non-aeronautical Revenues in Commercial Airport Model

ABSTRACT

Airports are an important component of the air transport system and vital nodes in the modern world economy. With the deregulation that took place in the USA in 1978, a significant change occurred in the structure of the aviation sector and this change was not limited to the USA, but had an effect worldwide. With deregulation, the increase in the number of destinations served by airlines and lower prices in these destinations led to an increase in the number of passengers using air transportation, and traffic in important centers. The airports, which are traditionally owned by the state, have sought new development opportunities in order to meet this increasing traffic need, and as a result of the commercialization, privatization and globalization processes following deregulation, they have turned into profit-oriented commercial enterprises. Today, airports focus more on non-aeronautical activities with high profit potential. In this context, the range of services provided by airports has expanded and the share of non-aeronautical revenues in the total amount of revenue generated by airports has started to increase. In this study, the share of non-aeronautical revenues in total income was analyzed by vertical analysis based on financial data of five European airport groups with the highest traffic volume according to passenger data for 2019. Within the scope of the study, the financial data of the five selected airport groups for the period of 2011-2019 were analyzed and it was aimed to determine the share of non-aeronautical revenues within their total revenues by years.

Keywords: Commercial Airport, Airport Revenues, Non-aeronautical Revenues, Vertical Analysis.

5th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress
Kişilik Tiplerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi

Prof. Dr. Mazlum ÇELİK

Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İİSB Fak.
mazlum.celik@hku.edu.tr

Mustafa YAPAN

Hasan Kalyoncu Üniversitesi
mustafayapann@gmail.com

ÖZET

Girişimcilik birçok faktör tarafından etkilenmektedir. Bu faktörlerden birisi de kişilik özellikleridir. Girişimci kişi risk alabilen, kendine güvenen, cesaretli, çalışkan, dürüst, duyarlı, yönetme becerisine sahip, iletişim becerileri yüksek, strese karşı dayanıklı, takım çalışmasında başarılı, yenilikçi düşünme özelliğine sahip, başarılı olma isteği olan ve liderlik gibi özelliklere sahiptir. Bu çalışmanın amacı; bireyin girişimci kişilik özelliklerine sahip olmasının girişimcilik eğilimine olan etkisinin araştırılmasıdır. Korelasyonel desende gerçekleştirilen araştırmanın örneklemini Hasan Kalyoncu Üniversitesi'nde öğrenim gören %69'u (n=265) kadın, %31'i (n=95) erkek olmak üzere toplam 384 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak Enneagram Kişilik Ölçeği (EKÖ) ve Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında EKÖ'nun girişimcilik ile en çok ilişkili olan reis ve başaran kişilik tiplerini ölçen alt boyutları analize dâhil edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 22. programıyla analiz edilmiştir. Analiz sonuçları reis ve başaran kişilik tipinin girişimcilik eğiliminin anlamlı yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte yapılan analizlerde reis kişilik tipinin girişimcilik eğilimi üzerindeki yordayıcı etkisinin başaran kişilik tipine göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu reis kişilik tipinin taşıdığı özelliklerin girişimcilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ile daha uyumlu olduğunu belirten araştırma bulgularıyla uyumludur.

Anahtar Kelimeler: Başaran kişilik tipi, Enneagram, Girişimcilik eğilimi, Kişilik, Reis kişilik tipi.

Effect Of Personality Types On Entrepreneurship

ABSTRACT

Entrepreneurship is influenced by many factors. One of these factors is personality traits. Entrepreneur has features such as risk-taking, self-confident, brave, hardworking, honest, sensitive, managing ability, high communication skills, stress-resistant, successful in teamwork, innovative thinking, desire to be successful and leadership. The present study aimed to investigate the effect of having entrepreneurial personality traits on entrepreneurship tendency. The research was carried out in a correlational research design. A total of 384 university students 69 % (n=265) females and 31 %(n=95) males, constituted the sample of the research that conducted at Hasan Kalyoncu University. Enneagram Personality Test (EPT) and Scale of University Students Entrepreneurship were used as data collection tools. Within the scope of the research, the sub-dimensions of EPT that measure the types of leader and achiever personality that are most related to entrepreneurship are included in the analysis. The data obtained were analyzed with SPSS 22. Analysis results showed that, leader and achiever personality types are significant predictors of entrepreneurship tendency. However, it was concluded that the predictive effect of the leader personality type on entrepreneurship tendency was higher than the achiever personality type. This finding is compatible with the research findings, which state that the characteristics of the leader personality type are more compatible with the personality traits of entrepreneurs.

Keywords: Achiever personality type, Enneagram, Entrepreneurship tendency, Leader personality type, Personality.

Motivasyonları ve İş Fikirleri Kaynağı Bağlamında Hibrit Girişimcilik

Dr. Mehmet KAPLAN
Isparta University of Applied Sciences
mehmetkaplan@isparta.edu.tr

Asst. Prof. Dr.Berna Turak KAPLAN
Isparta University of Applied Sciences
bernaturak@isparta.edu.tr

ÖZET

Hibrit girişimcilik herhangi bir bireyin ücretli olarak çalıştığı bir işten aşamalı olarak girişimciliğe geçişini ifade eden bir girişimcilik türü olarak değerlendirilmektedir. Hibrit girişimcilik faaliyetini gerçekleştiren kişi mevcut işindeki ücretini koruyarak girişimcilik faaliyetlerine odaklanmakta ve ortaklaşa hareket içinde hem ücretli işinde yol almakta hem de girişimcilik faaliyetlerinde risk alarak hareket etmektedir. Tüm girişimcilik faaliyetleri içinde önemli bir paya sahip olan hibrit girişimcilik kavramının kavramsal anlamda gelişimini, özelliklerini, motivasyonlarını ve iş fikirleri kaynaklarını ele alan bu çalışma; konu ile ilgili literatüre katkıda bulunmayı amaçlamakta ve özellikle son zamanlarda yaşanan değişimler çerçevesinde işgücü pazarında ve çalışma düzeninde yaşanan/yaşanacak olan çeşitliliğe yönelik teorik argümanın tanıtımını yapmaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Motivasyonlar, İş Fikirleri Kaynakları, Hibrit Girişimcilik.

Hybrid Entrepreneurship in the Context of Motivations and Business Ideas Resource

ABSTRACT

Hybrid entrepreneurship is considered as a type of entrepreneurship that expresses the gradual transition of any individual from a paid job to entrepreneurship. The person who carries out the hybrid entrepreneurship activity focuses on entrepreneurship activities by maintaining his wage in his current job and acts in a joint action both in his wage job and taking risks in entrepreneurship activities. This study, which deals with the conceptual development, features, motivations and sources of business ideas of the concept of hybrid entrepreneurship, which has an important share in all entrepreneurship activities; It aims to contribute to the relevant literature and tries to promote the theoretical argument for the diversity that will be experienced / experienced in the labor market and working order, especially within the framework of the recent changes.

Keywords: Entrepreneurship, Motivations, Business Ideas Resources, Hybrid Entrepreneurship.

Yenilikçilik Davranışı ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi: Kamu Özel Sektör Karşılaştırması

PhD Student Salih SERBEST

Ankara Hacı Bayram Veli University, Graduate Education Institute, salih.serbest@hbv.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences,
aykut.goksel@hbv.edu.tr

ÖZET

Kamu ve özel sektörde çalışanların girişimcilik niyeti tutumunda kurumda çalışanların göstermiş oldukları yenilikçi davranışları belirlemeye yönelik alan yazında herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, araştırmanın temel amacı; kamu ve özel sektörde çalışanların göstermiş oldukları yenilikçi davranışların girişimcilik niyeti tutumu üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Böylece alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, araştırmada girişimcilik niyetine etkisinin olduğu düşünülen girişimci kişilik özelliklerinden olan yenilikçi davranış faktörü demografik özelliklerle birlikte ele alınarak incelenmiştir. Araştırmanın problem cümlesi şu şekilde oluşturulmuştur:

“Kamu ve özel sektörde çalışanların girişimcilik niyeti tutumunda kurumda çalışanların göstermiş oldukları yenilikçi davranışlar nelerdir?”

Araştırmanın amacına uygun verileri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Oluşturulan veri toplama aracı 3 (üç) bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler, ikinci bölümde girişimcilik niyeti anketi ve üçüncü bölümde yenilikçi davranış anketi yer almaktadır. Birinci bölümde kamu ve özel sektör çalışanlarının demografik bilgilerini belirlemek amacıyla 16 (on altı) soru yer almaktadır. İkinci ve üçüncü bölümlerde beşli Likert olarak hazırlanmış olan anketler toplam 30 (otuz) maddeden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında 158 kamu sektörü ve 88 özel sektörde olmak üzere toplam 246 kişiye anket uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Girişimcilik Niyeti, Yenilikçilik, Yenilikçi Davranış

Innovation Behaviour and Relationship Between Entrepreneurial Intention: Public Private Sector Comparison

ABSTRACT

In the field of entrepreneurial intention of the employees working in the public and private sectors, no study was found in the field literature to determine the innovative behaviours shown by the employees. In this context, the main purpose of the research; to reveal the effect of innovative behaviours of public and private sector employees on entrepreneurial intention. Thus, it is thought that it will contribute to the literature. In this context, the innovative behavioural factor, which is an entrepreneurial personality trait, which is thought to have an impact on entrepreneurial intention in the research, has been examined with the demographic characteristics. The problem statement of the research was formed as follows:

“What are the innovative behaviours shown by the employees working in the institution in the attitude of entrepreneurial intention of employees working in the public and private sectors?”

Questionnaire technique, one of the quantitative research methods, was used to collect data suitable for the purpose of the research. The data collection tool created consists of 3 (three) sections. In the first part, demographic characteristics, in the second part, entrepreneurial intention survey, and in the third part, innovative behaviour survey. In the first part, there are 16 (sixteen) questions to determine the demographic information of public and private sector employees. The questionnaires prepared as Likert in the second and third sections consist of 30 (thirty) items in total. Within the scope of the research, a total of 246 people were surveyed, 158 in the public and 88 private sectors.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Innovation, Innovative Behaviour.

Kadın Girişimciliğin Teşvikinde Sinemanın Rolü: Bir Film İncelemesi

Asst. Prof. Dr.Hatice BAYSAL
Süleyman Demirel Üniversitesi,

Asst. Prof. Dr.Şefika ÖZDEMİR
Süleyman Demirel Üniversitesi,

ÖZET

Girişimcilik esnek yapısıyla her dönemin ihtiyaçlarına cevap verebilecek girişimlerle sürekli bir gelişim içerisindedir. Bu gelişim süreci içerisinde ekonomi ve istihdam politikaları kapsamında kadın girişimciler ön plana çıkmaya başlamıştır. Kadın girişimcilik kültürünün yerleştirilmesi çeşitli araçlarla desteklenmektedir. Bu çerçevede kullanılan araçlardan biri de medyadır. Medya baskın rol modeller, moda ve kişilik sembolleri sunarak bireyin topluma ve dünyaya bakış açısını belirleyen ortak algılama kalıpları geliştirmektedir. Medya, girişimcilik kültürünü toplumda büyütmek için bireylerin yaratıcılığını ve yeniliği ortaya çıkarabilecek tüm platformları oluşturarak ve vurgulayarak kadın girişimciliğin gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Toplumun girişimcilik ruhunu teşvik etmek için medya izleyicilerinin girişimcilik algılarını, televizyon programları, dergiler ve sinemadan sunduğu başarılı girişimci hikâyeleri ve temsilleri aracılığıyla şekillendirir, bu algıların güçlenmesini ve meşrulaşmasını sağlamaktadır. Bu araçlar arasında girişimciliğin teşvik edilmesinde en önemli faktörlerden biri sinemada yer alan karakterler ve hikâyeleridir.

Girişimci ruhu teşvik etmede etkili olan birçok sinema filmi bulunmaktadır ama özellikle kadın girişimciliği teşvik etmede gerçek bir girişimcilik öyküsü olan “Joy” filmi ele alınmıştır. Araştırmaya konu edinen film betimsel olarak dört temel tema çerçevesinde çözümlenmiş ve izleyicilere iletilen mesajlar ortaya çıkarılmıştır. Filmin kurgusunda girişimci ya da potansiyel girişimci kadınlara doğrudan bir sesleniş; yakın çevresine, iş dünyasına ve topluma ise “başarılı olabilirler” iletilişi gönderilmektedir. Batı sinemasında yer verildiği görülen kadın girişimci temasına Türk Sineması’nda rastlanılmamıştır. Türk sinemasında girişimci kadın temsiline rastlanılamamış olması sinemanın etki boyutu dikkate alındığında atıl bırakıldığını düşündürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimci Kadın, Sinemada Girişimci Kadın, Betimsel Analiz.

The Role Of Cinema In The Encouragement Of Female Entrepreneurship: A Film Analysis

ABSTRACT

Entrepreneurship with its adaptable structure is in a continuous development with initiatives that can meet the needs of each period. In this development process, female entrepreneurs come to the fore within the scope of economy and employment policies. The establishment of female's entrepreneurship culture is supported by various tools. One of the tools used in this framework is the media. The media develops common perception patterns that determine the individual's perspective on society and the world by presenting dominant role models, fashion and personality symbols. The media play an important role in the development of female entrepreneurship by creating and highlighting all the platforms that can reveal the creativity and innovation of individuals in order to grow the entrepreneurship culture in the society. To encourage the entrepreneurial spirit of the society, media shapes the audience's entrepreneurial perceptions through successful entrepreneurial stories and representations from television programs, magazines, and cinema, and it strengthens and legitimates these perceptions. Among these tools, one of the most important factors in promoting entrepreneurship is the characters and their stories in cinema. There are many cinema films that are effective in promoting the entrepreneurial environment, but the movie "Joy", which is a real entrepreneurial story especially in promoting female entrepreneurship, has been the subject of the study. The film, which is the subject of the research, was analyzed by descriptive analysis in the frame of four basic themes and messages conveyed to the audience were revealed. There is a direct call to entrepreneurial or

potential entrepreneurial women in the film's fiction; In addition, a message of “they can be successful” is sent to their immediate environment, business and society. The theme of the female entrepreneur, which appears to be featured in Hollywood cinema, was not found in Turkish Cinema. The fact that the absence of the representation of entrepreneurial women in Turkish cinema, suggests that the effect size of the cinema was left idle.

Keywords: Entrepreneurship, Female Entrepreneur, Female Entrepreneur in Cinema, Descriptive Analysis

The Importance of the Chamber of Commerce and Industry in the Development of Internal Entrepreneurship in Companies

Prof. Dr. Adnan ÇELİK

Selçuk University, FEAS
adnancelik@selcuk.edu.tr

Dr. Emre NALÇACIGİL

Selçuk University, SBE
emrenal@hotmail.com

Dr. Ahmet GÖZEN

Selçuk University, SBE
ahmet_gozen@gmail.com

ABSTRACT

The word entrepreneur is derived from the word “entre”, which means Latin comprehension and swimming. In time, to start with “entreprendre”, to start, to take a hand; With the “entrepreneur”, concepts such as entrepreneurs and contractors started to be expressed. The concept of entrepreneurship has evolved to different dimensions after modern organizational theories. Company personnel also participated in the scope of general entrepreneurship and the concept of “internal entrepreneurship” was developed. Commerce and Industry, Turkey Union of Chambers and Commodity Exchanges (TOBB), which operates under the umbrella of the organizations. They generally have important interactions with public institutions and the relevant environment. In particular, they carry out very useful activities for industrial enterprises, commercial enterprises, business people and traders. The support of these institutions for general entrepreneurship is undeniable. Possible support for internal entrepreneurship in companies was the main subject of this study. The study consists of three separate sections. Firstly, the concept and scope of internal entrepreneurship was explained. Then, the interaction between companies and internal entrepreneurship was emphasized. The third and last section is titled the place and importance of the chambers of commerce and industry in the development of internal entrepreneurship in companies. Here, firstly, general information about chambers of commerce and industry is given. Then, the place and importance of the chambers of commerce and industry were emphasized in the development of internal entrepreneurship in companies. The study was completed with results and recommendations.

Keywords: Entrepreneurship, Internal Entrepreneurship, Chambers of Commerce and Industry, Chambers of Commerce and Industry in Internal Entrepreneurship.

5th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress

Entrepreneurship for Digital Technologies in Healthcare

A Field Study in Emerging Markets

Based on User Insights

Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ

Abbott Diagnostics
ncigdem.uluc@gmail.com

ABSTRACT

Use of digital technologies has widely expanded in every business including healthcare. Like in all other sectors entrepreneurship is also so crucial in digital health technologies.

One of the most crucial attempts is in the arena of healthcare in digitalization is e-health and it is expected to impact the healthcare ecosystem and the need for better service, easier access practices and outcomes positively. This need becomes more remarkable in emerging countries which today still face challenges of healthcare such as access, financial needs, limitations in resources and healthcare professionals. Although the digital technologies are highly encouraged and mostly supported with governmental projects in those markets, there are still issues around implementation and investment decisions.

The most important requirement of new startups or any entrepreneurial approach in healthcare is the importance of ethical and compliant approach protecting human life and confidentiality. Therefore, many end-users still have doubts and concerns in terms of utilizing e-health or digital technologies since data privacy is an ongoing concern despite all governmental regulatory laws and restrictions. There are many beneficial entrepreneurial work conducted in digital healthcare with remarkable benefits to the societies.

This original field study analyzes the expected outcomes of digital technologies in healthcare based on user insights with a comparative approach in four selected emerging markets; Turkey, Egypt, United Arab Emirates and Kingdom of Saudi Arabia. Equally it analyzes the challenges of entrepreneurial attempts in that field.

The results of the research indicate that digital technologies in healthcare are expected to have positive outcomes regarding financial, time, efficiency and accuracy aspects as long as data privacy is firmly regulated and protected. Besides the results of this original field research indicate that patient to doctor communications will improve encouraging people have more initiatives in controlling their own health data.

The outcomes of this study also present the barriers of data privacy entanglement for entrepreneurial business.

Technological infrastructure and clinical cultural adaption of both patients and all related healthcare stakeholders are equally critical to mature the evaluation and better penetration of e-health and digital technologies in emerging markets.

Keywords- Digital Technologies, Entrepreneurship, Healthcare, Emerging Markets, User Views

Vergileme Tekniğinin Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Türk Vergi Hukuku Sisteminin Analizi

Asst. Prof. Dr. M. Ali AKKAYA

Muğla Sıtkı Koçman University/Fethiye Faculty Of Business Administration
Department of Business Administration
maliakkaya@mu.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik; sosyo-ekonomik, hukuk, mühendislik vb. gibi birçok disiplin ile doğrudan ilişkilidir. Bu ilişki yapısı bazen girişimciliği olumlu yönde etkilemekte bazen olumsuz etki süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu sosyo-ekonomik etki alanlarından biri vergidir. Gerek vergi yükü olarak belirlenen parasal tutarlar, gerekse daha geniş bir yaklaşımı ifade eden şekliyle vergi politikası yönü, girişimcinin yatırım kararlarını; diğer ifade ile sermayenin hareket yönünü etkilemektedir. Genel olarak vergi çeşitleri, vergileme süreci; tarh, tahakkuk, tebliğ, tahsil, vergi oranları ve genel olarak vergi hukuku sistemi girişimciliği doğrudan etkilemektedir. Girişimcinin, ekonomik sürece dâhil olmasının temel güdüsü karlılık düşüncesidir. Genel kanı olarak girişimci tacir, gerçek karlılığı maksimize etme düşüncesinde, bununla birlikte ödemeye yükümlü olduğu vergi miktarını da olabildiğince minimize etmek istemektedir. Dolayısıyla vergileme süreci dolaylı olarak girişimciler üzerinde olumsuz etki etmektedir. Bu çalışmada vergileme süreci, vergi oranları ve vergi hukuku sisteminin girişimcilik üzerindeki olumsuz etkisi irdelenerek Avrupa Birliği ülkeleri mevzuatı da dikkate alınarak karşılaştırmalı olacak şekilde model analizi yapılmıştır. Sonuç ve öneri olarak Türk Vergi Hukuku sisteminde girişimcilik önünde var olan temel kısıtlayıcı yasa değişiklikleri ile ilgili teklif ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Girişimcilik, Vergi Hukuku, Vergileme Tekniği, Tarh, Tahakkuk, Karşılaştırmalı Sitem Analizi,

Impact On Entrepreneurship And The Technique Of Turkish Tax Law Taxation System Analysis

ABSTRACT

Entrepreneurship; socio-economic, legal, engineering etc. is directly related to many disciplines. This relationship structure sometimes positively, sometimes negatively impact affecting entrepreneurship process. Spysyo-economic domains in question one is taxes. Designated as monetary amounts, the tax burden have both expressed a broader approach to tax policy direction, as the entrepreneur's investment decisions; other expression affects the direction of movement of capital. In General, tax, taxation process; beds, assessment, notification, collectible, tax rates and overall tax law system directly affects entrepreneurship. Stakeholder involvement, as long as the basic motivation of the economic profitability. The general consensus as maximize profitability real entrepreneurial merchants, in thinking, however, is obliged to pay as soon as possible to minimize the amount of taxes. Therefore, the negative effect on the process of taxation indirectly entrepreneurs. In this study, the process of taxation, tax rates and tax law system of entrepreneurship by European Union countries recorded negative impact on legislation taking into account the comparative analysis of the model. Conclusion and suggestion in Turkish tax law system based on existing restrictive law in front of entrepreneurship related to offer and made suggestions for changes.

Keywords: Entrepreneurship, Tax Law, Tax Computation Technique, Imposition, Assessment, Notification, Collectible, Comparative System Analysis.

An Investigation Into The Management Of Change In Private Sector Healthcare Organisations In Bangladesh: A Mixed Method Inquiry Based On The Implementation Of A New Framework To Support Healthcare Organisations

Dr. Ali Ahmad

University of the West of Scotland
ahmad_rubel@yahoo.com

Dr Daba Chowdhury

University of Suffolk

ABSTRACT

The purpose of this research paper is to investigate into the management of change in private sector healthcare organisations in Bangladesh and developing framework to support healthcare organisations.

The study followed mixed methods research-convergent parallel design. The purposive sampling method were used to select the respondent which includes senior staffs. Semi-structured interviews were conducted with 10 individuals, asking about their views and perceptions about change management. Using Nvivo themes and subthemes were developed from the interviews. Clustered probability sampling methods used for the quantitative survey questionnaire and total 300 survey were conducted. Chi-square test and Spearman correlation analysis techniques were used to analyse data.

The results demonstrate that effective communication influenced sustained healthcare culture as well as overcome resistance to change. It is also very necessary to have clear understanding and good perception about individual goals that are involved in significant change.

The main point of this research is to advance the knowledge of the change management and change management within the private sector healthcare organisations in Bangladesh. Private sector healthcare organisations in Bangladesh is undergoing a significant change, mainly reform of the private sector policy. However, this research project is sought to understand and represent barrier, communication, resistance, and understanding of the change management by private sector healthcare organisations in Bangladesh.

Keywords: Change Management, Communication, Culture change, resistance to change, Change process Mixed method research.

Development and Understanding to Overcome Internationalisation Challenged by Small and Medium Sized Enterprises in Cameroon's

Becky FORBIN (DBA Researcher)
University of West of Scotland (UWS)
beckyanne04@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the challenges faced by SME's in internationalization process and to develop guidelines that can help the SME's in Cameroon to internationalize their product and services. The literature review shows that the manufacturing sector in Cameroon is not performing well and the opportunity to internationalize SME's will boost the economy. Currently, the SME sector of Cameroon is domestic based.

The study used a mixed method approach to collect data. Convenience sampling method is used for collecting data. Sample size for quantitative data is 112 and for qualitative data is 16. The data collected was statistically analyzed using SPSS. Descriptive and associative analytical techniques were applied to access the data. The analysis of the data showed that internationalization barriers such as knowledge and information barrier, financial barrier, human resource barrier, competitive rivalry, bureaucratic barriers and other influential barriers are hindering the internationalization of SME's in Cameroon.

The respondents identified few recommendations to improve the internationalization process of SME's. These recommendations are also listed in the research paper. The study will help the managers of small and medium enterprises to overcome the internationalization process and get benefit from the international market by increasing the market share and decreasing the unemployment rate in Cameroon.

Örgüt Kültürünün İnovasyona Etkisi

Arş. Gör Feyza AKGÜN

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Yönetimi
feyzaakgun@ybu.edu.tr

ÖZET

Örgüt kültürü organizasyonların davranışlarını belirleyen en önemli etmenlerden bir tanesidir. Organizasyonun yönetim şekli satış stratejilerine kadar geniş bir alanı örgüt kültürü belirler. Organizasyonların davranışları örgüt kültürü çevresinde şekillenir. Küreselleşen dünyada yenilikçilik veya inovasyon tanımı ticarete giderek önem kazanmaktadır. 2018 yılı Küresel rekabet endeksine göre, Türkiye'nin inovasyon kapasitesi diğer ülkelerin gerisindedir. Bu çalışma, Türkiye'nin inovasyon eksiliğinin sebeplerinin anlaşılması için örgüt kültürü ve inovasyon kavramlarını derinden incelemiş ve Denison ölçeğiyle firmaların örgüt kültürünü araştırmıştır. Çalışma, spesifik olarak Türkiye'de ilaç sektöründe faaliyet gösteren işletmelere uygulanmıştır. Bu çalışmanın amacı, örgüt kültürünün inovasyona etkisini belirlemektir. Bu çalışmada, literatürde örgüt kültürü ve inovasyon kavramları üzerine yapılmış çalışmalar incelenerek, Denison Örgüt Kültürü ve inovasyon ölçeği Türkiye'ye uyarlanmıştır. Araştırma evreni İstanbul'daki 249 ilaç şirkettir. Araştırmanın örneklemini piyasada minimum 15 ilacı olan orta ve büyük ölçekli 126 şirkettir. Bu şirketlerin 46 tanesinin çalışanlarına Google form aracılığıyla anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda örgüt kültürü ve inovasyon arasında pozitif bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, İnovasyon, Örgütler, Yaratıcılık,

Effect of Organizational Culture on Innovation

ABSTRACT

Organizational culture is one of the important elements which determine organizations behavior. Organizational culture determines multiple factors from organizations management types to sales strategies. Organizations behavior shaped around organizational culture. Innovation definition become more important day by day for trade. According to 2018, Global Competitive Index (CSI) Turkey innovation capacity lagging behind of the other countries. This research deeply investigates organizational culture and innovation concept and examine companies' organizational culture with Denison Organizational Culture and Innovation Survey for understand the reasons of the Turkey's lack of innovation. This survey specifically, conduct organization whose operate Pharma companies in Turkey. The purpose of the study is determining the effect of organizational culture on innovation. This research examined literature about organizational culture and innovation than Denison Organizational Culture and Innovation survey adapted and applied to Turkey. Population of the study is 249 Pharma firms in Turkey. The research sample is medium and large-scale firms whose have at least 15 pills on market (n=126 firms) and conduct 46 of them via Google forms. According to the findings of the research organizational culture and innovation have positive relationship.

Keywords: Organizational Culture, Innovation, Organizations, Creativity.

Türk Tarihinde Peyzaj Mimarlığı

Eylem AKGÜL YALÇIN

BAİBÜ

eylemakgulyalcin@gmail.com

Pınar AYRANCI

BAİBÜ

ayranci_p@ibu.edu.tr

ÖZET

Türk tarihinde peyzaj mimarlığı farklı disiplinlerin içinde farklı başlıklar altında çalışılmış ve zaman içinde batı ülkelerinin tesiri altında kalarak kendi başına bir disiplin olarak hüviyetini kazanmıştır. Literatür incelendiğinde peyzaj mimarlığı eğitiminin Türk Tarihindeki eğitim yapısı kapsamında nasıl ele alındığı ile ilgili araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bilimsel disiplin halini almış yapıların tarihsel gelişimleri, bilim dallarında elde edilen sonuçları vererek değil, gelişim süreçlerindeki şartlar ve olgular ortaya konarak daha etkin bir şekilde açıklanabilir.

Bu çalışmanın amacı, Ziraat Fakültesi, Mimarlık Fakültesi, Orman Mühendisliği ve şehircilik çalışmalarının içinde gördüğümüz günümüz peyzaj mimarlığı anlayışının Türk tarihindeki kronolojisi, eğitim ve uygulama örnekleriyle irdelenmiştir. Bir başka deyişle çalışmanın amacı Peyzaj Mimarlığı disiplininin, sanat ve mühendislik eğitiminin içindeki ders programları ve ülke coğrafyasındaki planlamalar kapsamında incelenmesi ve ortaya konmasıdır.

Bu doğrultuda, çalışma “doküman inceleme” yöntemi ile yapılmıştır. Doküman incelemede araştırmacılar ihtiyaç duydukları verileri ve bilgileri gözlem veya görüşme yapmaya gerek duymadan elde ederek sonuca ulaşmaya çalışırlar. Bu çalışmanın amaçları doğrultusunda, Peyzaj Mimarlığının disiplini ile ilgili Osmanlı arşivindeki belgeler, gazete makaleleri, toplantı tutanakları, parlamentolar tarafından çıkarılan yasalar ve müfredat programları incelenmiştir.

Elde edilen bulgular sonucunda, tarihte ziraat, orman, mimari ve şehircilik çalışmalarının içinde gördüğümüz günümüz peyzaj mimarlığı anlayışının erken dönemden itibaren önce bahçe kültürü kapsamında daha sonra eğitim ve uygulama örneklerinin Osmanlı kültüründe vücut bularak kent dokusunda da özellikle yerini aldığı görülmektedir. Bahçeye ve çevreye hassasiyet gösterilen Osmanlı döneminde okul öncesi eğitimde çocuklara her gün bir saat kadar bahçede meşgul edilerek kendilerine bitkiler âlemi hakkında birincil basit bilgiler verilir, çiçeklerin nasıl yaşadığı ve büyüdüğü anlatılır, Türkçe isimleri öğretilir, bahçıvanlıkta kullanılan aletlerin isimleri talim ettirilir ve kullanım şekilleri gösterilirdi. Erken Cumhuriyet döneminde ise, Anadolu’nun birçok kentinde inşa edilen parklarla, çevrelerindeki doğal yeşil alandan henüz kopmamış küçük Anadolu kentlerinde “kamusal kent içi yeşil alan” kavramını henüz tanımayan, bu tür alanlara gereksinim duymayan ve onları kullanmayan bir topluma, bu yeni Batılı alışkanlığı benimsetmek amaçlanmıştır. Ülkemizde ilk defa Yüksek Ziraat Enstitüleri (Y.Z.E. 1934) kuruluşu içinde Orman ve Ziraat Fakültelerinde 1935/36 ders yılında Park-Bahçe Sanatı ve Bahçe Mimarisi dersleri halinde öğretim sahasına girmiş olan park ve bahçe düzenleme öğretimi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesinde gelişerek, 1971/72 ders yılında Peyzaj Mimarlığı Bölümünün kurulmasına kadar uzanmıştır. Çalışmada tarihteki mesleki izler derinlemesine incelenmiş ve ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sanat eğitimi, Peyzaj Mimarlığı, Türk Tarihi, Eğitim

How to Teach Sustainable Entrepreneurship? A Proposal for Higher Education

Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR

Istinye University
pinar.ozuyar@istinye.edu.tr

ABSTRACT

Entrepreneurship has become an academic field and a research focus area in most of the prominent universities' Business Schools. Furthermore, similar to entrepreneurship, sustainability education has also become mainstream in many universities. The crossover of both fields is sustainable entrepreneurship where focus is on increasing social and environmental as well as business value.

Although there are many examples of programs and courses designed for Sustainable Entrepreneurship, such programs are inclined towards practice based examples rather than a theory perspective. Practice based examples are useful in presenting real life cases, however, to push these examples beyond to general rules and methodologies require a different approach causing teaching such courses more complex.

The proposal discussed in this study is based on three main components, the first is general introduction to terms and concepts, followed by the second component focusing on awareness raising where selected sustainability related crosscutting issues that are all listed as global concerns, i.e. Population and demographics, migration, resource scarcity, climate change, big data are being discussed with examples owing to the notion that entrepreneurs are people who are aware of their surroundings and the world that they are living in. The third and final component is the know-how and tools to be endorsed to students to realize the entrepreneurial ideas.

Keywords:

Innovative Reforms in the Field of Public Administration of the Republic of Azerbaijan

Assoc. Prof. Dr. Murteza Hasanoğlu

The Academy of Public Administration of Azerbaijan

m_hasanoglu@yahoo.com.tr

ABSTRACT

Administration means the managing of society consciously. This, in turn, requires taking into account the objective laws of both society and nature, the existing aspects of development. Administration has always been an area of human activity. Public administration is also one of the type of administration. The state plays a leading role in the proper functioning of the economic system of each country. It reflects the relations between the various institutions of society. The state is the political organization of society, and the power of this organization belongs to its entire population and territory. Public administration refers to organizational and regulatory interactions. It aims to regulate, preserve and even rebuild people's social life, relying on the power of government. The principles of public administration are also important in this area. If these principles are examined separately, it becomes clear that they interact with each other and complement each other. The interaction between the principles takes place within a whole system. The system of public administration in the process of its activity influences the political system of the society and tries to develop it. The state stands at the crossroads of the political system and the system of public administration. On the one hand, the state plays a central element of the political system, and on the other hand, it plays an important role as a subject of the system of administration. The urgency of implementing innovations in the field of administration in our country is primarily related to the development strategy of the state. Here the main goal is, on the one hand, to create a strong state that can solve both internal and external problems, and, on the other hand, to form a legal and democratic state institution.

The aim of this study is both focusing on political, administrative, economic developments, state structure, public administration and local authorities of the Independent Azerbaijan Republic, and Azerbaijan's state structure, changes and reforms in the public administration of the country. Besides, it aims to analyze the perspectives in official documents setting the general framework for the public policies.

Keywords: Azerbaijan, Public Administration Reform, Public Policies, Reconstruction of the State, Evolution of the Public Administration.

3-6 Yaş Çocukların Öğretmen Ve Ebeveynlerinin Çocuk Kitabı Seçiminde Dikkat Ettikleri Ölçütlerin İncelenmesi

Yrd. Doç. Dr. Serdal IŞIKTAŞ

serdal.isiktas@kstu.edu.tr

Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi

Sedef KERESTECİ

Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi

Tuğçe YÜCEBAY

Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi

Ferdiye ŞAHMARAN

Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi

ÖZET

Bu çalışmada, “3-6 yaş grubu çocukların öğretmenlerinin ve ebeveynlerinin çocuk kitabı seçim kriterleri nelerdir?”, “3-6 yaş öğretmenlerinin ve ebeveynlerinin demografik bilgileri nelerdir?” soruları araştırmanın problem cümlelerini oluşturmaktadır. Çalışmada amaca uygun olarak izlenen tarama yöntemi ve toplanan verilerin niteliği açısından betimsel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada verilerin toplanmasında ve yorumlanmasında nicel araştırma yöntemi olan ölçek tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Güzelyurt bölgesi Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı okul öncesi eğitim kurumlarında, 3–6 yaş grubunda görev yapan öğretmenler ve eğitim kurumlarına devam eden çocukların ebeveynleri oluşturmaktadır. Araştırmada Güzelyurt bölgesindeki Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okul öncesi eğitim kurumlarında eğitim gören çocuklar ve ebeveynleri, random, basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile tespit edilmiştir. Evreni belli örneklem formülü kullanılarak okuldaki 54 veli ve 25 anasınıflı öğretmenine ulaşılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak; “Okul Öncesi Öğretmenlerinin ve Ebeveynlerin Çocuk Kitabı Seçim(3-6 yaş) Kriterleri” adlı ölçek kullanılmıştır. Çocukların gitmiş oldukları kurumlarda öğretmenlerinin ebeveynler gibi bu noktaları göz önünde bulundurduğu ve sınıf içersinde ki tüm çocuklara bir nebze olsun faydalı olabilecek kitapları seçtikleri görülmüştür.

Ortaöğretim 12. Sınıf Öğrencilerinin Atom Kavramına Yönelik Zihinsel Modellerinin İncelenmesi

Nergis SARIDAŞ, Physics Teacher
Ministry of National Education
nrgs06@gmail.com

Prof. Dr.Yasin ÜNSAL
Gazi University
yunsal@gazi.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, ortaöğretim 12. Sınıfta okuyan öğrencilerin zihinlerinde şema olarak oluşturdukları atom kavramını nasıl tanımladıklarını ve atom kavramı ile ilgili zihinsel modellerinde diğer kavramları atom kavramıyla nasıl ilişkilendirdiklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmada ölçme aracı olarak, Akyol (2009) tarafından geliştirilen “Atom Kavramına İlişkin Anket Formu” uygulanmıştır. Bu anket formu atomu; çizim, betimleme, büyüklük, soyutluk-somutluk olmak üzere dört temel ölçüte göre değerlendirmektedir. Söz konusu Anket Formu, 2018-2019 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde “Atomun Tarihsel Yapısı” konusu işlenmeden önce, Kocaeli İli Çayırova İlçesindeki Milli Eğitim Bakanlığına bağlı bir devlet Anadolu Lisesinde öğrenim gören 82 öğrenciye uygulanmıştır. Verilerin analizinde betimsel istatistik kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen çarpıcı bulguların sonucunda, öğrencilerin genellikle atomu Rutherford’un modeli göre tanımladıkları ve çizdikleri, atomun atomunun büyüklüğünü ifade ederken de karşılaştırma yaparak betimsel ifadeler kullandıkları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Zihinsel model, model, ortaöğretim, atom kavramı.

Investigation of 12th Grade Students' Mental Models About Atom Concept

ABSTRACT

In this study, it is aimed to reveal how students in secondary school 12th grade define the concept of atom that they have created as a diagram in their minds and how they relate other concepts with the concept of atom in their mental models related to the concept of atom. In the study, “Survey Form Regarding Atom Concept” developed by Akyol (2009) was used as a measurement tool. This questionnaire atom; It evaluates according to four basic criteria: drawing, description, size, abstraction-concreteness. The questionnaire form was applied to 82 students studying at a state Anatolian High School affiliated to the Ministry of National Education in the Çayırova District of Kocaeli Province before the subject of the "Historical Structure of the Atom" was taught in the spring semester of the 2018-2019 academic year. Descriptive statistics were used to analyze the data. As a result of the striking findings obtained as a result of the research, it was revealed that students often define and draw the atom according to Rutherford's model and use descriptive expressions by making comparisons while expressing the size of the atom's atom.

Keywords: Mental model, model, secondary education, atom concept.

Fizik Öğretmenlerinin Derslerinde Akran Öğretimi Tekniğinin Kullanımına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi

Gülsüm SAYIN

Ministry of National Education
General Directorate for Special Education and Guidance Services
gulsumsayin3401@gmail.com

Prof. Dr. Yasin ÜNSAL

Gazi University, Gazi Faculty of Education
yunsal@gazi.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmada, fizik öğretmenlerinin derslerinde akran öğretimi tekniğinin kullanımına yönelik tutumlarıyla, bu tutumlarına; cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, akran öğretimi hakkında bilgi sahibi olma, akran öğretimi yöntemi ile öğretim gerçekleştirilmesi ya da akran öğretimi yöntemi ile işlenen bir derse katılma gibi değişkenlerin etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı Ankara İli Merkez İlçelerindeki çeşitli (Anadolu Lisesi, Fen Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Anadolu İmam Hatip Lisesi) türdeki devlet okullarında görev yapan toplam 136 fizik öğretmeni (N=136) katılmıştır. Tarama modelinin kullanıldığı, durum tespiti niteliğindeki bu nicel çalışmada, araştırma grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden “kolay ulaşılabilirlik” örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler, Çirkinoğlu-Şekercioğlu (2011) tarafından geliştirilen “Akran Öğretimi Tutum Anketi” ve “Kişisel Bilgi Formu” kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen nicel verilerin analizi istatistik yazılım programı ile sağlanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, çalışmaya katılan fizik öğretmenlerinin “Akran Öğretimi Tutum Anketi” anket geneli ortalama puanlarının “katılıyorum” düzeyinde olmasına rağmen; anketin “yararlılık”, “ilgi” ve “anlaşılabilirlik” boyutlarında elde edilen ortalama puanların beklenen düzeyin altında olması, üzerinde düşünülmesi gereken bir durumdur. Çalışmaya katılan fizik öğretmenlerinin akran öğretimine ilişkin tutumları, yaş ve öğrenim düzeyi değişkenleri açısından farklılık göstermezken, cinsiyet değişkeni açısından “İlgi” alt faktörü bağlamında erkek öğretmenler lehine çalışmaktadır. Bununla birlikte fizik öğretmenlerinin akran öğretimine ilişkin tutumları, akran öğretimine yönelik bilgi sahibi olma, akran öğretimi yöntemi ile öğretim gerçekleştirilmesi ya da akran öğretimi yöntemi ile işlenen bir derse katılma değişkeni açısından farklılık göstermektedir. Elde edilen bulgular ışığında, fizik öğretmenlerinin derslerinde akran öğretimi tekniğinin kullanımına yönelik tespit edilen sorunların çözümüne yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Fizik dersi, fizik öğretmenleri, tutum, akran öğretimi.

Investigation of Attitudes of Physics Teachers Regarding the Use of Peer Instruction Techniques in Their Lessons

ABSTRACT

In this study, the attitudes of physics teachers towards the use of peer teaching technique in their lessons were examined. In addition to this, it was aimed to examine the effects of variables such as gender, age, education level, having knowledge about peer education, teaching with peer teaching method, or attending a lesson taught with peer teaching method on the attitudes of teachers towards peer teaching. A total of 136 physics teachers (N=136) working in various public schools (Anatolian High School, Science High School, Vocational and Technical Anatolian High School and Anatolian Imam Hatip High School) in the Central Districts of Ankara Province participated in the study. In this quantitative study, which uses a survey model, as a due diligence, “easy accessibility” sampling method, which is one of the purposeful sampling methods, was chosen for determining the research group. The data obtained in the research was obtained by using the “Peer Teaching Attitude Questionnaire” and “Personal Information Form” developed by Çirkinoğlu-Şekercioğlu (2011). The analysis of the quantitative data obtained was provided by the statistical software program. According to the findings of the

study, although the “Peer Teaching Attitude Survey” questionnaire average scores of the physics teachers participating in the study were at the level of “I agree”; The fact that the average scores obtained in the “usefulness”, “interest” and “intelligibility” dimensions of the questionnaire are below the expected level is a situation that should be considered. While the attitudes of physics teachers participating in the study regarding peer education do not differ in terms of age and education level variables, they work in favor of male teachers in the context of the “Interest” sub-factor in terms of gender variable. However, the attitudes of physics teachers towards peer teaching differ in terms of having knowledge about peer education, conducting teaching with peer teaching method, or attending a lesson taught with peer teaching method. In the light of the findings obtained, various suggestions were made for the solution of the problems detected in the use of peer teaching technique in the courses of physics teachers.

Keywords: Physics lesson, physics teachers, attitude, peer instruction.

Kriz Yönetimi Bağlamında Covid-19 Salgınının Eğitim Sistemine Etkileri Ve Alınan Tedbirler Üzerine Bir İnceleme

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
polatyucekaya@gmail.com,
Orcid: 0000-0002-5000-9711

Prof. Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
ddonmez@comu.edu.tr
Orcid:0000-0002-3072-9340

ÖZET

Kriz, bir organizasyonun planladıkları ile yaşadıkları arasında ortaya çıkan önemli bir uyumsuzluk olarak tanımlanmaktadır. Tüm dünyayı etkileyen COVID-19 salgını hem ekonomik, hem beşeri olarak çok önemli etkileri olan bir kriz durumunu ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın amacı, COVID-19 salgınının eğitim sistemi üzerine olan etkisi ve yöneticilerin kriz yönetimi bağlamında aldıkları tedbirlerin ve bu tedbirlerin yeterliliğini araştırmaktır. Bu amaçla literatür taraması yapılarak kriz ve kriz yönetimine ilişkin kavramsal çerçeve çizilmiş, kriz yönetiminin amaçları ve aşamaları açıklanmıştır. Dünyayı kısa sürede etkisi altına alan salgının başlangıcından itibaren eğitim sistemine yansımaları ve yöneticilerin aldıkları tedbirler incelenerek bu tedbirlerin krizi yönetmede ne derece etkili olduğu, eksik kalan noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır. COVID-19 salgınına ve eğitim sistemi üzerindeki etkilerine ilişkin veriler dünya bankasından elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kriz Yönetimi, COVID-19, Eğitim sistemi

A Study On The Effects Of Covid-19 Outbreak On The Education System And The Measures Taken In The Context Of Crisis Management

ABSTRACT

The crisis is defined as an important incompatibility that arises between what an organization plans and experiences. The COVID-19 outbreak, which affects the whole world, has revealed a crisis situation that has very important effects both economically and humanly. The aim of this study is to investigate the impact of the COVID-19 epidemic on the education system and the measures taken by administrators in the context of crisis management and the adequacy of these measures. For this purpose, a literature review has been conducted and a conceptual framework for crisis and crisis management has been drawn up and the objectives and stages of crisis management have been explained. The effects of these measures on the education system and the measures taken by the administrators have been examined since the beginning of the epidemic which has affected the world in a short period of time, and it has been tried to determine the extent to which these measures are effective in managing the crisis. Data on the covid-19 outbreak and its effects on the education system have been obtained from the YOK, MEB and World Bank.

Keywords: Crisis Management, COVID-19, Education System.

Relational governance, organizational unlearning and learning: Implications for performance outcomes

Volkan YENIARAS

Özyeğin University

volkan.yeniaras@ozyegin.edu.tr

ABSTRACT

Drawing on the literature on dynamic skills, this study builds upon and empirically tests a conceptual model that connects business and political ties, organizational unlearning, organizational learning, and firm performance. Specifically, we suggest that business ties enable and political ties inhibit organizational unlearning (i.e. regenerative dynamic capability), which may in turn affect exploratory (i.e. renewing dynamic capability) and exploitative (i.e. incremental dynamic capability) innovation behaviors of the firm. Thus, our purpose is to offer a theoretical framework in which organizational unlearning and learning act as mediating mechanisms between business and political ties and firm performance. Structural equation modeling and mediation analyses were used on a sample of 302 small and medium size enterprises in Turkey. We find that business ties enable organizational unlearning while political ties impede it. We further demonstrate that business ties positively and political ties negatively relate to organizational learning through organizational unlearning. In addition, we show that political ties are mostly negatively and indirectly related to firm performance through organizational learning while business ties positively and indirectly relate to firm performance.

Keywords: Business ties; political ties; organizational unlearning; exploratory/exploitative innovation; firm performance.

Pazarlama Meslek Elemanları: İŞKUR İş İlanlarının İncelenmesi

Dr. Bahar GÜRDİN

Aydın Adnan Menderes University, Kuyucak Vocational School
bahargurdin85@gmail.com

ÖZET

İşletmenin kurulmasından önce varlığını hissettiren pazarlama fonksiyonu, işletmeler için hayati önem taşımaktadır. Üretilen ürünün belirlenmesinden, fiyatlandırılmasına, dağıtımına ve tutundurulmasına kadar her türlü detaya değinmesi gereken ve diğer departmanlara önemli bilgiler sağlayan pazarlamanın hangi kademesinde olursa olsun çalışanları işletmeler için hayati öneme sahip işlemler gerçekleştirmektedirler. Bu derece önemli bir fonksiyonun elemanlarının da titizlikle seçilmiş olması ve belirli özelliklere sahip olmaları gerekmektedir. Meslek elemanları gerek aldıkları eğitimlerle gerekse iş yerlerinde edindikleri bilgilerle bu özelliklere ulaşmaktadır. Kişilerin istek ve ihtiyaçlarındaki sürekli değişimlerle birlikte sadece ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma değil aynı zamanda çalışanlardan talep edilen nitelikleri de değişim göstermektedir. Dolayısıyla firmaların, çalışanların ve eğitim kurumlarının bu hızlı değişime ayak uydurarak sürekli kendilerini güncellemesi gerekmektedir. Gerçekleştirilecek çalışmada, günümüzde pazarlama meslek elemanlarından talep edilen özelliklerin belirlenmesi ve bu alana personel yetiştiren eğitim kurumlarının öğretim planlarını bu doğrultuda güncelleyebilmesine olanak sağlanması için Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)'nda yer alan açık iş ilanları incelenecektir. Verilerin sınıflandırılmasında Microsoft Excel programı kullanılacak ve betimsel analiz gerçekleştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama Meslek Elemanı, Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), Microsoft Excel, Betimsel Analiz

Marketing Professionals: Review of İŞKUR Job Postings

ABSTRACT

The marketing function, which makes its presence felt before the establishment of the business, is vital for businesses. Employees, regardless of their level of marketing, which need to touch on every detail from the determination, pricing, distribution and promotion of the product to be produced and provide important information to other departments, carry out vital transactions for businesses. The professionals of such an important function must also be carefully selected and have certain properties. Professionals reach these features both with the trainings they receive and with the information they get in the workplace. Along with the constant changes in the requests and needs of individuals, not only the product, price, distribution and promotion, but also the qualities demanded from the employees vary. Therefore, companies, employees and educational institutions should keep up with this rapid change and update themselves.

The study will be performed to determine, nowadays the desirable features of marketing professionals and training plans of personnel training educational institutions in this area and Turkey Employment Organization to provide it possible to update this direction (TEO) 's Located will examine open jobs. Microsoft Excel program will be used to classify the data and descriptive analysis will be performed.

Keywords: Marketing Professionals, İSKUR, Microsoft Excel, Descriptive Analysis

Korona Virüs Sürecinde Algılanan Örgütsel Adaletin Çalışanlarda İşe Yabancılaşma Düzeyine Etkisi

Asst. Prof. Dr. Ergün KARA

Osmaniye Korkut Ata University, FEAS
ergunkara@osmaniye.edu.tr

Ceren ÇELİK

Osmaniye Korkut Ata University, SBE
celik.ceren89@hotmail.com

Birsen KOÇAK

Osmaniye Korkut Ata University, SBE
birsenkocak5@gmail.com

ÖZET

21. yüzyıl Dünyası'nın zorlu yaşam koşulları ile birlikte Çin'in Wuhan kentinde korona virüs(COVID-19) salgını ortaya çıkmış ve tüm kıtalara yayılmasıyla birlikte Dünya Sağlık örgütü tarafından bu salgın "pandemi" olarak ilan edilmiştir. Bu salgından dolayı çeşitli önlem alma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Birçok ülkede salgının önüne geçilmesi için uygulanan kısıtlamalarda hayatın durma noktasına gelmesi ekonomiyi oldukça olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Birçok sektör faaliyetlerini durdurmuş ve işten çıkarmalar ortaya çıkmıştır. Böylelikle Korona virüs salgının da istemsiz mağduriyetler sonucu adaletsiz işe son vermeler, kalanların ise işe ve örgüte karşı yabancılaşmaları sorunu gün yüzüne çıkmıştır. Sonuç olarak korona virüs sürecinde örgütlerde algılanan adaletin çalışanlar üzerindeki örgüte yabancılaşma düzeyine etkisi incelenmiştir. Bu amaçla birlikte Adana ve Osmaniye ili merkezli faaliyet gösteren özel sektör işletmelerin de örnek olay analizi gerçekleştirilmiş ve araştırma kapsamında bu tesislerde görev yapan bireyler ile görüşmeler yapılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiş ve araştırma sorularından yola çıkılarak hazırlanan formda açık uçlu sorulara yer verilmiştir. Yapılan çalışma, "Örnek Olay incelemesi" modelindedir. Bu çalışma toplam 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, örgütsel adalet kavramı ve örgütsel yabancılaşma kavramlarını açıklanmaya çalışılmıştır. Son bölümde ise araştırmanın verileri, yapılan literatür taraması sonucunda adalet ve yabancılaşma ile ilişkili hazırlanan mülakat soruları, yorumları ve sonuçlarına yer verilerek analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Örgütsel Yabancılaşma, Korona virüs Salgını

The Effect of Organizational Justice Perceived in the Corona Virus Process on Employment Alienation Level in Employees

ABSTRACT

The corona virus(COVID-19) outbreak in Wuhan City, China, along with the harsh living conditions of 21 century Earth, has emerged and spread to all continents and has been declared a "pandemic" by the World Health Organization. Due to this outbreak, the need to take various measures has arisen. In many countries, the fact that life has come to a standstill in the restrictions imposed to prevent the epidemic has affected the economy in a very negative way. Many sectors have ceased operations and layoffs have arisen. Thus, the problem of unjust termination of work as a result of involuntary victimization of the corona virus outbreak and alienation of the remaining people against work and organization has emerged. As a result, the effect of perceived justice in organizations during the corona virus process on the level of alienation to the organization on employees was examined. For this purpose, a case study of private sector enterprises operating in Adana and Osmaniye province was carried out and interviews were conducted with individuals working in these facilities within the scope of the research. As a data collection method, semi-structured interview technique was preferred from qualitative research methods and open-ended questions were included in the form prepared based on research questions. The study is in the "case study" model. This work consists of a total of 2 chapters. In the first part, the concept of organizational justice and organizational alienation are tried to explain the concept. In the last section, the data of the research were analyzed by giving the interview questions, comments and results related to justice and alienation as a result of the literature review. Various recommendations were submitted as a result of the study.

Keywords: Organizational Justice, Organizational Alienation, Coronavirus Outbreak

Kuşaklar Bağlamında GSM Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Muğla İlinde Bir Araştırma

Uğur DAMGACI
ugurdamgaci48@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
hatice.ozkoc@mu.edu.tr

ÖZET

Müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati işletmeler açısından son derece büyük önem arz etmektedir. İşletmelerin devamlılığını sürdürebilmeleri açısından müşterilerini memnun etmek ve onları sadık müşteri haline getirebilmek öncelikli hedeftir. Ayrıca eski müşterinin maliyeti, yeni kazanılacak olan müşterinin maliyetinden daha azdır. Bu yüzden müşteri memnuniyeti ve bu memnuniyetin devamında oluşabilecek olan müşteri sadakati işletmeler açısından büyük avantaj olacaktır. Müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati kişiden kişiye değişmektedir. Bu çalışmanın amacı, GSM sektöründe müşteri memnuniyetinin müşteri sadakatine etkisinin kuşaklar üzerinden incelenmesidir. Araştırmanın evreni, Muğla il merkezinde yaşayan herhangi bir operatörü kullanılan bireylerdir. Araştırma verileri anket yardımıyla toplanmış olup katılımcı seçimi kolayda örnekle yöntemiyle yapılmıştır. Örnek büyüklüğü güven düzeyine göre 216 olarak belirlenmiştir. Araştırmaya ilişkin veriler çok değişkenli istatistiksel analizler kullanılarak analiz edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. GSM sektöründe müşteri memnuniyeti müşteri sadakati üzerinde oldukça etkilidir. Ancak müşteri sadakati oluşturmada müşteri memnuniyeti tek başına yeterli olamayabilir. Kuşaklararası da müşteri memnuniyeti müşteri sadakatini olumlu yönde etkilemektedir. Kuşaklararasıda memnuniyet arttıkça sadakatin de arttığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmanın sonuçları, rekabette avantajlı duruma geçmek isteyen işletmelerin müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatine oldukça önem vermeleri gerektiğini ve çeşitli programlarla üstünlüğü ele almaları gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kuşak, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati, GSM

The Effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the GSM Sector in the Context of Generations: A Research in Muğla Province

ABSTRACT

Customer satisfaction and customer loyalty are extremely important for businesses. The primary objective is to satisfy the customers and make them loyal customers in order to maintain their continuity. In addition, the cost of the old customer is less than the cost of the new customer to be won. Therefore, customer satisfaction and customer loyalty that may occur in the continuation of this satisfaction will be a great advantage for businesses. Customer satisfaction and customer loyalty vary from person to person. The aim of this study is to examine the effect of customer satisfaction on customer loyalty in generations. The population of the study individuals who used any living in Muğla. The research data were collected with the help of a questionnaire and the selection of participants was made easily by sample method. The sample size was determined as 216 according to the confidence level. Data related to the study were analyzed using multivariate statistical analyzes. According to the results, there is a positive relationship between customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction in the GSM sector is highly effective on customer loyalty. However, customer satisfaction alone may not be enough to create customer loyalty. Customer satisfaction between generations also affects customer loyalty positively. It has been observed that loyalty increases as satisfaction increases between generations. The results of this study show that the companies that want to gain an advantage in the competition should give importance to customer satisfaction and customer loyalty and they should address the superiority with various programs.

Keywords: Generation, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, GSM

Dijital Okuryazarlığın Pazarlamada Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme

Ress. Asist. Dr. Cevat SÖYLEMEZ

Kütahya Dumlupınar University
cevatsoylemez@hotmail.com

ÖZET

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, günlük yaşamın ve birçok endüstrinin en önemli konusu halinde gelmiştir. Şüphesiz ki yaşanan bu gelişmeler pazarlama alanında da hissedilmektedir. İşletmelerin pazarlama aktivitelerinde interneti ve dijital teknolojileri kullanmasıyla tüketicilerde de buna bağlı olarak değişen satın alma alışkanlıkları söz konusu olmaya başlamıştır. Bu nedenle teknolojinin ve dijital mecraların nasıl kullanıldığı veya kullanılırken nelere dikkat edilmesi gerektiği gibi konular önem kazanmaya başlamıştır. Dijital okuryazarlık kavramı da bu noktada pazarlama açısından üzerinde durulması gerekli bir konu haline gelmektedir. Dijital okuryazarlık, bilgisayar, tablet veya akıllı telefon gibi dijital teknolojileri kullanma yeteneğinden daha çok dijital ortamları anlamayla yakından ilişkilidir. Dijital okuryazarlık bir bireyin medya araçları vasıtasıyla kendisine sunulan ya da kendisinin kullandığı ortamları yorumlamasına ve okumasına imkân vermektedir. Böylelikle dijital araçlar ya da mecralar aracılığıyla gerek tüketici gerekse işletme olarak pazarlamanın bir tarafı konumunda bulunarak hareket etmek durumunda kalınmaktadır. Bunun için dijital okuryazarlık, neredeyse tüm tüketiciler ve işletmeler için önem kazanmaktadır. Bu kapsamda ele alınan bu çalışmanın amacı, dijital okuryazarlığı pazarlama açısından ele alarak değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Dijital pazarlama, Dijital Okuryazarlık

An Evaluation on the Use of Digital Literacy in Marketing

ABSTRACT

In recent years, the developments in information and communication technologies have become the most important subject of daily life and many industries. Undoubtedly, these advances are also felt in the field of marketing. With the use of the internet and digital technologies in the marketing activities of the businesses, the changing buying habits of the consumers have started to be in question. Therefore, issues such as how technology and digital channels are used or what should be considered while using them have become important. At this point, the concept of digital literacy becomes a subject that needs to be emphasized in terms of marketing.

Digital literacy is more than the ability to use digital technology, such as a computer, tablet pc or smartphone, but rather understanding within digital environments. Digital literacy allows an individual to interpret and read the media offered to him/her or used by him/her through media. Thus, it has to act as a side of marketing both as a consumer and a business through digital tools or channels. Therefore, digital literacy is growing in importance for almost all consumers and businesses. The purpose of this study, which is dealt with in this context, is to evaluate digital literacy in terms of marketing.

Keywords: Technology, Digital Marketing, Digital Literacy

Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi ve Tüketim Toplumu Bağlamında Geçmişten Günümüze Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık

Dr. Kemal EKER

Turkish National Defense University
drkemaleker11@gmail.com

ÖZET

Reklamcılığın gelişim çizgisi incelendiğinde, bu kapsamdaki en önemli gelişmelerin reklam vasıtalarında yani kitle iletişim araçları teknolojilerinde kaydedildiği görülmektedir. Reklamcılığın gelişimi, pazarlama ve satış tekniklerinin gelişim süreciyle de yakından ilgilidir. Bu süreç, aynı zamanda “tüketim toplumu” kavramının ortaya çıkış sürecidir. Tüketim toplumu, tüketime ilişkin değerlerin hâkim olduğu bir toplum modelidir. Bu toplumda tüketim, ihtiyaçların yanı sıra çok farklı nedenlerle de gerçekleştirilmektedir. Tüketmek, fizyolojik ihtiyaçlar kadar sosyal ve kültürel ihtiyaçların da karşılanmasını içermektedir. Hatta bu ihtiyaçlar, “gerçek ihtiyaçlar” olmak zorunda da değildir. Bu süreçte, reklamcılık etkinlikleri, tüketim kültürünün yaydığı değerlerin kitlelere ulaştırılmasında etkin bir rol oynamaktadır.

Dünyada reklam harcamalarına ayrılan bütçe günden güne artmaktadır. Özellikle internet ve mobil teknoloji mecralarından oluşan “yeni medya” bu konuda lokomotif rolü oynamaktadır. Yakın gelecekte yeni medyadaki reklamların, dünyadaki toplam reklam harcamalarının yarısından fazlasını oluşturacağı öngörülmektedir.

Türkiye’de reklamcılığın gelişimi incelendiğinde ise matbaanın Batı’dan 300, gazetenin 250, reklamcılığın da 200 yıl sonra geldiği görülmektedir. Radyo dünyadan 5 yıl, radyo reklamcılığı 25 yıl, televizyon 13 yıl, televizyon reklamcılığı 17 yıl sonra gelmiştir.

İnternette ilk reklam 1994 yılında A.B.D.’de ‘hotwired.com’ tarafından yapılmıştır. Böylece, reklam potansiyeli keşfedilen internet, kısa sürede önemli bir mecra hâline gelmiştir. Sektördeki mesleki örgütlenme ve standartlaşma ihtiyacı nedeniyle 1996 yılında A.B.D.’de İnteraktif Reklam Bürosu (Interactive Advertising Bureau-IAB) kurulmuştur. 1997 yılında, yani dünyadan 3 yıl sonra, ülkemizde interaktif ajanslar faaliyete geçmiş olsa da 2001 ekonomik krizi internet sektörünü de etkilemiş ve IAB Türkiye ancak 22 Ekim 2007 tarihinde kurulabilmiştir. Bununla birlikte son dönemde Türkiye’de internet reklamcılığı ciddi bir yükseliştedir. Ancak bu kapsamdaki harcamalar, hâlen televizyon reklamcılığına yapılan harcamaların gerisindedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Toplumu, Kitle İletişim Araçları, Reklamcılık, Yeni Medya

Advertising from Past to Present in the World and Turkey Within the Context of Mass Media Development and Consumption Society

ABSTRACT

When the development trend of advertising is examined, it is seen that the most important developments in this scope are recorded in advertising media, namely, mass media technologies. The development of advertising is also closely related to the development of marketing and sales techniques. This process is also in paralel with the emergence the concept of ‘consumer society’. The consumer society is a society model in which consumption related values are dominant. In this society, consumption is realized for many different reasons along with the needs. Consumption involves meeting social and cultural needs as well as physiological needs. As a matter of fact, these needs do not have to be ‘real needs’. In this process, advertising activities play an active role in communicating and delivering ‘the values spread by the consumer culture’ to the customers.

The budget allocated for advertising expenditures in the world is increasing day by day. The “new media”, especially consisting of internet and mobile technology channels, plays the role of locomotive in this regard. In the near future, advertisements in the new media are expected to account for more than half of the total advertising expenditures in the world.

When the development of advertising in Turkey is examined, it is seen that the printing press started to be used 300, newspapers 250 and advertising 200 years later than the West. Radio came 5, radio advertising 25, television 13, and television advertising 17 years late.

The first advertisement on the internet was offered in 1994 in the U.S. by ‘hotwired.com’. Thus, the internet, whose potential for advertising was discovered, became an important medium in a short time. Due to the need for professional organization and standardization in the sector, Interactive Advertising Bureau (IAB) was established in the U.S. in 1996. Interactive Agencies began to operate in Turkey in 1997, three years after the world, but the 2001 economic crisis also affected the internet industry, and IAB Turkey could only be established in October 22,

2007. Nevertheless, internet advertising in Turkey has showed a strong upward trend recently. However, expenditures in this context still lag behind those spent on television advertising.

Keywords: Consumption Society, Mass Media, Advertising, New Media.

Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyet Alanları, Örgüt Kültürü ve Liderlik Stilleri Arasındaki İlişkiler ²

Şerife Tuğçe DOĞAN
serife.tugce@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ ELMALI
Marmara University
edinc@marmara.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, sivil toplum kuruluşlarının faaliyet alanları, örgüt kültürü ve liderlik stilleri arasındaki ilişkileri belirlemektir. Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Literatür taraması ve konusunda uzman kişilerin fikir ve önerilerine başvurularak bir mülakat formu hazırlanmış ve bu kapsamda sağlık, eğitim, gençlik, insani yardım ve kadın konularında çalışmalar yürüten 16 STK temsilcisiyle birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda; gençlik STK'larının ve kadın STK'larının klan kültürüyle özdeşleşen; aile ortamı, samimiyet, çalışana önem verme ve onlarla yakından ilgilenme gibi değerlere önem verdikleri görülmüştür. Bununla birlikte, sağlık alanında faaliyet gösteren STK'larda hiyerarşi kültürüyle özdeşleşen; iş tanımlarının kesin hatlarla belirlenmesi, kurum içi kurallara dikkat etme, görev ve sorumlulukların denetimi gibi unsurlara önem verildiği ve aynı zamanda yenilikçilik kavramı üzerinde durulduğu görülmüştür. Sağlık alanında ve insani yardım alanında faaliyet gösteren STK'ların diğer STK'lardan farklı olarak "hesap verilebilirlik" ve "şeffaflık" ilkesine daha çok vurgu yaptıkları gözlenmiştir. Gençlik alanında faaliyet gösteren STK'ların dinamiklik ve yeniliklere açık olmak kavramları üzerinde diğer kurumlardan daha çok durdukları gözlemlenmiştir. Kadın alanında faaliyet gösteren STK'ların ise "merhamet" ilkesini kurum değerleri içinde değerlendirmesi diğer kurumlardan farklı bir bakış açısına sahip olduklarını ortaya koymuştur. Araştırma kapsamında incelenen hiçbir STK'da rekabetçiliği ön plana alan pazar kültürüne ilişkin kültür özelliklerine rastlanmamıştır. Kâr amacı gütmeyen tamamen fayda amaçlı kurulan bu örgütlerde bu kültür özelliklerine rastlanmaması beklenen bir bulgu olarak kayıma çıkmıştır.

Liderlik stilleri açısından değerlendirildiğinde ise; gençlik STK'larının yöneticilerinin hepsinin hem dönüştürücü hem de hizmetkâr liderliğe yakın olduğu görülmüş, yenilikçi ve özverili özellikleri dikkat çekmiştir. Kadın alanında faaliyet gösteren STK'ların yöneticilerinin etkileşimci liderlik ve hizmetkâr liderlik ile özdeşleşen; risk almaktan kaçınma, geçmişten gelen faydalı işleri sürdürme ve tedbirli olma gibi eğilimlere sahip olduğu görülmüştür. Sağlık alanında faaliyet gösteren STK'larda görev yapan yöneticilerin ise ağırlıklı olarak etkileşimci liderlik özellikleri gösterdiği bu bağlamda risk almaktan kaçındıkları ve riski tolere etmede zayıf oldukları görülmüştür. Eğitim alanında faaliyet gösteren STK yöneticilerinde dönüştürücü liderliğin ağırlığı gözlenmiş olup; bu kurumlarda sürekli değişimlere ayak uydurma, yeni metotlarla gönüllü, üye ve katılımcıların aktif rol almalarını sağlamaya vurgu yapıldığı görülmüştür. İnsani yardım alanında faaliyet gösteren STK'ların yöneticilerinin hepsinde dönüştürücü liderlik gözlenirken aynı zamanda iki kurumun hizmetkâr liderlik özelliklerini de sergilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum Kuruluşu, Örgüt Kültürü, Liderlik.

THE RELATIONSHIPS BETWEEN FIELDS OF ACTIVITY OF NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS, ORGANIZATIONAL CULTURE AND LEADERSHIP STYLES

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the relationships between fields of activity of non-governmental organizations, organizational culture and leadership styles. Qualitative research method was used in the research. An interview form was prepared by referring to the literature review and ideas and suggestions of the experts. In this context, one-to-one interviews were held with 16 NGO representatives working on health, education, youth, humanitarian aid and women. As a result of the research; identified with the clan culture of youth NGOs and

² Bu çalışma Şerife Tuğçe DOĞAN'ın Doç.Dr. Esra DİNÇ ELMALI danışmanlığında yürüttüğü yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

women's NGOs; It was observed that they attach importance to values such as family environment, sincerity, caring for the employees and caring about them closely. In addition, in NGOs operating in the field of health, importance is given to determining job definitions precisely, paying attention to internal rules, supervising duties and responsibilities and innovation is also important. NGOs operating in the field of health and humanitarian aid have been observed to place more emphasis on the principle of “accountability” and “transparency”. It is observed that NGOs operating in the youth field focus more on the concepts of dynamism and being open to innovations than other institutions. On the other hand, NGOs operating in the field of women evaluated the principle of “mercy” within the values of the institution, and showed that they have a different perspective than other institutions. In the research, no market culture features that emphasizing competitiveness were found in any NGO. This came as an expected result.

When evaluated in terms of leadership styles; all of the managers of youth NGOs were found to be close to both transformational and servant leadership, and their innovative and devoted features attracted attention. It has been observed that the leaders of NGOs operating in the field of women have transactional leadership and servant leadership characteristics such as avoiding taking risks, maintaining useful work from the past and being cautious. It was observed that leaders working in NGOs operating in the field of health showed predominantly transactional leadership characteristics, and they avoided taking risks and were weak in tolerating risk. Transformational leadership characteristics were observed in NGO leaders operating in the field of education; in these institutions, it was observed that emphasis was placed on keeping up with continuous changes and ensuring that volunteers, members and participants take an active role with new methods. Transformational leadership was observed in all leaders of NGOs operating in the field of humanitarian aid, while it was observed that the two institutions also displayed servant leadership characteristics.

Keywords: Non-Governmental Organization, Organizational Culture, Leadership.

Asya Tipi Devlet – Piyasa İlişkileri: Japon Keiretsular

Ress. Asist. Dr. Mehmet ŞAHİN

Aksaray University, Faculty of Economics and Administrative Sciences

mehmetsahin@aksaray.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0142-6666

ÖZET

Asya’da devlet ve piyasa ilişkileri Batıdan farklı olarak gelişmiştir. Serbest girişimcilğe dayalı liberal kapitalizmin aksine Asya’da şirketler ve girişimciler serbest piyasa şartlarında ama devletin direktifleriyle rekabet etmektedirler. Asya tipi üretim kavramı da bu bağlamda oluşmuştur. Bununla paralel olarak Asya’nın uluslararası ekonomi politikası Batıdan ayrılmaktadır ve devlet piyasa ilişkileri burada farklı bir analiz düzeyinde incelenmektedir. Bu bölgede girişimciler serbest piyasa şartlarında faaliyet göstermekle birlikte liberalizmin sağladığı her imkândan istifade edememektedir. Zira dikey tekel piyasası altında faaliyet gösteren bu şirketler özel mülkiyete sahip olmakla birlikte devlet otoritesi ile bağlantıları vardır. Bunun en belirgin örneği Japonya’da gözlenmektedir. Japonya’daki *keiretsular* Asya tipi üretimin en önemli sacayağını oluşturmaktadır. Bu çalışmada keiretsuların yapısı incelenecektir. Meiji döneminden İkinci Dünya Savaşına kadar geçen süreçte aktif olan *zaibatsulardan* kalan miras ve günümüze uzantıları masaya yatırıldıktan sonra liberal kapitalist ülkelerdeki girişimlerden farkları üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda son olarak keiretsuların Japon ekonomi politikası üzerindeki etkileri ve dolayısıyla Japon kapitalizminin Batıda hakim olan liberal kapitalizmden farkına değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Keiretsu, Asya Tipi Üretim, Asyalı Girişimciler

Asian State – Market Relations: Keiretsus in Japan

ABSTRACT

The state - market relations in Asia developed differently from the West. Asian firms and entrepreneurs compete in the free market under state direction in contrast to the liberal capitalism that is based on free entrepreneurship. The concept of “Asiatic mode of production” emerged in this context. In this regard, the Asian international political economy (IPE) differs from the Western IPE, and the state – market relations are examined in a different level of analysis. Despite the entrepreneurs operate in the free market, they could not utilize from all benefits of liberalism. That is to say, such firms that have private ownership, operate under a vertical monopoly market and but tied to the state authority. The most prominent example of this can be seen in Japan. The Japanese keiretsus consist of the most prominent pillar of the Asiatic mode of production. This study will examine the keiretsus. Having studied the historical legacy of zaibatsus, which were established during the Meiji era and obtained until the end of the WWII, and their contemporary roots, the differences between keiretsus and entrepreneurs in the liberal capitalist countries will take place. In this regard, the final section will demonstrate their effects on the Japanese political economy and the differences between Japanese capitalism and Western-dominated liberal capitalism.

Keywords: Keiretsu, Asiatic Mode of Production, Asian Entrepreneurs

Transformation Leadership: From Traditional to Secular in Democratic of Political local

Lecturer Nurul Azizah

Ibrahimi University-East Java, Indonesia

nurul.azizah74@gmail.com

ABSTRACT

In a political democratic system, the fact that there is contiguity between mullahs and politics which places mullahs as the top leaders in region is an interesting new phenomenon to observe. The emergence of Kyai or Mullahs as Umara' or Leaders in the government raises a variety of criticism and hope. On one side, the emergence of Islamic boarding school mullahs as politicians is seen as an interference of democratization and development process. It is because mullahs are still considered holding conservative-feudalistic culture, which is framed in religious theory, and also because they have never had any experience in bureaucracy and administration before. That is why a figure of mullah is considered incapable of leading a governmental organization. On the other hand, hope and positives views toward the emergence of mullah as a regent emerge and rise. With his mobility and religion knowledge, a mullah is expected to be able to give changes in governmental organizations, which thus far are considered fail. First, to find out the type of mullahs' leadership who become the head of a region in running a rational government wheel, to find out the attitudes and ethics of a mullah who become umara' toward the power as the mandate and the implementation of the authority. Second, to find out what tips or strategies used by the regional heads whose backgrounds as mullahs in playing the role in a rational bureaucracy.

Keywords: Local politics, The Leadership Transformation, Bureaucracy.

Çeviri Tarihimizdeki İlk Kurumsal İzler

Dr. Inst. Sıla MUTLU

Sakarya University
smutlu@sakarya.edu.tr

ÖZET

Geçmişten günümüze dek çeviri faaliyetine yüzyıllardır her çağda ihtiyaç duyulduğunu görebiliyoruz. Tarihsel olarak bakıldığında, Türklerde ilk kez Uygurlar döneminde çeviri yapıldığına dair bulgular elde edilmiştir. Bu bağlamda çeviri etkinliğini Selçuklular'da ve çok daha önceki Türk kavimlerinde de izlemek mümkündür.

Sonrasında 8. yüzyıl ile 11. Yüzyıl döneminde çeviri etkinliğinde ve bilimde yoğun gelişmelerin görülmüş, ancak bu gelişmeler 12. Yüzyıldan itibaren gerilemeye başladığını ve 18. Yüzyıla kadar süregeldiğini görebiliyoruz. Çevirinin kültür repertuarı üzerindeki etkisi dikkate alındığında, çeviri alanındaki bu uzun soluklu gerilemenin kültürel hayatı olumsuz etkilediği sonucuna varırız. Bu durağanlığın beraberinde getirdiği sorunlara çözüm aramak ve Batı'yı daha yakından tanımak adına batı dillerinden birçok alanda çeviri faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde çeviri alanında atılan kurumsal adımlardan çeviri faaliyetlerine yeniden ancak farklı bir boyutta önem verilmeye başlandığını gözlemleyebiliyoruz.

Çalışmamızda Türk çeviri tarihindeki serüvenine kısa bir yolculuk yapılacak ve çeviri alanında bilinçli olarak atılan kurumsal adımlara ve bu bağlamda alana katkı sağlaması amacıyla kurumsal bir perspektifle açılan çeviri müesseselerine ve bu müesseselerin hangi nedenlerden dolayı hangi alanlardan çeviri yaptıklarına değinilecek ve dinleyicilere sunulacaktır.

Anahtar sözcükler: Çeviri, çeviri tarihi, çeviride kurumsal adımlar, çeviri müesseseleri.

The First Institutional Traces in Our History of Translation

ABSTRACT

One can observe that the practice of translation has been in demand in all ages from the past to the present. From a historical perspective, it has been found that the first translations in Turkic civilisation were made during the Uyghur period. In this context, it is possible to trace the past of the practice of translation to the Seljuks, and even to much earlier Turkic peoples.

Subsequently, much development was observed in translation practices and science between the 8th and 11th centuries, which, however, started to decline from the 12th century until the 18th. Considering the impact of translation on the repertoire of culture, one may reach the conclusion that this long decline in translation had a negative impact on cultural life. Translations were made from Western languages in many fields in order to seek a solution to the problems brought about by this decline, and to achieve a better understanding of the West. From the institutional steps taken in the field of translation during that period, one can observe that translation practices once more became important, but in a different dimension.

This study will embark on a brief voyage into the history of Turkish translation, investigating and presenting to the audience the institutional steps taken consciously in the field of translation, and, in this context, examining the translation entities established under an institutional perspective for the purpose of contributing to this field, and for what reasons and in which fields these entities made translations.

Keywords: Translation, history of translation, institutional steps in translation, translation entities.

Avrupa Birliği’nde Dijital Oyunlara Yönelik Düzenlemeler ve Türkiye’deki Mevcut Durum

Asst. Prof. Dr. Tülin SEPETCİ
Bolu Abant İzzet Baysal University
tulinsepetci@ibu.edu.tr

ÖZET

Dijital oyunlar özellikle son yirmi yılda farklı yaş ve sosyo-ekonomik statüye sahip bireyler arasında yaygın kullanımı bulunan bir boş zaman faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Özellikle son dönemde Türkiye de dahil olmak üzere dünya genelinde çok daha hızlı büyüyen dinamik bir oyun sektörü mevcuttur. Oyunların yalnızca konsol ve bilgisayarlarda değil, teknolojik gelişmeler paralelinde el konsolunda, cep telefonunda ya da çevrimiçi olarak oynanabilmesi, oyun sektörünün müzik, sinema, tekstil vb. gibi pek çok sektörle işbirliği içinde olması ve oyunların çocukların olduğu kadar yetişkinlerin de gündelik yaşamında önemli bir yer tutması nedeniyle, oyunların olası psikolojik ve fiziksel etkilerine yönelik özellikle Avrupa Birliği’nde yüksek standartlarda korumaya yönelik düzenlemelere gidilmektedir. Dijital oyunların dünya genelinde giderek daha fazla popüler olması ve oyuncularının milyonları bulması beraberinde bu sektörü ekonomik ve hukuksal anlamda denetim altında tutmaya yönelik kurumsal yapılanmalara gidilmesine yol açmıştır. Bu bağlamda bu çalışma Avrupa Birliği gibi sosyal yaşamın her alanında düzenlemelere giden bir oluşumun dijital oyunların olası olumsuz etkilerini minimum seviyeye çekme amaçlı ne gibi düzenlemeler yaptığını betimleme ve bu düzenlemelerin ne kadar etkili olduğu ya da olabileceğini tartışma amaçlı yapılmıştır. Bunun yanında Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde Türkiye’de son yıllarda görülen dijital oyunlara yönelik kurumsal düzenlemeler de çalışma kapsamında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyunlar, PEGI, Avrupa Birliği.

CURRENT SITUATION IN THE EUROPEAN UNION AND REGULATIONS IN TURKEY FOR DIGITAL GAMES

ABSTRACT

Digital games are defined as a leisure activity that has been widely used among individuals of different ages and socio-economic status, especially in the last two decades. Especially in recent years throughout the world, including Turkey, there are growing much faster dynamic game industry. Due to the fact that the games can be played not only on consoles and computers, but on handheld console, mobile phone or online in parallel with the technological developments, the gaming industry cooperates with many sectors such as music, cinema and textile, and the games have an important place in the daily life of adults as well as children, regulations are made for the possible psychological and physical effects of games, especially in the European Union, to protect at high standards. Digital games are becoming more and more popular around the world, and their players' reaching millions have led to institutional structuring to control this sector economically and legally. In this context, this study was carried out to describe what kind of arrangements, such as the European Union, made to regulations in every field of social life, to minimize the possible negative effects of digital games, and to discuss how effective these regulations are or may be. Besides institutional arrangements for digital games in recent years in Turkey in the process of integration into the European Union it was also assessed under study.

Keywords: Digital Games, PEGI, European Union.

Sorunları Algılama Biçimi: Aksaray Örneğinde Bir İnceleme

Celil ACAR

Selçuk University
celilacar68@hotmail.com

Fatih VURGUN

Selçuk University
fatihvurgun68@gmail.com

ÖZET

Yerel medya, yapısı itibarıyla dar ve sınırlı bir bölgede faaliyet göstermektedir. Bu sınır il, ilçe, kasaba, semt kavramlarını oluşturan coğrafi bir alanı ifade etmekle birlikte, yerel medyanın ilgilendiği konuları da kapsamaktadır. Yerel medyanın ana gündemi, yayın yaptığı bölgenin sosyal, ekonomik, politik ve kültürel gelişmeleridir. Bu alanlara ilişkin enformasyon üreten yerel medya, halkı bilgilendirme, eğlendirme, yönetenle yönetilen arasında köprü olma, çoks esliliğe ve işler bir demokrasiye katkı sunma ve toplumsallaştırma gibi işlevlere sahiptir. İşlevleri bakımından yaygın medya ile aynı özelliklere sahip olan yerel medya, kullandığı teknolojiler, insan kaynakları, ekonomik imkânlar ve örgütlenme biçimi olarak yaygın medyadan farklıdır. Bu farklılıklar çeşitli dezavantajları, bu dezavantajlar da sosyo-ekonomik, sosyo-politik ve sosyo-kültürel bir takım sorunları meydana getirmektedir. Tarihsel süreçte olduğu gibi günümüzde de yerel medya mensupları kısıtlı şartlar altında yayıncılık faaliyetlerini sürdürme çabasıdadır. Radyo ve televizyonlar için tek gelir kaynağını ticari firmalar ile çeşitli kurum ve kuruluşların tanıtıcı reklamları oluştururken; gazeteler için bunlara ek olarak resmi ilanlar ve abone ücretleri oluşturmaktadır. Ekonomi, yerel medya mensuplarının sorunlar skalasında en tepede yer almaktadır ve bu sorun mesleki sürdürülebilirliği derinden etkileyen etik ve teknolojik uyumlanma problemleri de meydana getirmekte; sorunların toplam bir çıktısı olarak da yerel medya, gerek haberleri ve haberleri sunuş biçimi, gerek halkla kurduğu ilişkiler ve imajı, gerekse taraflılık ve niteliği bakımından tartışmalı bir hale gelmektedir. Süren tartışmalar içerisinde yerel medya mensupları, sorunları nasıl algılamaktadır? Bu durumun tespitinin yapılabilmesi amacıyla, Aksaray’da radyo, televizyon ve gazetelerde, çeşitli kademelerde görev yapan 20 meslek mensubu ile derinlemesine mülakat yapılmış ve kendi perspektiflerinden yerel medyanın sorunlarını nasıl algıladıkları açıklanarak sonuca ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Medya, Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları, Aksaray Yerel Medyası

Problems of Local Media and Perception of Professionals' Problems: A Study in Aksaray Example

ABSTRACT

Local media operates in a narrow and limited area by its nature. This boundary expresses a geographical area that constitutes the concepts of provinces, towns, towns and districts, but also covers the issues that the local media are interested in. The main agenda of the local media is the social, economic, political and cultural developments of the region it broadcasts. The local media that produce information about these areas have functions such as informing the public, entertaining, bridging the ruler and the ruled, contributing to polyphony and contributing to a democracy and socializing. Local media, which have the same features as common media in terms of their functions, are different from common media in terms of technologies, human resources, economic opportunities and organization form, and these differences are various disadvantages, and these disadvantages are socio-economic, socio-political and socio-cultural team problems creates. As in the historical process, today, local media members are trying to continue their publishing activities under limited conditions. Commercial advertisements and commercial advertisements of various institutions and organizations constitute the only source of income for radio and television, while official ads and subscription fees for newspapers. The economy is at the top of the scale of problems of local media members, and this problem also creates ethical and technological adaptation problems that deeply affect professional sustainability; as a total output of the problems, the local media is becoming controversial both in terms of the way they present the news and news, their relations with the public and their image, as well as their bias and quality. How do local media members perceive problems in the ongoing

discussions? In order to determine this situation, in Aksaray, radio, television and newspapers were interviewed in-depth with 20 professional members working at various levels and the results were explained by explaining how they describe the problems of local media from their own perspectives.

Keywords: Local Media, Media Workers, Problems of Local Media, Aksaray Local Media

Eklektik Paradigma Perspektifinde Yetenek Avcılığı ve Yetenekleri Elde Tutma Dinamiklerine İlişkin Bir Uyarılama

Nur BEDER

Yıldız Technical University
nur.beder@gmail.com

ÖZET

Yetenekli bireylerin örgüte kazandırılması ve örgütte tutulabilmeleri, örgütlere rekabet avantajı sağlayan bir hamle olarak görülmektedir. Ancak yetenekli bireylerin örgüte transferleri sonrasında yaşanan bir örgütsel başarısızlık durumunda, sorumluluğun taraf olan yeni yeteneklere yüklenebildiği ve örgütsel faktörlerin göz ardı edilebildiğine şahit olunmaktadır. Özellikle çok uluslu firmaların üst düzey yönetici transferleri düşünüldüğünde, “başarısız olan gider” mottosunun yerleştiği, fakat bu başarısızlığın ardında, aslında sağlam bir örgütsel yapının bulunup bulunmadığının açık bir şekilde sorgulanmadığı görülmektedir. Bu çalışma ile yetenekli bireyleri çeken ve onların avlanabilmeleri için gerekli örgütsel koşulların neler olabileceği, ayrıca bu bireylerin örgütleriyle uzun süreli evliliklerinin sağlanabilmesi için gerekli dinamiklerin nasıl sağlanabileceği, bir Eklektik Paradigma uyarlaması çerçevesinde gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Eklektik Paradigma, Yetenek Avcılığı, Yetenekleri Elde Tutma

An Adaptation of Talent Hunting and Talent Retaining Dynamics in the Eclectic Paradigm Perspective

ABSTRACT

Bringing talented individuals into the organization and keeping them in the organization is seen as a move that provides competitive advantage to organizations. However, in the event of an organizational failure after the transfer of talented individuals to the organization, it is witnessed that the responsibility can be attributed to new talents and organizational factors can be ignored. It is observed that the motto of “failed expense” has been established, especially considering the high-level executive transfers of multinational companies, but it is not explicitly questioned whether there is a solid organizational structure behind this failure. With this study, it is tried to be realized within the framework of an Eclectic Paradigm adaptation that attracts talented individuals and what the organizational conditions can be for them to be hunted, as well as how to provide the dynamics necessary in the long-term marriage of these individuals with their organizations.

Keywords: Eclectic Paradigm, Talent Hunting, Retaining Talents

Açık Veriye Dayalı Bilginin Yönetilmesi

Dr. Orhan ALAV

Süleyman Demirel Üniversitesi
orhanalav@sdu.edu.tr

ÖZET

Dünyada günümüzde bilgiye erişim kolaylaşmıştır. Bu durumun en önemli nedenleri arasında bilginin değerli bir emtia haline dönüşmesi ve gelişen bilgi teknolojileridir. (BT) Gelişen BT'lere bağlı olarak bilginin sayısal forma dönüşmesi ve bilginin dijital yedek üniteleri ve ağda yer alarak açık veri haline dönüşerek herkes tarafından görülmesi, ücretsiz ve özgürce kullanılabilmesi belirleyici olmuştur. Açık verinin herkes tarafından kullanılabilmesi için "Açık Bilim" ve buna bağlı olarak "Açık Erişim" ekosistemine ihtiyaç vardır. Bilimin önündeki engelleri kaldırarak açık bilim anlayışında; yayınlanan araştırma verilerinin ve bilimsel çalışmaların çıktılarına engelsiz ve ücretsiz erişim sağlayan ve FAIR ilkeleri gereği yeniden kullanımlarını sağlayan ekosistem söz konusudur. Açık Bilim anlayışında açık veri ve araştırma verilerine erişilebilirlik kurumsal yapıya kavuşmuş olan açık erişim organizasyonları ile sağlanabilir. Açık erişim anlayışında; bilimsel literatürün internet aracılığıyla finansal, yasal ve teknik bariyerler olmaksızın erişilebilir, okunabilir, kaydedilebilir, kopyalanabilir, yazdırılabilir, taranabilir, tam metne bağlantı verilebilir, dizinlenebilir, yazılıma veri olarak aktarılabilir ve her türlü yasal amaç için kullanılabilir olması bu yapıyı çekici ve süregelen kılmakta ve buna bağlı olarak kurumsal "Akademik Açık Erişim Organizasyon" yapıları gelişmiştir.

Açık bilim anlayışına dayalı olarak gelişen açık erişim organizasyonlarında yer alan açık veriye dayalı bilginin nasıl yönetileceği önemli hale gelmiştir. Çünkü açık veriye dayalı dijital formlardaki bilgi/ler (açık veri ve araştırma verileri vd.) kendi aralarında konuşabilmektedirler ve karşılıklı bilgi alışverişi yaparak yeni bilgilerin üretilmesine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda açık veriye dayalı bilginin yönetilmesinde yönetim politikaları kurumsal yapıda inşa edilerek yapısal, işlevsel ve yönetsel sınırlar belirlenmeli ve açık veriye dayalı bilginin yönetilmesinde stratejiler ve aktüel içerikler birlikte değerlendirilerek veri yönetim modeli oluşturulmalıdır.

Açık veriye dayalı bilginin yönetilmesinde açık veri ve araştırma verileri ve yönetim süreçleri; veri işleme, veri analiz etme, veri koruma, veriye erişim sağlama, ağsal eklemlenebilirlik ve veriyi sürekli yeniden kullanabilme içerikleri belirleyici unsurları oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Açık veri, Bilgi Yönetimi, Açık Bilim, Açık Erişim

Information Management Based on Open Data

ABSTRACT

Nowadays access to information has become easier in the world. The most significant reasons for this situation are the transformation of information into a valuable commodity and developing information Technologies (IT). Depending on the developing IT's, the transformation of information into a digital form and the fact that information can be seen by everyone by being located in the digital backup units and on the network and turned into open data has been decisive. "Open Science" and "Open Access" ecosystems are required for open data to be used by all.

An open understanding of science that eliminates obstacles to science; an environment that provides unobstructed and unrestricted access to the production of published research data and scientific studies and provides re-use in compliance with the principles of FAIR1. In the context of Open Science understanding, open data access and research data can be provided by open access organizations that have acquired a corporate structure. In the context of open access understanding; the fact that scientific literature can be accessed, read, saved, copied, printed, scanned, linked to full text, indexed, transmitted as data to software and used for any legal purpose without any financial, legal or technical barriers makes this structure attractive and sustainable.

Institutional "Academic Open Access Organizational" structures are being developed. It has become important how to manage open data-based information in open access organizations that develop based on open science understanding. Because informations (open data and research data, etc.) in digital forms based on open data can talk to each other and contribute to the production of new information by exchanging information with each other.

In this context, governance policies for the management of open data-based information should be integrated into an institutional framework and systemic, functional, and administrative boundaries should be defined, and the data governance model should be developed through the assessment of strategies and actual content for the management of open data-based information.

Open data and research data and governance processes in the management of open data-based information; Data processing, data analysis, data protection, access to data, networking can be added and the ability to reuse data consistently determines the content.

Keywords: Open Data, Information Management, Open Science, Open Access.

Engelli Bireylere Sunulan Bakım Hizmeti Modelleri

Psikolog Duygu YÜCEL

Engelsiz Yaşam Bakım Rehabilitasyon ve Aile Danışma Merkezi Müdürlüğü
www.psikologduygu@hotmail.com

ÖZET

Kronik hastalık, fiziksel vücut bütünlüğünün bozulması, bilişsel muhakeme yeteneğinin yetersizliği gibi nedenlerle günlük yaşamını sürdürebilmek için bireyin bir başkasının desteğine ihtiyaç duyması durumunda “Bakıma Muhtaç Engelli” olarak adlandırılabilir. Bakıma muhtaç engelli gerek basit fiziksel hareketlerinin yerine getirilmesinde, gerek beslenme, öz bakım gibi temel ihtiyaçlarının giderilmesinde sürekli başkasının desteğine ihtiyaç duyabilmektedir. Bakım desteği geleneksel yapımıza dayalı olarak çoğunlukla aile kurumu tarafından sağlanmakta iken zaman zaman aile yanında bakım desteği mümkün olmamaktadır. Toplumun aile dinamiğini güçlendirmeyi esas alan Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı da öncelikle aile yanında bakımı desteklemekte, mümkün olmaması halinde de resmi veya özel bakım merkezlerinde yatılı bakım hizmet modelleri sunarak engelli bireylerin ve ailelerinin yaşam kalitelerini artırmaktadır. Bu çalışmada engelli bireylere sunulan bakım hizmetleri ve hizmet modellerinin uygulanma sürecinde karşılaşılabilecek güçlükler ve olası çözüm önerileri hakkında bilgi verilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bakıma Muhtaç Engelli, Bakım Hizmeti, Engelli Bakımı

Care Service Models Provided for Disabled Individuals

ABSTRACT

It can be named as “Disabled Person in need of Care” in case the individual needs the support of someone else in order to sustain his daily life due to chronic illness, deterioration of physical body integrity, inadequate cognitive reasoning ability. Persons with disabilities who are in need of care may need the support of someone else in order to fulfill their basic physical movements and to meet their basic needs such as nutrition and self-care. While the care support is mostly provided by the family institution based on our traditional structure, it is not possible to support family support from time to time. The Ministry of Family Labor and Social Services, which is based on strengthening the family dynamics of the society, also supports the care of the family, and if possible, increases the quality of life of the disabled individuals and their families by offering boarding care service models in public or private care centers. In this study, it is aimed to give information about the difficulties that may be encountered during the implementation of care services and service models offered to disabled people and possible solution suggestions.

Keywords: Disabled People, Care Service, Disabled Care

The Symbolism/Conceptualism of Communication between God/Christ-Mary and Imperial Figures in Byzantine Art

Asst. Prof. Dr. İlgül KAYA ZENBİLCİ

Yozgat Bozok University, Faculty of Science&Letters
ilkgul.zenbilci@yobu.edu.tr

ABSTRACT

The Byzantine emperor was described as the earthly representative and servant of God, ruled as an absolute monarch of eastern *Βασιλεία Ῥωμαίων*, was commander-in-chief of the army and head of the Church. The emperor regarded as Christian-God's chosen one. This metaphor reflected a symbolic communication between the emperor, the co-emperor, the empress or the emperor's son/sons and -as representing God- Christ or -as the protector of Constantinople- Mary, in some imperial depictions. Christian symbols were added in the images of the Early Byzantine Period; Byzantine emperors' portraits on coins also became parallel to the requirements of the new faith. For instance, the follis issued between 337 AD-340 AD, after the death of Constantine I, shows the emperor riding a *quadriga* to heaven being welcomed by the 'Hand of God' above him (Æ, Constantinople mint).

After iconoclasm, imperial figures with Christ, Mary or the other holy characters in the Byzantine art proceeded their appearance again. On an ivory plaque, Constantine VII was appeared crowning by Christ. On another ivory plaque, Romanos II and Bertha of *Italy* were placed both sides of Christ and these imperial figures were honored by being crowned by him. The emperors were depicted on some seals and coins, wearing crown by hand of Christ or Mary. The symbolic communication between Christ or Mary and imperial figures can be seen in a group of Byzantine manuscript illumination from the 9th century onwards. For the sake of example, Constantine Monomachos, Zoe and Theodora in Cod.364 (Sinai, f.3r), an emperor, a young prince and an empress in Barb.gr.372 (BAV, f.5r), John II Comnenos and his elder son Alexios in Urb.gr.2 (BAV f. 19v), Basil II in his famous psalter (Bib. Marc., f.3r), Nicephoros III and Maria of Alania in Coisl.79 (BNF, f.2b-v) are the imperial figures crowned by Christ or collocated in the same scene with Christ. A manuscript illumination in MR.416 the imperial family of Manuel II, the emperor, his wife, Helena, and their three sons, John, Theodore, and Andronicus are portrayed with the protective image of the Virgin *Blacherniotissa*, who places her hands on the halos of Manuel and Helena (f.2r). This study focuses on the evaluation of the symbolic communication conceptually created between God/Christ or Mary and imperial figures in Byzantine art. As a result, these works show us the indisputable importance and privilege of the emperor and the imperial family in the Byzantine art.

Keywords: Byzantine Art, Communication, Iconography, Symbolism, Depiction

Bizans Sanatında Tanrı/İsa-Meryem ve Emperyal Figürler Arasındaki İletişimin Sembolizmi/Kavramsallığı

ÖZET

Bizans imparatoru Tanrı'nın dünyevî temsilcisi ve hizmetkârı olarak nitelendirildi. İmparator, doğudaki *Basileia Rhōmaïōn*'un mutlak hâkimi, ordunun başkomutanı, kilisenin başıydı; Hristiyan Tanrı'nın iradesi tarafından seçilen kutsal kişi olarak kabul edilmişti. Bu metafor, bazı emperyal tasvirlerde imparator, eş-imparator, imparatoriçe ve çocukları ile -Tanrı'yı temsilen- İsa ya da -koruyucu- Meryem arasında kurulan sembolik bir iletişimin resmedilmesini beraberinde getirdi. Erken Bizans Dönemi tasvirlerine, Hristiyanlığa özgü semboller eklendi; sikkeler üzerindeki imparator portreleri de yeni inancın gerekleriyle paralel bir hale büründü. Örneğin, imparator I. Konstantinos'un ölümünden sonra, MS 337-340 arasında Konstantinopolis'te basılan bir *follis*'te (Æ) Tanrı'nın kutsal eli, *quadriga*'sı üzerindeki imparator I. Konstantinos'a uzanır. İkonoklazmadan sonra İsa, Meryem veya Bizans sanatındaki diğer kutsal karakterlerle resmedilen emperyal figürler tekrar ortaya çıktı. Bir fildişi eserde VII. Konstantinos, İsa'nın elinden taç giyerken temsil edildi. Bir başka fildişi panelde II. Romanos ile *İtalyalı* Bertha, İsa'nın iki yanında yer aldı ve İsa, bu emperyal figürleri taçlandırarak onurlandırdı. Bazı mühür ve sikkelerde imparatorlar İsa'nın ya da Meryem'in elinden tacını giyerken betimlendi.

İsa ya da Meryem ile emperyal figürler arasında sağlanan sembolik iletişim, 9. yüzyıldan itibaren bir grup Bizans el yazması resminde de karşımıza çıkar. Cod.364'te Konstantinos Monomakhos, Zoe ve Theodora (Sinai, f.3r), Barb.gr.372'de bir imparator, genç bir prens ve bir imparatoriçe (BAV, f.5r), Urb.gr.2'de II. İohannes Komnenos

ve oğlu Aleksios (BAV, f.19v), II. Basileios Psalteri'nde imparatorun kendisi (Bib. Marc., f.3r), Coisl.79'da III. Nikephoros ve Alanialı Maria (BNF, f.2b-v) İsa tarafından taçlandırılan ya da İsa ile aynı sahnede yer alan emperyal figürlere örnektir. MR.416'da II. Manuel, imparatoriçe Helena ve çocuklarından üçü, VIII. Ioannes, II. Theodoros ve Andronikos, Meryem *Blakherniotissa* ile birlikte betimlenmiştir; Meryem elleriyle Manuel ve Helena'nın halelerine dokunur (Louvre, f.2r). Bu çalışma Bizans sanatında, Tanrı/İsa-Meryem ile emperyal figürler arasında yaratılan sembolik iletişimin kavramsal olarak değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Sonuç olarak bu eserler bize imparatorun ve imparatorluk ailesinin Bizans'ın sanatsal dünyasındaki tartışmasız önemini ve ayrıcalığını gösterir.

Anahtar Kelimeler: Bizans Sanatı, İletişim, İkonografi, Sembolizm, Tasvir.

Otizimli Bireylerin İstihdamı: Otistik Çocuğu Olan Aileler Üzerine Nitel Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEÖĞLU

Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University
e.efeoglu@atu.edu.tr

Res. Asst. Ömür KILINÇARSLAN

Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University
okilincarslan@atu.edu.tr

ÖZET

Otizmi anlamaya yönelik çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen otizimli bireylerin çalışma hayatına ilişkin yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Sayıları gün geçtikçe artan otizimli bireyler iş bulmak ve ailelerinden bağımsız olarak yaşamak konusunda çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu durum otizimli bireyleri etkilediği gibi ailelerini de etkileyerek ailelerin çocuklarıyla daha fazla ilgilenmesine, çocuklarının geleceği hakkında daha fazla kaygılanmasına, daha az sosyalleşmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte doğru tanı ve doğru miktarda destekle, otizimli bireyler ücretli istihdam da dâhil olmak üzere yaşamın tüm faaliyetlerine katılma yeteneğine sahiptir. Dolayısıyla otizimli bireylerin istihdam edilmesiyle ailelerin yaşadıkları bu zorlukların azalacağı düşünülebilir. Bu bakımdan bu fenomenolojik çalışmanın amacı otizimli bireylerin istihdamının aileleri üzerinde etkilerini ailelerin deneyimleri üzerinden ortaya koyarak engelli istihdamı, otizm ve iş yerinde çeşitlilik konularında bilgi birikim düzeyini artırmaktır. Bu kapsamda istihdam edilen otizimli çocuğa sahip sekiz aile ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları, otizimli bireylerin istihdamının hem otizimli bireyler hem de aileleri üzerinde önemli faydaları olduğunu göstermektedir. Otizimli bireylerin istihdamı ile aileler kendilerine daha fazla vakit ayırabilmekte, daha fazla sosyalleşebilmekte, otizimli çocuklarıyla daha nitelikli iletişim kurabilmektedir. Ayrıca ebeveynler, çocukları istihdam edildikten sonra çocuklarının geleceğine ilişkin daha az kaygı hissetmişlerdir. Araştırma sonuçları literatürdeki çalışmalar ile karşılaştırılarak tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Otizm, İstihdam, Aile

Employment of Individuals with Autism: A Qualitative Research on Families with Autistic Child

ABSTRACT

Although there are several types of research to understand autism, research on the working life of autistic individuals is extremely limited. Increasing numbers of autistic individuals face various difficulties in finding a job and living independently of their families. It affects individuals with autism as well as affecting their families, causing families to be more interested in their children, to worry about their future, and to socialize less. However, with the right diagnosis and the proper amount of support, autistic individuals can participate in all activities of life, including paid employment. Therefore, it can be considered that the difficulties experienced by families will decrease when autistic individuals are employed. In this regard, this phenomenological study aims to increase the level of knowledge in the fields of disabled employment, autism, and diversity in the workplace by revealing the effects of the employment of autistic individuals on their families through their experiences. In this context, semi-structured interviews were conducted with eight families who have employed children with autism. The data obtained from the interviews were analyzed by content analysis method. The findings of the study reveal that the employment of autistic individuals has important benefits for both autistic individuals and their families. With the employment of autistic individuals, families can allocate more time to themselves, socialize more, and communicate more effectively with their children with autism. Also, parents felt less anxiety about their child's future after their children were employed. The results of the research are discussed by comparing them with the studies in the literature.

Keywords: Autism, Employment, Family

Kurumsal Performansı Arttırma Döngüsü Olarak Balance Scorecard ile Entegre Edilmiş Faaliyet Tabanlı Bütçeleme Modeli

Prof. Dr. Orhan ELMACI

Kütahya Dumlupınar University, FEAS
oelmaci@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Kadir TUTKAVUL

Kütahya Dumlupınar University, FEAS
kadirtutkavul@hotmail.com

ÖZET

Muhasebe; stratejik katmanlarda toplanan finansal ve finansal olmayan verilerden anlamlı analizlerin çıkarılmasında, veriler arasındaki gizli örüntüleri gösterecek sistemlerin kurulmasında ve bütçelerin hazırlanmasında etkin, etkili ve stratejik öneme sahiptir. Muhasebede üretilen bilgiler ile desteklenen bütçeler üst yönetimin stratejik işlevlerini yerine getirmek için gerekli olan enformasyonu sağlamaktadır. Bununla birlikte yönetim ve denetim kurullarına karşı hesap vermede kılavuz niteliği taşımaktadır. İşletme varlıklarının korunması ve sürekli kılınabilmesi yönünde geliştirilen refleks davranış modellerinin başında bütçeleme ve değerlendirme çalışmaları gelmektedir. Bu çalışma Balance Score Card ile Faaliyet Tabanlı Bütçeleme modelinin entegrasyonu üzerine odaklanmaktadır. Bu entegrasyonun işletmelere birden fazla yarar sağlayacağı öngörülmektedir. İlk olarak bu entegrasyon sayesinde planlama sürecinde stratejiler arasında neden sonuç ilişkileri kurulmaktadır. Sonrasında işletmenin finansal stratejilerine katkı sağlamayan stratejilerin elimine edilmesini sağlayacak bir model geliştirilmektedir. Performans perspektifinden incelendiğinde; bu entegrasyonun daha verimli performans analizlerinin yapılabilmesine olanak sağladığı görülmüştür. Aynı zamanda stratejik odaklı beklentileri karşılamaya katkı sağlayacağı doğrulanmıştır. Çalışmada Balance Score Card ile Faaliyet Tabanlı Bütçeleme modelinin birlikteliğini sağlamaya yönelik bütünsel bir metodolojinin nasıl oluşturulabileceği betimsel olarak incelenmiştir. Çalışma teorik çerçevede ortaya konmuş, pratikte gerçekleştirme koşulları tartışmaya açık bırakılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Balanced Score Card, Faaliyet Tabanlı Bütçeleme, Performans Ölçümü, Performans Analizi.

Activity Based Budgeting Model Integrated with Balance Scorecard as Corporate Performance Enhancement Cycle

ABSTRACT

Accounting has effective, effectual and strategic importance in extracting meaningful analyzes from financial and non-financial data collected in strategic layers, in the establishment of systems to show hidden patterns between data and in the preparation of budgets. Budgets provide the information necessary to perform the strategic functions of senior management. However, it serves as a guide in accountability against management and supervisory boards. Budgets supported by information produced in accounting provide the information necessary to perform the strategic functions of senior management. However, it serves as a guide in accountability against management and supervisory boards. Budgeting and evaluation studies are the leading reflex behavior models developed for the protection and sustainability of business assets. This study focuses on the integration of the Balance Score Card and the Activity Based Budgeting model. It is anticipated that this integration will benefit businesses more than once. First, thanks to this integration, cause-effect relationships are established between the strategies in the planning process. Afterwards, a model is developed to eliminate strategies that do not contribute to the financial strategies of the business. When analyzed from the perspective of performance; it was seen that this integration enables more efficient performance analysis. It has also been confirmed that it will contribute to meeting strategic oriented expectations. In the study; how to create an integrated methodology is descriptively explored to ensure that Balance Score Card and Activity Based Budgeting coexist. The study has been put forward in a theoretical framework. The condition of realization in practice are left to discussion.

Keywords: Balanced Score Card, Activity Based Budgeting, Performance Measurement, Performance Analysis.

Sürdürülebilirlik Perspektifinde Maliyet Azaltma Yöntemleri Üzerine Literatür Taraması ve Değerlendirilmesine Yönelik Betimsel Bir Çalışma

Prof. Dr. Orhan ELMACI

Kütahya Dumlupınar University, FEAS
oelmaci@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Kadir TUTKAVUL

Kütahya Dumlupınar University, FEAS
kadirtutkavul@hotmail.com

ÖZET

Kurumsal sürdürülebilirlik, ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan, uzun dönemde firma, yatırımcılar ve bütün paydaşlar için yarar sağlamayı amaçlayan aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmanın da temel koşuludur. Sürdürülebilirlik; ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan, uzun dönemde firma, yatırımcılar ve bütün paydaşlar için yarar sağlamayı beraberinde getirmektedir. Sürdürülebilir rekabet yol haritasının kilometre taşlarına ilişkin değişkenler dikkate alınarak stratejilerin üretilmesi, işletmelerin bugün öğrendikleri, geleceğin yeni normalini şekillendirmektedir. Bu konsept, içinde bulunulan çevreyi iyi okumayı, bu okumaya göre konumlanmayı ve gerekli stratejileri bugünden belirleyip uygulamaya koymayı gerektirmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlik sürdürülebilir rekabet gücüyle sağlanır. Sürdürülebilir rekabet gücünün de iki temel bileşeninden bir tanesi genel verimlilik, diğeri de maliyet üstünlüğüdür. Maliyet üstünlüğü stratejisi, işletme faaliyetlerinin rakiplerinden daha az maliyetle yapması ve sektör ortalamasının üzerinde getiri elde etmesine yöneliktir. Gerek mikro gerekse de makro boyutta “maliyet azaltımı” göz önüne alındığında; maliyet azaltımının başarılı olabilmesi için bilimsel yazında kavramla ilgili çok sayıda yöntem ve teknik geliştirilmiş bulunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı işletmelerde maliyet azaltımına ilişkin öne sürülen yöntem ve uygulamaların gelişim sürecini irdelemektir. Aynı zamanda çalışma, kurumsal sürdürülebilirlik perspektifinde araştırmacılara maliyet azaltımı metodolojisi konusunda etkili bir stratejik yol haritası oluşturmada veri tabanı sağlayarak rehberlik etmeyi de amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında maliyet azaltımına ilişkin yapılan teorik ve pratik çalışmalar değerlendirildiğinde; işletmelerin bünyesinde çoklu bir maliyet azaltma sisteminin mevcut olduğu görülmüştür. Ancak maliyet azaltma sisteminin kurulmasında, işletilmesinde ve raporlanmasında bir yeknesaklık bulunmamaktadır. Bu nedenle her bir işletmenin kendi genetik yapısına özgü bir maliyet azaltma sistemini kurup işletmesinin uygun olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Maliyet Azaltımı, Sürdürülebilirlik, Verimlilik, Rekabet, Rekabet Gücü

A Descriptive Study for Literature Search and Evaluation on Cost Reduction Methods in Sustainability Perspective

ABSTRACT

Corporate sustainability, which aims to provide benefits for companies, investors and all stakeholders in the long term, economically, environmentally and socially, is also the basic condition for sustainable development. Sustainability brings benefits to companies, investors and all stakeholders in the economic, environmental and social aspects in the long term. Generating strategies by considering the variables regarding the milestones of the sustainable competition roadmap, businesses learned today shapes the new normal of the future. This concept requires reading the current environment well, positioning it according to this reading and determining and implementing the necessary strategies from today. Corporate sustainability is ensured with sustainable competitive power. One of the two main components of sustainable competitiveness is general efficiency and the other is cost advantage. Cost advantage strategy is for operating activities with less cost than competitors and earning above the industry average. Considering “cost reduction” both in micro and macro dimensions; Many methods and techniques related to the concept have been developed in the scientific literature to achieve cost reduction. The main purpose of this study is to examine the development process of the methods and practices suggested for cost reduction in businesses. The study also aims to guide by providing a database to create an effective strategic roadmap on cost reduction methodology for researchers in corporate sustainability perspective. When the theoretical and practical studies on cost reduction within the scope of the study are evaluated; It is observed that there is a multiple cost reduction system within the enterprises. However, there is no uniformity in the

establishment, operation and reporting of the cost reduction system. Therefore, it was concluded that it would be appropriate for each businesses to establish and operate a cost reduction system specific to its genetic structure.

Keywords: Cost Reduction, Sustainability, Efficiency, Competition, Competitive Power.

Çimento Sektörüne Yönelik Hisse Senedi Temettü Ödemelerini Belirleyen Etkenlerin Panel Veri Analizi Kullanılarak İncelenmesi

RA Tutku ÜNKARACALAR

Kırklareli University, Department of Accounting and Financial Management
ututku@klu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, Borsa İstanbul'da işlem gören 13 çimento firmasına yönelik Nakit Temettü Dağıtımı miktarının belirlenmesinde rol aldığı düşünülen Piyasa Değeri/Defter Değeri (PD/DD), Aktif Karlılık, Aktif Büyüklüğü, Toplam Borçlar/Toplam Aktif, Faiz, Vergi ve Amortisman Öncesi Kar (FAVÖK)/ Kısa Vadeli Mali Borç+ Finansman Giderleri, Ödenen Vergi/Toplam Aktif, Sabit Varlıklar/Toplam Aktif, Nakit Oranı, Nakit Akışlar/Toplam Borçlar Oranı, Faiz, Vergi ve Amortisman Öncesi Kar Marjı değişkenleri üzerinde 2007-2018 dönemi ele alınarak Panel Veri Regresyon Yöntemi kullanılmıştır. Analize başlamadan önce uygulamanın modeli kurulmuştur. Öncül test olarak verilerin değişen varyans ve otokorelasyon sorununun varlığı test edildikten sonra birim ve/veya zaman etkilerinin olup olmadığı test edilmiş ve en uygun tahminciyi belirlemek için Hausman Testi kullanılmıştır. Panel regresyon analiz sonuçlarına göre bağımlı değişken olan Nakit Temettü Oranı ile Aktif Büyüklüğü, Sabit Varlıklar/Toplam Aktif ve Nakit Oranı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu değişkenlerin dışında kalan bağımsız değişkenler ile Nakit Temettü Oranı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çimento Sektörü, Borsa İstanbul, Nakit Temettü Dağıtımı, Temettü Ödemeleri, Panel Veri Analizi

Investigation of Factors Determining the Stock Dividends in Cement Industry Using Panel Data Analysis

ABSTRACT

In this study, Panel Data Regression Analysis Method is applied to the factors such as Market Value/Book Value (MV/BV), Asset Profitability, Asset Size, Total Liabilities/Total Assets, Earnings Before Interest, Taxes and Amortization (EBITDA) / Short Term Financial Liabilities + Financial Expenses, Taxes Paid/Total Assets, Fixed Assets/Total Assets, Cash Ratio, Cash Flows to Total Liabilities Ratio, and EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes and Amortization) Margin, which are thought to play a role in the determination of the amount of Cash Dividends of 13 cement plants traded in Borsa Istanbul, dealing with the period between 2007 and 2018. A model of the application was set prior to starting the analysis. Following the testing of data for the presence of the problem of changing variance and auto-correlation as the initial testing, it was tested whether there is any unit and/or time effect followed by a Hausman Test which was used to determine the most suitable estimator. The results of panel regression analysis showed that a significant correlation between Cash Dividend Ratio, which is a dependent variable, and Asset Size, Fixed Assets/Total Assets & Cash Ratio. It was found that there is no significant correlation between the independent variables other than such factors and Cash Dividend Ratio.

Keywords: Cement Industry, Borsa Istanbul, Cash Dividends, Dividend Payments, Panel Data Analysis

Kurumsal Yönetim Performansı ve Marka Performansı Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Örneği

Assoc. Prof. Dr. Mine AKSOY
Yalova University
maksoy@yalova.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, 2014-2018 yılları arasında Borsa İstanbul 100 Endeksi'nde faaliyet gösteren, mali kuruluşlar dışındaki işletmeler için, kurumsal yönetim performansı ile marka performansı arasındaki ilişki analiz edilmiştir. İşletmelerin Brand Finance Turkey 100 listesinde yer alması marka performansı, Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksinde yer alması ise kurumsal yönetim performansı kriteri olarak belirlenmiştir. Analiz sonuçları işletmelerin kurumsal yönetim performanslarının, ölçeklerinin, yaşının ve hizmet sektöründe yer almalarının, marka performansları üzerinde pozitif etkisi olduğunu, yönetim kurulunda kadın üye oranının fazla olmasının ise negatif etkisi olduğunu göstermiştir. Son olarak kurumsal yönetim performansı yüksek olan işletmelerin finansal kaldıraçlarının da yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka performansı, kurumsal yönetim performansı, Borsa İstanbul.

Relationship Between Corporate Governance Performance and Brand Performance: Evidence from Borsa Istanbul

ABSTRACT

In this study, the relationship between corporate governance performance and brand performance was analyzed for non-financial companies included in Borsa Istanbul 100 Index between 2014 and 2018. Brand performance was proxied through Brand Finance data. The proxy for the corporate governance performance was the membership of BIST Corporate Governance Index. While the high ratio of female board members has a negative impact on brand performance, analysis results showed that the corporate governance performance, firm size, firm age and their involvement in the service sector has a positive impact on brand performance. Finally, the financial leverage of companies with high corporate governance performance was also found to be high.

Keywords: Brand performance, corporate governance performance, Borsa Istanbul.

Küresel Ekonomik Dönüşüm ve Asya Altyapı Yatırım Bankası'nın Türkiye'deki Projeleri

Asst. Prof. Dr. Seçkin KÖSTEM
İhsan Doğramacı Bilkent University

ÖZET

Küresel ekonomik kriz sonrası dönemde önemli tartışma konularından birisi küresel finansal mimarideki dönüşüm olmuştur. Özellikle IMF ve Dünya Bankası gibi uluslararası finansal kuruluşlardaki ABD'nin veto gücünden ve oy verme yapısından rahatsızlık duyan Çin önderliğindeki yükselen güçler, bu kurumların yapısında reform talebinde bulunmuşlardır. Bu hedeflerinde büyük ölçüde başarısız olan yükselen güçler, alternatif çok-taraflı finansal organizasyonlar kurma yoluna gitmeye başlamışlardır. Bu çalışma, Çin'in bu doğrultuda 2015 yılında kurmuş olduğu Asya Altyapı Yatırım Bankası'nın (AIIB) bugüne kadarki faaliyetlerini, küresel ekonomik yönetimdeki dönüşüm bağlamında ele alacaktır. AIIB'nin kuruluşunda Çin'in temel hedefi Kuşak ve Yol İnisiyatifi kapsamındaki altyapı projelerini desteklemek olmuşken, ilerleyen yıllarda AIIB bu hedefin ötesine geçmiştir. Bugün bankanın esas hedefi Asya kıtasında öncelikli altyapı kalkınma projelerine finansman desteği sağlamaktır. Bu çalışma ayrıca, bu yeni çok-taraflı kalkınma bankasının Türkiye'de bugüne kadar finansman desteği sağladığı projeleri incelemektedir. Türkiye, AIIB'ye Hindistan ve Endonezya'dan sonra en çok borçlanan ülke konumuna gelmiştir. Banka, şimdiye kadar Türkiye'de 1.4 milyar Amerikan doları değerinde beş projeye finansman desteği sağlamıştır. Bu projeler enerji, finans ve şehircilik sektörlerinde bulunmaktadır. Esas yüklenicinin Azerbaycan olduğu TANAP projesi de eklendiğinde, Türkiye'nin dahil olduğu AIIB projelerinin değeri 2 milyar dolara çıkmaktadır. Hem TANAP hem de Tuz Gölü Doğal Gaz Depolama Tesisi projelerine Dünya Bankası ve AIIB birlikte borç vermekte olup, uygulamada Dünya Bankası'nın çevresel ve sosyal prensipleri temel alınmaktadır. Bu örneklerden yola çıkarak, AIIB'nin uluslararası sistemdeki en büyük kalkınma kuruluşu olan Dünya Bankası'na rakip olmak yerine, onu tamamlayıcı bir niteliğe büründüğü gözlemlenmektedir. Dünya Bankası ve Asya Kalkınma Bankası'na göre proje portföyü çok küçük olan AIIB'nin, küresel kalkınma mimarisine ne kadar katkı sunabileceğini değerlendirmek için henüz erken olduğu ortadadır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, AIIB, kalkınma, küresel ekonomi

Global Economic Transformation and the Asian Infrastructure Investment Bank's Projects in Turkey

ABSTRACT

In the post-global financial crisis, an important point of discussion has been the transformation of global financial architecture. In particular, rising powers under the leadership of China have questioned the veto power that the US enjoys in the IMF and the World Bank, and have demanded reform in the structures of these institutions. Having been mostly unsuccessful in this effort, they have started to establish alternative multilateral financial organizations. This study will examine the activities of the Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB), which China established towards achieving this goal, in the context of the transformation in global economic governance. While China's initial main goal was to support the projects within the Belt and Road Initiative, over years, the AIIB has gone beyond that goal. Today, the Bank's main goal is to provide lending support for infrastructure development projects in the Asian continent. In addition, this study examines the projects for which this new multilateral development bank has provided lending in Turkey. Currently, Turkey is the third largest debtor of the AIIB after India and Indonesia. So far, the Bank has offered lending for five projects worth \$1.4 billion in Turkey. These projects concentrate on energy, finance and urban sectors. If TANAP, a project in which Azerbaijan is the main debtor country, is also taken into account, the total value of AIIB projects in Turkey reach \$2 billion. Both the World Bank and the AIIB provide lending for TANAP and the Tuz Golu Gas Storage Expansion Project and in both projects the World Bank's environmental and social principles are embraced. Taking off from these findings, it is observed that the AIIB is a complimentary institution to the World Bank as the largest development institution, as opposed to a rival. Because the AIIB's portfolio is too small compared to the World Bank and the Asian Development Bank, it is too early to evaluate how much it can contribute to global development architecture in the foreseeable future.

Keywords: Turkey, AIIB, development, global economy

Kıbrıs'ta Annan Planı Süreci ve Psiko Ekonomik Etkileri

Dr. Turgül TOMGÜSEHAN

Near East University
turgulhan1977@gmail.com

ÖZET

Toplumların tarihsel devinimleri içerisinde olgunlaşarak yarattıkları devlet olgusu üç temel unsurun birlikte var olmasıyla gerçekleşir. Bu unsurların ilk sırasını siyasi bir birlikteliği olan insan topluluğu alır. İkinci sırayı ise bu siyasi topluluğun üzerinde yaşadığı belli bir coğrafyaya ait kara parçası almaktadır. Hukukçular bu kara parçasına ülke der. Son unsur ise bahsedilen bu siyasal toplumun ülke üzerinde egemen olmasıdır. Çünkü egemenlikten söz edilemezse devletleşmeden söz edilemez. Tarih boyunca birçok millet tarih sayfasında boy göstermiştir. Ancak bu milletler arasında devletleşerek egemenliklerini sağlayabilenler iz bırakmıştır. Devlet olabilmenin bu belirtilen asli unsurların yanında tali unsurlarında bulunmaktadır. Bu tali unsurlar devleti güçlü devlet, etkin devlet, demokratik devlet, sosyal devlet ve de zengin devlet sıfatları içerisine sokan unsurlardır. Anlaşılacağı üzere bu tali unsurları çeşitli devlet modeline göre sınıflandırmak ve de genişletmek mümkündür. Ancak her devlet modelinde mutlaka olması gereken iki tali unsur devletin devamlılığı için elzemdir. Bu unsurları ekonomi ve güvenlik olarak isimlendirebiliriz. Bu çalışmada bizi esas ilgilendiren konu ekonominin devlet olgusu içerisindeki toplum üzerinde yarattığı yansımalarının psikolojik analizidir.

KKTC bu çalışmada örnek devlet olarak seçilmiştir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi açısından KKTC'de ki Annan Planı süreci örnek zaman dilimi olarak incelenmiştir. Bu örnek zaman dilimi içerisine KKTC devletini etkileyen toplumsal devinimler ele alınmıştır. Yine bu süreç içerisinde oluşan ekonomik gelişmeler ve topluma yönelik psiko-ekonomik etki süreci üç adli konunun belirli tarih aralıkları üzerinden yorumlanması ile değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu değerlendirilmenin tam anlaşılabilmesi için KKTC devletin hukuki ve sosyal yapısı hakkında bilgi verilerek Annan Planı sürecini yaratan gelişmeler kısaca izah edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Annan Planı, KKTC, Psiko-ekonomi ve Kıbrıs Türklüğü

Annan Plan Duration In Cyprus And Its Psycho-Economic Effects

ABSTRACT

The phenomenon of government occurs when the three main elements join with developments made during the historical alterations of communities. When considering those elements, first place is followed by political consensus in the society. Meanwhile, the second element is the geographical location of the piece of land where those political communities live. That piece of land is claimed to be a state by legists. The last factor is domination of the diplomatic community in the whole nation. Without sovereignty there won't be such a thing as becoming a state. Throughout the years many nations played a role in history. But only the nations who managed to become a state with sovereignty left their mark on Earth. Apart from these main elements listed above, in order to become an actual state there are some subsidiary factors too. They make a state powerful, ascendant, democratic and rich. Subsidiary factors can be altered according to the type of the government. However, there are two significant auxiliary factors which are essential for continuity of any type of government. They can be named as security and economy. In this case, we will mainly consider the psychological analysis of the effects of the economy on a society under the phenomenon of a government.

KKTC is selected as an exemplary in this study. To clarify this topic, the time period in KKTC during the Annan Plan duration is examined. Overall, from that time period, social changes that affected the government of KKTC are considered. Moreover, economical developments and psycho-economic influence duration are also explained by providing specific time intervals. In order to ensure the evaluation of this topic is fully comprehensible, information about legal and social structure of the community of KKTC is given briefly with the developments made to form the Annan Plan process.

Keywords: Annan Plan, KKTC, Psycho-economy, Turkish Cypriot

Yüksek Düzey Yöneticilerin Ödenekleri ve Firma Performansı İlişkisi

Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROĞLU

Mersin University
duyguhdr@mersin.edu.tr

ÖZET

Birçok araştırmanın konusunun özellikle yüksek düzey yönetici ödenekleri ile ilgili yapılması ve akademi çevresinin genelde alt düzey yöneticilerden çok yüksek düzey yöneticilere odaklanmasının iki temel nedeni bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; yüksek düzey yönetici ödeneklerinin veritabanının diğer yöneticilerin ödeneklerine oranla daha ulaşılabilir olması ve daha gerçekçi ve güncel verileri barındırmasıdır. Araştırmacıların yüksek düzey yöneticilere odaklanmasının ikinci temel nedeni ise; karar verici olarak bir firma da şirket sahibinden sonra en çok yüksek düzey yöneticilerin söz sahibi olmalarıdır. Dolayısıyla, yüksek düzey yönetici bir firmanın bütün kararları üzerinde en etkili kişidir. Çok bölümlü örgüt yapılarında yüksek düzey yöneticiler kendi endüstrilerindeki yatırım fırsatlarını araştırmak ve iş düzeyinde stratejiler geliştirmek gibi önemli sorumluluklara sahiptirler ve bu durum onların performanslarının şirket performansı ve başarısı üzerinde ne kadar etkili olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Bu çalışmada; yüksek düzey yönetici ödenek düzeyi ve yapısının başka bir deyişle, ücret ve teşvik sistemlerinin çok birimli firmaların performansı ile ilişkisi incelenmektedir. Ayrıca, çalışmada ödenekler kısa ve uzun vadeli olmak üzere sınıflandırılmıştır. Aktif karlılığı verileri çok birimli firma raporlarından alınarak elde edilen yüksek düzey yönetici ödenek bilgileri ile yapılan araştırmaların incelenmesinden sonra, yüksek düzey yöneticilere hisse bazında uzun vadeli ödenek ve teşviklerin sağlanması gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, yüksek düzey yöneticilerin ödenekleri firma büyüklüğü ile artmakta ve ödenekler şirket performansına bağlı olarak planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ödenekler, Yüksek Düzey Yöneticiler, CEO Ödenekleri, Ödenek Yapısı, Firma Performansı

THE RELATIONSHIP BETWEEN CEO COMPENSATION AND CORPORATE PERFORMANCE

ABSTRACT

Research on compensation has mostly focused on CEO compensation. This partly due to easier access to CEO compensation and the assumption that CEO is the most influential decision maker in a typical firm. However, in large multidivisional firm CEOs play very significant roles that might have large impact on overall corporate performance. In multidivisional firms, CEOs' responsibilities include scanning their industry environment for investment opportunities and developing business level strategies that ultimately determine their business unit as well as overall corporate performance. Therefore, compensating CEOs matter for corporate performance.

In this paper, the relationship between pay level, pay structure and corporate performance in multidivisional firms are examined. Specifically, the effects of CEOs' long and short term pay levels and pay structures to firm performance will be examined regarding multidivisional firms. As a result of literature review, most of studies concludes that stock based long-term compensation provide proper incentives for CEOs.

Keywords: Compensation, Performance, CEO Pay, Pay Structure, Corporate Performance.

İş Güvencesi İstihdam Açısından Bir Engel Midir? Türkiye Örneği

Dr. Semih Serkant AKTUĞ

Siirt University, Faculty of Economic and Administrative Sciences
semihaktug@siirt.edu.tr

ÖZET

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, işçi sendikaları ve işveren sendikalarının önerdiği dokuz bilim insanından oluşan komisyonun hazırladığı İş Kanunu yasa tasarısı, bazı değişiklikler neticesinde TBMM’de onaylanmış ve 10.06.2003 tarihi itibarıyla Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Pekçok açıdan yenilikler getiren 4857 sayılı İş Kanunu, iş güvencesi ile ilgili hükümleri açısından da önem taşımaktadır. Türk İş Hukukunda iş güvencesi önemli tartışmalar eşliğinde kanunlaşırken, getirilen düzenlemelerin olumlu/olumsuz etkilere yol açacağı öne sürülmüştür. Literatürde konuyla ilgili çeşitli çalışmalar olmakla birlikte işgücü piyasasındaki katılıkların etkisinin olup olmadığı yeterince incelenmemiş, özellikle 2003 yılında getirilen iş güvencesi düzenlemelerinin yarattığı etkiler yeterli düzeyde ele alınmamıştır. Çalışmanın amacı Türkiye’de iş güvencesi düzenlemelerinin istihdam üzerine etkilerini belirlemektir. Bu çalışmada yapılan analizde de model kurma konusunda kuramsal yaklaşım kullanılmıştır. Geçmiş yıllarda yapılmış birçok kanuni düzenlemeden istihdam piyasasının etkilenme olasılığı mevcuttur. Bu çalışma çerçevesinde de 4857 sayılı İş Kanunu ile getirilen iş güvencesi düzenlemelerinin işsizlik oranı üzerinde artışa sebebiyet verdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Güvencesi, İstihdam, Türkiye

Is Job Security an Obstacle to Employment? The Case of Turkey

ABSTRACT

The draft Law on Labor Law, prepared by the commission consisting of nine scientists proposed by the Ministry of Labor and Social Security, trade unions and employers' unions, was approved by the Parliament as a result of some changes and entered into force by being published in the Official Gazette as of 10.06.2003. The Labor Law No. 4857, which brings innovations in many respects, is also important in terms of job security provisions. While job security is enacted by important debates in Turkish Labor Law, it has been suggested that the regulations introduced will have positive and negative effects. Although there are various studies on the subject in the literature, whether the effects of the rigidity in the labor market have not been examined sufficiently, especially the effects of the job security regulations introduced in 2003, have not been adequately addressed. This study aimed to determine the effects on employment of job security arrangements in Turkey. In the analysis made in this study, a theoretical approach to model building was used. There is a possibility that the employment market will be affected by many legal regulations made in the past years. Within the scope of this study, it was determined that the job security regulations introduced by Labor Law No. 4857 caused an increase in the unemployment rate.

Keywords: Job Security, Employment, Turkey

Türkiye'nin Yeni Bütçe Sistemi: Program Bazlı Performans Bütçe Sistemi

Assoc. Prof. Dr. Zuhall ERGEN

Çukurova University, FEAS

zegen@cu.edu.tr

ÖZET

Türkiye Cumhuriyetinin 1927 yılında 1050 sayılı “Muhasebe-i Umumiye Kanunu’nu” (Genel Muhasebe Kanunu) kabulü ile başlayan kamu bütçesi uygulama süreci günümüzde yeni bir döneme daha adım atmanın eşiğinde bulunmaktadır. 2021 yılı mali yılı başından itibaren geçerli olmak üzere şu an uygulanan Stratejik Plana Dayalı Performans Esaslı Bütçe Sistemi’nden vazgeçilecektir. Bunun yerine Program Bazlı Performans Esaslı Bütçe Sistemi uygulanması hedeflenmektedir. Bu bağlamda yeni bütçe sisteminin temel özellikleri ve uygulama esasları hakkında bir çalışma yapma ihtiyacı doğmuştur. Çalışmamız yeni bütçe sistemin işleyişine ve temel özelliklerine dair katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Program Bütçe, Stratejik Plana Dayalı Performans Bütçe, Program Bazlı Performans Esaslı Bütçe

Turkey's New Budget System: Program-Based Performance Budget System

ABSTRACT

The public budget implementation process, which started with the adoption of the accounting “Public Accountancy Law” (General Accounting Law) numbered 1050 in 1927, is on the verge of starting a new era today. Effective from the beginning of fiscal year 2021, the performance-based budget system based on the currently implemented strategic plan will be abandoned. Instead, it is aimed to implement a Program-based performance principles budget system. In this context, the need to make a study on the basic features and principles of implementation of the new budget system arose. Our study aims to contribute to the functioning and basic features of the new budget system.

Keywords: Program Budget, Strategic Plan Based Performance Budget, Program Based Performance Budget

Türkiye'nin İşsizlik Problemi Ve İşsizlik Sigortası Fonu Uygulaması

Assoc. Prof. Dr. Zuhale ERGEN

Çukurova University, FEAS

zegen@cu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde sosyal hayat içerisinde yer alan bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri büyük ölçüde emek üretim faktörüne bağlıdır. Bu bağlamda çalışma hakkı yaşama hakkının devamı olarak nitelendirilebilir. Emeği ile yaşamlarını idame ettiren bireylerin yeteneklerine uygun ve geçimlerini yeterli düzeyde sağlayacak bir işe sahip olmaları çok önemlidir. Ancak geçici bir süre de olsa bireyin çalışma hayatının dışına itilmesi önemli bir sosyal risk oluşturur. Bu risk günümüz toplumlarında işsizlik olarak adlandırılır. Literatürde işsizliğe dair birçok tanım yer almakla birlikte işsiz; çalışma istek ve yeteneğinde olup günün çalışma ve ücret koşullarına göre çalışmak isteyip de, kendi isteği dışında nedenlerle uygun iş olanağı bulamayan bireylere verilen addır. İşsizliğin teorik olarak birçok farklı türü mevcuttur. Çalışmamızda bu işsizlik türleri ele alınacak ve ülkemizde uygulanan işsizlik sigortası fonu ile ilgili güncel bilgiler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: İşsizlik, İşsizlik Türleri, İşsizlik Sigortası Fonu

Turkey's Unemployment Problem And Unemployment Fund Application

ABSTRACT

The survival of individuals in social life today largely depends on the labor production factor. In this context, the right to work can be described as the continuation of the right to life. It is very important for individuals who sustain their lives with their labor to have a job that is suitable for their abilities and that will provide their livelihoods at an adequate level. However, pushing the individual out of working life, even for a temporary period, constitutes an important social risk. This risk is called unemployment in today's societies. Although there are many definitions about unemployment in the literature, unemployed; is the name given to individuals who have the desire and ability to work and who want to work according to the working and wage conditions of the day and who cannot find suitable job opportunities for reasons other than their own will. In our study, these types of unemployment will be discussed and updated information on the unemployment insurance fund implemented in our country will be presented.

Keywords: Unemployment, Types of Unemployment, Unemployment Insurance Fund.

Financial Education for students by effective measures of the Reserve Bank of India

Suresh G, Research Scholar

Pondicherry University
sureshpudu81@gmail.com

ABSTRACT

India is a developing country and it has a fast growing Economy with special features of natural resources and with human resources. The future of the country depends on each and every individual, old and young generation people to realize their responsibilities and the obligations belong to the citizenship. A fair and proper education and trainings on essential skills are to be provided for every individual for prosperous future. To the growing generation of the country, there is a need to realize the economy and thrift which make them future life smooth with improvised and stabilized essentialities required for. In this present scenario of economic world, Financial Literacy is emerging as more essential skill than any other for being aware on earning money i.e. income, money management in a proper manner, savings, investment for future. The Government of India through its Agency- Reserve Bank of India(RBI) implement various awareness programmes on Financial Education by taking essential key steps in promoting financial literacy among the students. This paper explores the overview of the initiatives on Financial Education for the students through Reserve Bank of India to inculcate financial terms for strengthening the financial life of them. The purpose of this paper is to analyze the key services on Financial Education providing by RBI and critically analyze the initiatives implementing to the beneficiaries throughout the country. The data for the present study has been gathered primarily through the secondary sources. The secondary data were obtained from the Reserve Bank of India's website, Bulletin, annual reports, statements, booklets, Financial Literacy guides, Financial literacy posters, Financial Diary, various reputed journals and newspapers.

Keywords: Financial Education, Reserve Bank of India (RBI), financial inclusion, Financial Awareness Messages(FAME)

Financial Literacy- the essential skill to enhance well being of the students (A review of earlier studies)

Suresh G, Research Scholar

Pondicherry University
sureshpudu81@gmail.com

ABSTRACT

Financial Literacy refers to the essential knowledge on finance and required skills to obtain and manage the income and other sources of finance. To make a solid and best financial decision, he might have good financial capabilities. Past studies reveal that India is in the level of poor on Financial Literacy. The surveys conducted earlier by the researchers, scholars and institutions provide the data that less number of youth, students only have the financial knowledge to manage the money. According to Standard & Poor's global financial literacy survey India which ranks second of the world's population almost 76% of its adult population haven't aware of fundamental financial concepts. Recent years, the Government of India through its various agencies like RBI, SEBI, NABARD, State Bank of *India*, etc have been trying to provide *financial Education* and *financial literacy* to its citizens in the last few years. Without making the people financially educated, the dream of making India –Digital Economy and Cashless cannot be fulfilled. Considering these facts, it is very essential to make sufficient interventions to educate the adults especially school students, college and university students in the matters related to finance in order to equip their financial skills entire life by making best and opt financial decision. This paper focuses on the review of past studies made on Financial Literacy. This present study covers the literature on Financial literacy, Financial Education, determinants of financial literacy, financial inclusion, financial- knowledge, Attitude& Behavior, Financial management.

Keywords: Financial literacy, Financial-knowledge, Attitude & Behavior, Financial Education, Financial management, financial inclusion, determinants of financial literacy, Parental and peer influence on financial literacy.

Impact on Economic Growth of Human Capital and Internet Usage: Regional Analysis

Lect. Gülcan GÜZEL

Istanbul Aydın University, Anadolu Bil Vocational School of Higher Education
gulcanguzel@aydin.edu.tr

ABSTRACT

Technology and the use of technology are two basic elements that have an important role in human life. Technology enables people benefit more from knowledge and to develop effective learning skills. They are able to identify what they need to learn and find on internet that is the crucial technology for the information society. While advances in information and communication technology reveal the phenomenon of globalization, developments in computer and internet perform important functions in the process of creating an information society. That's why, access and transfer of information takes place very quickly. The increase in human capital, which is the indicator of the increase in the level of knowledge of the societies, and the communication and unlimited interaction offered by the internet transforms the societies economically.

The aim of study analyze the impact of the information society on the economy. Growth as a dependant variable, internet usage of individuals for the information society and human capital data as an independent variable were used in the study in order to observe the effect on the economy for European Union, Central Asia, Latin America, OECD countries for 1994-2018, It is observed that using technology correctly in the globalizing world and increasing the level of knowledge lead to significant differentiation in the economic level of their societies. Therefore, If a society wants to increase growth, then it has to pay attention to human capital and using internet.

Keywords: Human Capital, Internet, Economic Growth.

Impact on The Airline Companies of Economic Indicator The Case of Turkey

Lect. Gülcan GÜZEL

Istanbul Aydın University, Anadolu Bil Vocational School of Higher Education
gulcanguzel@aydin.edu.tr

Lect. Ümit AYDIN

Bingol University, Bingol Social Sciences Vocational School
umitaydin@bingol.edu.tr

ABSTRACT

Aviation industry is one of the most important tools to coordinate at globalization world of Turkey. In addition to providing integration with the world, the aviation industry increases country's gross domestic product and creates job opportunities. That's why, investments and expenditures made to improve the aviation sector in Turkey has increased over the years. These expenditures have developed the aviation industry and has moved Turkey the firsts in Europe and in the world ranking. It is crucial to find out what factors affect aviation industry to progress developments in the aviation industry of Turkey. Turkish airline industry is affected by many factors on both national and international area such as economic, technological, social-cultural, demographic, political and health. At that same time, It is very important to determine what extend each of these factors influenced the aviation industry of Turkey. The study examines the relationship between economic factors and aviation industry. Gross domestic product, income per capita, employment, unemployment, inflation, exchange rate and interest rate have been accepted as the factors affecting passenger numbers. Therefore, some of these variables are taken as economic indicators on model. In order to analyze the impact on the aviation industry, passenger numbers are taken. Time series analysis was applied on Turkey between 1989-2018 years with these variables for analysis and according to empirical result, there is a cointegrated relationship between the economic indicators and the aviation sector in Turkey.

Keywords: Aviation Sector, Economic Indicator, Time Series Analysis, Turkey.

Yabancı Turistlerin Konaklama Tercihlerini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi: Dalyan Örneği

Meltem METE
meltemtekinay@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ
Muğla Sıtkı Koçman University, FES
hatice.ozkoc@mu.edu.tr

ÖZET

Seyahate çıkacak kişiler destinasyon belirlemeden önce o destinasyon hakkında bilgi toplarlar. Eğer daha önce deneyimlenmemiş bir yer ise yakın çevresinden veya diğer kanallar yoluyla o destinasyon ile ilgili oluşan imajdan yararlanırlar. Günümüzde hızla gelişen teknoloji sayesinde internette çoğu bilgi ve ürün kolay ulaşılabilir hale gelmiştir. Bu nedenle destinasyon tercihleri ve konaklama rezervasyonları için online rezervasyon sitelerinden yararlanan turistlerin sayısı günden güne artmaktadır. Online rezervasyon siteleri yardımıyla hem konaklama satın alma hem de deneyimlerini tatile çıkacaklarla paylaşabilme imkanı oluşmuştur. Destinasyon seçimi sürecinde tatil yerini deneyimlemiş kişilerin yaptıkları yorumlar ve verdikleri puanlar diğer tatilecilerin seçimlerini etkilemektedir. Bu çalışma yabancı turistlerin seçtikleri destinasyonda internet üzerinden konaklama işletmesi seçerken hangi kriterlerden etkilendikleri ve en çok önem verdikleri kriterleri araştırmak amacıyla yapılmıştır.

Çalışmada Dalyan bölgesinde en çok satış yapan online rezervasyon sitelerinden biri olan Hotels.com sitesinde yer alan küçük ölçekli işletmelerin yorumları içerik analiziyle incelenmiştir. İçerik analiziyle belirlenen kriterler AHP yöntemine göre ikili karşılaştırma sorularıyla Saaty önem ölçeğine tabi tutulmuştur. Uygulanan anket sonuçları Excel ile analiz edilmiştir. Kriterlerin AHP yöntemine göre ikili karşılaştırma ve normalize edilmiş matrisleri bulunmuş, ağırlıkları hesaplanmıştır. Tutarlılık kontrol edilmiş, önemli kriterler ve bu kriterlerin önem sırası belirlenmiştir. Yabancı turistlerin Muğla Dalyan bölgesini destinasyon olarak belirlerken konaklama işletmesi tercihlerinde en çok “temizlik” kriterine önem verdikleri ortaya çıkmıştır. Bunu sırasıyla “konfor, konum, hizmet ve otelin durumu” kriterleri takip etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Dalyan, İçerik Analizi, Analitik Hiyerarşi Prosesi

Determining Factors Which Effect The Foreign Tourists' Demand To The Tourism Marketing: A Study On Dalyan

ABSTRACT

With the rapid development of technology, a lot of information and products have become available on the Internet. The number of tourists making use of websites providing services for online accommodation reservations has increased. With the help of online reservation websites, an opportunity has arisen for the tourists both to buy accommodation and share their experiences with those who will go on vacation. For this reason, the reviews and points given by those who have experienced the destination have been very effective in the decision-making process of holiday destination. This study has been carried out in order to look into the criteria that the foreign tourists are affected by most and the criteria that they give importance to when selecting businesses on the Internet in the destination that they have chosen.

In the study, comments on the small-scale businesses on the website Hotels.com, one of the online reservation websites which sells vacations most in Dalyan district, have been analyzed through content analysis. The criteria that have been identified through content analysis have been put through Saaty's importance scale through pair-wise comparison according to AHP. The questionnaire results have been analyzed on Excel. The pair-wise and normalized matrices of the criteria according to AHP method have been found and their weight has been calculated. Consistency has been checked and the most important criteria and the order of criteria have been identified. At the end of the study, the criteria that the foreign tourists give importance to when selecting accommodation businesses in Dalyan district or Muğla have been identified.

Keywords: The destination, Daylan, Content Analysis, Analytic Hierarchy Process.

Azerbaycanda Kamu Hizmeti Yönetimini İyileştirme Yöntemi: Verimli Yönetim

PhD Student **Muradov İsmayıl**

Azerbaycan Turizm ve Yönetim Üniversitesi
ismayil.muradov.1993@mail.ru

ÖZET

Devletlik ülkenin temel değeridir. Kamu idaresinin toplum yaşamındaki rolünü azaltmak imkansızdır. Farklı ülkelerin farklı tarihsel dönemlerdeki sosyo-ekonomik kalkınma üzerindeki güçlü etkisi uzmanlar tarafından defalarca belirtilmiştir. Kamu yönetimi, ülkenin mevcut sosyo-ekonomik durumunu ve geleceğinin kalitesini önemli ölçüde belirler. Tarihsel değişimin ölçeği genişlerse, o zaman yönetişimin kamu organının devlet olarak doğru, kesintisiz ve düzenli bir şekilde işlemesini sağlamadaki rolü de artar. Mevcut durumda, değişiklikler toplumun tüm önemli alanlarını kapsamaktadır - politika, ekonomi, manevi yaşam, çeşitli ve karmaşık halkla ilişkiler, kamu yönetiminin rolü önemli ölçüde artmaktadır ve ülkedeki durum önemli ölçüde yönetişimin verimliliğine ve kalitesine bağlıdır.

Ulusların uluslararası arenaya entegrasyon sürecini hızlandırmak için modern dünyadaki her devletin yüksek düzeyde yönetimine sahip olmak çok önemlidir. Azerbaycan Cumhuriyeti, modern dünyada kabul edilen devlet sistemine uygun olarak ulusal devlet inşası yönünde reformlarını sürdürmektedir. Reformların temel amacı, esnek bir devlet yönetim sistemi oluşturmak, insan ve medeni hak ve özgürlüklerin yüksek devlet garantilerini sağlamak ve Azerbaycan'ı uluslararası alana entegre etme sürecini hızlandırmaktır.

Anahtar kelimeler: Yönetim, Kamu hizmeti, İyi yönetişim, Sivil toplum, Şeffaflık

Improving Public Service Management in Azerbaijan: Efficient Management

ABSTRACT

The main aim of the article is to organize an effective public service management in Azerbaijan, to examine the stages of development, to show public service as a basic requirement for governance, to define the character of civil service relations and the direction of improvement of civil service legislation in the formation of civil society. The prerequisite for the effectiveness of public administration is the understanding of its objects, depending on its internal dependence and mechanism, taking into account the elements of public administration built in accordance with the objectives, structure, technology, principles. It is necessary to note the natural geographical conditions as an objective basis of public administration. Every nation is located in a certain region of the world and the natural conditions (relaxation, soil, water and other resources) of this area determine the technology of production activities and social life for people. The second objective basis of public administration is natural, social conditions resulting from long-term interaction with nature. Geographical location of people, intersectoral characteristics, economic technology of urban and rural areas, communication types, labor and life, shared values, traditions and customs, etc. acts as a product of natural social conditions. The third objective basis of public administration is the cultural and historical heritage created by subjective factors. Without historical development and in all periods of historical development, people, human associations dominated the technology of assimilation in a certain area of the state and in various activities. All this together determined the true level of labor productivity. Natural geographical, natural social and natural cultural conditions, which are the objective basis of public administration, have a complex interrelated effect. The state has a responsibility as a subjective factor in management theory. Here, public administration itself acts as an integral part of it as a subjective factor. As a key factor in balanced development, the state needs to influence it in several ways. The regulation coordinates the interests of the long-term and short-term stages of development according to their level of dependence, manages the sectors of the economy, controls the ratio of different sectors, controls active monetary policy, tax policy, control prices and costs. Naturally, investments to increase production increase production capacity through employment benefits, tax incentives, budget deficit accounting and government purchases.

Keywords: Management, Civil service, Good governance, Civil society, Ttransparency

Azərbaycanda Dövlət Xidməti İdarəetməsinin Təkmilləşdirilməsi: Səmərəli İdarəetmə

Xülasə

Məqalənin əsas məqsədi Azərbaycanda səmərəli dövlət qulluğunun idarə edilməsini təşkil etmək, inkişaf mərhələlərini araşdırmaq, dövlət qulluğunu idarəetmənin əsas tələbi kimi göstərmək, dövlət qulluğu münasibətlərinin xarakterini və vətəndaş cəmiyyəti formalaşmasında dövlət qulluğu haqqında qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi istiqamətini müəyyənləşdirməkdir.

Dövlət idarəçiliyinin səmərəliliyinin ilkin şərti, məqsədlərinə, quruluşuna, texnologiyasına, prinsiplərinə uyğun qurulmuş dövlət idarəetmə elementlərini nəzərə alaraq, daxili asılılığından və mexanizmindən asılı olaraq obyektlərinin dərk edilməsidir. Təbii idarəetmənin obyektiv əsası kimi təbii coğrafi şərtləri qeyd etmək lazımdır. Hər bir xalq dünyanın müəyyən bir bölgəsində yerləşir və bu bölgənin təbii şəraiti (istirahət, torpaq, su və digər mənbələr) istehsal fəaliyyəti və insanlar üçün sosial həyatın texnologiyasını müəyyənləşdirir. Dövlət idarəetməsinin ikinci obyektiv əsası təbiətlə uzunmüddətli qarşılıqlı fəaliyyət nəticəsində yaranan təbii, sosial şərtlərdir. İnsanların coğrafi yeri, sahələrarası xüsusiyyətləri, şəhər və kənd ərazilərinin iqtisadi texnologiyası, ünsiyyət növləri, əmək və həyat, ortaqlar, adət-ənənələr və s. təbii sosial şəraitin məhsulu kimi çıxış edir. Dövlət idarəetməsinin üçüncü obyektiv əsasını subyektiv amillərin yaratdığı mədəni və tarixi irs təşkil edir. Tarixi inkişaf olmadan və tarixi inkişafın bütün dövrlərində insanlar, insan birlikləri dövlətin müəyyən bir bölgəsində və müxtəlif fəaliyyətlərdə assimilyasiya texnologiyasına üstünlük verdilər. Bütün bunlar birlikdə əmək məhsuldarlığının həqiqi səviyyəsini müəyyənləşdirdi. Dövlət idarəetməsinin obyektiv əsasını təşkil edən təbii coğrafi, təbii sosial və təbii mədəni şərait kompleks qarşılıqlı təsir göstərir. İdarəetmə nəzəriyyəsində dövlət subyektiv amil kimi bir məsuliyyət daşıyır. Burada dövlət idarəetməsinin özü subyektiv amil kimi onun ayrılmaz hissəsi kimi çıxış edir. Balanslı inkişafın əsas amili olaraq, dövlət ona bir neçə istiqamətdə təsir göstərməlidir. Tənzimləmə uzunmüddətli və qısamüddətli inkişaf mərhələlərinin maraqlarını asılılıq səviyyələrinə görə əlaqələndirir, iqtisadiyyatın sahələrini idarə edir, müxtəlif sektorların nisbətində nəzarət edir, aktiv pul siyasətinə, vergi siyasətinə, qiymət və xərclərə nəzarət edir. Təbii ki, istehsalın artırılmasına qoyulan investisiyalar məşğulluq müavinətləri, vergi güzəştləri, büdcə kəsirinin uçotu və dövlət satınalmaları hesabına istehsal gücünü artırır.

Açar sözlər: Menecment, Dövlət qulluğu, Yaxşı idarəçilik, Vətəndaş cəmiyyəti, Şəffaflıq.

Sosyal Bilimler Araştırmaları ve Etik Bağlamında Bilgilendirilmiş Onam

Asst. Prof. Dr. Emine Mediha SAYIL

Doğuş University

esayil @dogus.edu.tr

ÖZET

Araştırmada etik, bilimsel araştırma yaparken, özellikle de insan katılımcılarla yapılan araştırmalarda, göz önünde bulundurulması gereken önemli bir konudur. Çoğu zaman, bilimin ve araştırmanın hedefleri, araştırma öznesinin veya katılımcının yararı ile çelişebilir. Burada etik kurallar devreye girer. Etik kurallar, hem potansiyel araştırma katılımcılarını herhangi bir zarardan korumak hem de araştırmacının bilim adına sınırlarını aşmasını önlemek için başvurulacak yol göstericilerdir.

Sosyal bilim araştırmaları; bireylerle ilgili bilgi toplanması, yorum yapılması ve hatta karar alınması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, konusu gereği insanlarla çalışan, mülakat, anket, katılımcı gözlem gibi yöntemleri kullanan sosyal bilim araştırmacıları, etik kurallar konusunda bilgi sahibi olmak ve titizlik göstermek durumundadır. Sosyal bilimler araştırmalarındaki etik kuralların genel çerçevesini belirlemede tıbbi araştırmalardaki etik ihlaller etkili olmuştur. İnsan araştırmalarındaki etik sorunlar üzerine geliştirilen ilk metin olan Nuremberg Kodlarının yayınlanmasından bu yana, araştırma etiğinde pek çok kavram ortaya çıkmıştır.

Bu kavramlar arasında en fazla öne çıkanlardan birisi de “bilgilendirilmiş onam” dır. Bilgilendirilmiş onam, katılımcının araştırma ve süreci hakkında tam olarak bilgilendirilmiş olması, gönüllü olarak araştırmaya katılması ve rızasının alınmasını ifade eder. Katılımcıların esenliğinin ve haklarının korunmasının araştırmanın özünü oluşturduğu insan katılımcılarla yapılan araştırmalarda, “bilgilendirilmiş onam” araştırmanın etiğe uygun yürütülmesinin en önemli öğelerinden biridir. Özellikle, teknolojiye ileriye adımlar atılması sonrasında ortaya çıkan internet ve sanal ortamlardan edinilen veriler üzerinden yapılan araştırmalarla birlikte bu kavram daha da önem kazanmıştır.

Türkiye’de sosyal bilimler alanında bilimsel etik konusundaki literatür incelendiğinde, çalışmaların genel olarak yayın etiğine vurgu yaptığı, araştırma sürecindeki etik uygulamaların sınırlı sayıda araştırmaya konu olduğu görülmüştür. Bu nedenle, sosyal bilim araştırmacılarının deneyimledikleri etik sorunları ele alan farklı sorun alanlarında üretilmiş araştırmaların, karşılaşılabilecek etik sorunların görünürlük kazanması ve tartışılması açısından önemli olduğu değerlendirilmiş ve bu çalışmada, insanları içeren araştırmalarda karşılaşılan etik sorunlar bilgilendirilmiş onam bağlamında ele alınarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler : Etik, Araştırma Etiği, Bilgilendirilmiş Onam

IN THE CONTEXT OF SOCIAL SCIENCES RESEARCH AND ETHICS INFORMED CONSENT

ABSTRACT

Ethics in research is a key issue to consider when conducting scientific research, particularly when we are dealing with human subjects also known as participants. Often, the goals of science and research conflict with what is best for the well-being of the research subject or participant. This is where ethical guidelines come into play. Ethical rules are the guidelines that are applied both to protect potential research participants from any harm and to prevent the researcher from crossing their boundaries in the name of science.

Social science research means collecting information about individuals, making comments, and even making decisions. Therefore, social science researchers who work with humans and use methods such as interviews, surveys, and participant observation to be knowledgeable and show diligence about ethical rules. Ethical violations in medical research have been effective in determining the overall framework of ethical rules in social science research. Since the publication of the Nuremberg Codes, the first text on ethical issues in human research, many concepts have emerged in research ethics.

One of the most prominent among these concepts is “informed consent”. Informed consent means that the participant is fully informed about the research and the process and that he voluntarily participates in the research and his consent is being obtained. In the studies conducted with human participants, where the well-being and protection of the rights of the participants are the core of the research, “informed consent” is one of the most important elements of the ethical conduct of the research. This concept has become even more important,

especially with the research made on the data obtained from the internet and virtual environments that emerged after the advances in technology.

When the literature on scientific ethics in the field of Social Sciences in Turkey was examined, it was observed that the studies were emphasizing publishing ethics in general and that the ethical practices in the research process were subject to a limited number of researches. Therefore, the researches produced in different problem areas that address the ethical issues experienced by social science researchers is considered to be important for gaining visibility and discussion of the ethical issues that may be encountered, and in this study, it was aimed to contribute to the literature by addressing the ethical problems encountered in studies involving humans in the context of informed consent.

Keywords : Ethics, Research Ethics, Informed Consent.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Koç Holding Üzerine Bir İnceleme

Res. Assist. Nazlı TÜRKER

Alanya Alaaddin Keykubat University, Institute of Graduate Studies
nazli.turker@alanya.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM

Alanya Alaaddin Keykubat University, FEAS
mustafa.yildirim@alanya.edu.tr

ÖZET

Ticari kaygıların ve yasal yaptırımların ötesinde topluma katkı sağlama amacı taşımak, kurumlar ve işletmeler için artık vazgeçilmez bir unsurdur. İçinde yaşadığı toplum sayesinde varlığını sürdüren işletmelerin, bunun karşılığında tüm paydaşlarının çıkarlarını gözeterek bir kurumsal sosyal sorumluluk politikası izlemesi gerekmektedir. Bugün gelinen noktada, kurumsal sosyal sorumluluğun ne olduğunun ötesinde işletmeler ve kurumlar tarafından nasıl gerçekleştirildiği önem kazanmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun uygulamada nasıl gerçekleştiğinin anlaşılması ve yaptıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile toplumun pek çok kesimine ulaşmayı başaran kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin incelenmesinin bu kavramın anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'nin önde gelen en büyük holdinglerinden Koç Holding'in kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ve Koç Holding Topluluk Şirketleri'nin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projeleri incelenecektir. Çalışmada öncelikli olarak, kurumsal sosyal sorumluluğun literatürdeki mevcut tanımlamalar kullanılarak ne olduğuna değinilmiş, kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları incelenmiş ve Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluğun tarihçesinden kısaca bahsedilmiştir. Sonrasında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleriyle topluma önemli katkıları olan Koç Holding Topluluk Şirketleri'nin yapmış olduğu sosyal sorumluluk çalışmaları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir ve konuyu daha spesifik bir bakış açısıyla değerlendirmek amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İçerik Analizi, Koç Holding.

Corporate Social Responsibility: A Study on Koç Holding

ABSTRACT

It is now an indispensable element for institutions and businesses to aim to contribute to the society beyond commercial concerns and legal sanctions. Businesses having a presence through the society they live in, have to follow a corporate social responsibility policy that takes interests of their stakeholders into consideration. At the point reached today, beyond how the corporate social responsibility is, it is important how it is realized by businesses and institutions. It is thought that understanding the concept of corporate social responsibility in practice and examining corporate social responsibility projects that are able to reach many segments of the society through their corporate social responsibility activities will contribute to understanding this concept.

In this study, the largest of Turkey's leading holdings, Koç Holding's corporate social responsibility and Koc Holding Group Companies that perform corporate social responsibility projects will be examined. In the study, primarily, what the corporate social responsibility is by using the existing definitions in the literature is mentioned, corporate social responsibility approaches are examined and the history of corporate social responsibility in Turkey briefly discussed. Then, the social responsibility studies of Koç Holding Group Companies, which have made significant contributions to the society with their corporate social responsibility activities, were analyzed with the content analysis method and it is aimed to evaluate the subject from a more specific perspective.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Content Analysis, Koç Holding.

Kuhn’u Anlaşılır Kılmak: Bilimin İlerleme Tarzı Hakkında Daha Önce Ele Alınanlardan Farklı Bir Sıralamaya Ulaşmak Mümkün mü?

Asst. Prof. Dr. Ekin AKDENİZ

Okan University

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, bilimin ilerleme tarzı hakkında daha önce ele alınanlardan farklı bir sıralama sunmaktır. Ulaşılan bu farklı sıralama ile Kuhn’un anlaşılır kılınması mümkün olabilmektedir. Bu amaç doğrultusunda, Kuhn’un “Bilimsel Devrimlerin Yapısı (The Structure of Scientific Revolutions)” adlı eseri başta olmak üzere çeşitli eserler referans alınmaktadır. Tüm bu eserler referans alınırken, bu eserlerde bilimin ilerleme tarzının ele alındığı, fakat farklı sıralamaların yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada Kuhn başta olmak üzere çeşitli eserler incelenerek bilimin ilerleme tarzı hakkında beş aşamalı bir sıralama ortaya konmaktadır. Literatür çerçevesinde ortaya konulan bu katkı, bilimin ilerleme tarzı hakkında daha önce ele alınan sıralamalardan farklı bir sıralamanın ortaya konması şeklinde de ifade edilebilmektedir. Sıralamaya ilişkin aşamalar, olağan bilim öncesi dönem (paradigma öncesi), olağan bilim dönemi (paradigma ve bilmece), bunalım dönemi (bilimsel kuramların ortaya çıkması), bilimsel devrim dönemi (olağanüstü araştırma ve olağanüstü bilim), bilimsel devrim sonrası dönem (yeni paradigma ve yeni olağan bilim) olarak ayrı ayrı ve detaylı bir şekilde incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kuhn, Bilim, Bilimsel Devrimlerin Yapısı

Comprehending Kuhn: Is It Possible to Reach a Different Order of the Science's Progress Story?

ABSTRACT

The aim of this study is to present a different phase order about the progresses of science than the ones discussed before. It is possible to render Kuhn comprehensible via these distinct stages reached. So as to be able to reach this purpose, various studies -mainly Kuhn's work titled "The Structure of Scientific Revolutions"- is referenced. While all these works are taken as reference, evidently it is seen that the progress of science is discussed in detail in those studies, but handled with different phase listings. Consequently in this study, various studies -especially Kuhn's book- were analysed and a five-step listing of the progress of science was carried out. This contribution, which was put forward within the framework of the literature, can be expressed as a distinct order from the periods previously discussed about the progress of science. Stages are sequenced as prior to normal science period (route to normal science, pre-paradigm), normal science period (paradigm and puzzle-solving), the crisis period (the emergence of scientific theories), the scientific revolution period (extraordinary research and extraordinary science), the postrevolutionary science period (new paradigm and normal); and examined separately in detail.

Keywords: Kuhn, Science, The Structure of Scientific Revolutions.

Dünya Kültür Mirası Listesi'ne Kayıtlı Avrupa Neolitik Dönem Yerleşimleri Işığında Çatalhöyük için Ziyaretçi Yönetim Planı Önerileri

H. Ufuk KORKMAZ

Necmettin Erbakan University

h.ufuk.korkmaz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8158-8130>

ÖZET

Çalışmada UNESCO Dünya Kültür Mirası listesinde yer alan Avrupa Neolitik Dönem yerleşimlerinin tarihi ve alt yapı unsurları ışığında Çatalhöyük'ün mevcut ziyaretçi yönetim planının geliştirilmesi amacıyla bir öneri sunulmaktadır. Çatalhöyük, Spiennes Neolitik Çakmaktaşı Ocağı, Krzemionki Neolitik Dönem Çakmak Taşı Ocağı, Orkney Neolitik Dönem Kalıntıları, Boyne Vadisi Neolitik Dönem Kalıntıları, Stonehenge Anıtı ve Neolitik Dönem Kalıntıları, Hal Saflieni Hypoje Mezarları ve Alp Dağları Prehistorik Dönem Köylerinin arkeolojik özellikleri, alt yapı unsurları ve ziyaretçi yönetimine yönelik bilgiler özetlenmiştir. UNESCO Dünya Kültür Mirası listesinde yer alan yerleşimlerin geliştirilmesi amacıyla ziyaretçi yönetim planı oluşturulmasında Çatalhöyük örneği üzerinden ziyaretçi yönetim planı yenilikçi çözüm haritası hazırlanmıştır. Tanıtım ve bilgilendirme, etkinlik, ulaşım ve güvenlik, sağlık ve acil durum alanlarını içeren ziyaretçi yönetim planı oluşturulmasının; öncelikle ziyaretçi memnuniyeti sağlaması yanı sıra ildeki tüm paydaşların da sosyo ekonomik anlamda fayda sağlayabileceği ve geniş anlamda ise Türkiye turizmi açısından olumlu etkileri olabileceği düşünülmektedir. . Ziyaretçi sayısının; alana özgü uyarlanacak ve uygulanacak olan çalışmada belirtilen ziyaretçi yönetim planı önerileri ile artacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çatalhöyük, UNESCO Dünya Kültür Mirası, Ziyaretçi Yönetim Planı Yenilikçi Çözüm Haritası, Neolitik Dönem, Kültür, Turizm

Visitor Management Plan Recommendations for Çatalhöyük in the Light of European Neolithic Settlements Registered in the World Heritage List

ABSTRACT

In the study, a proposal is presented in order to develop Çatalhöyük's existing visitor management plan in the light of the history and infrastructure elements of the European Neolithic Period settlements registered in the UNESCO World Heritage List. Archaeological features, infrastructure elements and informations for visitor management of Çatalhöyük, Neolithic Flint Mines of Spiennes, Neolithic Flint Mines of Krzemionki, Heart of Neolithic Orkney, Brú Na Bóinne - Archaeological Ensemble of The Bend of The Boyne, Stonehenge, Avebury and Associated Sites, Hal Saflieni Hypogeum and Prehistoric Pile Dwellings Around the Alps are summarized. An innovative solution map of the visitor management plan was prepared on the example of Çatalhöyük for creating a visitor management plan for the development of settlements on the UNESCO World Heritage List. It is considered that creating a visitor management plan that includes publicity and information, effectiveness, transportation and safety, health and emergency areas; as well as to ensure visitor satisfaction, in the province all stakeholders can benefit socioeconomically and in the broad sense have positive effects in terms of tourism in Turkey. It is thought that the number of visitors will increase with the suggestions of visitor management plans specified in the study that will be adapted and applied in the field.

Keywords: Çatalhöyük, UNESCO World Cultural Heritage, Innovative Solution Map of Visitor Management Plan, Neolithic Period, Culture, Tourism

A Study on Role of the Job Burnout on the Relationship between Perceived Instrumental Climate and Turnover Intention

Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN

Niğde Ömer Halisdemir University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
iyalcin@ohu.edu.tr

ORCID: <http://.0000-0001-7203-8030>

Ph.D. (C) Kujtim HAMELI

Istanbul University, Faculty of Business Administration
kujtimhameli4@gmail.com

ABSTRACT

The instrumental ethical climate is prescribed as a negative behavior where employees focus on their personal benefits followed by numerous adverse outcomes. Burnout is a syndrome of emotional exhaustion as a result of job demand and job resources. This psychological mind state, in cooperation with instrumental ethical climate, can lead to negative consequences for the organization. When employees are subject to high perceived instrumental climate and job burnout, they usually think about quitting the job. The purpose of this paper is to investigate the relationship between perceived instrumental climate and employee turnover intention, moderated by emotional exhaustion as a component of job burnout. To test this hypothesized model, an online survey is conducted among 226 employees from Kosovo using convenience sampling. Path analysis results showed that perceived instrumental climate is positively associated with emotional exhaustion and emotional exhaustion is positively associated with turnover intention. However, this study failed to confirm the moderating role of emotional exhaustion on the relationship between perceived instrumental climate and turnover intention. Conclusions and further studies recommendations are discussed.

Keywords: Perceived Instrumental Climate, Job Burnout, Turnover Intention

JEL Classification: M1, M12

İşletmelerde Yalın Altı Sigma: Bir Alan Araştırması

Fahrettin AKGÜL, Msc
fahrettinakgul@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Mehmet ALTINÖZ
Hacettepe University, Vocational School and Social Sciences
maltinoz@hacettepe.edu.tr

ÖZET

İşletmeler, zorlu piyasa koşullarında iş süreçlerini iyileştirerek rekabet güçlerini arttırabilmek amacıyla kalite yönetim sistemlerini kullanmaya yönelmektedirler. Değer katmayan süreçleri ortadan kaldırmak ve değişkenlikleri azaltmayı amaçlayan yalın düşünce ve altı sigma felsefesinin güçlü yönlerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmış olan Yalın Altı Sigma yaklaşımı son dönemde tercih edilen bir kalite yönetim sistemi olarak görülmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Yalın Altı Sigma yaklaşımının mobilya endüstrisinde uygulanabilirliğinin araştırılmasıdır. Bu kapsamda literatür taraması yapılarak teorik çerçevesi oluşturulan çalışmanın içerik analizi yapılmış ve araştırmada anket yöntemi tercih edilmiştir. Elde edilen bulgulardan yola çıkarak yapılan analiz sonucunda, Yalın Altı Sigma yaklaşımının mobilya endüstrisinde uygulanabilirliği ortaya konularak, konuya ilişkin tespit ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: yalın altı sigma, yalın üretim, yönetim sistemi, yalın düşünce

Lean Six Sigma in Businesses: A Field Study

ABSTRACT

Businesses tend to use quality management systems in order to increase their competitiveness by improving their business processes in difficult market conditions. The Lean Six Sigma approach, which has emerged with the combination of lean thinking and six sigma philosophies that aim to eliminate processes that do not add value and reduce variability, has recently been seen as a preferred quality management system.

The main purpose of this study is to investigate the applicability of the Lean Six Sigma approach in the furniture industry. In this context, the content analysis of the study whose theoretical framework was created by searching the literature was made and the survey method was preferred in the research. As a result of the analysis made based on the findings obtained, the applicability of the Lean Six Sigma approach in the furniture industry was revealed and the findings and suggestions related to the subject were made.

Keywords: lean six sigma, lean manufacturing, management system, lean thinking

**Yumuşak ve Sert Güç Kaynaklarının Kullanımının
Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi:
Türkiye’den Bir Örnek**

Asst. Prof. Dr. Murat BOLELLİ
Istanbul Okan University
murat.bolelli@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı yöneticilerin yumuşak ve sert güç kaynakları kullanımlarının çalışanların iş tatminleri üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Araştırma değişkenlerinin incelenebilmesi amacıyla kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak, çalışan kişilere internet üzerinden anket uygulanmıştır. Toplam 350 kişiye ulaşılmış, bunlardan anketi eksiksiz dolduran 288 kişi seçilmiştir. Güç kaynaklarının ölçümü için Kişilerarası Güç Envanteri, iş tatmininin ölçümü için ise Minnesota İş Tatmini Ölçeği kullanılmıştır. Değişkenlere ilişkin alt boyutların tespit edilmesi amacıyla keşfedici faktör analizleri yapılmış, güç kaynaklarına ilişkin olarak sert ve yumuşak olmak üzere iki, iş tatminine ilişkin olarak ise içsel ve dışsal olmak üzere iki boyut tespit edilmiştir. Araştırmanın hipotezleri korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri yapılarak test edilmiştir. Sonuçlar yumuşak güç kaynaklarının kullanımının içsel ve dışsal iş tatminini pozitif yönde etkilediğini, sert güç kaynaklarının kullanımının ise içsel tatmini negatif yönde etkilediğini göstermektedir. Araştırma bulguları sonuç bölümünde tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Güç Kaynakları, İçsel İş Tatmini, Dışsal İş Tatmini

**The Effects of Soft and Harsh Power Sources on
Employees Job Satisfaction:
A Study from Turkey**

ABSTRACT

Purpose of this study is to examine effects of supervisors’ use of soft and harsh power sources on employees’ job satisfaction. Data is collected from employees who work in various companies through an online survey using convenience method for sampling. Interpersonal Power Inventory (IPI) is used to measure power sources and the Minnesota Job Satisfaction Survey (MSQ) is used to measure job satisfaction. 288 respondents who filled forms completely are chosen among 350 total respondents. Exploratory Factor Analysis is conducted to IPI and MSQ scales which returned two factors for each. Factors are named as “Harsh Sources”, “Soft Sources”, “Intrinsic Satisfaction” and “Extrinsic Satisfaction” respectively. Correlation and multiple regression analyses are conducted to test research hypotheses. Findings indicate that use of soft power sources has significant positive effect on both intrinsic and extrinsic job satisfaction and use of harsh power sources has significant negative effect on intrinsic job satisfaction. Implications of the results are discussed and future research areas are suggested.

Keywords: Power Sources, Intrinsic Job Satisfaction, Extrinsic Job Satisfaction.

X ve Y Kuşağı Çalışanlarının Bireysel Yenilik Davranışlarının Karşılaştırılması: Bişkek Yiyecek Ve İçecek Firmaları Örneği

Asst. Prof. Dr. Mehmet Ulutaş

mehmet.ulutas@manas.edu.kg

mulutas@ohu.edu.tr

ÖZET

Giriş ve Çalışmanın Amacı: Farklı zaman aralıklarında doğup büyüyen bireylerin iş yapma tarzları, iletişim biçimleri ya da algı farklılıkları sebebiyle birlikte çalıştıkları diğer kuşak işgörenlerle anlaşmazlıklar yaşamaları kuşak çatışması olarak adlandırılmakta olup günümüzce iş örgütlerinin çözmesi gereken önemli problemlerden biridir. Yenilikçilik ise, yeni fikirleri deneme ve risk almada isteklilik gösterme davranışını ifade eder. Araştırmada, X ve Y kuşağı ve bireysel yenilikçilik davranışı ilişkisi incelenmiştir. Araştırma ile bu alandaki literatürün zenginleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Kavramsal/Teorik Çerçeve: Literatür taramasında, konu ile ilgili olarak çok sayıda çalışma ve bulguların olduğu tespit edilmiştir. Yiğit ve Aksay (2015: 106), Savaneviciene vd. (2019: 215), Başoğlu ve Edeer (2017: 77), Zhang vd.'nin (2017: 489) vb. araştırmacılar, kuşaklar ve yenilikçilik ile ilgili önemli bulgular elde etmişlerdir.

Yöntem: Yapılan bu çalışmada örneklem olarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri çalışanları seçilmiştir. Araştırmada bir anket formu kullanılmıştır. Anket sorularına verilen cevaplar, 5'li Likert tipi (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) ölçek vasıtasıyla alınmıştır. Araştırmada kullanılan bireysel yenilikçilik (individual innovativeness) ölçeğinin orijinali, "Individual Innovativeness Scale" adı altında Hurt ve Cook (1977) tarafından geliştirilmiş olup, çalışmada ölçeğin Türkçe formu Sarioğlu'ndan (2014: 89-90) alınmıştır. Toplam kullanılan anket formu sayısı 216'dır.

Bulgular ve Tartışma: Araştırmada, öncelikle açıklayıcı faktör analizi yapılarak ölçeklerin yapısal geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Yapılan bağımsız T testi ve Anova testlerinin sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır; 1) Bireysel yenilikçilik davranışı cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır, 2) Bireysel yenilikçilik davranışı doğum yılı baz alınarak sınıflandırılan kuşaklara göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır, 3) Bireysel yenilikçilik davranışı medeni hale göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır, 4) Bireysel yenilikçilik davranışının eğitim durumuna göre; a) değişime direnç, eğitim durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır b) Fikir önderliği faktörü eğitim durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Eğitim durumu üniversite olan çalışanların fikir önderliği algısı, eğitim durumu lise olan çalışanlardan anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Buna göre, üniversiteli çalışanların fikir önderliği algısı, liseli çalışanlardan daha yüksektir, c) Risk alma faktörü de eğitim durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Eğitim durumu üniversite olan çalışanların risk alma algısı, eğitim durumu lise olan çalışanlardan anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Buna göre, üniversiteli çalışanların risk alma algısı, liseli çalışanlardan daha yüksektir, 5) Bireysel yenilikçilik davranışı çalışma süresine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır.

Sonuç ve Öneriler: Çalışma ile işgörenlerin bireysel yenilikçilik davranışı algıları ölçülmüş; demografik faktörlerle bireysel yenilikçilik arasındaki ilişki çalışmanın bulguları olarak ayrıntılı bir biçimde ortaya konmuştur. Sonuçlar, örneklem ağırlıklı olarak Y kuşağı katılımcılardan oluşması sebebiyle, araştırma ile amaçlanan X ve Y kuşağı'nın bireysel yenilikçilik davranış farkını ortaya koyma noktasında istenilen düzeyde gerçekleşmemiştir. Eğitim seviyesi dışındaki tüm demografik faktörler ile bireysel yenilikçilik davranışı anlamlı olarak farklılaşmamıştır. Eğitimi daha yüksek olan bireylerin daha yüksek bireysel yenilikçilik davranışı gösteriyor olmaları, araştırmanın yegâne anlamlı bulgusunu oluşturmaktadır. Buna göre yenilikçiliğe önem veren işletmelerin, daha eğitilmiş işgörenlerle çalışmaları, örgütlerini hızla değişen ve gelişen günümüz rekabetçi koşullarında ayakta tutacaktır.

Anahtar Kelimeler: X ve Y Kuşağı, Bireysel Yenilikçilik

COMPARISON OF INDIVIDUAL INNOVATION BEHAVIORS OF X AND Y GENERATION EMPLOYEES: THE CASE OF BISHKEK FOOD AND BEVERAGE COMPANIES

ABSTRACT

Introduction and Purpose of the Study: The fact that individuals born and grown up at different time intervals have conflicts with other generation employees who work together due to their way of doing business, communication styles or perception differences, is one of the important problems that business organizations need to solve today. Innovation, on the other hand, refers to the willingness to try new ideas and take risks. In the research, the relationship between X and Y generation and individual innovation behavior was examined. The research aims to enrich the literature in this field.

Conceptual / Theoretical Framework: In the literature review, it was determined that there are many studies and findings related to the subject. Yiğit and Aksay (2015: 106), Savaneviciene et al. (2019: 215), Başoğlu and Edeer (2017: 77), Zhang et al. (2017: 489), etc. researchers have obtained important findings regarding generations and innovation.

Method: In this study, the employees of food and beverage companies operating in Bishkek, the capital of Kyrgyzstan, were selected as the sample. A questionnaire form was used in the research. The answers given to the questionnaire were taken through the scale of 5 Likert types (1: Strongly Disagree; 2: Disagree; 3: Neither Agree, Disagree; 4: Agree; 5: Strongly Agree). The original of the individual innovativeness scale used in the research was developed by Hurt and Cook (1977) under the name of the “Individual Innovativeness Scale” and the Turkish form of the scale was taken from Sarioğlu (2014: 89-90). The total number of questionnaire forms used is 216.

Findings and Discussion: In the research, the structural validity and reliability of the scales were tested by making explanatory factor analysis. As a result of the independent T-test and Anova tests, the following results were achieved; 1) Individual innovation behavior does not differ significantly according to gender, 2) Individual innovation behavior does not differ significantly according to the generations classified on the basis of birth year, 3) Individual innovation behavior does not differ significantly according to marital status, 4) According to the educational status of individual innovation behavior; a) resistance to change does not differ significantly according to educational level b) Opinion leadership factor differs significantly according to educational level. Opinion leadership perception of employees whose education level is university differs significantly from high school employees. Accordingly, the perception of university workers' opinion leadership is higher than high school employees, c) Risk-taking factor also differs significantly according to the educational level. The risk-taking perception of employees whose educational background is university differs significantly from those with high school education. Accordingly, the risk-taking perception of university employees is higher than that of high school employees. 5) Individual innovation behavior does not differ significantly according to working time.

Results and Suggestions: Employees' perceptions of individual innovation behavior were measured with the study; The relationship between demographic factors and individual innovation is presented in detail as the findings of the study. The results did not reach the desired level in terms of revealing the individual innovation behavior difference of the X and Y generation, which was aimed at the research since the sample was mainly composed of the Y generation participants. Individual innovation behavior did not differ significantly with all demographic factors except education level. The fact that individuals with higher education exhibit higher individual innovation behavior constitute the only meaningful finding of the research. Accordingly, the enterprises that attach importance to innovation will work with more educated employees and will keep their organizations alive in today's competitive conditions.

Keywords: X and Y Generation, Individual Innovativeness

Örgütsel Sessizlik ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin Birliktelik Kuralları Analizi ile Yeniden Değerlendirilmesi

Asst. Prof. Dr. Volkan YÜNCÜ
Afyon Kocatepe University
vyuncu@aku.edu.tr

Lect. Üzeyir FİDAN
Uşak University
uzeyir.fidan@usak.edu.tr

ÖZET

Örgütlerde işgören davranışının çok boyutlu olarak modellenmesi zorlu ancak değerli çıktıları beraberinde getirebilecek faydalı bir süreçtir. Oluşturulan başarılı modellerle elde edilen işgören profilleri işletmelerin iş gücü planlamasında ve yönetiminde kullanılabileceği değerli birer rekabet üstünlüğü kaynağıdır. Bu doğrultuda, araştırmada örgütsel sessizlik ve algılanan örgütsel destek ölçeklerinden elde edilen veriler analiz edilerek önceden belirlenmemiş ilişkilerin ortaya çıkarılması ve böylece iki ölçek bağlamında bir işgören profil çıkarımı yapılması amaçlanmıştır. Örgütsel sessizlik ve algılanan örgütsel destek ölçekleri arasındaki gizli kalmış ilişkilerin ortaya çıkarılması için verilere bir veri madenciliği tekniği olan birliktelik kuralları analizi uygulanmıştır. Toplam 504 anketten elde edilen veriler kullanılarak öncelikle her bir ölçeğin kendi içerisindeki birliktelik kuralları, daha sonra da iki ölçeğin kendi aralarındaki birliktelik kuralları belirlenmiştir. Belirlenen çok sayıda kural arasında sadece %50 ve üzeri eşik değere sahip birliktelik kuralları değerlendirilmiştir. Örgütsel sessizlik ölçeği özelinde ölçeği oluşturan faktörler arasında yedi kural tespit edilmiştir. Algılanan örgütsel destek ölçeği özelinde ise ölçeği oluşturan faktörler arasında iki kural olduğu gözlemlenmiştir. Son olarak, iki ölçeğin kendi aralarındaki birliktelik kurallarının analizi ise araştırmanın en değerli çıktılarına vermiştir. İki ölçek faktörleri birlikte ele alındığında faktörler arasında oldukça çarpıcı ilişkiler olduğu gözlemlenmektedir. Bu aşamada toplamda 13 kural tespit edilmekle birlikte, ilk sekiz kural için %100 birliktelik ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. Gelecekteki araştırmalarda işgören tutum ve davranışının farklı boyutlarının değerlendirilebileceği ölçekler kullanılarak daha kapsamlı bir profil oluşturulabilir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Sessizlik, Algılanan Örgütsel Destek, Veri Madenciliği, Apriori Algoritması, Birliktelik Kuralları Analizi

Revisiting The Relationship Between Organizational Silence and Perceived Organizational Support through Association Rule Mining

ABSTRACT

In organizations, modelling employee behaviour multi-dimensionally is a challenging, yet a rewarding process that can bring along valuable outputs. Employee profiles obtained through successful models are valuable sources of competitive advantage that can be used in workforce planning and management of organizations. In this regard, the data obtained from the organizational silence and perceived organizational support scales were analyzed in this research to reveal the undetermined relationships and thereby make an employee profile extraction within the context of two scales. Association rule mining technique was applied to the data to reveal the hidden relationships between organizational silence and perceived organizational support scales. Utilizing the data obtained from 504 questionnaires, firstly the association rules within each scale, and then the association rules between the two scales were determined. Among numerous rules, only the association rules having a threshold degree of 50% and above were evaluated. Within the organizational silence scale, seven rules were determined among the factors that form the scale. In the perceived organizational support scale, two rules were observed among the factors. Finally, the analysis of the association rules between the two scales provided the most valuable output of the research. When the two-scale factors are considered together, quite striking relationships were observed between the factors. At this stage, 13 rules were determined with %100 association for the first eight rules. In future research, more comprehensive profiles can be extracted by utilizing particular scales through which different dimensions of employee attitude and behavior can be evaluated.

Keywords: Organizational Silence, Perceived Organizational Support, Data Mining, Apriori Algorithm, Association Rule Mining.

Sınır Ötesi Terörle Mücadele İle İlgili Olaylar ve Beklenmedik Politik Krizlerin Ulaştırma Endeksine Etkisi

Emre YALÇIN
Yalova University
emreyalcn@icloud.com

Asst. Prof. Dr. Z. Oğuz SEÇME
Yalova University
oguzsecme@yalova.edu.tr

ÖZET

Ulaştırma sektörü, ülke ekonomisinin ana direklerinden biri ve diğer sektörler arasında önemli bir köprü görevi görmektedir. Bu nedenle ülke güvenliği ile ilgili olumsuz olaylar yaşanması sonucu ulaşım sektörü bundan etkilenmekte ve ulaşım sektörü için hızlı bir talep düşmesi yaşanabilmektedir. Çalışmanın amacı, ülkede belirsizlik ve güvensizlik ortamı oluşturabilecek belirli olayların ulaştırma endeksi üzerindeki etkisini incelemektir. Bu çalışmada, 03.03.2010-03.03.2020 tarihleri aralığında sınır ötesi terörle mücadele ile ilgili olaylar ve beklenmedik politik krizlerin ulaştırma endeksi getirileri üzerindeki etkisini değerlendirmek için olay etüdü yöntemi modeli kullanılmıştır. Daha sonra bu veriler BIST100 endeksi ile karşılaştırılmıştır. Örneklem üzerinde incelenen bütün olayların gerçekleştiği gün ($t=1$) ulaştırma endeksinde istatistiksel olarak anlamlı negatif anormal getiri (ARs) oluşturduğu tespit edilmiştir. BIST100 endeksi için ise iki olay dışındaki olaylarda anlamlı negatif anormal getiri gözlemlenmiştir. Bu sonuç ulaştırma endeksinin, sınır ötesi terörle mücadele ile ilgili ve beklenmedik politik kriz olaylarına karşı BIST100 endeksine kıyasla daha duyarlı olduğunu göstermiştir. Ulaştırma sektörü için sektör bazlı incelemelerin az sayıda olması bu çalışmanın bir kısıtı olarak belirlenmiştir. Bu çalışmanın doğrudan terör olaylarını değil, terörle mücadele öncesi ve sonrasında gelişen olayların etkilerini de incelemesi yatırımcılara ve gelecekteki araştırmalara piyasa hareketlenmelerini öngörme ve araştırma konusunda yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ulaştırma endeksi, Terör, Kriz, BİST100, Anormal getiri

The Impact of Unexpected Political Crises and Events Related to Combating Cross-Border Terrorism on the Transport Index

ABSTRACT

The transportation sector is one of the main pillars of the country's economy and acts as an important bridge between other sectors. Therefore, a rapid decrease in demand may occur for the transportation sector as a result of adverse events related to country security. The aim of the study is to examine the impact of certain events on the transport index, which may create an environment of uncertainty and insecurity in the country. In this study, the event study method model was used to evaluate the effect of unexpected political crises and events related to combating cross-border terrorism on the transportation index returns between 03.03.2010-03.03.2020. These data were then compared with the BIST100 index. All the events examined on the sample produced a statistically significant negative abnormal return (ARs) on the day ($t = 1$) for the transportation index. For the BIST100 index, significant negative abnormal returns were observed in cases other than the two events. This result showed that the transportation index is more sensitive to the cross-border counter-terrorism-related and unexpected political crisis events compared to the BIST100 index. A small number of sector-based examinations for the transportation sector has been identified as a limitation of this study. This study will help investors and future research to predict and investigate market activity, not directly reporting on terrorist incidents, but also the effects of events that have developed before and after the fight against terrorism.

Keywords: Transportation index, Terror, Crisis, BIST100, Abnormal returns.

Duygusal Sermayenin Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Yasemin HOCAOĞULLARI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
yasminhoc@gmail.com

ÖZET

Duyguların bireylerin çalışma hayatına ve gündelik yaşamlarına yönelik davranışlarına etki etmesi ve bu durumun bir sermaye olarak literatürde yer almaya başlamasının; duygu durumu ve yaşam kalitesine etki eden psikolojik iyi olma halini de etkileyebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte ulusal literatürde otel çalışanları üzerinde duygusal sermaye ile psikolojik iyi oluş ilişkisini inceleyen çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu nedenle literatürde konu ile ilgili boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışma tasarlanmıştır. Bu araştırmanın amacı, duygusal sermayenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır (n=229). Bu çalışmada veriler Newman ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen duygusal sermaye ve Diener vd., (2010) tarafından geliştirilen psikolojik iyi oluş ölçeklerinden oluşan anket yardımıyla elde edilmiştir. Duygusal sermayenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi yardımıyla test edilmiş olup, ayrıca tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; duygusal sermayenin alt boyutları olan farkındalık ve uyumluluğun psikolojik iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, buna karşın ilişki yönetimi ve öz yönetimin psikolojik iyi oluş üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Son olarak araştırmanın bazı sınırlılıkları olduğu vurgulanmış ve gelecekte benzer konularda yapılabilecek araştırmalara yönelik bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal sermaye, Psikolojik iyi oluş, Otel işletmeleri

The Effect of Emotional Capital on Psychological Well-Being

ABSTRACT

It is thought that the effect of emotions on individuals working life and their behaviors towards daily lives and the beginning of this situation to appear in the literature as a capital may also affect status of emotion and the psychological well-being which affects quality of life. However, in the national literature, there was no study investigating the relationship between emotional capital and psychological well-being on hotel employees. For this reason, this study was designed to fill the gap in the literature. The aim of this research is to analyze the effect of emotional capital on psychological well-being. The sample of the study consists of three, four and five star hotel establishments employees in Nevşehir province (n=229). In this study, the data were collected with the help of a questionnaire consisting of emotional capital developed by Newman et al. (2015) and psychological well-being scales developed by Diener et al. (2010). The effect of emotional capital on psychological well-being was tested with the help of multiple regression analysis and descriptive statistics were also used. According to the results of the research, it was determined that awareness factor and adaptability, which are the dimensions of emotional capital, have a positive and significant effect on psychological well-being, whereas it was determined that relationship skills and self-management do not have a significant effect on psychological well-being. Finally, it was emphasized that the research had some limitations and some suggestions were made for future researches on similar issues.

Keywords: Emotional Capital, Psychological Well-Being, Hotel Establishments.

Örgüt Kültürü İle Mobbing Arasındaki İlişki: Farklı Sektör Çalışanlarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma³

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL

Kastamonu University
ydemirel@kastamonu.edu.tr

Nesrin YÜCE

Kastamonu University
nyuce@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, algılanan örgüt kültürü ile mobbing davranışı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Ayrıca örgüt kültürü ve mobbing algısının işletmelere göre ve çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda A ilinde farklı sektörlerde faaliyette bulunan dört işletme çalışanlarına yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada iki temel kavram üzerinde durulmuştur. Birincisi örgüt kültürü, ikincisi ise mobbing kavramıdır. Örgüt kültürü, örgütlerde görev alan bireylerin davranışlarını ve örgütsel ortamın yapısını ve işleyişini şekillendiren, tutum ve davranışlar aracılığıyla öğrenilebilen ve öğretilen, kuşaktan kuşağa aktarılan, yere ve zamana göre değişebilir nitelikteki değer, düşünce ve kurallar bütünüdür. Örgüt kültürü, vizyon, katılım, tutarlılık ve uyum alt boyutları ile incelenmiştir. Mobbing, “örgütlerde bir veya birden fazla kişi tarafından diğer kişi ya da saldırılar, tehdit ve özel yaşama müdahale, engellenme ile mesleki duruma yönelik engeller olarak ele alınmıştır. Çalışmada örgüt kültürünün boyutları ile mobbing algısının boyutları arasında kısmen anlamlı ilişki olduğu ve örgüt kültürü algısı ve mobbing algısının işletmelere göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Kişilere yönelik gerçekleştirilen, belirli bir süre sistematik biçimde devam eden, yıldırma, pasifize etme veya işten uzaklaştırmayı amaçlayan; mağdur ya da mağdurların kişilik değerlerine, mesleki durumlarına, sosyal ilişkilerine veya sağlıklarına zarar veren; kötü niyetli, kasıtlı, olumsuz tutum ve davranışlar bütünüdür”. Mobbing algısı, iletişim ve kendini göstermeye dönük engeller, itibara saldırılar, tehdit ve özel yaşama müdahale, engellenme ile mesleki duruma yönelik engeller olarak ele alınmıştır. Çalışmada örgüt kültürünün boyutları ile mobbing algısının boyutları arasında kısmen anlamlı ilişki olduğu ve örgüt kültürü algısı ve mobbing algısının işletmelere göre farklılık gösterdiği saptanmıştır.

THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATION CULTURE AND MOBBING: A

COMPARATIVE RESEARCH ON EMPLOYEES OF DIFFERENT SECTOR

ABSTRACT

The main purpose of this the study is to expose the relation between mobbing and organization culture. Also, to determine whether organization culture and mobbing perception show difference according to processions features. On this purpose's direction, a research has been done to the workers who work in four enterprise on different sectors in province A. Two basis concept make a point of this research. The first of it is organization culture, the other one is mobbing concept. Organization culture is the whole of rules, worths and opinions that can show difference to the place and time which forms the running and structure of organization setting's and the behaviours of the individuals who take part in the organizations, which can be learned and taught by behaviours and attitudes, which can be inherited from generation to generation. Organization culture has been studied with the sub-dimensions of vision, participations, stability and harmony. Mobbing is the whole of negative, intentiona, malevolent behaviours and attitudes which can be shown to the person or people by one person or several people in the organizations, which can continue in systematic forms for a length of time, which destroys the victim or victims' personality values, professional satus, social relations or healths and which aims passivtion or removal from office. Mobbing perception has been come up as the obstacles for professional, detention, interference in private life and threatening, attacks to the prestige, obstacles to the communication and self-improvement. In this thesis, it has been determined that there is a likely relation between organization culture and mobbing perception and orgabshows difference to the organization culture perception and to the mobbing perception.

Keywords: Organization, Culture, Organizational Culture, Mobbing, Sector

³ Bu çalışma, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında tamamlanan yüksek lisans tezinden özetlenerek hazırlanmıştır.

Safety Model Report on the Smart City: Suggestion to a Software

Nina AALAMI

BewellTech

nina.aalami@bewelltech.com.tr

Sinan ÜNLÜ

Eskişehir Technical University

sinanunlu@eskisehir.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Savaş Selahattin ATEŞ

Eskişehir Technical University

ssates@eskisehir.edu.tr

ABSTRACT

Today, humanity has started to see information and automation technologies as a necessity in public living spaces. Because the 21st century industrial revolution has exposed humanity to more information. Developing technology has been integrated into public spaces to facilitate the individual and social lives of people. But modern society faces new social risks with developing urbanism. It requires efficient use and governance of resources such as energy, environment, communication and transportation in modern society. Within the scope of Industry 4.0, living centers need change. The phenomenon of sharing information integrates smart city concepts into human life step by step. Knowledge shows the dangers in the social life spheres, reducing concerns in the spheres of interaction and making them feel safe. The research is based on the problem of the early detection of threats in the cities of modern society. Within the scope of the research, a governance model was developed for local municipalities. A safety-assuring model is proposed for smart cities. In the first part of the study, literature review for smart cities is discussed within the scope of industry 4.0. In the second part of the research, the concepts and methods of text mining, visual processing, machine learning are examined at a basic level. As a result of the research, effective communication software was developed with the competent authorities to identify the threats that the citizens noticed in the early stage and to solve the problems.

Keywords: Smart City, Machine Learning, Local Government

* This research was supported by BewellTech.

Safety Culture: Maintenance Bag and Hand Tools Usage Tendency

MHD. Noor HAYEK

Anadolu University
mnh@anadolu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Savaş Selahattin ATEŞ

Eskişehir Technical University
ssates@eskisehir.edu.tr

Esat ÖZZAİM

Özzaim Tic. Ltd. Şti
ozzaim@ozzaim.com

ABSTRACT

In recent years, the Turkish aviation sector has grown in a higher rate than the world's one. The developing Turkish civil aviation sector has moved to one of the highest ranks. According to the data of the European Organization for the safety of Air Navigation (EUROCONTROL), Turkey's connecting points have almost tripled in the last 10 years preceding 2018 increasing from 192% to 534% making it as Europe's flights network's largest country in terms of the ability of connectivity of direct and indirect flights. In excess of 210 million passengers in 2018, it was expected that the increase of revenue of the aviation sector to be 35 times in 15 years to reach 110 billion liras. In 2018, Turkey was one of the biggest European air traffic contributors. One of the important supporting activities of the Turkish civil aviation is the aircraft maintenance facilities. Aircraft maintenance programs (SHY145/EASA Part145) are conducted by authorized centers run by authorized personnel according to the SHY66/EASA Part66. It is aimed that the existing control and measurement system to be requirement in case if there is any insufficiency or a systematic problem in it. It is aimed that the rate of the fatal accident to be a per a million flights by maximum. By examining the stems of the maintenance approach failures, it has been noticed that many personal factors were involved. Human and cultural mistakes have affected the aircraft maintenance safety. Maintenance technicians have not thoroughly followed aircraft maintenance documents and a company's procedures, to either incompletely or mistakenly dealing with documents' written information. In addition to either incompletely report detected problem or not reporting them at all. For all, the lack of good skills of English as a foreign language was to appear. The aim of this study is to assess the existing safety culture of the aircraft maintenance box and hand tools in use. Within the framework of the research, a scale has been developed and a survey of Turkey's aircraft maintenance technicians have been done. The first section of this research is to discuss the development of the maintenance organizations of Turkish civil aviation. The second section of this research is to relate the maintenance applications to the regulations through examining maintenance safety culture. The third section of this research is to analyze the procedures of the descriptive statistics.

Keywords: Managerial Discretion, Employee Voice Behavior, Contextual Performance and Public Employees

* This research has been prepared with the support of Özzaim Tic. Ltd.

Girişimcilerin Kriz Algısı ve Kriz ile Başa Çıkma Stratejileri

Asst. Prof. Dr. Gözde MERT

Nişantaşı University

gozde.mert@nisantasi.edu.tr

Telat ALAN

İstanbul Sosyal Güvenlik İl Müdürlüğü

telatalan@hotmail.com

ÖZET

Girişimciliğin gelecekteki kurallarının ne olacağı bilinmemektedir. Bu çalışmadaki amaç girişimcilerin yaşanan COVID-19 virüs salgını krizi ile başa çıkabilmeleri için uygulamaya koydukları yöntemler ve bu yöntemlerin ne kadar etkili olabileceğini ortaya çıkarmaktır. Günümüzde yaşanan COVID-19 virüs salgını dünya ekonomisini derinden etkilemektedir. Ekonomi otoriteleri ve şirketler bu salgının dünya tarihinin en büyük krizine neden olacağı yönünde görüş bildirmektedirler. Virüsün özellikle manipüle edilerek, yayılmak istenmesi teorileri bile krizin etkisinin ne derece etkili olabileceğinin işaretidir. Bu çalışmada mülakat yöntemi kullanılarak, girişimcilerin genel özellikleri, kriz karşısında nasıl davrandıkları ve krizden az etkilenecek ya da etkilenecek için hangi önlemleri aldıkları incelenmiştir. Araştırmaya İstanbul, İzmir, Denizli, Bolu ve Aksaray illerinde faaliyet gösteren 15 girişimci katılmıştır. Araştırma verileri Nisan-Mayıs 2020 tarihleri arasında elde edilmiştir. Çalışmada girişimcilerin kriz döneminde maliyetlerini minimuma indirerek sürdürülebilirlik sağlamaya çalıştıkları gözlemlenmiştir. Girişimciler COVID-19 kriz döneminde teknoloji yatırımlarına ağırlık vermiş, teknoloji kullanımını etkin hale getirmişlerdir. Araştırma bulguları girişimcilerin salgın döneminde Ar-Ge faaliyetlerine, uzaktan eğitime, müşteri iletişimine, reklam çalışmalarına, görünürlük için çeşitli mecralarda bulunmaya, kişisel pazarlamaya ağırlık verdiklerine ulaşılmıştır. Çalışmada ortaya çıkan bir diğer bulgu ise girişimcilerin durağan büyüme stratejisi uygulayarak, minimum maliyet sağlayarak, daha az kâr marjı ile rekabet avantajı sağlamaya odaklanmalarıdır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Girişimcilik, Kriz Algısı, Pandemi, Kriz Stratejileri

Crise Perception of Entrepreneurs and Strategies to Tackle The Crisis

ABSTRACT

It is not known what the future rules of entrepreneurship will be. The aim of this study is to reveal the methods that entrepreneurs started to deal with the COVID-19 virus crisis and the effects of these methods. Today, the COVID-19 virus outbreak is profoundly affecting the world economy. Economic authorities and companies state that this epidemic will cause the biggest crisis in the world history. Even the theory that the virus wants to spread, by manipulating it, is a sign of the impact of the crisis. In this study, using the interview method, the general characteristics of the entrepreneurs, how they behave in the face of the crisis, and what measures they take to avoid or not be affected by the crisis were examined. 15 entrepreneurs operating in İstanbul, İzmir, Denizli, Bolu and Aksaray provinces participated in the interview. Research data was obtained between April and May 2020. In the study, it has been observed that entrepreneurs try to achieve sustainability by minimizing their costs during the crisis period. Entrepreneurs focused on technology investment during the COVID-19 crisis period and made use of technology effective. Research findings revealed that entrepreneurs attach importance to R&D activities, distance education, customer communication, advertising studies, appearing in various media and personal marketing during the epidemic period. Another finding that emerged in the study is that entrepreneurs focus on providing a competitive advantage by implementing a stable growth strategy, providing minimum costs, and with a less profit margin.

Keywords: COVID-19, Entrepreneurship, Crisis Perception, Crisis Strategies, Pandemic.

The Legacy of the British Trans-Himalayan surveys (1774-1865): A natural curiosity or an early Imperialist Ambition?

Souvik DASGUPTA, PhD Research Scholar

Presidency University, India
souvik.jio29@gmail.com

ABSTRACT

From the early decades of 19th century, we'll come to see a series of trigonometrical surveys & explorations were organized by the British Government all through the trans Himalayan region in the North West from the trans-Karakoram in the West to Garhawal & Nepal Himalayas in the East. These are some of the largest & most dreadful geographical projects of the colonial regime in its early decades. Let's take only the instance of the grand North-Western Himalayan series (1845-50), to showcase the massive scale of these Trigonometrical explorations. It was one of the largest & most dreadful surveys in entire world. Covering a stretch of 1690 miles starting from Dehradun, it continued for 5 years & took a death toll of approximately 45 surveyors coupled with a huge financial investment. Similar gruesome was the Kashmir Survey series of 1855-61 which covered an average elevation of 15000 feet above the sea level. Another notable of them was the extensive exploration from Ladakh to Khotan in 1865 by W.H. Johnson, a junior civilian sub-assistant of the Survey of India. So what exactly these grand explorations were serving the purpose? Were those only to discover the beauties of mother nature? Or has it something more definite imperial purpose?

Keywords: Trigonometrical surveys, cartographical explorations, Russian peril, Central Asia, Western Tibet, North-Western Himalayas, commercial hegemony, hydro-politics, river headwaters, Glacial sources, perennial rivers, navigations, Indus Water system, timber resource.

Small and Medium Enterprises (SMEs) E-brands and Multiple E-Marketing Channels to Dominate Global Ecommerce Industry

Dr Showkat AKASH

University of the West of Scotland (UWS)
inthisworldeverythingisforsale@aol.co.uk

ABSTRACT

The development of Information Technology (IT) and the step of the Internet, E-commerce and Social Media Marketing (SMM) have already become the most popular marketing tool for Small and Medium Enterprises (SMEs) and large multinational brands. Due to cost efficiency, the possibility of amending errors in the posted content, and its worldwide coverage, today more and more firms are making themselves digitally available. Therefore, over recent years, a growing number of American and Chinese corporations have succeeded in this potential virtual market or e-marketplace. This research also presents a series of case studies by investigating the successful implementation of unrelated diversification strategy by the Virgin Media Group and also considers Alibaba and Amazon.com to be a role model for any emerging e-commerce website, as this reflects how the firm can effectively utilize the Ansoff Matrix to expand their brand and product range to satisfy the mass market. The researcher deliberately tries to show the significant tools available today to promote SMEs online, even with a low advertising budget. To emphasize this similarity and highlights its usefulness with the evidential primary data by conducting both quantitative (top-to-bottom) and qualitative (bottom-to-top) methods to validate the concept.

Keywords: Small and Medium Enterprises (SMEs), Alibaba, Amazon, top-to-bottom and bottom-to-top.

The Influence Of Servant Leadership Strategy On Maximizing The Organization Performance: The Case Of Luxury Retail Chains in The UK

Ibtissam MAAZOUZ

University of the west of Scotland
B00316910@studentmail.uws.ac.uk

ABSTRACT

The purpose of this study is to contribute to servant leadership's empirical research. Specifically, this study aims to provide empirical validation of the relationship between servant leadership and selected organizational outcomes, such as employee performance, employee turnover, job satisfaction, organizational citizenship behaviour and organizational performance. Additionally, it is of interest to investigate how organizational culture and leader oral communication affects these relationships. As communication and culture play an important role in servant leadership, this study aims to demonstrate the role communication and culture play in influencing positive behaviours and attitudes and whether culture and communication play an important role in that relationship within the luxury retail in the UK. In light to this context, the UK is one of the best regions to study the retail sector, especially the luxury retail sector. This is because this sector has deep roots in the UK and also has more strength as well as brand presence of luxury retail brands. A mixed method research involving interviews with 10 leaders, 50 managers and 150 employees of different luxury retail chains will be undertaken for the present research.

Keywords: servant leadership, organizational performance, organizational citizenship behaviour, job performance, employee turnover, employee performance, luxury retail.

Exploring the Dark Sides of Customer Relationship Management

Samjhana Humagain

University of the West of Scotland

samjhu2006@gmail.com

ABSTRACT

In the field of marketing, customer relationship management (CRM) is one of the areas that has received a notable amount of attention from academics, however the studies have been one-sided. Their sole focus is placed on the successful implementation of CRM and its benefits, while the prospect of CRM strategy failure, their causes and consequences have been left unexplored.

CRM strategy holds a bigger picture than the general understanding of it being a tool that collects and manages data from customer touch points. It rather constantly creates knowledge, converting customers data into learnings and expend those learnings towards adding value back to the customers in several forms including products customisation, tailored services, augmented product development and so on; ultimately delivering win-win situation (Nguyen et. al., 2015, p.4). Unfortunately, such benefits offered by CRM often turns into greed and tempts the firms towards gaining more by misusing and mishandling customer data, imposing hidden charges, ignoring or exploiting vulnerable segments, neglecting customer privacy, favouring profitable customer segments and so on. Such ill-intentioned activities, that go beyond actual aim of implementing a CRM strategy, are referred to as dark sides of CRM.

Providing personalised experiences based on individuals' needs and one-to-one service customisation is a fundamental idea behind CRM, as it creates opportunities for cross-selling, upselling and profit maximisation offered by a long-term customer relationship. However, service providers need to be cautious in formulating strategies in such a way that they do not entail the differential treatment and favouritism of a certain segment of customers over others as feelings of inequality and unfair treatment are what lead service users into perceiving these CRM activities as being dark ones. This study therefore aims to identify the dark sides of CRM that are prevalent in the UK MNO industry, followed by recommending a framework towards eliminating existing dark side practices and flourish a transparent and fair CRM practice.

This study has two aims. The first main aim of this research is to understand whether mobile service users in the UK are aware of the unfair and hidden activities that are being practiced by their service providers; and to identify what dark activities do they perceive to be hidden and unfair that can cost a good relationship. The second aim is to recommend a framework that can be implemented in order to eliminate the identified dark side activities through this study and encourage a fairer and transparent CRM activities. This will result in value co-creation and a win-win situation for both the service providers and service users.

This research is carried out in the UK Mobile Network Operator (MNO) industry, and the data collection is conducted using a mixed method approach that included Netnography data observation (qualitative method) and an online survey (quantitative method). Qualitative data was collected through the observation of MNOs' Facebook and Twitter pages, while the online survey was conducted by posting an online survey link on the Facebook pages of respective MNOs—except for O2, which restricts its visitors from making a post on their Facebook community. Therefore, the researcher posted the survey link in O2's community forum instead.

The researcher implemented non-probability sampling for both the quantitative and qualitative sampling. To ensure purposive sampling, the researcher chose official Facebook and Twitter page for Netnography observation. Qualitative data analysis was conducted using thematic analysis, where the data organisation and coding was facilitated by the use of NVivo software. On the other hand, quantitative data was analysed using SPSS software, through analytical tools like descriptive statistics and cross tabulation. Additionally, the analysis capacity of Survey Monkey, the platform used to collect data, was almost sufficient to analyse the quantitative data. Later on, some descriptive answers collected through open-ended questions were coded and analysed using the thematic analysis on NVivo.

Keywords: Customer Relationship Management, CRM, Dark sides of CRM, Service user perception.

Contribution

Overall, this study contributes to both theory and practice. The study identified that there are several forms of dark side CRM practices prevalent amongst service users and that not many service users are aware of them. It is the lack of awareness about and visibility of such activities that often encourages practitioners to continue practicing them and exploiting customers' trust and relationship with the firm. Therefore, increase in awareness is the first step towards discouraging such practices. Likewise, it also identified that when some service users realise that they are in a disadvantaged position, they often retaliate through certain forms of dark behaviours themselves: these include engaging in negative word of mouth, abusing employees, using foul language in public platforms and terminating the relationship entirely. The findings of this study will add on literature of CRM, more specifically on dark sides of CRM literature. In terms of practical implication, the findings of this research will also alert governing bodies/ policy makers towards developing better rules and regulations.

Importance

Previous research has identified instances of firms using CRM and exploiting customer information for their benefit and giving customers with smaller chunks of it, whilst leaving most customers unaware of such position instead. This research therefore focuses on need of service users / customers' awareness, expecting service providers to acknowledge fairness, trust and transparency in terms of their CRM strategies and practices.

The Impact of Uzbekistan Government Policies on SME Development and Surviving

Kamilla MUSTAEVA (DBA Researcher)

University of west of Scotland
B00311298@studentmail.uws.ac.uk

ABSTRACT

The research aims to evaluate the impact of Uzbekistan government policies on small and medium-sized enterprise (SME) growth and to explore initiatives for improving SME growth further. These include comprehending of the existing government policies and how they shape the growth of SMEs. The paper draws the readers' attention to the challenges the SMEs face when operating and aiming to expand their businesses in Uzbekistan.

The secondary data was examined in the paper, reviewing existing literature on SME and MSMEs in Uzbekistan, policies that shape and direct their success and failures. The secondary data found SMEs have similar obstacles in growing businesses across developing countries. The literature review served as a guide for primary data collection and hypothesis testing.

The research was conducted by primary data collection through personally administered questionnaires and semi-structured interviews with SME owners and managers in Uzbekistan. According to the research, SMEs require additional subsidies from the government, revision of SME taxation, greater availability of affordable business loans. SME also struggle with underdeveloped banking infrastructure, inadequate e-commerce, limited availability of resources, meagre quality of manufactured goods, and shortage of skilled labour, low educational standards and lack of training for entrepreneurs.

Thereby, the study recommends investing into banking infrastructure, revision of financial regulations, improvements in manufacturing goods, raising educational standards and training opportunities for entrepreneurs and start-ups. The key suggestion of the study is encouraging closer and more effective collaboration between the government and private sector of the economy of Uzbekistan.

By conducting this study, the researcher narrowed down the gap in the literature of SME growth in Uzbekistan and SME contribution into economic development of the country. The study can also serve as a guide for policy makers and business managers in creating and promoting SME growth initiatives in developing countries or countries in transition.

Keywords: Small and Medium-Sized Enterprise (SME), Entrepreneurs and Uzbekistan.

Psikolojik Sermayenin Örgütlerde Ölçülmesine Yönelik Mersin Büyükşehir Belediyesinde Bir Uygulama

Bilim Uzmanı. Mesut ERSİN

Mersin Büyükşehir Belediyesi. İşletme ABD
mesut_ersin2@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi. Ahmet Turan ÖZTÜRK

THK Üniv. İşletme Fakültesi İşletme Bölümü
atozturk@thk.edu.tr

ÖZET

Günümüzün sürekli değişen dünyasında, insan kaynaklarının etkin yönetimi bir zorunluluktur, ancak farklı yönetim felsefeleri ve yöntemlerine eşlik etmektedir. Bu bağlamda, psikolojik sermayenin örgütlerde ölçülmesi konu ele alınmaktadır. Psikolojik sermaye, bir kişinin işteki performansını ve başarılarını iyileştirmek için kullanabileceği bir dizi kaynağı ifade etmektedir ve psikolojik sermayenin olumlu etkilerinin bir organizasyondaki maliyetleri düşüreceği ve olumsuz etkileri azaltacağı beklenmektedir. Bu makalede, ortaya çıkan olumlu örgütsel davranış alanına ve özellikle umut, etkinlik, dayanıklılık ve iyimserliğin olumlu psikolojik kaynaklarından oluşan psikolojik sermayenin temel yapısına odaklanmaktadır. Psikolojik sermayenin çalışan mutluluğuna katkıda bulunabileceği alt boyutlar çalışmada sunulmaktadır. Bunlar ise iyimserlik, umut, dayanıklılık ve öz yeterliliklerdir. Bu bağlamda, bu çalışmanın gayesi, psikolojik sermayenin alt boyutları çerçevesinde uygulanan ölçeklerdeki verilerin faktör analizine uygunluğunun ortaya konulmasıdır. Bu çerçevede Mersin Büyükşehir Belediyesinde çalışan 431 kişiye uygulanan anket uygulamasından elde edilen veriler psikolojik sermayenin alt boyutları çerçevesinde açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi neticesinde psikolojik sermayenin 6 boyutu toplamda varyanstaki değişimin %76.79'unu açıkladığı için faktörlerin açıklama oranı yeterli bulunmuş olup doğrulayıcı faktör analizi de uygulanarak neticelendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sermaye, Psikolojik Sermayenin Boyutları, Faktör Analizleri

Tor the Measurement of Psychological Capital in Organizations Mersin Metropolitan Municipality an Application

ABSTRACT

In today's ever-changing world, effective management of human resources is a must, but accompanies different management philosophies and methods. In this context, the subject of measuring psychological capital in organizations is discussed. Psychological capital refers to a number of resources that a person can use to improve their performance and success at work, and the positive effects of psychological capital are expected to reduce costs and reduce negative effects in an organization. This article focuses on the area of positive organizational behaviour that emerges, and the basic structure of psychological capital, particularly positive psychological sources of hope, effectiveness, resilience, and optimism. Sub-dimensions where psychological capital can contribute to employee happiness are presented in the study. These are optimism, hope, resilience and self-efficacy. In this context, the purpose of this study is to reveal the suitability of the data in the scales applied within the framework of the sub-dimensions of psychological capital to factor analysis. In this framework, the data obtained from the questionnaire application applied to 431 people working in Mersin Metropolitan Municipality were made of explanatory factor analysis within the framework of the sub-dimensions of psychological capital. As a result of the explanatory factor analysis, 6 dimensions of psychological capital explained 76.79% of the change in the variance in total, and the explanation rate of the factors was found to be sufficient and applying confirmatory factor analysis concluded it.

Keywords: Psychological Capital, Dimensions of Psychological Capital, Factor Analysis

Social Media and Festival Revisiting Intention on Badagry Door of Return Festival Quality in Nigeria: The Application of Social Identity Theory

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI

Stavanger University, Norwegian School of Hotel Management
araslih@gmail.com

Ph.D Candidate Maryam Abdullahi

Eastern Mediterranean University
mam.shelia@yahoo.com

Ph.D Candidate Tuğrul Günay

Cyprus West University
t.gunay@cwu.edu.tr

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the application of social media on festival quality, festival satisfaction and revisiting intention on Badagry door of return among destination marketing organization (DMOs) in Nigeria. The creation of Social media platforms has developed as a leading digital communication channel that allows travellers to communicate and relate effectively with DMOs. The researchers believed that in the current economic and public austerity implementing social media strategies in marketing cultural tourism will benefit the regionally and focused DMOs who have limited budget in running tourism affairs in their destination. Social media marketing is likely to be the most suitable means of marketing cultural tourism products because of its low-cost and wide range of reaching global audience. The door of return festival is a celebration of 400 years of enslaved Africans Americans who were forcefully transported to Jamestown, Virginia in the United States. The festival became increasingly relevant for international tourists in the diaspora. Social identity theory (SIT) was applied in this study to observe the underlying connection between the door of return festival attendees and their social identity. Social media marketing and the door of return is a relatively new phenomenon, hence there is limited research study on social media and destination marketing in Africa and particularly Nigeria. So therefore, the promotion of this festival will open the door to African Americans and other diaspora to visit their mother land and trace their roots in Africa. The study employed quantitative research approach and data collected at the door of return festival was drawn from both local and international tourists. The results of the study have established that the central activity on social media marketing, festival quality and festival satisfaction had encouraged African Americans and the other diaspora' to revisit the destination due to social identity connection, which has accordingly impacted on tourist's cultural motivation. The study has further offered a hypothetical analytical foundation for understanding tourist' behaviors using the theory of planned behaviour (TPB) which revealed the attitude in the frameworks of the door of return festival was perceive.

Keywords: Door of return, destination marketing, festival, social media, Nigeria and tourist's satisfaction.

Bir Hayatta Kalma Mücadelesi: Derin Teknoloji Girişimleri

Asst. Prof. Dr. Cem DURAN

Istinye University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences
cduran@istinye.edu.tr

ÖZET

Girişimciler toplulukları dönüştürür ve geliştirir. Bu nedenle girişimcilik faaliyetlerinin ülke ekonomileri için önemi her geçen gün daha da artmakta, girişimcilik faaliyetlerine gereken önemin verilmesi ülke kalkınması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle girişimcilik, özellikle yenilikçi doğası nedeniyle ekonomi içinde itici bir güç haline gelmiştir. Genel olarak yüksek teknoloji girişimleri, dünya ekonomisini etkileyen en önemli faktörlerden başında gelmektedir. Bu kapsamda Türkiye'nin de planlanan ekonomik büyümeyi gerçekleştirebilmesi için teknoloji girişimciliğini her zaman ön planda tutulması gerekir. Derin teknoloji girişimlerini destekleyerek katma değeri yüksek ürünler geliştirmek ve marka oluşturmak, Türkiye'nin en büyük hedeflerinden biri olmalıdır. Buna rağmen bunu gerçekleştirmek hiç de kolay değildir. Derin teknoloji girişimleri fikirlerini hayata geçirme ve ticarileştirme noktasında birçok zorlukla karşılaşmaktadır. Girişimin ihtiyaç duyduğu kaynakların miktarı ve türü, girişimin teknoloji ihtiyacına ve niteliğine bağlı olarak farklılık gösterir. Bunun yanı sıra geliştirilen ürünün başarısı, ortaya konan teknolojinin özelliklerinden çok, girişimcilerin çeşitli noktalarda paydaşlarla kurduğu ilişkinin başarısına bağlıdır. Bu çalışmada zaten riskli bir ortamda iş yapmaya çalışan derin teknoloji girişimcilerinin Türkiye özelinde yaşadıkları zorluklar incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişim, Girişimcilik, Derin Teknoloji,

A Struggle of Survival: Deep Technology Startups

ABSTRACT

Entrepreneurs improves and transforms societies. Significance of entrepreneur's contributions to national economy is growing each day thus ensures the importance of government's constant support to entrepreneurship activities. Accordingly, entrepreneurship became a driving force for national economy considering with its innovative nature. In general, high tech entrepreneurs are the one of the most important factors affecting global economy. Within this scope, Turkey should prioritize technology entrepreneurship to achieve its economic goals. Creation of high-valued product development and branding by supporting deep tech entrepreneurs have to be one of the most significant tasks of Turkey. However, it's not that easy to take these steps. Deep tech entrepreneurs face some sort of difficulties in realizing and commercializing their projects. Amounts and types of sources needed by entrepreneurs depends on technology requirements and qualifications. Additionally, success of the product is highly demanding on relations with stakeholders rather than specifications of developed technology or product. This study examines difficulties that deep tech entrepreneurs faces who are already struggling to survive in risky market conditions in Turkey.

Keywords: Startup, Entrepreneurship, Deep Tech.

What If BA Students Studying at the Faculty of Tourism Don't Have Advanced Writing Skills in English Classes; Pros and Cons of Advanced Writing Skills in the views of BA Students

Mehmet Veysi BABAYİĞİT

Batman University
m.veysi.babayigit@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI

Cyprus Science University
mehmetcizreliogullar@csu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Özlem Altun,

Cyprus Social Sciences University
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

ABSTRACT

It is known that English mediated classes are widespread in various departments at many universities globally, and many universities employ English language skills at their programs in order to provide both national and international career opportunities. The purpose of the current study is to collect data on what extent students are content with having writing classes at the faculty of tourism. The participants of the current study are students aged between 19-23 and studying at the department of tourism in various universities in TRNC (Turkish Republic of North Cyprus). The number of the participants is 127 comprising of both male and female ones. Also, the ones having advanced English writing classes at least for two semesters have been chosen for the study. For data collection, participants had a likert scale-based questionnaire consisting of 10 items and a demographic part. The items in the questionnaires were aimed to interrogate advantages and disadvantages of having English writing classes at the Faculty of Tourism at some universities in TRNC. The study is quantitative, and SPSS IBM 22 packaged program was used to analyze the data. The duration for data collection took 4 weeks, one of which was used for data analysis. The analyses of the study reveal that almost some students are really content with having advanced English writing classes as they may think that they will have a prosperous career; however, the others assert that having oral and communicative skills would be better for them as they think that their job qualities mostly entail oral skills in English language.

Keywords: Advanced Writing, English, Views, Tourism.

Do Students of Tourism Have Enough Awareness for Expressions in EOP (English for Occupational Purposes) via learner autonomy?

Mehmet Veysi BABAYİĞİT

Batman University
m.veysi.babayigit@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN

Cyprus Social Sciences University
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI

Cyprus Science University
mehmetcizreliogullar@csu.edu.tr

ABSTRACT

English is the world's science, culture, art, economy, transportation and tourism language; therefore, it is generally called as lingua franca which is the name of English in terms of being used worldwide in many domains. As English has also employed in business sectors such as Tourism, it is vital for tourism students to have awareness towards EOP (English for Occupational Purposes) skills. The purpose of this study is to come up with what degree BA students of Tourism have for general/ expressive /idiom words in EOP programs. 134 students of Tourism studying at various universities in TRNC (Turkish Republic of North Cyprus) participated in this study. Data collection tools for this study are T-tests and interviews. The current study was conducted in three phases taking 4 weeks. In the first phase, participants had a pre-test including ten items to interrogate students' awareness for the expressions in EOP programs, and the duration for this phase was one week. In second phase, the duration was the same with the first phase, and participants were asked to learn and grasp expressions aroused in EOP programs autonomously. In the last phase, participants were asked to have a post-test comprising of the same questions in the T-test which took one week for data collection. After data collection process was finalized, the last week was considered for the evaluation and analyses of the study. It is found that students had minimal awareness for expressions in EOP programs in the pre-test, and there was a slight increase in terms of awareness for EOP programs in the post-test. The interviews indicated that students were on the idea of having explicit instruction for the expressions of EOP programs, and it can be concluded that participants were not able to develop their awareness via learner autonomy.

Keywords: EOP, Tourism, Expressions, Learner Autonomy, English.

Oksijen ve Pandemi İlişkisi

Merve ERTEM

Giresun University
erterm1358@gmail.com

ÖZET

Covid19 dünya ülkelerinin birçoğunu viral bir salgınla etkisi altına alan küresel bir mücadeledir. İnsan yaşamını fiziksel, psikolojik, sosyal, politik, ekonomik ve insanı tüm yönleriyle etkileyen bu salgın sadece insanı değil tüm canlıları, ekosistemi ve dünya üzerinde normal seyreden tüm koşulları olumsuz yönde etkisi altına almıştır. Çin Ulusal Sağlık komisyonuna henüz adı belirlenmediği için nedeni bilinmeyen pnömoni olarak bildirildi. Bunun üzerine Şubat 2020'de Dünya Sağlık Örgütü, 2019 yılında Koronavirüs hastalığı anlamına da gelen COVID-19 hastalığını tanımladı. Corana virüsler elektron mikroskopuyla gözlemlendiğinden yuvarlak ve üzerinde çıkıntıları olan bir taç'a benzetildiği için Latince'de taç anlamına gelen korona kelimesiyle nitelendirilmiştir. Covid19 hakkında yaptığım araştırmalar sonucunda elde ettiğim bulgular sonucunda insanın doğal yaşama olumsuz müdahalesi, çevre kirliliği ile ilintili olan hava kirliliğinin artması, oksijen deposu olan bitkilerin giderek azalması Corana virüsün yayılma alanını genişletmiştir. Oksijen üretimi yapan kenevir bitkisinin yasal çerçevede çoğaltılması, kenevir bitkisinin işlenerek tekstil, yapı malzemesi ilaç yapımında kullanılması Corana virüsün yayılma hızını azaltacak, oksijen ve pandemi ilişkisi yayılan salgının seyrini değiştirecektir. Bu çalışmada kenevir bitkisinin oksijen üretimindeki etkisine, covid19 adlı pandeminin oksijen ve hava kirliliği arasındaki ilişkisine değinilmiştir. Covid19 pandemisinin oksijen ve temiz hava sirkülasyonu ile yayılımının azalmasına ve kenevir bitkisinin yasal çerçevede yetiştirilmesiyle birlikte oksijen üretiminin kenevirle ilişkisine ve kenevirin işlenmesi ve bilimsel destekli olarak sağlık malzemeleri üretiminde kullanılması pandeminin yayılma ve bulaşma oranını azaltacaktır.

Anahtar Kelimeler: Oksijen, Covid 19, Kenevir

Relationship Between Oxygen And Pandemia

ABSTRACT

Covid19 is a global struggle that has affected many of the world's countries with a viral epidemic. This epidemic, which affects human life in all aspects of physical, psychological, social, political, economic and human aspects, has negatively affected not only people, but all living things, ecosystems and all conditions that are normal in the world. China's National Health commission has not yet been named, so the cause is unknown pneumonia. In February 2020, the World Health Organization identified COVID-19 disease, which also means Coronavirus disease, in 2019. Since corona viruses are observed with electron microscopes, it is characterized by the word corona, which means crown in Latin, because it is likened to a crown with round and protrusions on it. As a result of my research espousing Covid19, human negative intervention in natural life, increased air pollution associated with environmental pollution, increasing oxygen storage plants have expanded the spread of corona virus. The legal reproduction of the cannabis plant that produces oxygen, the processing of the cannabis plant in the making of textiles and building materials will reduce the rate of propagation of corona virus and change the course of the outbreak spreading the relationship between oxygen and pandemics.

In this study, the effect of cannabis plant in oxygen production, covid19's relationship between oxygen and air pollution was mentioned

Covid19 pandemic spurred the spread of oxygen and clean air circulation and the legal cultivation of the cannabis plant, as well as the relationship of oxygen production with hemp and the processing of cannabis and the use of scientifically assisted production of medical supplies will reduce the spread and transmission rate of pandemic

Keywords: Oxygen, Covid19, Hemp.

Sürdürülebilir Havayolu Ulaşımının Yaratıcı Turizm Üzerindeki Etkisi

Instructor S. Oya IŞIKÇI

Istanbul Kültür University

s.isikci@iku.edu.tr

Instructor Mesut ÖZTIRAK

Istanbul Esenyurt University

mesutoztirak@esenyurt.edu.tr

Instructor Tuvana EROLTU

Istanbul Kültür University

t.eroldu@iku.edu.tr

ÖZET

Havayolu sektörü; üstün hızı sayesinde ulaşımında geçen zamanı kısaltması dolayısıyla insanların turizm merkezlerindeki konaklama süresinin uzamasına olanak sağlamaktadır. Küresel anlamda küçülen dünyada milyonlarca kişi en uzak yerleri bile artık kendi ülkelerinde gezermişçesine gidip gezebilir duruma gelmiştir. Küçülen dünyada bu durum yenilik arayan, ilginç olduğu kadar da uzak yerlerdeki tarihi, etnik, kültürel değerleri tanımak isteyen kitleleri hava ulaşımına iten en önemli etkidir. Ayrıca havayolu ulaşımında talebin düşük olduğu dönemlerde ve grup turlarına uygulanan tarife indirimi de talep artışı yaratmaktadır. Turizm -Havayolu ilişkisinin önem kazanması toplu gezi anlayışının başladığı son 70 yıl kadar öncesine dayanmaktadır. Bu zaman diliminde geline nokta havayolu seyahatlerinin etkin şekilde büyümesi turizm- havayolu bağımlılığının doğrusal paralellik ilişkisi içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Turizmde insanların gittikleri yerlerde yöresel kültürle özdeşleşerek oranın yerel halkı gibi yaşaması anlamını taşıyan yeni bir turizm modeli olan “Yaratıcı Turizm” kültürel anlamda yeni bir trend olarak ilgi görmektedir. Ülkemizdeki kültür çeşitliliğini göz önüne alırsak uygulaması kolay olan bir modeldir. Klasik turizmden farklı olarak insanlar git gide büyüyerek metropol haline gelen kentlerden uzaklaşarak doğada otantik kültürel değerleri, yöresel el sanatları doğal besinlerin sunulduğu yerel gastronomi ve yok olma tehdidi altındaki zanaatleri tanımak istemektedir. Yaratıcı turizm modelinde , kültürel ve etnik dokularını, değerlerini koruyabilen yerleşim yerleri çok modern binalarla örülü Avrupalı mekanların yerini almaktadır. Bu bağlamda bu yörelere ulaşım da önemli bir değer yaratmaktadır. Havayolu ulaşımının bütünsel yaklaşımla turizme olan katkısının yanısıra doğaya verdiği zararı da göz ardı edemeyiz. Sürdürülebilirlik alanında yapılan araştırmalar uçakların karbon salımı yönünden doğaya çok ciddi kirlilik yarattıklarını göstermektedir. Hatta uçaklar küresel ısınmanın en büyük sebeplerinden biri olarak gösterilmektedir.

Ortadoğu’nun en büyük havalimanı ünvanıyla açılan İstanbul Havalimanı Türkiye için yükselen bir turizm potansiyeli olduğu kadar büyük bir transfer noktası oluşturmasıyla da katma değer yaratmasının yanı sıra önlem alınmadığı takdirde artan karbon salınımıyla da yakın gelecekte doğayı tehdit edeceği aşikardır. Havayolu ulaşımının turizm endüstrisi arasında doğrusal fayda sağlamaya dayalı “symbiotic” bağımlılık derecesi yüksek bir ilişki olmasına rağmen sürdürülebilirlik söz konusu olduğunda verdiği zararları da azaltmayı hedefleyen araştırmalar ve çalışmalar her geçen gün artarak devam etmelidir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Havayolu, Yaratıcı Turizm, Havacılık, Ulaşım

The Effects of Sustainable Airline Transportation on Creative Tourism

ABSTRACT

Airline sector; The superior speed of the suspension nowadays shortens the outdoors of the tourist center by allowing it to extend. He can go to the planetarium. In the shrinking language, this situation pushes the masses who are looking for innovation, interesting and wanting to get to know the historical, ethnic and cultural aspects of the distant places. In addition, in periods of low demand in the removal of tariff reductions and the groups in Turkey it is creating the demand. The importance of the tourism-airway relationship is based on my son's 70 years ahead of the concept of

collective travel. It expands its activity by removing the portrait reached during this time period - end consultation -. Visits tourism, Creative Tourism of 'olan, which is a new tourism model which means the culture that completes the sale, identification and the similarity of the local people nearby, shape the cultural diversity in our country. Unlike classical tourism, people want to get to know the crafts for the gastronomy and extinction threat in the authentic city center, original villages, local handicrafts where natural foods are served by moving away from the cities that have become metropolises. In the creative tourism model, the settlements that can preserve their cultural and ethnic texture and values are replaced by European spaces built with very modern buildings. This principle creates an important value in these regions. In addition to the contribution of the airline environment to the holistic concept of tourism, we cannot ignore the harm to nature. Research in the field of sustainability shows that airplanes create very serious pollution to nature in terms of carbon emissions. In fact, airplanes are cited as one of the biggest causes of global warming.

Middle East's biggest airport sheet with drop Istanbul Airport is obvious that this trend will threaten the future nature of the emerging tourism potential that so great a transfer point if increased carbon emissions that create with the measures In addition to creating added value for Turkey. Although there is a high level of 'symbiotic' dependency between air transport and the tourism industry based on linear benefits, research and studies aiming to reduce the damages caused by sustainability should continue with increasing day by day.

Keywords: Sustainable Airline, Creative Tourism, Aviation, Transportation.

Havayolu Sektöründe Geleneksel ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Uygulamalarının Karşılaştırılması: Analitik Bir İnceleme

Assoc. Prof. Dr. Yaşar KÖSE

Türk Hava Kurumu University

ykose@thk.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada bir havayolu şirketinin ürettiği yolcu taşıma hizmetlerinin; Business Class ve Ekonomik Sınıf koltuk maliyet hesaplaması basit maliyetleme sistemi ve faaliyet tabanlı maliyetleme sistemine göre örnek bir havayolu şirketinin verileri üzerinden yapılacak aradaki farklar ortaya konulmuş, Business Class birim maliyeti, basit maliyetleme sistemine göre \$102.44 iken, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme sistemine göre \$149.17 olarak gerçekleşmiştir. Bu noktada Business Class birim maliyeti düşük maliyetlendirildiği, Ekonomik sınıf birim maliyeti; basit maliyetleme sistemine göre \$102.44 iken, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme sistemine göre \$96.41 olarak belirlenmiş ve bu noktada Ekonomik Sınıf birim maliyeti yüksek maliyetlendirilmiştir. Faaliyet Tabanlı Maliyetlendirme sisteminde seçilen indirekt faaliyetler ve maliyet dağıtım anahtarları isabetli belirlendiğinde daha doğru ve gerçeğe yakın maliyetlendirme yapılabileceği değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Maliyetleme, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Maliyet Dağıtım Anahtarı

COMPARISON OF TRADITIONAL AND ACTIVITY BASED COSTING APPLICATIONS IN THE AIRLINE SECTOR: AN ANALYTICAL ANALYSIS

ABSTRACT

In this study, passenger transportation services produced by an airline company; According to Business Class and Economic Class seat cost calculation simple costing system and activity based costing system, the differences between the data of a sample airline company were revealed, while the Business Class unit cost was \$ 102.44 according to the simple costing system, while it was \$ 149.17 according to the Activity Based Costing system. At this point, Business Class unit cost is undercosted, Economic class unit cost; While it was \$ 102.44 according to the simple costing system, it was determined as \$ 96.41 according to the Activity Based Costing system, and at this point the Economic Class unit cost was overcosted. When indirect activities and cost allocation base selected in the Activity Based Costing system are determined as accurate, it is evaluated that more accurate and real costing can be made.

Keywords: Simple Costing System, Activity Based Costing, Cost Allocation Base.

Konya İlinde Faaliyet Gösteren 4 ve 5 yıldızlı Otel İşletmelerinde Kapasite Yönetimi Stratejilerinin Belirlenmesi ve Bir Uygulama

Dr. Mesut Murat ADABALI

m.adabali@yahoo.com

Necmettin Erbakan University

ÖZET

Hizmet sektörünün en geniş alanlarından birisi olan turizm sektörü, ürün yapısı sebebiyle depolanamayan bir ürün çıktısına sahiptir. Bu sektörde kapasite yönetiminin büyük önem arz etmesi ve mevcut kapasitenin olabildiğince yüksek kullanımı, işletmelerin piyasada tutunması ve yaşaması için önemlidir. Turizm işletmelerinin, başta mevsimsel sebepler olmak üzere değişken talep dönemlerine sahip olduğu görülmektedir. Kıyı otellerinde talep dönemleri genellikle yaz sezonu boyunca en yüksek düzeydeyken şehir otellerinde işletmelerin bulundukları şehir ve bölgenin kültürel durumuna göre talep dönemlerinde değişiklikler meydana geldiği çeşitli akademik çalışmalarla ortaya konmuştur. Bu talep dönemlerinin iyi yönetilmesi, işletmenin kâr etmesi ve hizmet kalitesinin iyi olabilmesi için önemlidir. Turizm işletmelerinin yaşaması için, işletmelerin sürekli değişen tüketici taleplerine yerinde ve zamanında cevap vermesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çalışmada, Konya ili ölçeğinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerde kapasite kullanımının dönemsel olarak nasıl farklılıklar gösterdiği, günlük ve yıllık talep ölçümleri yapılarak, kapasite kullanımının etkinliğini ölçmek amaçlanmıştır. Anket yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, işletmelerin yüksek ve düşük talep dönemlerinde ne tür önlemler aldıkları ve mevcut kapasitelerini nasıl yönettikleri hakkında bilgiler verilmiştir. Yapılan analizler sonucunda Konya ili genelinde otellerin büyük çoğunluğu %50-60 doluluk oranına sahiptir aynı zamanda taleplerin sıklığı ise haftalık olarak değişmektedir bu sebeple talep sıklığının orta seviyede olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Kapasite Yönetimi, Konya, Turizm

A Survey About Determining Capacity Management Strategies in Hotel Enterprises Operating in Konya.

ABSTRACT

Tourism is one of the largest part of the service industry and its products can not be stored due to produce formation. Capacity management is considered to be of great importance for tourism enterprises. It is observed that, if capacity uses as high as possible, tourism enterprises can have major opportunities in the market. Tourism enterprises have variable demand periods, especially seasonal reasons. Generally, periods in resort hotels, highest level during in the summer season. Conversely, local hotels' periods changes according to the cultural situation of the city and region. Good management of these demand periods is important for the profit of the business and the quality of service. It has been revealed by various academic studies. It is clear that, tourism enterprises must change their policy for variable consumer demands on time for living in the market. This study aim to measure the efficiency of capacity management by making daily and annual demand measurements. How capacity management differs periodically in 4 and 5 star hotels operating in Konya. A survey method used in this study and information was given about what kind of measure methods using in tourism enterprises. During high and low demand periods and how they manage their current capacities to tourism enterprises. As a result, the majority of the hotels in Konya have a 50-60% occupancy rate. The frequency of requests varies weekly, so the frequency of demand is at a medium level.

Keywords: Capacity Management, Konya, Tourism.

Marka İletişimi Bağlamında Havayolu Şirketlerinin Logolarına Yönelik Bir İnceleme

Res. Assist. Dr. Arzu KALAFAT ÇAT

Bolu Abant İzzet Baysal University
arzukalafatcat@ibu.edu.tr

Inst. Bahar AKBULAK

Bolu Abant İzzet Baysal University
baharakbulak@ibu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada havayolu şirketlerine ait marka logolarının marka iletişimi bağlamında etkinliği incelenmiştir. Marka kimliği, kurumların kendilerini tanımlama ve hedef tüketicilere tanıtımlarına olanak sağlayan, markaya ait isim, sembol, logo, slogan, broşür, tabela, kartvizit, tipografi, renk, ürün/ambalaj tasarımı gibi pek çok unsuru kapsayan, bir markayı diğer markalardan farklılaştıran tüm özellikler olarak tanımlanmaktadır. Marka kimliğinin önemli bir parçası olan logolar ise, işletmelere ait görsel tasarımlar olarak, marka kimliğinin hedef kitleye tanıtılması, tüketicilerin zihninde markaya yönelik çağrışımların ve marka bağlılığının oluşturulmasını sağlaması açısından oldukça önemlidir. Logo tasarımı yapılırken markaların faaliyet alanlarına ilişkin ayrıntılara tasarımda yer verilmesi, logonun sade ve akılda kalıcı biçimde tasarlanmış olması, markayı küresel boyutta temsil edebilecek yapıda olması, logo tasarımında kullanılan renklerin ve çizgilerin dili gibi unsurlar logo tasarımı sürecinde dikkate alınması gerekli unsurları oluşturmaktadır. Havayolu şirketleri arasındaki yoğun rekabet değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte giderek artmaktadır. Bu süreçte markanın planlaması, tüketici tercihlerini etkileyen önemli faktörleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında öncelikle marka iletişimi süreci, marka kimliğini oluşturan unsurlar ve tasarım logo ilişkisi kavramsal boyutta incelendikten sonra dünya havayolu şirketlerinden ulusal havayolu olma niteliği taşıyan üç havayolu (Alitalia, British Airways ve Türkhavayolları) şirketine ait logo tasarımları marka iletişimi bağlamında ele alınmıştır.

Anahtar Kelime; Marka İletişimi, Marka Kimliği, Logo, Tasarım.

"Yeni Normal"ın Yerel Basına Yansımaları

Res. Assist. Dr. Arzu KALAFAT ÇAT
Bolu Abant İzzet Baysal University
arzukalafatcat@ibu.edu.tr

ÖZET

Demokratik toplumların vazgeçilmezi ve Edmund Burke'un ifadesiyle "dördüncü güç" olarak tanımlanan basın, yüzyıllardır hem politik iktidarın gözetimcisi hem de yönetenlerle yönetilenler arasında köprü vazifesi görmüştür. Ulusal düzeyde kapsam ve faaliyet alanları bakımından yaygın basın/bölgesel basın/ yerel basın gibi çeşitli ayrımlara tutulan basın organları yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması özellikle internet teknolojisinin kurumsal ve bireysel anlamda yaygın kullanımı ile zamansal ve uzamsal sınırlılıklardan kurtulmuşlardır. Günümüzde ulusal gazeteler gibi yerel gazeteler de web sayfaları üzerinden okuyucularına ulaşmakta haber değeri bulunan yerel gelişmelerden bölge halkının haberdar olmasını sağlarken aynı zamanda yaygın medya için de bir haber kaynağı işlevi görmektedirler. Yerel basın yerel olayların yaygın medyaya taşınması yoluyla yaygın medyanın haber kaynağı işlevi görürken aynı zamanda ulusal düzeydeki gelişmelerin yerel halka iletilmesini sağlayarak ulusal medyayı haber kaynağı olarak kullanmaktadır. Bu çalışmada 11 Mart 2020 tarihinde küresel pandemi ilan edilmesine sebep olan Covid-19 koronavirüs hastalığına ilişkin alınan kamusal önlemlerin kısmen azaltıldığı kontrollü sosyal hayata geçiş süreci "yeni normal"ın başladığı ilk gün olan 1 Haziran 2020 tarihinden itibaren on beş günlük sürede, araştırma kapsamına dahil edilen yedi ilde faaliyet gösteren yerel gazetelerin web sayfalarında yayınlanan haberler içerik analizi yöntemi ile incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Gazetecilik, Yerel Basın.

Bilgisayar Oyunlarındaki Olumsuz İçerikler: GTA 5 Örneği

Selami ÖZSOY

Sedat ÜSTÜNOVA

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu / Türkiye

ÖZET

Günümüzde en fazla oynanan bilgisayar oyunlarından biri GTA serisidir. 2013 yılında piyasaya sürülen GTA 5, 90 milyondan fazla satmıştır. Bu çalışmada GTA 5 oyunu, araştırmacılar tarafından deneyimlenerek, içeriğindeki şiddet ve olumsuzluk içeren unsurlar belirlenmiştir. Oyunun ana hikayesinin yarısının dahil edildiği çalışmada, kullanıcının herhangi bir yan görev yapmadan ve ekstra paket yüklemekten oynadığı kurgulanmıştır. Oyunun giriş bölümündeki gelişmeler şu şekilde özetlenebilir: Oyunun açılışı banka soygunu ile başlamakta ve bir güvenlik görevlisi, oyuncu tarafından öldürülmeden diğer bölüme geçilememektedir. Oyunda uyuşturucu üretimiyle ilgili sahneler de bulunmaktadır. Oyunun ilk bölümleri ve ilerleyen aşamalarında alt yazıyla argo, hakaret, küfür gibi sözlerin sıkça kullanıldığı görülmektedir. Oyun devam ederken ücret karşılığı eklenen paketlerle pornografik içeriklere ulaşılabilir. Sonuç olarak hiçbir toplumda kabul edilmeyecek davranışların neredeyse tümü, GTA 5'in içeriğinde bulunmaktadır. Bu içerikler şiddet, pornografi, küfür, ırkçılık ve ahlaksızlık olarak gruplandırılabilir. Bu tip oyunlara, 18 yaş altındaki çocuklar tarafından da kolayca ulaşılabilir. Olumsuzluk içeren söz ve davranışların bu tür oyunlar aracılığıyla normalleştirilebileceği açıktır. GTA serisi gibi oyunlara erişkin olmayan bireylerin erişiminin sınırlandırılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bilgisayar Oyunları, GTA 5, Şiddet

Kozmetik Reklamlarındaki Cinsiyet Rollerini

Asst. Prof. Dr. Nuri Paşa ÖZER

Tüketim, çağımızın en önemli fenomeni konumundadır. Modern insan sürekli olarak tüketim için güdülenmektedir. Bu güdülenme durumu için kapitalist sistem ya da ideoloji en çok kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Tüketim için yönlendirilen, şartlandırılan bireylerin eyleme geçmeleri için özellikle reklamlar ile teşvik edilmektedirler. Kitle iletişim araçları günümüzde bireyin bütün yaşam dünyasını işgal etmektedir sonuç olarak da insanlar inanılmaz bir şekilde bilgi bombardımanına tutulmaktadır. Reklamlarda bireylerin metaları tüketirken nasıl hissedecekleri, kim olacakları, nasıl davranmaları gerektiği, diğer insanların onları nasıl gördüğü ile ilgili birçok imajlar aktarılmaktadır. Araştırmada tüketim olgusu ile cinsiyet rollerinin kozmetik reklamlarında nasıl aktarıldığı incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Türkiye’de yayın yapan ve güzellik, bakım, moda gibi konularda yayın yapan dergiler oluşturmaktadır. Araştırmada göstergebilimsel yöntem kullanılmıştır. Cinsiyet rolleri tüketim çerçevesinde aktarılırken hangi kodlar ve göstergeler kullanılmıştır ve nasıl çağrışımlar yapılmıştır sorusu araştırma içi önemlidir. Araştırmanın amacı tüketim olgusu ile cinsiyet rollerinin özellikle kozmetik ürünlerinin satışında kullanılan reklamlarda nasıl sergilendiğini ortaya çıkarmaktır. Tüketim olgusu ile cinsiyet rolleri arasında reklamlarda nasıl bir bağlantı vardır ve bu bağlantı kullanılarak nasıl mesajlar aktarılmaktadır.

Araştırma sonucunda kozmetik reklamlarının toplumsal cinsiyet rollerine uygun bir şekillendiği tespit edilmiştir. Özellikle kadınlara yönelik gerçekleştirilen reklamlarda kadın bedeninin ürün ile eşleşen bir meta olarak sunulduğu gözlemlenmiştir. Reklamların dilinde, kadınlara gösteri toplumu içerisinde bir rol biçilmektedir. Bu rol kapsamında kadınlar sürekli olarak arzulanan metalar olarak resmedilmektedir. Reklamlarda kullanılan görsellerde satılmaya çalışılan ürünün insan vücudunda uygulandığı kısım abartılı bir şekilde sunulmaktadır. Reklamlardaki kadınlar sürekli olarak okuyucuya bakmaktadır ve onu kendi ile özleşmeye davet etmektedir. Kadının anne olarak betimlendiği reklamlarda ise kadın imgesi çoğunlukla bir bebek ya da çocuk ile tamamlanıyor. Aynı şekilde erkeklere yönelik gerçekleştirilen kozmetik reklamlarında erkekler dominant, cesur, kendine güvenen, üretkâr ve istediğini elde edebilecek bir şekilde resmedilir. Erkeklerin yer aldığı reklamlarda kadınların onları arzuladığı şeklinde bir anlatım vardır.

Türk Mutfağı İçin Standart Reçete Önerisi

Lecturer Ceyhun UÇUK

Gaziantep University, Faculty of Fine Arts
ceyhunucuk@gantep.edu.tr

Assoc. Dr. Nilufer SAHİN PERCİN

Nevsehir Hacı Bektas Veli University, Tourism Faculty
nilufer.percin@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Mutfak kültürlerinin en önemli bileşenlerinden bir tanesi olan yemekler ile ilgili en büyük problemlerden bir tanesi standardizasyondur. Özellikle yöresel yemeklerde hazırlanış aşamalarında kullanılan ekipman ve uygulanan basamaklar yemeklerde istenilen standardizasyonun sağlanabilmesini güçleştirmektedir. Bu durum dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahip olan Türk mutfağında yer alan yemekler içinde geçerlidir. Türk mutfağına özgü yemeklerin hazırlanma aşamasında kullanılan tariflerin uygulanması ile aynı sonuca ulaşamadığı düşünülmektedir. Türk mutfağı üzerine çalışan restoranlarda servis edilen ve hazırlık aşamaları tek elden gerçekleştirilen yemeklerin standardizasyonunun önüne geçtiği düşünülen zamanlama, kullanılan ısı kaynağı, ekipman ve hammaddeler arasındaki farklılıklar standart reçete formu ile minimize edilmiştir. Çalışma ile Türk mutfağına standart reçete önerisi getirilmektedir. Bu kapsamda Türk mutfağına ait “Yoğurtlu Patates” yemeğinin standart reçetesi oluşturulmuştur. Gaziantep mutfağına ait Yoğurtlu Patates yemeğinin tarifi için Gaziantep mutfağı ile ilgili kitapları bulunan, Gaziantep’li 5 yemek yazarı tarafından ortak yazılmış olan kitap kaynak olarak kullanılmıştır. Kitaptaki tarif tamamen aynı olacak biçimde iki örnek olarak hazırlanmış ve basamaklar standart bir form ile ayrıntılandırılmıştır. Yemeklerin hazırlanma aşamasında kullanılan ekipman ve araç gereçlerin tamamı birbirleri ile aynıdır. Yemeğin hazırlanma ve pişirilme aşamalarının tamamı araştırmacılar tarafından oluşturulan standart reçete formunda yer almaktadır. Hazırlanan yemekler eşlenmiş kıyaslama testi ile 10 eğitimli paneliste sunulmuştur. Hazırlanan yemekler aynı tabaklarda bir kişiye 2 adet yemek biçiminde sunulmuştur. Yemekler panelistlere aynı anda servis edilmiştir. Duyusal analiz sonuçları binom dağılımı ile analiz edilmiştir. Sonuçlara göre; çalışma kapsamında oluşturulan standart reçete formuna göre hazırlanmış yemekler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Standart reçeteye uygun şekilde hazırlanan aynı yemeğin iki örneğinin de birbirinin aynısı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağı, Standart Reçete, Gastronomi

Standard Recipe Proposal For Turkish Cuisine

ABSTRACT

One of the biggest problems with food, which is one of the most important components of culinary cultures, is standardization. Especially the equipment used in the preparation stages of local meals and the steps applied make it difficult to achieve the desired standardization in meals. This is the case in Turkish cuisine, which has an important place among the world cuisines. It is thought that the same result could not be reached with the application of the recipes used in the preparation phase of dishes specific to Turkish cuisine. The differences between timing, heat source, equipment and raw materials, which are considered to prevent the standardization of the dishes served in restaurants working on Turkish cuisine and the preparation stages performed one-hand, have been minimized by the standard recipe form. The study introduces a standard recipe proposal to Turkish cuisine. In this context, the standard recipe for the “potato with yoghurt” dish belonging to Turkish cuisine has been established. The book, co-written by 5 food writers from Gaziantep, which has books on Gaziantep cuisine, was used as a source for the recipe of the potato dish with yoghurt belonging to Gaziantep cuisine. The description in the book was prepared as two examples to be exactly the same, and the steps were elaborated in a standard form. All of the equipment and equipment used in the preparation phase of the meals are identical. All of the preparation and cooking stages of the dish are included in the standard recipe form created by the researchers. The prepared meals were presented to 10 trained panelists through a paired comparative test. The prepared meals are presented to one person on the same plates in the form of 2 meals.

Meals were served simultaneously to panelists. The results of sensory analysis were analyzed by binomial distribution. According to the results, it was determined that there was no significant difference between meals prepared according to the standard recipe form created within the scope of the study. The result was that both samples of the same dish prepared according to the standard recipe were identical.

Keywords: Turkish Cuisine, Standard Recipe, Gastronomy.

Eczacılık Mesleğinde Kariyer Yollarının Belirlenmesi: Literatür Taraması ve Yarı Yapılandırılmış Mülakat Yöntemi ile Yapılan Bir Çalışma

Abdulkadir İLÇEKTAY

Adiyaman University, Pharmacy Faculty
kuyt2192@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK

Adiyaman University, Pharmacy Faculty, Pharmacy Management
gkirpik@adiyaman.edu.tr

ÖZET

Eczacılık, hastalıkların teşhis ve tedavisinde kullanılan ilaçların üretiminden, kontrolüne, teminine ve hastaya ulaşmasına kadar olan tüm aşamalara hâkim ve sorumlu meslek dalıdır. Eczacı ise bu mesleği icra eden kişidir. Bireysel kariyer yönetimi kapsamında, mezun ya da mezun olacak eczacının mesleğine yönelik kariyer yollarını belirlemesi ve buna yönelik kariyer planlarını oluşturması beklenir. Bu çalışmada, öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Eczacılık mesleğindeki kariyer yolları ile ilişkili bulunan 2003-2018 yılları arasında farklı ülke ve üniversitelerde yapılan çalışmalar incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda, ailenin etkisi, farklı fırsatlara sahip bir iş arama ve sağlık ile ilgili bir meslekte çalışma isteğinin eczacılık mesleğini tercih etme sebepleri arasında yer aldığı belirlenmiştir. Ayrıca, kadın mezunların eczacılık alanında belirli bir sektöre katılma kararını ise, eğitim eksikliği, iş istikrarı, dini ve kültürel kısıtlamaların etkilediği ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan, erkek öğrenciler için en önemli kariyer hedefi para iken, kız öğrenciler için iş esnekliğinin temel belirleyici etken olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, literatür çalışmasının sonucunda, ülkemizde eczacılık mesleğine ilişkin yedi farklı kariyer yolu bulunmuştur. Covid-19 pandemisi sebebiyle çok yoğun olabilecekleri düşünülen iki kariyer yolundaki eczacılara ulaşılammıştır. Ancak, eczane eczacılığı, hastane eczacılığı, akademisyenlik, düzenleyici ve denetleyici kurum eczacılığı ve klinik eczacılık şeklinde beş temel eczacılık kariyer yolunda çalışan eczacılara ulaşılabilmiştir. Bu bağlamda, söz konusu beş kariyer alanında halen aktif olarak çalışan eczacılarla, yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle elde edilen bilgiler ışığında, eczacılık mesleğinin kariyer yollarına ilişkin görev tanımları ile yetki ve sorumlulukları ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eczane Mesleği, Kariyer Yolu, İş Tanımı, Yetki ve Sorumluluk

Determining Career Paths in Pharmacy Profession: A Study with Literature Search and Semi-Structured Interview Method

ABSTRACT

Pharmacy is the dominant and responsible profession in all stages from the production, control, supply and delivery of the drugs used in the diagnosis and treatment of diseases. The pharmacist is the person who performs this profession. Within the scope of individual career management, the pharmacist, who graduated or will graduate, is expected to identify career paths for his / her profession and to create career plans for this. In this study, firstly, literature review was made. Studies conducted in different countries and universities between 2003-2018, which are related to career paths in the pharmaceutical profession, were examined. As a result of the literature review, it was determined that the effect of the family, the search for a job with different opportunities and the desire to work in a health-related profession were among the reasons for choosing the pharmacy profession. In addition, it was revealed that the decision of female graduates to join a certain sector in the field of pharmacy was affected by the lack of education, job stability, and religious and cultural restrictions. On the other hand; While the most important career target for male students is money, job flexibility is found to be the main factor for female students. However, as a result of the literature study, seven different career paths related to the pharmacy profession were found in our country. Pharmacists on two career

paths, which are thought to be very intense due to the Covid-19 pandemic, were not reached. However, pharmacists working in five basic pharmacy career paths such as community pharmacy, hospital pharmacy, academician, regulatory and supervisory institution pharmacy and clinical pharmacy were reached. Therefore, in the light of the information obtained through semi-structured interview method with pharmacists who are still actively working in these five career fields, the job descriptions and authority and responsibilities of the pharmacy profession are evaluated in detail.

Keywords: Pharmacy Profession, Career Path, Job Description, Authority and Responsibility.

Otizmli Bireylerin İstihdamı: Otistik Çocuğu Olan Aileler Üzerine Nitel Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFEÖĞLU

Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University
e.efeoglu@atu.edu.tr

Res. Asst. Ömür KILINÇARSLAN

Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University
okilincarslan@atu.edu.tr

ÖZET

Otizmi anlamaya yönelik çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen otizmli bireylerin çalışma hayatına ilişkin yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Sayıları gün geçtikçe artan otizmli bireyler iş bulmak ve ailelerinden bağımsız olarak yaşamak konusunda çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu durum otizmli bireyleri etkilediği gibi ailelerini de etkileyerek ailelerin çocuklarıyla daha fazla ilgilenmesine, çocuklarının geleceği hakkında daha fazla kaygılanmasına, daha az sosyalleşmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte doğru tanı ve doğru miktarda destekle, otizmli bireyler ücretli istihdam da dahil olmak üzere yaşamın tüm faaliyetlerine katılma yeteneğine sahiptir. Dolayısıyla otizmli bireylerin istihdam edilmesiyle ailelerin yaşadıkları bu zorlukların azalacağı düşünülebilir. Bu bakımdan bu fenomenolojik çalışmanın amacı otizmli bireylerin istihdamının aileleri üzerinde etkilerini ailelerin deneyimleri üzerinden ortaya koyarak engelli istihdamı, otizm ve iş yerinde çeşitlilik konularında bilgi birikim düzeyini artırmaktır. Bu kapsamda istihdam edilen otizmli çocuğa sahip sekiz aile ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları, otizmli bireylerin istihdamının hem otizmli bireyler hem de aileleri üzerinde önemli faydaları olduğunu göstermektedir. Otizmli bireylerin istihdamı ile aileler kendilerine daha fazla vakit ayırabilmekte, daha fazla sosyalleşebilmekte, otizmli çocuklarıyla daha nitelikli iletişim kurabilmektedir. Ayrıca ebeveynler, çocukları istihdam edildikten sonra çocuklarının geleceğine ilişkin daha az kaygı hissetmişlerdir. Araştırma sonuçları literatürdeki çalışmalar ile karşılaştırılarak tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Otizm, İstihdam, Aile

Employment of Individuals with Autism: A Qualitative Research on Families with Autistic Child

ABSTRACT

Although there are several types of research to understand autism, research on the working life of autistic individuals is extremely limited. Increasing numbers of autistic individuals face various difficulties in finding a job and living independently of their families. It affects individuals with autism as well as affecting their families, causing families to be more interested in their children, to worry about their future, and to socialize less. However, with the right diagnosis and the proper amount of support, autistic individuals can participate in all activities of life, including paid employment. Therefore, it can be considered that the difficulties experienced by families will decrease when autistic individuals are employed. In this regard, this phenomenological study aims to increase the level of knowledge in the fields of disabled employment, autism, and diversity in the workplace by revealing the effects of the employment of autistic individuals on their families through their experiences. In this context, semi-structured interviews were conducted with eight families who have employed children with autism. The data obtained from the interviews were analyzed by content analysis method. The findings of the study reveal that the employment of autistic individuals has important benefits for both autistic individuals and their families. With the employment of autistic individuals, families can allocate more time to themselves, socialize more, and communicate more effectively with their children with autism. Also, parents felt less anxiety about their child's future after their children were employed. The results of the research are discussed by comparing them with the studies in the literature.

Keywords: Autism, Employment, Family.

Dijital ve Çevik Örgüt Kültürü Ölçeğinin Geliştirilmesi

Asst. Prof. Dr. Bora COŞAR

Beykent University
boracosar@beykent.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada dijital ve çevik örgüt kültürü öğelerini içeren bir ölçek geliştirme çalışması gerçekleştirilmiştir. Öncelikle örgüt kültürü literatürü ayrıntılı olarak incelenmiş ve günümüzün teknolojik koşullarına ışık tutan bir ölçek olmadığı görülmüştür. Bu bağlamda, günümüzün teknolojik gelişmelerine uygun olduğu düşünülen dijital ve çevik örgüt kültürü ölçeği ortaya konulmuştur. Ölçek beş boyuttan oluşmaktadır. Bunlar çevik örgüt yapısı, çevik ekipler, çevik ve dijital dönüşüm ve çevik insan kaynakları boyutlarıdır. Geliştirilen bu ölçeğin sadece akademisyenler için değil profesyoneller için de yararlı olabileceği düşünülmektedir. Makalede ortaya çıkan bulgular ve sonuçlar, konuyla ilgili gelecekteki çalışmalara ışık tutabilir ve yeni araştırma modellerinin üretilmesine neden olabilir.

Anahtar Kelimeler: Ölçek Geliştirme, Çevik Örgüt Yapısı, Çevik Dönüşüm, Dijital Dönüşüm

Development of Digital and Agile Organizational Culture Scale

ABSTRACT

This article carried out a scale development effort that includes digital and agile elements. First of all, the literature of the organizational culture has been examined in detail and it has been observed that there is no scale that sheds light on the technological conditions of the day. In this context, the digital and agile organization culture scale, which is thought to be in accordance with the technological developments of the day, has been revealed. The scale consists of five dimensions. These are agile organizational structure, agile teams, agile and digital transformation, and agile human resources dimensions. The scale developed can be useful not only for academics but also for professionals. Findings and results revealed in the article may shed light on future studies on the subject and cause the production of new research models.

Keywords: Scale Development, Agile Organizational Structure, Agile Transformation, Digital Transformation.

The Power of Personal Branding

Asst. Prof. Dr.Ashmi CHHABRA

IIS Deemed to be University, Jaipur
ashmichhabra06@gmail.com

Abstract

Personal branding is a form of marketing tactics that an individual uses for creating a unique image in the eyes of the public to demonstrate his values and overall reputation. It has become the need of the hour for many like authors, artists and other professionals, and is just not more limited to celebrities unlike past. As people from all walks of life have build up their own personal brand, this term has become like an individual's trademark. This article has been collaborated and was a deliberate effort of the author to bring the justification to the research area related to personal branding. Furthermore, there can be seen a wide area of scope that can be carried like; related to the strategies adopted by various examples, comparison between the past and present scenario and so on.

Keywords: Personal Branding, Influencer, Personal branding strategies.

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Kütüphanelerine Devlet Bakımı

Res.Asst. Nilufer AGAYEVA, PhD.Student

Azerbaijan National Academy of Sciences

nuraagaoglu@gmail.com

ÖZET

Halkımızın milli zenginliği olarak değerlendirilen kütüphaneler, halkın yarattığı değerli tarihsel-kültürel, edebi-sanatsal ve bilimsel-felsefi mirası toplayıp korumada, insan kültürünün başarılarını nesilden-nesile aktarmada ve toplumumuzun entelektüel ve ruhsal potansiyelini artırmada gerçekten paha biçilmezdir. Kitaplar ve kütüphaneler ayrı-ayrı düşünülemez. Aralarındaki etkileşim kırılmazdır. Bu bağlantı yüzyıllarca sürmüş ve günümüzde ölümsüzleşmiştir. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ndeki kütüphanelerin faaliyeti bağımsızlıktan bu yana daha da gelişmiştir. Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinde – M.S Ordubadinin ismini taşıyan Merkezi Kütüphane, Nahçıvan Özerk Çocuk Kütüphanesi, Nahçıvan Devlet Üniversitesi Kütüphanesi, Nahçıvan Kitap Evi, şehirlerde ve bölgelerde 8 merkezi kütüphane sistemi ve 224 şube kütüphanesi olmakla toplamda 235 kütüphane bulunmaktadır. Nakhchivan Merkzei Kütüphanesi, Nakhchivan Özerk Yüksek Meclisinin Nakhchivan Araştırmaları Merkezi, Azerbaycan Ulusal Bilimler Akademisinin Nahçıvan Bölümünün Kütüphanesinde ve engelliler için yaratılmış sesli ve elektronik kütüphane hizmetlerinde elektronik kütüphaneler kurulmuştur. Bu kütüphanelere devlet tarafından her zaman yüksek seviyede yardımlar yapılmaktadır. Bütün kütüphanelerin yerleştiği binalar devlet tarafından yeniden inşa edilmiştir. Sonuç olarak bildirmek isterdim ki, Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinde kütüphanelerin gelişmiş dünya kütüphaneleri saflarına dahil edilmesi ve ülkede sanal kütüphanelerin oluşturulması için devlet liderliği tarafından hüsusi olarak bir takım programlar yürütülmektedir. Şimdiki pandemi dönemi ile alakalı olarak kütüphanelerde online hizmetler toplumun kullanımına sunulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, kütüphane, elektronik kütüphane

State Care For Libraries Of The Nakhchivan Autonomous Republic

ABSTRACT

Libraries which are considered as the national wealth of our people, are truly invaluable in collecting and preserving the valuable historical-cultural, literary-artistic and scientific-philosophical heritage created by the people transferring the achievements of human culture from generation to generation and increasing the intellectual and spiritual potential of our society. Books and libraries cannot be considered separately. The interaction between them is unbreakable. This connection lasted for centuries and is immortal today. The activity of libraries in the Nakhchivan Autonomous Republic has improved further since independence. In the Nakhchivan Autonomous Republic - there are 235 libraries in total, with the Central Library bearing the name of the M.S. Ordubadi, Nakhchivan Autonomous Children's Library, Nakhchivan State University Library, Nakhchivan Bookhouse, 8 central library systems and 224 branch libraries in cities and regions. Electronic libraries have been set up in the library of the Nakhchivan Central Library, the Nakhchivan Research Center of the Nakhchivan Autonomous High Council, the Nakhchivan Department of the Azerbaijan National Academy of Sciences, and the audio and electronic library services created for the disabled. These libraries are always provided by the state at a high level. The buildings where all libraries are located have been rebuilt by the state. As a result, I would like to report that in the Nakhchivan Autonomous Republic a number of programs are being carried out exclusively by the state leadership to include libraries in the ranks of advanced world libraries and to create virtual libraries in the country. With regard to the current pandemic period online services are offered to the use of the community in libraries.

Keywords: Nakhchivan Autonomous Republic, library, electronic library

Rusya'nın Dış Politikasının Kavramsal Temelleri

Assoc. Prof. Dr. Nafile REHİMOVA

Azerbaycan Cumhurbaşkanlığına Bağlı Devlet Yönetimi Akademisi

rnafile@gmail.com

ÖZET

Bu makalede, Rusya Federasyonu dış politikasının konseptüel temelleri analiz edilmektedir. Bu amaçla, SSCB'nin dağılmasından sonra Rusya tarafından kabul edilen tüm dış politika doktrinleri değerlendirilmiştir. Kabul edilen her doktrin, Rusya'nın uluslararası alanda statüsünü ve dış politikasının temel yönlerini belirlemiştir. Makalede, Rusya'nın ABD ve Batı ile ilişkileri özellikle analiz edilmektedir. Aynı zamanda BDT ülkeleri ile Rusya'nın bağlarına da büyük önem verilmiştir. Esas olarak ta 2016'da kabul edilen ve halen de yürürlükte olan Dış Politika Doktrini tartışılmaktadır. 2016 Doktrini, uluslararası ilişkiler sistemindeki değişikliklerin Rusya dış politikasına etkilerini yansıtmaktadır. Diğer taraftan, ABD ve Batı ile ilişkilerdeki ciddi değişiklikler ve bunlara neden olan faktörler analiz edilmektedir. Bunun yanı sıra, Rusya'nın Çin, Hindistan ve diğer devletlerle ilişkileri de incelenmektedir.

Anahtar kelimeler: Rusya, Dış Politika Doktrini, Uluslararası İlişkiler, Çok Kutupluluk, Güç Faktörü

Conceptual Foundations Of Russian Foreign Policy

Abstract

This article analyzes the conceptual foundations of Russian Federation foreign policy. For this purpose, foreign policy doctrines adopted by Russia after the collapse of the USSR are evaluated. Each accepted doctrine determines the status of Russia in the international arena and the fundamental direction of its foreign policy. In particular, Russia's relations with the US and the West are analyzed. At the same time, it attaches great importance to the ties of Russia and CIS countries. The main focus is on the analysis of the current Foreign Policy Doctrine adopted in 2016. The doctrine reflects the effects of changes in the international relations system on Russian foreign policy. Serious changes in the relationship between the USA and the West and the factors leading to them are analyzed. At the same time, Russia's relations with China, India and other states are examined.

Keywords: Russia, Foreign Policy Doctrine, International Relations, Multi-polarity, Power Factor.

Kaydi Para Sistemi ve Sorunları

Alp CAMIZ, PhD.Student

Muğla Sıtkı Koçman University
alp.camiz@gmail.com

ÖZET

İnsanlar tarih boyunca çeşitli nedenlerden dolayı para talep etmişlerdir. Bu nedenlerin başlıcaları aynı zamanda paranın da fonksiyonları olan; değer muhafaza, mübadele aracı olma ve spekülasyon isteğidir (Özatay, 2011: 22).

Dünyada küreselleşmenin ortaya çıkması, teknolojinin gelişmesi ekonomik ve siyasal sistemlerin değişmesiyle paranın da türevleri artmıştır. Merkez bankalarının kurulmasıyla birlikte altın gümüş vb. paralar tedavülden kalkmış yerini kağıt ve madeni paralara bırakmıştır.

1944 yılında 44 ülkenin katılımıyla Bretton Woods anlaşması imzalanmış ve yeni bir uluslararası para sistemi geliştirilmiştir. Bu anlaşma ile dolar altına dönüştürülebilir tek para birimi olarak standartlaştırılmıştır. Ancak ABD'nin yaşadığı ekonomik zorluklar nedeniyle 1971 yılında doların altına dönüştürülebilirliği kaldırılmıştır. Altın dolar standardının çökmesiyle kendiliğinden ortaya çok paralı rezerv sistemi çıkmıştır. Bu sistemin en önemli özelliklerinden biri merkezileşmemiş yapıda olmasıdır (İskenderoğlu, 1988: 37). Merkez bankalarının temel amacı olan fiyat istikrarını sağlama ise ülkelerin yetkilileri tarafından bağımsız olarak sağlanmaya çalışılmaktadır. Rezerv talebi ise mali piyasalar tarafından karşılanmaktadır.

Kaydi para, bankaların mevduat toplayarak, topladıkları mevduatları kredi kanalı aracılığıyla piyasaya sürmesidir. Bir çok ülkede merkez bankalarının tedavüle sürdüğü para miktarıyla ülkede verilen kredi tutarları birbirinden farklıdır (Artuğ, 2019: 53). Bu farklılığın temel sebebi ise merkez bankalarının koyduğu zorunlu karşılık oranlarıdır. Kaydi para sisteminde paranın bir standarda bağlanmamış olması ve serbestçe para basılabilir olması ekonomide bazı sorunlara sebebiyet vermektedir. Bankaların somut olarak aslında olmayan bir parayı kaydi olarak insanlara vermesi para hacminin genişlemesine neden olmaktadır. Ayrıca bankaların kaydi para üretmesi, Merkez Bankalarının para hacmini etkileme oranını düşürmektedir.

Bankaların kaydi para üretmesi aynı zamanda yüksek kar elde etmeleri demektir. Ürettikleri paradan elde ettikleri faiz gelirleri oldukça yüksektir ve satın alma gücünü yönlendirebilirler. Bu durumda ekonomik olarak bireylerin özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Ayrıca bankaların para arzını kredi hacmini kullanarak arttırması paranın değerini düşürerek enflasyona sebep olmakta ve enflasyonu kontrol etmek oldukça zorlaşmaktadır. Tüm bu sebeplerden dolayı para sisteminin belirli değişimlere ve standartlara ihtiyacı vardır. Yaratılan kaydi para borç tuzağı niteliğindedir. Bu durumda ekonomik sistemde karmaşaya ve krizlere sebebiyet vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kaydi Para, Para ,Banka, Ekonomi

ABSTRACT

People have demanded money for various reasons throughout history. The main reasons for these are also the functions of money; value is the desire to be a means of conservation, exchange, and speculation (Özatay, 2011: 22).

With the emergence of globalization in the world and the development of technology, the derivatives of money have increased with the change of economic and political systems. With the establishment of central banks, gold silver etc. the coins are out of circulation and replaced by paper and coins.

In 1944, with the participation of 44 countries, the Bretton Woods agreement was signed and a new international monetary system was developed. With this agreement, the dollar is standardized as the only currency that can be converted into gold. However, due to the economic difficulties experienced by the USA, its convertibility to the dollar was removed in 1971. With the collapse of the gold dollar standard, a multi-currency reserve system emerged spontaneously. One of the most important features of this system is its decentralized structure (İskenderoğlu, 1988: 37). The main purpose of the central banks is to provide price stability independently by the authorities of the countries. Reserve demand is met by financial markets.

Cash money is that banks collect deposits and launch the deposits they collect through the credit channel. In many countries, the amount of money that central banks put into circulation and credit amounts in the country differ from

each other (Artuğ, 2019: 53). The main reason for this difference is the required reserve ratios set by central banks. The fact that money is not tied to a standard in the monetary system and that it can be printed freely causes some problems in the economy. The fact that banks give a tangible amount of money to people as a result causes the money volume to expand. Moreover, the fact that banks generate registered money decreases the rate of Central Banks affecting the money volume.

The fact that banks produce monetary money also means they make high profits. Interest income from the money they produce is quite high and they can direct purchasing power. In this case, it restricts the freedom of individuals economically. In addition, the fact that banks increase the money supply by using credit volume decreases the value of money and causes inflation and it is very difficult to control inflation. For all these reasons, the monetary system needs certain changes and standards. The created record is in the nature of a money debt trap. In this case, it causes confusion and crises in the economic system.

Keywords: Loan Money, Money, Bank, Economy.

İktisadi Büyüme Yenilenebilir Enerji Tüketimi ve CO2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Analizi: ABD Örneği (1980-2018)

PhD Student İbrahim AYTEKİN

Kırıkkale University, Institute of Social Sciences, Economics
ibrahimaytekin63@gmail.com

ÖZET

Enerji, tarihsel süreç içerisinde önemini her zaman korumuştur. Bu bağlamda buhar ısısını kinetik enerjiye çevirerek enerji üreten buharlı makinelerin icadı, Dünya ekonomisi için bir dönüm noktası olmuştur. Buharlı makinelerin icadı, başta sanayi sektörü olmak üzere, ulaşım ve tarım gibi sektörlerin de gelişmesine katkı sağlamıştır. Fakat bu icat, daha çok sanayi sektörünün gelişmesine katkı sağlamış ve birinci sanayi devriminin başlangıç fitilini ateşlemiştir. Birinci sanayi devriminin başlamasıyla birlikte, artık seri üretime geçilmiş ve ülkeler iktisadi olarak büyümeye başlamıştır. Büyümeyle birlikte enerjiye olan ihtiyaç gün geçtikçe artmış ve bu artış günümüze kadar devam etmiştir. Bu bağlamda ülkeler sürdürülebilir iktisadi büyüme ve kalkınma adına, bazen enerjiyi bilinçsiz bir şekilde kullanabilmektedirler. Bilinçsizce yapılan bu davranış ise, doğayı kirleterek, doğaya kalıcı zararlar verebilmektedir. Özellikle de, üretim veya tüketim esnasında doğaya salınan sera gazları doğa için küresel çaplı tehditler oluşturmaktadır. Oluşan bu tehditlerin başlıcaları ise; küresel ısınma, iklim değişikliği, asit yağmurları ve su seviyesinin yükselmesi şeklinde sıralanabilir. Dolayısıyla bu çalışmada, ABD'nin 1980 - 2018 yılları arasındaki yıllık; iktisadi büyüme, yenilenebilir enerji tüketimi ve karbondioksit emisyonu arasındaki ilişkinin ekonometrik bir analizi yapılmıştır. Analizde ilk olarak Genişletilmiş Dickey Fuller testi kullanılarak seriler aynı düzeyde durağan hale getirilmiştir. Akabinde durağanlaştırılan bu serilere Johansen Eş Bütünleşme testi uygulanmış ve seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Son olarak ise, serilere Granger Nedensellik testi uygulanmış ve tüm seriler arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Enerji, Büyüme, Yenilenebilir, Karbondioksit, ABD

Analysis of Relationship Between Economic Growth Renewable Energy Consumption and CO2 Emission: US Case (1980-2018)

ABSTRACT

Energy has always maintained its importance in the historical process. In this context, the invention of steam machines producing energy by converting steam heat into kinetic energy has been a turning point for the world economy. The invention of steam machines has contributed to the development of sectors such as industry, transportation and agriculture. But this invention contributed more to the development of the industrial sector and ignited the starting wick of the first industrial revolution. With the start of the first industrial revolution, mass production has started and countries have started to grow economically. With the growth, the need for energy has increased day by day and this increase has continued until today. In this context, countries can sometimes use energy unconsciously in the name of sustainable economic growth and development. This unconscious behavior can cause permanent damage to nature by polluting the nature. In particular, greenhouse gases released into nature during production or consumption pose global threats to nature. The main of these threats are; global warming, climate change, acid rains and rising water level. Therefore, in this study, the annual of the USA between 1980 and 2018; an econometric analysis of the relationship between economic growth, renewable energy consumption and carbon dioxide emissions was made. In the analysis, the series were made stationary at the same level by using the extended Dickey Fuller test. Afterwards, the Johansen Cointegration test was applied to these series, which was stagnated and it was determined that there was a long term relationship between the series. Finally, Granger causality test was applied to the series and it was concluded that there was a bidirectional Causality relationship between all series.

Keywords: Energy, Growth, Renewable, Carbon Dioxide, USA

Enerji Savaşlarının Ekonomi Politikliği: Doğu Akdeniz Örneği

PhD Student İbrahim AYTEKİN

Kırıkkale University, Institute of Social Sciences, Economics
ibrahimaytekin63@gmail.com

ÖZET

Jeopolitik konum olarak Dünya'nın önemli bölgelerinden bir tanesi olan Doğu Akdeniz'de, son zamanlarda yüksek oranda doğal gaz ve petrol rezervleri keşfedilmiştir. Yapılan bu keşifler Doğu Akdeniz bölgesinin önemini daha da arttırmış ve bölge ülkeleri ile diğer ülkelerin bu enerjiye yönelik olan iştahını kabartmıştır. Yaşanan bu gelişmelerin neticesinde ülkeler Doğu Akdeniz bölgesinde karşı karşıya gelmiş ve küresel çaplı bir enerji polemliği ortaya çıkmıştır. Doğu Akdeniz'de yaşanan bu enerji polemikleri ise gün geçtikçe bir enerji krizine dönüşmüştür. Bu enerji krizi de, Dünya enerjisinin ekonomi politikliği ile enerji arz güvenliğini tehdit ederken, günümüzde küresel çaplı bir boyuta ulaşmıştır. Ayrıca bu enerji krizi, enerji savaşlarına dönüşme yolunda da emin adımlarla ilerlemektedir. Enerji, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli bir üretim faktörüdür. Bu nedenle Doğu Akdeniz bölgesinde keşfedilen bu doğal gaz ve petrol rezervleri üzerinde, birden fazla devlet hak iddia etmektedir. Bu hak iddialarının ise, ilerleyen dönemlerde bölgede politik, ekonomik ve güvenlik açısından ciddi sorun ve çatışmalara neden olacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Dolayısıyla bu çalışmada son yıllarda Doğu Akdeniz bölgesinde keşfedilen doğal gaz ve petrol rezervlerinin Dünya enerji piyasası üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca çalışmada Doğu Akdeniz bölgesinde keşfedilen bu doğal gaz ve petrol rezervlerinin iktisadi boyutları ve Dünya enerji piyasasının ekonomi politikliği üzerindeki etkileri de analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Akdeniz, Doğu, Enerji, Ekonomi, Savaş, Politika

The Economic Policy of Energy Wars: The Eastern Mediterranean Sea Case

ABSTRACT

In the Eastern Mediterranean, which is one of the important regions of the world as a geopolitical location, natural gas and oil reserves have been highly discovered recently. These discoveries increased the importance of the Eastern Mediterranean region and increased the appetite of the countries and other countries in that region towards this energy. As a result of these developments, countries came across the Eastern Mediterranean region and a global energy polemic emerged. These energy polemics in the Eastern Mediterranean have turned into an energy crisis. While this energy crisis threatened the economic policy of the world energy and the security of energy supply, it has reached a global scale today. In addition, this energy crisis have advanced confidently towards transforming into energy wars. Energy is an important production factor for developed and developing countries. Therefore, more than one state claims on the natural gas and oil reserves discovered in the Eastern Mediterranean region. It is an inevitable fact that these claims will cause serious problems and conflicts in terms of political, economic and security in the region. Therefore, in this study, the effects of natural gas and oil reserves discovered in the Eastern Mediterranean region on the world energy market have been investigated. In addition, the economic dimensions of these natural gas and oil reserves discovered in the Eastern Mediterranean region and their effects on the economic policy of the world energy market were also analyzed.

Keywords: Mediterranean, East, Energy, Economy, War, Politics.

Dijital Dönüşümün İşgücü ve Meslekler Üzerindeki Etkileri

Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK
Bolu Abant İzzet Baysal University
ozgurcark@ibu.edu.tr

ÖZET

Son asırda teknoloji sahasında yaşanan gelişmeler, teknolojik değişim ve dönüşümün yanı sıra sosyolojik ve psikolojik sahada da pek çok değişim ve dönüşüme sebep olmuştur. İşgücü ve meslekler ise bu sahaların başında gelmektedir. Sanayi 4.0 ve Toplum 5.0 gibi kavramlar ile özdeşleştirilen dijital dönüşümün bugün çalışma hayatı ve meslekleri dönüştürdüğü, önümüzdeki yıllarda ise bu dönüşümün etkilerinin daha da artarak devam edeceği öngörülmektedir. Bu çalışmanın amacı dijital dönüşümün işgücü ve meslekler üzerindeki etkilerini Türkiye açısından genel bir perspektif ile ortaya koyabilmektir. Bu maksatla alan yazınında dijital dönüşümün iş gücü ve geleceğin meslekleri üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmalar betimsel bir yaklaşımla incelenmiştir. Bu inceleme neticesinde Sanayi 4.0 ile ilişkilendirilen ileri teknolojilerin çalışma hayatını hızla dönüştürdüğü görülmektedir. Önümüzdeki 5-10 yıl içerisinde daha da hızlanacağı öngörülen bu dönüşümün birtakım mesleklerin ortadan kalkmasına, pek çok yeni mesleğin de türemesine sebep olacağı ifade edilmektedir. Araştırmanın son bölümünde, dijital dönüşüm sebebi ile ortadan kalkması öngörülen meslekler ile gelecek yıllarda yaygınlaşması beklenen meslekler ve bu meslekleri icra edecek adayların sahip olması gereken yetkinlikler değerlendirilerek önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, Geleceğin Meslekleri, Dijital Yetkinlikler, Sanayi 4.0, Toplum 5.0

The Impacts of Digital Transformation on Workforce and Professions

ABSTRACT

The developments in the field of technology in the last century have caused many changes and transformations in the sociological and psychological field as well as technological change and transformation. Workforce and jobs are at the top of these fields. Digital transformation, which is identified with concepts such as Industry 4.0 and Society 5.0, is transforming working life and professions today, and it is predicted that the impacts of this transformation will continue to increase further in the coming years. The aim of this study is to reveal the effects of digital transformation on labor and professions with a general perspective. For this purpose, studies on the effects of digital transformation on the workforce and the professions of the future have been analyzed with a descriptive approach in the literature. As a result of this review, it is seen that the advanced technologies associated with Industry 4.0 are rapidly transforming the working life. It is stated that this transformation, which is predicted to accelerate even more in the next 5-10 years, will cause some professions to disappear and many new professions to derive. In the last part of the research, the professions that are expected to disappear and arise due to digital transformation and the competencies required by candidates who will perform these professions were evaluated and some suggestions were made to future job candidates.

Keywords: Digital Transformation, Professions of the Future, Digital Competencies, Industry 4.0, Society 5.

Strategic Human Resource Management in London Hotels: Challenges Faced by Top Management of London Hotels in Developing and Implementing Training and Development Programmes for Employees in Line with the Organisational Strategy

Sahas TANDON

University of West of Scotland

sahas.tandon@yahoo.co.uk

&

Dr Rajendra KUMAR

LSC

ABSTRACT

Organisational strategy influences formulation and implementation of human resources strategy and practices; at the same time company strategy is guided by sector-based and national factors. Research on the conceptualisation and operationalization of strategic human resources management in line with the organisational strategy, in the area of training and development of employees of hotels in London was conducted. Three levels of analysis -internal to the company, sector (industry) and national (society) was done as part of research at an exploratory level; to identify the challenges faced by the top managers of hotels in conceptualising and functioning strategic human resources management in their organisations. Constructivist framework informed by epistemological paradigm and interpretive philosophy with inductive approach using a qualitative strategy was adopted. Interviews with top-level managers of hotels were the method of primary data collection. Thematic data analysis based on codes and themes identified from literature review was used in generating the findings. The main challenges facing conceptualisation and operationalisation of strategic human resources management are lack of key performance indicators connected with human resources functions, poor skill set and capabilities of the labour force, high turnover of employees in the hotel industry and the lack of government policies facilitating education and improving the skill set required for the hotel industry are some of the key considerations that emerged from the study. The other strategic human resources management difficulties in development are minimal involvement of managers, lack of vertical fit, lack of key performance indicators, differential perceptions about human resources, ineffective recruitment of HR professionals, limited role of HR as strategic partner and lack of managerial support. The operationalisation difficulties are poor collaboration between human resources managers and supervisors, employee turnover, employee shortage, government policies, changing attitude to work and limited strategic training.

The Effects of Promotional Activities on Patient Satisfaction: A Research in the Private Health Sector

Gülay TAMER

School of Health Sciences, İstanbul Gelişim Üniversitesi
gtamer@gelisim.edu.tr

ABSTRACT

The quality of treatment and care services provided in private health institutions is a significant factor for the development and continuity of organizations. Organizations benefit from elements of public relations to ensure corporate sustainability and patient commitment to the institution. Informing patients about requirements of the treatment and care services offered to patients, the benefits of the applied treatment to the quality of life and the course of their treatment is of great importance in terms of service quality. Today, besides the correct diagnosis and treatments required for patient satisfaction in health institutions, the expert team, technological infrastructure, fast and friendly service understanding, hygienic and physical conditions are necessary for corporate sustainability.

This research is based on determining the effect of promotional activities on the health institution preference of patients having different sociocultural characteristics, and to what extent the promotional activities applied in private health institutions affect the satisfaction levels of patients. The significance and purpose of the research, the method of the research, the research model, data collected in the research are analyzed by the spss statistics program, and with the findings obtained, the problems determined are evaluated.

Keywords : Private Health Institutions, Public Relations, Patient Satisfaction, Patient Expectations

Bolşevik Döneminde Sovyet Rusyası İle Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Arasındaki İlişkiler.

Docent Leman QARAYEVA

Bakü Slavyan Üniversitesi

karayeva@yahoo.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, ADR'ler ile Sovyet Rusya arasında ilk diplomatik ilişkilerin kurulmasının sorunlarını analiz etmektir.

Azerbaycan-Rusya (Sovyet) ilişkilerinin incelenmesi Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti'nin var olduğu dönemin bir analizi olmaksızın karakterize edilemez.

Azerbaycan Halk Cumhuriyetinin oluşturulması karmaşık siyasi dönemde gerçekleşen olayların ve Azeri halkının ulusal uyanışının mantıklı sonucuydu.

28 Mayıs 1918'de bağımsızlığını ilan eden genç Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti dış politika konularına özel önem veriyordu. Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti'nin geçici hükumeti başkanı olan Fetali Han Hoyski tarih'te ilk kez olarak radyo-telegrafla Azerbaycan Cumhuriyetinin kurulmasını yabancı devlet başkanlarına duyurdu.

Bağımsızlık ilanına yansıyan komşu ülkelerle iyi komsuluk ilişkileri Kurma ilkesi Sovyet Rusyasında da uygulandı. F.Hoyski, Sovyet Rusya ile ilişkiler kurma konusunda defalarca Rus Dışişleri komiseri G.Çiçerin ile not alışverişinde bulundu. G.Çiçerin'in orgeneral Denikin'in mücadeleye dahil olma fikrine karşı çıkan Azerbaycan'ın Rusya tarafından tanınması fikrini önerdi.

25 - 26 Nisan 1920 gecesi, Rus birlikleri kuzeyden Azerbaycan'a saldırdı.

Parlamento toplantısı, ultimatomu görüşmek üzere 27 Nisan'da yapıldı. Toplantıda çok fazla tartışmadan sonra kan dökmemesi için belirli şartlar altında teslim olmaya karar verildi.

Böylece, Azerbaycan'ın 23 aylık bağımsızlığı sona erdi. Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti bir süre yaşadı. 20 yüzyılda Azerbaycan halkının yaşamında tarihi bir dönüm noktasıydı ve halkımızın geleceği, bağımsızlığı, özgürlüğü ve egemenliği için temel hattıydı.

Makale, Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti'nin Sovyet Rusya ile ilişkiler kurma konusundaki yanlış hesaplamaları ve kazanımlarının değerlendirmelerini vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bağımsızlık, özgürlük, Cumhuriyet, Sovyet Rusyası, ultimatom.

Relations Between Soviet Russia And Azerbaijan People's Republic During The Bolshevik Era.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the problems of establishing the first diplomatic relations between ADRs and Soviet Russia.

The study of Azerbaijani-Russian (Soviet) relations cannot be characterized without an analysis of the period of the existence of the Azerbaijan Democratic Republic.

The creation of the Azerbaijan Democratic Republic (1918-1920) was the logical consequence of the events that took place in the complex political period and the national awakening of the Azerbaijani people.

The young Democratic Republic of Azerbaijan, which declared its independence on May 28, 1918, paid special attention to foreign policy issues. Fetali Khan Khoyski, the head of the temporary government of the Democratic Republic of Azerbaijan, for the first time in history, announced the establishment of the Republic of Azerbaijan by radio-telegraph to foreign heads of state.

The principle of establishing good neighborly relations with neighboring countries reflected in the declaration of independence was also applied in Soviet Russia. F. Khoyski has repeatedly exchanged notes with Russian Foreign Commissioner G. Chicherin to establish relations with Soviet Russia. He proposed the idea of establishing neighborly relations between Russia and Azerbaijan between the Russian and Azerbaijani peoples, as opposed to that Chicherin proposed the idea of participating in the fight against general Denikin. On the night of 25 - 26 April 1920, Russian troops attacked Azerbaijan from the north.

The parliamentary meeting was held on 27 April to discuss the ultimatum. After the tough discussions, it was decided to surrender under certain conditions in order not to shed blood. Thus, 23 months of independence of Azerbaijan ended. The Democratic Republic of Azerbaijan lived for a while. However, it was a historical turning point in the life of the Azerbaijani people in the 20th century and was the foundation for the future, independence, freedom and sovereignty of Azerbaijani people.

Keywords: Independence, freedom, Republic, Soviet Russia, ultimatum.

Organization of Control System In Public Administration In Modern Age

Khatai SALMANOV

Academy of Public Administration of **Azerbaijan**

salmanovxetai3@gmail.com

ABSTRACT

The control system in public administration is a system consisting of checking the implementation of normative legal acts, decisions, norms and standards, revealing the existing problems in the administration and taking necessary, appropriate steps to solve these problems. The control process includes the establishment of norms and standards, the comparison of the actual results obtained with the established standards, and the elimination of negative situations. The main purpose of the state control system is to achieve the set goals, to form the effective functioning of the administration and to ensure the rule of law. The control system reduces uncertainty in public administration and prevents crisis situations. The control system in public administration is based on the principles of independence, transparency, legislation, honesty and confidentiality. In modern times, it is impossible to imagine a state without a control system. The control system plays an important role in the development of the state. Thus, the state, which forms a transparent and effective system of control in public administration, will have ensured its stability and development. The system of state control, which is considered a necessary condition for the normal functioning of state authorities, is one of the main attributes of statehood in modern times.

Keywords: Public Administration, Control System, Constitution, Finance, Law.

İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Mevzuatının Örnek Olay Yargı Kararları Bağlamında İrdelenmesi

Asst. Prof. Dr.Gül GÜN

Munzur University
gulgun@munzur.edu.tr

Judge Burcu GÜN EVİN

Ankara Batı Adliyesi
burcugun@hotmail.com

ÖZET

Ülkemizde sanayileşme sürecinde nüfus önemli ölçüde tarım sektöründen endüstri sektörüne kaymaktadır. İş sağlığı ve güvenliği konusu sanayi işçilerinin artması ile daha büyük önem kazanmaktadır. Bunun nedeni, sanayideki çalışma ortamında iş kazaları ve meslek hastalıklarına daha sık rastlanması ve olumsuz çalışma koşulları sonucu ortaya çıkan sakatlıklar ve ölümlerin artmasıdır. İş sağlığı ve güvenliği eğitimi mesleki eğitimin önemli bir unsuru olarak iş verimliliğini arttırmada ve işyerlerinde güvenli bir çalışma ortamının oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır. İşçi sağlığı ve iş güvenliği mevzuatı işverenler açısından hukuksal sorumluluk ve cezai yaptırımlar, işçiler açısından sağlık ve iş güvenliği getirmektedir. İş kazalarının ekonomik etkilerine gelindiğinde, iş kazalarının işçi ve işyerine maliyetleri yanında ulusal ekonomiyi de önemli ölçüde etkilediği görülmektedir. İş kazalarıyla meslek hastalıklarının sosyal güvenlik sistemi ile hastane, rehabilitasyon merkezi giderleri gibi toplumun tümüne yüklenen maliyetleri söz konusudur. İş kazaları ülke ekonomisinin üretken kapasitesini olumsuz yönde etkilemekte, ulusal kaynakların yok olmasını yol açmaktadır. Ayrıca iş kazaları ulusal kalkınmayı engelleyici ve ulusal refahı azaltıcı bir işleve sahip olduğu gibi, işgücü ve işgünü kayıplarının önemli boyutlara ulaşmasına neden olmaktadır. İş kazaları nedeniyle kaybolan işgünleri doğrudan ülkemizde yaratılan katma değeri düşürmektedir. Bu durum ulusal ekonomi açısından önemli kayıplara neden olmaktadır. İşçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda alınacak önlemlerin maliyeti mevzuatı bilmemenin getireceği olumsuz sonuçların maliyetinden daha düşük olmaktadır. Ayrıca, işçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda mevzuattaki hukuksal sorumluluk belirgin olmadığı için bu boşluk yargı kararlarıyla doldurulmaktadır. Hukuksal sorumluluk açısından işçi sağlığı ve iş güvenliği mevzuatı üzerine bir araştırma yapmak toplumsal, ekonomik ve yönetsel açılarından önem taşımaktadır. Araştırmanın amacı; iş güvenliği ve işçi sağlığı konusunda yaşanan hukuksal sorunları yargı kararları bağlamında irdelemektir.

Anahtar Kelimeler: İşçi sağlığı ve iş güvenliği, Yargı kararları.

Vahşi Depolama ve Sıfır Atık Yaklaşımı Ekseninde Katı Atık Yönetiminin Geçirdiği Dönüşümler

Asst. Prof. Dr. Muhammed Yunus BİLGİLİ

Karadeniz Technical University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
mybilgili@ktu.edu.tr

ÖZET

Sanayileşme, kentleşme ve nüfus artışı, çeşitli üretim ve tüketim süreçlerinin istenmeyen yan ürünleri olarak tanımlanabilecek atıkların hem miktar hem de çeşit olarak artması sonucunu doğurmuştur. İlk başlarda atıklar, deniz, göl ve toprak gibi alıcı ortamlara bırakılmıştır. Vahşi depolama olarak nitelendirilen bu atık bertaraf sisteminin, çevre ve diğer canlıların yaşamları üzerindeki etkilerinin ortaya çıkması ve atık bertarafı için giderek daha fazla alana ihtiyaç duyulması, söz konusu yöntemin sorgulanmasına neden olmuştur. Aynı zamanda, bir ekonomik birim için ömrünü tamamlayan ürünlerin başka bir ekonomik birim tarafından girdi olarak kullanılabileceğine ilişkin tartışmalar, atık yönetim sistemlerinin değiştirilmesi gerektiğini gözler önüne sermiştir. Bu doğrultuda, atık miktarının azaltılması, atıkların yeniden kullanılması ve geri dönüştürülmesi atık yönetim sistemlerinin hedefleri haline gelmiştir. Atık yönetim sistemlerindeki bu dönüşüm, günümüzde sıfır atık olarak nitelenen yöntemin pek çok ülkede kabul görmesiyle sonuçlanmıştır. Sıfır atık yaklaşımı çok basit bir biçimde, atıklar içerisindeki tüm kaynakların geri kazanımı ve %100 geri dönüşümü hedefleyen bir atık yönetim stratejisi olarak ifade edilebilir. Bu çalışmanın amacı, katı atık yönetiminin geçirdiği dönüşümlerin, vahşi depolama ve sıfır atık yaklaşımı ekseninde tartışılmasıdır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle, vahşi depolama, katı atık yönetimi, entegre katı atık yönetimi, sürdürülebilir katı atık yönetimi ve sıfır atık yaklaşımı gibi kavramlar açıklanacak, ardından sıfır atık hedefine ulaşılabilmesi için izlenebilecek politikalara yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Vahşi Depolama, Katı Atık Yönetimi, Entegre Katı Atık Yönetimi, Sürdürülebilir Katı Atık Yönetimi, Sıfır Atık

Transformations of Solid Waste Management on The Axis of Wild Storage and Zero Waste Approach

ABSTRACT

Industrialization, urbanization and population growth have resulted in an increase in both quantity and variety of wastes, which can be defined as undesired products of various production and consumption processes. In the first instance, the wastes were left to receiving environments such as sea, lake and soil. The effects of this waste disposal system, which is defined as wild storage (open dumping), on the environment and other living creatures occurred and at the same time that more and more areas are needed for waste disposal has led to the inquiring of the method in question. At the same time, discussions on the products which become waste for one economic unit can be used as input by another economic unit have revealed that waste management systems need to be changed. Accordingly, reducing the amount of waste, reusing and recycling has become the objectives of waste management systems. This transformation of waste management systems, today in many countries has resulted in the acceptance of the method called as zero waste. The zero waste approach can be explained simply as a waste management strategy aimed at the recovery of all resources in the waste and 100% recycling rate. The aim of this study is to discuss the transformations of solid waste management in the axis of wild storage and zero waste approach. In this context, firstly, concepts such as wild storage, solid waste management, integrated solid waste management, sustainable solid waste management and zero waste approach will be explained, and then policies that can be followed to achieve the zero waste objective will be explained.

Keywords: Wild Storage, Solid Waste Management, Integrated Solid Waste Management, Sustainable Solid Waste Management, Zero Waste

Yaratış Teorisi Allah ve Yaratması

Nihat ÇELİKTAŞ

Researcher Writer

nihatceliktas38@gmail.com

ÖZET

Uzun yıllar takip etmiş olduğum bilimsel araştırma çalışma ve CERN de yer altı laboratuvarında yapılan elektronların çarpıştırılması deneyi sonucunda oluşturmuş olduğum teorimi dönüştürmüş olduğum Yaratış Teorisi Allah ve yaratması konulu kitabımda evrenin yoktan yaratıldığını ve kendi içerisinde yüzde yüz yok olabileceğini Allahın varlığını, birliğini, sonsuz büyüklüğünü, evren ve varlıklarını nasıl yarattığını yıldızları, gezegenleri, galaksileri, tüm evreni oluşturan atom ve atom altı parçacıkları nasıl tuttuğunu, nasıl yönettiğini, tüm varlıklara nasıl egemen olduğunu ve nasıl hükmettiğinin cevaplarını kozmolojik ve teorik olarak açıklamaktayım. Big bank teorisinde geçen devasa kütlenin patlaması uzaya savrulması ile evrenin oluştuğu ve genişlediği tezini geçersizliğini, galaksilerin ve evrenin Allah tarafından yoktan yaratıldığını ve Allah tarafından yaratılmaya devam edilmesiyle genişleyerek büyüdüğü bilimsel açıklamasını yaparak kanıtlamaktayım. Kitabıma maddeler insan ve ruh konulu teorimi de dahil ederek, evrim değil yaratış gerçeği olduğunu, gizemli varlık Ruh'un beden ile ilişkisinin, vücut ve beyin üzerindeki hakimiyeti ile vücudun Ruh'un tüm arzu ve isteklerini anında yerine getirecek şekilde yaratıldığının nörolojik ve teorik açıklamasını yapmaktayım.

Bu çalışmamdaki amacım insanlık tarihinin başlangıcından beri varolan Allah inancı ve evren gerçeğini yapılan kozmolojik çalışmalar ve deneyler ışığında değerlendirerek Allahın evreni oluşturan atom ve atom altı parçacıkların üzerindeki egemenliğini yaratmasını ve gizemli varlık ruhun insan vücudu üzerindeki hakimiyetini bilimsel açıklamasını yaparak tüm insana sunmak.

Anahtar Kelimeler: Evrenin oluşumu, maddelerin hareketleri, Allahın maddeler üzerindeki varlığı ve hakimiyeti, Ruh ve beden ilişkisi.

Creation Theory and God Creation

ABSTRACT

Scientific research work I have followed for many years and CERN in the underground laboratory well done electrons to collide to test the creation theory that I have into my theory that I have created as a result of GOD and creation titled my book universe from nothing been created, and my presence of GOD would be no hundred percent within itself, unity, endless size of the universe and assets of how he created the stars, planets, galaxies, and the universe forming atom and subatomic particles extraterrestrial beings how you hold it, how to manage it, how to dominate all the assets and how to answers to that rule I describe in cosmological and theoretic. Big bank that theory in the huge open plain the explosion of the space drifting with the universe formed and new thesis that expands invalidity galaxies and the universe was created from nothing by GOD and I'm praving by the scientific explanation as to grow by expanding with the continued creation by GOD. Substances, including my book and my theory on the human spirit by not evolutionary creation is the truth, the relationship between the body's mysterious presence of the soul, I am becoming that transform the body and the body of the soul with the hegemony comes on the brain all the desires and wishes of that created to fulfill immediate I explain the neurological and toeric.

My aim in this study is to evaluate the reality of the belief in God and the universe that has existed since the beginning of human history in the light of the cosmological studies and experiments, and to present it to the whole humanity by making the scientific expression of the sovereignty of the soul on the human body and the domination of the soul on the atom and subatomic particles.

Keywords: The formation of the universe, Movements of substances, God's existence and dominance over the substances, spirit and body relationship.

Popüler Kültür Bağlamında Instagram Uygulaması ve Kitap Okuma Challenge Örneği

Inst. Seçil DÜZTEPE

Çanakkale 18 Mart University
sduztepe@comu.edu.tr

Res.Asst. Esin SERİN

Konya Selçuk University
esin0225@yahoo.com.tr

ÖZET

Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu gerçeği modern çağlarda kendisini her yeni günde daha çok hissettirmektedir. Tarihin geçmiş çağlarına bakıldığında iletişim, haberleşme, beslenme, sahip olma ile birlikte bildiğimiz tüm kavram ve kuramlar her geçen gün değişerek dönüşmektedir. Bu kavramlar gibi değişip dönüşen kavramlardan birisi ise ‘‘Challenge’’ yani meydan okuma kavramıdır. Bundan belki bir 100 yıl öncesinde meydan okuma kavramı zihinlerde iki askerin veya kahramanın meydanlarda kılıçlarla ya da çıplak elleriyle dövüştükleri şeklinde canlanırken, günümüzde meydan okuma kavramını duyan bireylerde ilk akla gelen Instagram hikaye veya genel akışında başka insanlarla video çekerek yaptıkları karşılıklı günlük eğlence aktiviteleridir.

İnsanlar her geçen gün yeni bir meydan okuma videosu ile birçoğunun gerçek hayatlarında yapmayı bile düşünmedikleri davranışları sanki hayatlarının bir parçasıymış gibi diğer insanlara servis etmektedirler. Bu çalışmada son birkaç yılda modasını hiç kaybetmeden belirli aralıklarla sürekli maruz kalınan bir örnek olan kitap okuma challenge’ları incelenmiş ve sosyal medya paylaşımları ile resmi kitap okuma oranları arasında bir karşılaştırma yapılarak bireylerin sosyal medyada oluşturdukları alışkanlıkları ile gerçek hayatta sahip oldukları alışkanlıklar arasındaki farklılıklar ve ortak yönler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Instagram, Meydan Okuma, Sosyal Medya

ABSTRACT

The fact that the only thing that does not change is the change itself has been perceived more and more in the daily life of modern times. Looking back at the history, we observe that all the concepts and theories of communication, correspondence, nutrition and ownership have been changed and transformed day by day. One of these concepts is the concept of ‘Challenge’. One hundred years ago, the concept of challenge most probably was understood as two soldiers or heroes fighting with swords or bare hands in the town squares but in today’s world, when we hear the concept of challenge, the first thing that comes to mind is the mutual daily entertainment activities of the individuals or groups who share videos in the Instagram stream or story.

With new challenge videos appearing every day, the people enforce actions as if they are part of their lives, although most of them do not even think of doing it in their real life. In this study, book reading challenges of last few years, which are constantly proposed at certain intervals without losing their fashion, have been examined and a comparison has been made between social media posts and official book reading rates with an aim to determine the differences and common aspects of the habits of individuals in social media and their habits in real life.

Keywords: Popular Culture, Instagram, Challenge, Social Media

Toplumsal Değerlerin Dönüşümünde Sosyal Medyanın Etkisi: TikTok Örneği

Asst. Prof. Dr. Enes BAL
Necmettin Erbakan University
enesbal@hotmail.com

ÖZET

Gündelik hayatta yeni iletişim teknolojilerinin bir örneği olarak sosyal medya uygulamaları bireylerin yaşam biçimlerini dramatik bir şekilde etkilemektedir. Etkileşimle izin veren sosyal medyayı en çekici kılan özelliklerinden biri de kitlelerin her an karnaval havasında eğlence ihtiyacını karşılar niteliğidir. Nitekim son dönemde yeni bir sosyal medya uygulaması olarak TikTok, komik videolarla kullanıcılarına sınırsız eğlence vadeden platformlar arasında dikkat çekmektedir. 2016 yılında Çin’de kurulan ve kısa sürede milyonlarca takipçi sayısına ulaşan TikTok, Türkiye’de de yoğun bir ilgi görmektedir. Son zamanlarda kullanıcıların daha çok dikkat çekip etkileşim yaratmak adına içerikleri giderek daha sığ bir hale getirmesi bu uygulamayı tartışmaların hedefine oturtmuştur. Komik veya saçma videoların hazırlanıp başka kişilerle paylaşılması mantığına dayanan bu uygulama, zamanla kendi özel kitlesini yaratarak toplumsal değerlerin aşınmasına neden olmaktadır. Değer erozyonu yanında mahremiyetin yok edilmesi, cinsel istismar, şiddet, küfür ve argo, siber zorbalık gibi birçok negatif yönüyle akademik incelemelerin de konusu olmaya başlayan TikTok, bu çalışmanın da temel sorunsalını oluşturmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden bilimsel gözlemi esas alan literatür tarama metoduyla gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, TikTok adlı sosyal medya platformunda ortaya konan içeriklerin toplumsal ve moral değerler bağlamında genel bir çerçevesini analiz etmektir. Literatüre bakıldığında Facebook, Twitter, Youtube, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarında akademik araştırmaların yoğunlaştığı görülürken TikTok’a yönelik çok fazla araştırma olmaması, bu çalışmayı önemli ve özgün kılmaktadır. Çalışmanın sonucunda incelenen sosyal medya uygulamasına yönelik yaşanan sorunlu durumlara yönelik dijital medya okuryazarlığı bağlamında öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, TikTok, Moral Değerler, Dijital Medya Okuryazarlığı

The Effect of Social Media on the Transformation of Social Values: The TikTok Example

ABSTRACT

As an example of new communication technologies in daily life, social media applications dramatically affect the lifestyle of individuals. One of the most attractive features of social media that allows interaction is the quality of the masses that meet the need for entertainment in the mood of carnival. As a matter of fact, as a new social media application, TikTok attracts attention among platforms that promise unlimited entertainment to its users with funny videos. Founded in 2016 in China and soon reached millions of followers TikTok sees an intense interest in Turkey. Recently, users have made this content more shallow in order to attract more attention and create interaction, and this has put the practice at the target of discussions. This practice, which is based on the logic of preparing funny or ridiculous videos and sharing them with other people, creates its own private mass over the time and causes the erosion of social values. TikTok, which started to be the subject of academic studies with many negative aspects such as erosion of privacy, sexual abuse, violence, swearing and slang, cyberbullying as well as value erosion, is also the main problematic of this study. The aim of this study, which is carried out with the literature scanning method, which is based on scientific observation, which is one of the qualitative research methods, is to analyze a general framework of the content presented in the social media platform called TikTok in the context of social and moral values. Looking at the literature, it is seen that academic researches intensify in social media applications such as Facebook, Twitter,

Youtube and Instagram, while there is not much research on TikTok makes this study important and original. As a result of the study, suggestions are presented in the context of digital media literacy for the problematic situations experienced in the social media application examined.

Keywords: Social media, TikTok, Moral Values, Digital Media Literacy

Türkiye’de 1950 Öncesi Film Dağıtım Sisteminin Kısa Bir Değerlendirmesi

Asst. Prof. Dr. Derya ÇETİN
Bolu Abant İzzet Baysal University
deryacetin@ibu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de yerli yapımcılığın görece sınırlı kaldığı 1950 öncesi dönemde, sinema sektörünün dağıtım sistemi açısından kısa bir değerlendirmesini yapmaktır. Sinema 19.yüzyılın sonunda Avrupa ve ABD’de ortaya çıkışının ardından hızla kitlelere yayılmış ve kısa sürede binlerce insanın çalıştığı büyük bir endüstri haline gelmiştir. Filmler ilk dönemlerde işbirliğine dayalı bir şekilde üretilirken pazarın genişlemesiyle birlikte; üretim, dağıtım ve gösterim süreci rasyonel ilkelere dayanan, her alanda uzmanlaşmış ücretli işgücü tarafından üretilen ürünlere dönüşmüştür. Birinci Dünya Savaşı’nın Avrupa’daki film üretimini kesintiye uğratmasıyla uluslararası pazarda hakimiyet kuran Amerikan film endüstrisi, destekleyici hükümet politikalarıyla bu egemenliği günümüze dek sürdürmüştür. Diğer taraftan Türkiye’ye sinemanın girişi, sinemanın icat edildiği yerler dışındaki ülkelere girişine benzer olmuş, öncelikle yabancı film ithalatına ve gösterimine dayalı şekilde başlamıştır. Dağıtım alanının üretilen filmlerin izleyiciye ulaşmasındaki merkezi önemi ABD’de erken fark edilmiş ve bu alan yasal düzenlemelere konu olmuştur. Kapitalist ilişkilerin daha geç belirdiği Türkiye’de ise dağıtım alanı 1950 öncesi herhangi bir yasal düzenlemeye konu olmamış, alan, sinema sektörüne hakim olan aile şirketlerinin kendi aralarında yaptıkları sözlü anlaşmalarla düzenlenmiştir. Bu çalışmada 1950 öncesi Türk sinemasında dağıtım kolunun nasıl düzenlendiği incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Film Endüstrisi, Türk Sineması, Dağıtım Sistemi.

A Brief Assessment of Turkish Film Distrubition System Before 1950

ABSTRACT

This study aims to make a brief assesement of Turkish film distribution system before 1950’s. Cinema, at the end of 19th century, after emerge of it in Europe and USA spreaded to large masses and turned into industry in which thousands of people were employed. In first years of cinema movies have been manufactured in association, but with enlargement of market production, distrubition and projection courses have become manufactured by labour who are specialised on every field and depending on rational principles. 1st World War cut film production to the bone in Europe and American film Industry dominated the market and have maintained this domination till today with help of supporting govermental policies. In the other side, access of cinema to Turkey is all like other countries which didn’t took place in invention of its technology and depends on import and projection of foreign movies Significance of distrubition area to reach audience is realised early in USA and this area became a subject of legal arrangements. In Turkey, this area was no subject of legal arrangements before 1950 and area had been regulated by oral contracts between family corporations which ruled the market. This study examines how the distribution arm was arranged in Turkish cinema before 1950.

Keywords: Turkish Film Industry, Turkish Cinema, Distrubition System.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Alternatif Bir Finansman Aracı Olarak Kitle Fonlaması

Dr. Güzhan GÜLAY

Borsa İstanbul

guzhan.gulay@borsaistanbul.com

Abdurrahman KILIÇ

Borsa İstanbul

abdurrahman.kilic@borsaistanbul.com

Assoc. Prof. Dr. Vecdal GÜNDÜZ

Akdeniz Karpaz Üniversitesi, İşletme Fakültesi

vecdal.gulay@akun.edu.tr

ÖZET

Kitle fonlaması bir proje ya da girişimin, çok sayıdaki insan tarafından küçük miktarlarda parasal destek sağlanarak fonlandığı alternatif bir finansman yöntemidir. Yeni bir kavram olarak ABD’de 2012 düzenlendikten sonra hızla gelişmiş ve küresel ölçekte kitle fonlaması hacmi 2018 yılında 305 milyar dolara ulaşmıştır. Kitle fonlaması Çin gibi düzenleme yapılmayan ancak faaliyetlere müsaade edilen ülkelerde, Birleşik Krallık gibi hafif düzenlemeler bulunan ülkelerde ya da ABD gibi sıkı düzenlemeler yapılan ülkelerde kolaylıkla gelişebilmektedir. Öte yandan günümüzde İslami Bankacılık alanına sıkışmış olan İslami finansman uygulamaları alanında kitlesel fonlamanın sağladığı esneklikler sayesinde İslam Hukuku’nun amaçlarına (Makasid El Şariat) uygun olarak yeni finansman modelleri de geliştirilebilmektedir.

Bu çerçevede yükseköğrenim konusunda uluslararası bir merkez haline gelmiş olan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti; Türkiye, Avrupa Birliği ve Birleşik Krallık’la olan bağları ve Afrika ve Ortadoğu’daki yetişmiş insan kaynağına erişim olanakları sayesinde önemli bir konuma erişmiştir. Kıbrıs üniversiteleri özellikle Müslüman nüfuslu ülkelerdeki yüksek eğitilmiş ve genç mezun kitlesi ile sermayeye erişim ve alternatif finansman olanaklarını en doğru şekilde kullanabilecek potansiyele sahiptir. Bu çalışmada Kıbrıs’ın bu kendine özgü potansiyelinin harekete geçirilmesi için AB, İngiltere ve Türkiye’deki düzenlemeleri dikkate alarak İslami finansman modeli olarak kitle fonlaması konusunda kendisini nasıl konumlandırabileceği irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kitle fonlaması, İslami finans, alternatif finansman, KKTC

Crowd Funding as an Alternative Financing Tool in TRNC

ABSTRACT

Crowd funding is an alternative financing method of an entrepreneurship or a project with the contribution of large number of people with small amounts. After regulated in US in 2012 as a new concept, it grew up rapidly and global crowd funding volume reached up to 305 billion US dollars in 2018. Crowd funding can become popular easily in countries where there is no regulations and restrictions such as China, also in countries like UK where there is a naive regulation or in countries like US where it is strictly regulated. On the other side, new financing models can be introduced in accordance with the aims of Islamic Law “Maqasid Al Shariah” in the field of Islamic finance practices which is currently restrained by Islamic banking with the help of flexibility provided by crowd funding.

In this context, Turkish Republic of Northern Cyprus, which became an international center for higher education, has reached an important position due its ties with Turkey, EU and UK and availability to qualified human resources. Universities in Cyprus hosts a young population with a high of level education and have an easy access to capital especially from countries with high Muslim population. In this study, how Cyprus positioning herself in crowd funding as a model of Islamic finance with her unique potential in the light of regulations in EU, UK and Turkey is investigated.

Keywords: Crowd funding, Islamic finance, alternative financing, TRNC

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Bankacılık Alanında Hizmet Kalitesi Algısı ve Müşteri Memnuniyet Algısının Ampirik Analizi

Dr. Şükrü UMARBEYLİ

Akdeniz Karpaz Üniversitesi, İşletme Fakültesi
sukru.umarbeyli@akun.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Vecdal GÜNDÜZ

Akdeniz Karpaz Üniversitesi, İşletme Fakültesi
vecdal.gulay@akun.edu.tr

ÖZET

Pandemi sürecinde hizmet sektörlerinde teknoloji odaklı çalışan ve müşterisinin yanında olan, kolaylık sağlayan kurumlar şüphesiz bir adım öne çıkmışlardır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (K.K.T.C.) ekonomisinde hizmet sektöründe öncelikli olarak eğitim ve turizm gelmekte, ardından da bankacılık yer almaktadır. Verilen hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyet algısı arasında boşluk bulunduğu ve nasıl giderileceği yıllardır araştırmalara konu olmuştur. Yaşanılan karantina döneminde ise bu boşluklar arasında oluşan anlaşmazlıkların hizmet kalitesine olan etkileri bir o kadar daha önem kazanmıştır. Bu çalışma, pandemi sürecinde K.K.T.C.’de faaliyet gösteren özel bankalarda hizmet kalitesi algısı ile müşteri memnuniyet algısının ampirik yönden Servqual metodu ile analiz edilip değerlendirilmesini içermektedir.

Anahtar Kelimeler: pandemi, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, bankacılık, KKTC, Servqual metodu

Empirical Analysis of Service Quality Perception and Customer Satisfaction Perception in Banking Sector in TRNC

ABSTRACT

During pandemic period, technology-oriented organizations that work for their customers in the service sectors and provide convenience have undoubtedly stepped forward. In the economy of the Turkish Republic of Northern Cyprus (T.R.N.C.), education and tourism come first, followed by banking sector. For years, there has been a gap between the quality of the service provided and the perception of customer satisfaction and how to eliminate it. In the quarantine period, the effects of disagreements between these gaps on the quality of service have become more important. This study includes analysing and evaluating the perception of service quality and customer satisfaction perception empirically with Servqual method in private banks operating in T.R.N.C. while pandemic period.

Keywords: pandemic, service quality, customer satisfaction, banking, TRNC, Servqual method.

Yeni Maliyet Sistemlerinden Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin Bir Hastanenin KBB Bölümü'nde Uygulaması

Dr. Burçak ÖNDER

Adnan Menderes University

burcak_108@hotmail.com

ORCID NO: 0000-0002-4029-095X

ÖZET

İşletmeler, küresel rekabet, hizmet sektörünün gelişmesi, üretim teknolojisindeki yenilikler, yeni çıkan ürünlerin hızlı bir şekilde demode olması ve üretimin hızlandırılması, rekabette en belirleyici unsurlardan biri olan zaman, kalite ve kontrol sistemlerinin gelişmesiyle birlikte maliyetlerini daha objektif bir şekilde hesaplayabilmeleri ve maliyet dağılımları konusunda daha gerçekçi kararlar alabilmeleri gerektiğini anlamışlardır. Bu sebepten ötürü daha yenilikçi ve işletmelere daha doğru kararlar alılabilecek maliyet sistemleri kullanmak durumunda kalmışlardır. İşletmeler, geleneksel maliyet sistemlerinin yetersizliği ve yukarıda sayılan sebepler neticesiyle yeni maliyet sistemlerine yönelmek durumunda kalmışlardır. İlk önce faaliyet tabanlı maliyetleme sistemine geçiş yapan işletmeler, bu sistemin atıl kapasiteyi hesaba katmamasından ötürü ortaya çıkan kullanılmayan zamanı ve kaynakları hesaba katmadığı için yanlış birim maliyetlerin hesaplanması söz konusu oluyordu. Bu sebeple faaliyet tabanlı maliyetlemenin yerine yine aynı işleyiş sürecine uygun olarak giderlerin faaliyetlere yüklenmesi ve sonrasında tek dağıtım anahtarı olarak kullanılan zaman sebebiyle işletmelerde ortaya çıkan atıl kapasiteyi hesaplayarak birim maliyetlere yüklenmesine engel olmaya başlandı. Bu sebeple birim maliyetlerin daha gerçekçi hesapları ortaya çıktı. Yeni maliyet sistemlerinden biri olan sürece dayalı faaliyet tabanlı maliyetleme, faaliyet tabanlı maliyetlemenin geliştirilmiş hali olarak işletmelerin maliyet hesaplama sistemlerinde yerini almaktadır.

Sürece dayalı faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelere, zaman kavramını hesaba katmaları neticesinde ortaya çıkacak olan birim maliyetlerin gerçekçi bir şekilde hesaplanması fırsatını sunmaktadır. Sürece dayalı faaliyet tabanlı maliyetleme, faaliyetler için harcanan toplam süre ile, işletmede çalışanların tükettikleri toplam süre arasındaki farkı gösterdiğinden kapasite açısından verimliliği artırıcı ve maliyetleri düşürücü bir etki ortaya koymaktadır. Bu çalışmada adı saklı tutulan X sağlık işletmesinin, araştırma alanı olarak KBB bölümünde 2020 yılının hasta sayısı bakımından en yoğun olan Mart ayı seçilmiştir. Araştırmaya konu olan bölümde, çalışan doktorların, hemşirelerin, destek personelinin bir faaliyet için harcadıkları süre çeşitli zamanlarda yapılan gözlemlerden, çalışanlarla birebir yapılan görüşmelerden, gider kalemleri ise, muhasebe ve insan kaynakları departmanlarından sağlanmıştır. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlar hastane işletmesine uygulanan sürece dayalı faaliyet tabanlı maliyetleme yönteminin boş kapasiteyi göstererek maliyet hesaplamalarının daha doğru yapılabileceğini ve kullanılmayan kapasite miktarının kaynak ve zaman ihtiyacı duyulan departman ve polikliniklere aktarılması gerektiğini ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Maliyet Muhasebesi, Maliyet Sistemleri, Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Sağlık İşletmeleri.

Implementation of the Operating Based Operation Costing System with Cost Systems in the ENT Section of a Hospital

ABSTRACT

Enterprises, global competition, the development of the service sector, innovations in production technology, the rapid emergence of new products and the acceleration of production, with the development of time and quality and control systems, which are among the most determining factors in the competition, are more realistic in terms of their cost and distribution of costs. they should be able to make decisions. For this reason, they have to use cost systems that are more innovative and can make better decisions for businesses. As a result of the insufficiency of traditional cost systems and the reasons listed above, businesses have had to turn to new cost systems. Entering the activity-based costing system first, the wrong unit costs were calculated because the system did not take into account the idle capacity

and the unused time and resources. For this reason, instead of activity-based costing, it began to prevent the loading of expenses in accordance with the same operation process and the loading of unit costs by calculating the idle capacity arising in the enterprises due to the time used as the only distribution key. For this reason, unit costs started to be calculated more realistic. Process-based activity-based costing, one of the new cost systems, is an improved version of activity-based costing. Process-based activity-based costing offers companies the opportunity to realistically calculate the unit costs that will arise as a result of taking the concept of time into account. Since process-based activity-based costing shows the difference between the total time spent for the activities and the total time consumed by the employees, it has an effect that increases efficiency and reduces costs in terms of capacity. In this study, the most intense in terms of the number of patients in 2020 in the ENT department of the X healthcare company, whose name is reserved, was selected as the month of March. The time spent by the working doctors, nurses, support staff for an activity in the section that is the subject of the research is provided from the observations made at various times, one-to-one interviews with the employees, and the expense items from the accounting and human resources departments. The results revealed in the study revealed that the process-based activity-based costing method applied to the hospital company can show the empty capacity and make the cost calculations more accurate and the amount of unused capacity should be transferred to the departments and polyclinics that need time and resources.

Keywords: Cost Accounting, Cost Systems, Process Based Activity Based Costing, Healthcare Businesses.

Pandemi Sürecinde K.K.T.C Eğitiminde Girişimci Okul Yöneticileri

Halide KARABEKİR

Akdeniz Karpaz Üniversitesi, SBE
halide.karabekir@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Akdeniz Karpaz Üniversitesi, İşletme Fakültesi
veclal.gulay@akun.edu.tr

ÖZET

COVID-19 Pandemisinin dünyadaki yıkıcı etkisi göz önüne alındığında, böyle bir kriz zamanında, çocukların ve gençlerin eğitim ihtiyaçlarına cevap vermek büyük önem taşımaktadır. Kamu ve özel eğitim kuruluşlarında, eğitim yönetiminin çeşitli kademelerinde yer alan eğitimden sorumlu yöneticileri, eğitim fırsatlarını önemli ölçüde aksatacak bir krize karşı cevap olabilecek; uyarlanabilir, tutarlı, etkili ve eşitlikçi bir eğitim geliştirmek için acil tedbirler almasını gerektirmiştir. Okul yöneticisinin eğitimi çağdaş seviyeye ulaştırabilmesi için girişimci olması ve yeniliklere açık olması gerekir. Bununla birlikte, okul yöneticisinin girişimci ruhu ile öğretmenlere ve öğrencilere liderlik yapması gerekir.

Bu araştırmanın amacı Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki Devlet ilkokullarında yöneticilerin girişimcilik rolünün irdelenmesi ve girişimci yöneticilerin okullarının toplam kalite standartlarını artırılması yönünde tespit ve öneriler yapılmasıdır. Araştırma evreni K.K.T.C.'ndeki köy ve merkezdeki ilkokullarda görev yapan yöneticilerden oluşmaktadır.

Anahtar kelimeler: KKTC, ilkokul eğitimi, korona (covid-19), pandemi

Entrepreneur School Administrators in TRNC Education During Pandemic Period

ABSTRACT

Given the devastating impact of the COVID-19 Pandemic in the world, it is of great importance to respond to the educational needs of children and young people during such a crisis. In public and private educational institutions, the managers responsible for education, who are involved in various levels of education management, may be the answer to a crisis that will significantly disrupt education opportunities; it required urgent measures to develop adaptive, consistent, effective and egalitarian education. In order to bring education to a contemporary level, he must be entrepreneurial and open to innovations for the school principal. However, the manager of the school must lead teachers and students with an entrepreneurial spirit.

The aim of this research is to examine the entrepreneurship role of the administrators in the state primary schools in the Turkish Republic of Northern Cyprus and to make determinations and suggestions to increase the total quality standards of the schools of entrepreneurial administrators. The research universe consists of administrators working in the primary schools in the village and center in T.R.N.C.

Key words: TRNC, primary school education, covid-19 (corona), pandemic.

Youtube'daki Reklamların Genç Kullanıcıların Satın Alması Üzerine Etkisi Ve Tüketici Davranış Hareketleri'nin İncelenmesi

Inst. Doğu KAYIŞKAN

Dokuz Eylül University İzmir Vocational School
dogu.kayiskan@deu.edu.tr

Inst. M. Seçkin ŞALVARLI

Dokuz Eylül University İzmir Vocational School
mustafa.salvarli@deu.edu.tr

ÖZET

Giderek artan bir şekilde tüketiciler, markalı içeriği, birbirine bağlı çoklu sosyal medya platformlarında karmaşık bir sosyal medya ekosistemi yaratarak eş zamanlı olarak yayınlamaktadır. Bununla birlikte, belirli medya bağlamlarının aksine ekosistemde paylaşımı ve paylaşımından etkilenmeyi neyin motive ettiği konusunda çok az şey bilinmektedir. Yapılan bu araştırma, YouTube'da videolar izleyen tüketicilerin, videolar sırasında çıkan reklamlar ile satın alma niyetini etkileyen faktörleri belirlemeyi hedeflemiştir. Hipotezleri test etmek için YouTube'da video izleyen tüketicilere anket uygulanmıştır. Araştırma, 18-25 yaş arasındaki 300 kişi ile gerçekleştirilmiş olup, SPSS programından yararlanılarak anket sonuçları analiz edilmiş ve yorumlanarak sonuç kısmında belirtilmiştir. Ayrıca bu araştırmada Youtube reklamlarının genç tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ankete katılanların bilgisayar ve internet kullanım oranlarının oldukça yüksek olduğu görülmekle beraber, müşteri olarak potansiyellerini her zaman potansiyel olarak arttıran sosyal medya platformlarına erişiminin çok yüksek olduğu açıkça ortaya çıkmıştır. Katılımcılar aynı zamanda geleneksel reklam medyasından giderek daha fazla uzaklaşmakta ve aktif olarak sosyal medya platformlarını araştırmakta ve sosyal medya platformlarından elde edilen bilgileri kullanarak sık alımlar yapmaktadırlar. Çünkü karar vermede yeterli, güvenilir, kullanışlı ve sonuçları daha çabuk alması için yeterlidir. Elde edilen bulgular, pazarlama ve iletişim stratejilerini geliştirirken gençlik pazarını hedef alan pazarlamacılar tarafından düşünülebilir niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Youtube, tüketici davranışları, reklam, satın alma niyeti

The Effect Of Advertisements In Youtube On The Purchase Of Young Users And Investigation Of Consumer Behavior Movements

ABSTRACT

Increasingly, consumers are publishing branded content simultaneously, creating a complex social media ecosystem across multiple interconnected social media platforms. However, little is known about what motivates sharing and influencing sharing in the ecosystem as opposed to specific media contexts. This research aimed at identifying factors affecting consumers' intention to purchase ads that appeared during videos. To test the hypotheses, a survey was conducted on consumers who watched videos on YouTube. The research was carried out with 300 people between the ages of 18-25, using the SPSS program, the results of the survey were analyzed and interpreted and stated in the conclusion. In addition, the effect of Youtube ads on purchasing behaviors of young consumers was investigated in this study. Although it is seen that the rate of computer and internet usage of the respondents is quite high, it is clear that they have very high access to social media platforms that always increase their potential as customers. Participants are also increasingly distancing from traditional advertising media and actively researching social media platforms and making frequent purchases using information from social media platforms. Because it is sufficient to make decisions, reliable, useful and sufficient to get results faster. The findings can be considered by marketers targeting the youth market while developing their marketing and communication strategies.

Keywords: Social media, Youtube, consumer behavior, advertising, purchase intention.

Affect Of Cultural Environment On Entrepreneurial Intention Among Universities Students in Jordan

Ahmed Jawarneh(PhD researcher)
Prof. Mohamed Abdel-Maguid
Dr. Dababrata Chowdhury
University of Suffolk
ahmed.jawarneh@gmail.com

ABSTRACT

The main purpose of the study is to discuss the influence of social and cultural environment on entrepreneurial intentions among universities students in Jordan. Analysis has been done on to what extent the social and cultural environment affecting the entrepreneurial intention among universities students. The study uses a deductive approach which had allowed the researcher to proceed with quantitative research techniques. Moreover, the research strategy used for analyzing the affecting of social and cultural environment on entrepreneurial intentions among universities students in Jordan. questionnaire survey has been used. A close-ended questionnaire was designed on a Likert scale. Both primary and secondary data were used for the study and the gathered data was analyzed SPSS was used by the researcher. The findings from the study revealed the impact of social and cultural environment on entrepreneurial intention among universities students and personal behavior of the students. It has been also identified in the study that the social and cultural environment are related to personality include traits like inspiration, motivation, need for achievement and certain situations. Moreover, the study also stated that the social and cultural environment is also considered important for promoting intentions of entrepreneurship and innovative behavior.

Keywords: Cultural environment, entrepreneurial, intention and Jordan

The Relationship Between Firms' Product Innovation Performance and Uncertainty On Employees Perception: A Field Research at Turkish Automotive Industry

MSc. Erkan DÖNER

Adana Alparslan Türkeş Science & Technology University, Business Faculty
erkndoner@gmail.com.tr

Assoc. Prof. Dr. İ. Efe EFEOĞLU

Adana Alparslan Türkeş Science & Technology University, Business Faculty
e.efeoglu@atu.edu.tr

ABSTRACT

As a result of critical developments such as the Covid-19 pandemic and the economic depression we live in as humanity in the world ecosystem, the VUCA circumstances have occurred. The VUCA acronym was coined by Bennis & Nanus in 1987. The VUCA concept presents a framework that includes volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity. Among these factors, uncertainty has possessed a negative impact on individuals' both physical and mental well-being. Attitudes and behaviors within the uncertainty factor have been actualized by various structures apart from the corporate principles and management plans. Especially under the competitive market conditions, maintaining the long-term plans and strategic objectives of companies can be a challenging issue for employees and leaders. Employees' perception and reaction are a significant factor in coping with uncertain circumstances. In today's competitive market and widespread disruptive innovations, having tolerance to uncertainty will be able to make the continuity of product innovation studies and related market penetration processes more successful, besides having entrepreneurial features. The main success factor in product innovations aimed by companies is to realize efficient and effective innovations rather than maintaining the innovation process solely. Thus, a corporate identity composed of innovative, competitive, and prioritizes customer satisfaction characteristics can be achieved under the industry circumstances and the market conditions. In the research study, the Turkish automotive industry, where competitive market conditions and product innovation are constantly actualizing, is selected. It aims to examine the relationship between employees' intolerance to uncertainty and the company's product innovation performance. As a result of the analysis, a negative correlation was observed between the employees' intolerance to uncertainty and product innovation performance ($r: -.319$). In this regard, it can be said that leaders should be able to increase the motivation and tolerance levels of employees by ensuring trust in the organization and supporting creativity in order to successfully sustain the company's product innovation performances against uncertainty.

Keywords: VUCA, Uncertainty, Product Innovation Performance, Turkish Automotive Industry

Firmaların Ürün İnovasyon Performansı ile Çalışanların Belirsizlik Algısı Arasındaki İlişki: Türk Otomotiv Endüstrisinde Bir Alan Araştırması

ÖZET

Dünya ekosisteminde insanlık olarak yaşadığımız Covid-19 salgını, ekonomik buhranlar gibi kritik gelişmeler sonucunda VUCA ortam koşulları meydana gelmektedir. VUCA kavramı akronim olarak, 1987 yılında Bennis & Nanus tarafından ortaya konmuş ve değişkenlik, belirsizlik, karmaşıklık ve muğlaklık faktörlerini içeren bir çerçeveyi sunmaktadır. Bu faktörler arasında olan belirsizlik, insanların fiziksel ve ruhsal sağlıklarını negatif yönde etkileyen bir özelliğe sahiptir. Belirsizlik içerisinde tutum ve davranışlar prensiplerin ve planların dışında farklı bir yapıda gerçekleşmektedir. Özellikle, rekabetçi piyasa koşullarında, şirketlerin uzun vadeli planları ve stratejik hedefleri belirsizlikler nedeniyle çalışanlar ve liderler tarafından daha zorlu şekilde uygulanabilmektedir. Belirsizlik ortamında, çalışanların algısı ve reaksiyonları belirsizlik ile başa çıkabilmek için önemli bir faktör olmaktadır. Günümüz rekabetçi piyasa ve yaygınlaşan yıkıcı inovasyonlar koşullarında, girişimci özelliklere sahip olmanın yanısıra belirsizliğe karşı tolerans sahibi olmak yapılacak olan ürün inovasyonu çalışmalarının devamlılığını ve ilgili pazar penetrasyon

süreçlerini daha başarılı hale getirebilecektir. Şirketler tarafından hedeflenen ürün inovasyonlarında temel başarı faktörü inovasyonu gerçekleştirmekten ziyade etkin ve verimli inovasyonları gerçekleştirebilmektir. Bu sayede, mevcut endüstri ve pazar koşullarında yenilikçi, rekabetçi ve müşteri tatmini ön planda tutan bir kurum kimliği elde edinilebilecektir. Yürütülen çalışmada, rekabetçi pazar koşulları ve ürün inovasyonun sürekli olarak gerçekleştiği Türk otomotiv endüstrisi seçilmekte olup, çalışanların belirsizliğe karşı toleranssızlık seviyesi ile şirketin ürün inovasyon performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, çalışanların belirsizliğe karşı toleranssızlığı ile ürün inovasyon performansı arasında negatif korelasyon gözlemlenmiştir ($r: -.319$). Bu doğrultuda liderler, belirsizliğe karşı şirketlerin ürün inovasyon performanslarını başarılı şekilde sürdürebilmek için çalışanların motivasyon ve tolerans seviyelerini organizasyonda güveni sağlayarak ve yaratıcılığı destekleyerek yükseltebilmelidirler.

Anahtar Kelimeler: VUCA, Belirsizlik, Ürün İnovasyon Performansı, Türk Otomotiv Endüstrisi.

Sosyal Sermaye, Personel Seçimi ve Yenilikçi Davranış İlişkisinin İncelenmesi

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Bolu Abant İzzet Baysal University
hkaradal@gmail.com

Inst. Ethem MERDAN
Ahi Evran University
ethem.merdan@ahievran.edu.tr

ÖZET

Personel seçimi açısından nitelik sahibi, yetenekli, becerikli, işe kişilik açısından uygun olan bireylerin tercih edilmesinde ve yenilikçi davranış konusunda, bir işletmenin rekabet etmesinde avantaj sağlanabilmesinde, sürekli olarak ürün ve hizmet geliştirilmesinde, örgütün problemlerine fikir ve çözümler üretilmesinde zengin bir bilgi ağının, sosyal ağın ya da iletişim ağının var olması gerekmektedir. Bu ağ yapısının oluşması noktasında sosyal sermaye kendini göstermektedir. Bu çalışma da amaç, sosyal sermayenin personel seçimi ve yenilikçi davranış üzerindeki rolünü araştırmaktır. Çalışmanın kapsamı ve sınırları itibarıyla; Aksaray'daki Süttaş A. Ş. çalışanlarıdır. Veri toplamak amacıyla anket uygulanmış ve 266 kişiden veri toplanabilmektedir. anketten elde edilen veriler çeşitli analizlere (Korelasyon ve Regresyon) tabi tutulmuştur. Söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler SPSS22 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda sosyal sermaye, personel seçimi ve yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Ayrıca sosyal sermayenin personel seçimi ve yenilikçi davranış üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçların literatüre ve araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, Personel Seçimi, Yenilik, Yenilikçi Davranış.

Investigation of Relationship Social Capital, Personnel Selection and Innovative Behavior

ABSTRACT

A rich information network, social network, in the selection of individuals who are qualified in terms of personnel selection, talented, skilled, suitable for work and personality, in terms of innovative behavior, to gain an advantage in competing a business, to constantly develop products and services, to produce ideas and solutions to the problems of the organization. or the communication network must exist. Social capital manifests itself in the formation of this network structure. The aim of this study is to investigate the role of social capital on personnel selection and innovative behavior. In terms of the scope and limits of the study; Süttaş A.Ş. in Aksaray It is working. A questionnaire was applied to collect data and data could be collected from 266 people. The data obtained from the questionnaire were subjected to various analyzes (Correlation and Regression). The relationships between these variables were analyzed with the SPSS22 statistical program. As a result of the study, it was observed that there were positive positive relationships between social capital, personnel selection and innovative behavior. In addition, it has been determined that social capital has an impact on personnel selection and innovative behavior. It is thought that the results obtained will contribute to the literature and researchers.

Keywords: Social Capital, Personnel Selection, Innovative Behavior.

Dil Eğitimi Kapsamında Toplumsal Dilbiliminin Yeri ve Bir Örnekleme

Prof. Dr. H. Esra KARABACAK

Yakın Doğu Üniversitesi
esra.karabacak@neu.edu.tr

ÖZET

Toplumsal dilbilim, dilbilimin bilimsel araştırmalara sıkça konu olan, dili toplum boyutuyla inceleyen inceleme alanını genişleten, dil ve toplum ilişkisinden hareketle, dilin tarihsel gelişimini, kuramlarını, kavramlarını inceleyen bir alt bilimdalı olmuştur. Dil ve toplum birbirine bağlı, biri olmadan diğerinin olması mümkün olmayan içiçe iki kavramdır. Toplumsal dilbilim, dilin boyutlarıyla toplumun boyutlarının bir araya geldiğinde oluşturabildikleri sistemin çeşitli konularını, kavramlarını belirli yöntemlerle ele alıp sonuca varmaya çalışır. Sosyal yapılarda farklı kesimden kişilerin dilleri üzerinde yapılan araştırmalar doğrultusundaki bulgular genel dilbilimindeki ana yapı temel alınarak değerlendirilip ortaya birtakım sonuçlar çıkarılır. Dilin türleri olarak ağız ve lehçeler toplumbilim çalışmalarında önemli rol oynar. İçinde birkaç kültürü barındıran Kıbrıs ağızı da toplumdilbilim çalışmaları için önemli bir inceleme ögesidir. Tarih boyunca toplumun geçirdiği dönemler tabii olarak dile yansımaktadır. Bu durum da toplumsal bir sınıfın durumlarını ve bireylerini, amaçlarını olduğu kadar, her topluluğa kendi dil özelliğini veren önemli ve büyük etkileşim alanını da belirtir. Toplumsal dilbilim kapsamında toplumlar içindeki dilsel davranışların ne tür toplumsal yapılar tarafından kontrol edildiğini, işlevlerini ve bunların kullananların nitelikleri üzerinde durur. Çalışmalarda özellikle bir dilin ağız ve lehçeleri, konuşma dili, yazı dili ana malzemelerdir. Toplumsal dilbilimin kuramlarının ve kavramlarının şekillenmesi ağızlar ve lehçelerdeki şekillenmeler sonucunda oluşur. Kıbrıs ağızı Türkçe için bu konuda küçük ama kapsamı bakımından bir o kadar da büyük bir inceleme alanı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kıbrıs ağızı, Toplumsal dilbilim, lehçe, dilbilim, konuşma ve yazı dili.

Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi Çalışanlarının Duygularını İfade Etmelerinin Psikolojik Sağlamlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları ile İlişkisi

Candan ÇAKAR
Beykent University
candancakar@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Süleyman KAHRAMAN
Beykent University
suleymankahraman@beykent.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, özel eğitim ve rehabilitasyon merkezi çalışanlarının duygularını ifade etmelerinin (olumlu duygu, olumsuz duygu ve yakınlık) psikolojik sağlamlık ve kişilerarası ilişki tarzları (besleyici ve ketleyici tarz) ile ilişkisini incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı ise bu değişkenlerin katılımcıların gelir düzeyleri, mesleki deneyimleri, cinsiyetleri gibi demografik bilgileriyle ilişkisini araştırmaktır. Çalışma grubunu, Türkiye'nin çeşitli illerinden, özel eğitim ve rehabilitasyon merkezinde görev alan psikolog/rehber öğretmen, uzman öğretici, fizyoterapist, çocuk gelişimi uzmanı, dil konuşma terapisti toplam 267 (203 kadın, 64 erkek) katılımcı oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak Demografik Bilgi Formu, Duyguları İfade Ölçeği, Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği ve Kişilerarası İlişkiler Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma ilişkisel tarama yöntemine dayalı olmakla birlikte verilerin analizi SPSS paket programıyla yapılmıştır. Verilerin analizinde bağımsız örneklem T Testi, Pearson korelasyon testi, Mann Whitney U, Kruskal Wallis, ANOVA ve Post hoc kullanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde, özel eğitim çalışanlarının Duyguları İfade Etme Ölçeği ile Kişilerarası İlişkiler Ölçeği puanları arasında düşük düzeyde pozitif anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği ile DİÖ Yakınlık alt ölçeği puanları arasında düşük pozitif anlamlı, DİÖ Olumsuz Duygu İfade alt ölçeği puanları ile düşük negatif anlamlı, KİÖ Ketleyici Tarz alt ölçeği puanları ile düşük pozitif anlamlı ve KİÖ Besleyici Tarz ölçeği puanları arasında düşük negatif anlamlı ilişki bulunmaktadır. DİÖ Olumsuz Duygu İfade alt ölçeği ile KİÖ Besleyici Tarz alt ölçeği puanları arasında düşük düzeyde pozitif anlamlı ilişki vardır. KİÖ Ketleyici Tarz alt ölçeği ile DİÖ Yakınlık alt ölçeği puanları orta düzey pozitif ve DİÖ Olumlu Duygu İfade alt ölçeği puanları arasında düşük pozitif anlamlı ilişki bulunmaktadır. Elde edilen bulgular literatür çerçevesinde tartışılmış ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duyguları ifade etme, kişilerarası ilişki tarz, psikolojik sağlamlık, özel eğitim

The Relationship Between Emotional Expression, Psychological Resilience and Interpersonal Relationship Style in Special Education Workers

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationship between emotional expression, psychological resilience and interpersonal relationship style in special education workers. Another aim of this study is to examine the differences between these scales' scores according to income level, gender, professional experiences. Participants were 267 special education workers who were psychologists, counselors, child development specialists, physiotherapists, audiologists, and special education teachers from different cities. Socio-demographic data form, emotional expression scale, short psychological resilience scale, and interpersonal relationship scale were used as data collection tools. Independent Sample T-test, Kruskal-Wallis, Mann-Whitney U Test, Pearson Correlation and ANOVA and Post hoc analysis were used to evaluate the data through SPSS version statistical program. The study results showed that there was significant relationship between emotional expression and psychological resilience, emotional expression and interpersonal relationship style. Findings were discussed in literature review framework and some suggestions were given.

Keywords: Emotional expression, interpersonal relationship style, psychological resilience, special education.

İnstagramda Pazarlama Stratejileri Ve Uygulamalarına Yönelik Bir İrdeleme

Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ

Beykent University, FEAS

bakideniz@beykent.edu.tr

ÖZET

Instagram halen 1 milyar kullanıcı sayısı ile en popüler sosyal mecralar sıralamasında dünyada 3. sırada yer almaktadır. Kullanıcı sayısı açısından Amerika Birleşik Devletleri 120 milyon kullanıcı ile dünyada 1.sırada, Türkiye ise, 38 milyon kullanıcı sayısı ile 6.sıradadır. Instagram kullanım oranları incelendiğinde ise, Türkiye, İsveç’le birlikte yüzde 58’lik oran ile dünyada birinci sırada yer alırken, dünya ortalaması ise yüzde 15’dir. 2015 Mart ayına kadar etiketleme, yorum ve beğenme fonksiyonlarıyla ürün ve veya hizmet tanıtımı ve pazarlamasını yapan işletmeler, bu tarihten sonra Instagram üzerinden “sponsorlu reklam” adı altında ücretli tanıtım faaliyetleri yapmaya başlamışlardır. Instagram markalara, müşterileriyle anlamlı bir görsel iletişim kurabilmeleri için benzersiz bir fırsat sunmaktadır.. Halen 18-29 yaş grubunun %53’ü, 30-49 yaş grubunun %25’i, 50-64 yaş grubunun %11’i, 65 yaş üstü bireylerin ise %6’sı Instagram kullanılmaktadır. Instagram’daki markalar, toplam takipçilerinin %3 – %6’sıyla düzenli etkileşime girmektedirler. Facebook ve Twitter gibi diğer sosyal ağlarda ise bu oran yalnızca %0,1 dir. Instagram kullanıcılarının %70’i markaları Instagram üzerinden de incelerken, inceleme yapanların %62’si incelediği markaların Instagram profillerini de takip etmektedir. Instagram’da kullanılan hashtagların/etiketlerin %70’i markalara aittir. Instagram’da yayınlanan fotoğraflar videolara göre %36 daha fazla etkileşim yaratmaktadır. Instagramda pazarlama stratejileri kapsamında yapılması gerekenlerin başında instagram profili düzenlemek gelmektedir. Sosyal ağlar birbiriyle etkileşim halinde bulundurularak tüm hesaplar birbirine bağlanmalı ve böylece site trafiğinde artış sağlanmalıdır. Instagramda pazarlamada özgün ve etkileyici bir yazı da, en az görseller kadar etkili olmaktadır. Instagramın vazgeçilmez unsuru olan hashtag/etiket kullanımı, birçok kullanıcıya erişimde bire-bir yardımcı olmaktadır. Yapılan tüm paylaşımlarda en önemli unsur ise firmanın tanıtım faaliyetlerinde özgün olmasıdır. Ayrıca yaratıcılığını ortaya koyan bir firma daha çok ziyaretçi toplayabilmektedir. Instagram günümüzde, tüm sosyal ağlar arasında önemli bir konuma yükselmiş ve işletmeler açısından instagramda pazarlama gerek tanıtım-tutundurma faaliyetlerini yaygınlaştırma, gerek satış ve pazar payını artırma ve böylece rekabet avantajlarını güçlendirme açısından, mutlaka yer alınması gereken bir sosyal medya platformu haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Instagramda Pazarlama, Sosyal Medya

An Investigation on the Marketing Strategies and Applications in Instagram

ABSTRACT

Instagram still ranks 3rd in the World in the most popular social media list with 1 billion users. In terms of number of users, the United States ranks first in the world with 120 million users. while Turkey is ranked 6th by 38 million users. When rates are analyzed using Instagram, Turkey, together with İsveç, rate of 58 percent, in first place in the world, while the world average is 15 percent. Until March 2015, businesses promoting and marketing products and or services with labeling, commenting and liking functions started to perform paid promotional activities under the name of "sponsored advertisement" on Instagram after this date. Instagram provides a unique opportunity for brands to establish meaningful visual communication with their customers. Currently, 53% of 18-29 age group, 25% of 30-49 age group, 11% of 50-64 age group, and 6% of individuals over 65 are using Instagram. Brands on Instagram interact regularly with 3% to 6% of their total followers. In other social networks such as Facebook and Twitter, this rate is only 0.1%. While 70% of Instagram users review the brands through Instagram, 62% of the followers follow the Instagram profiles of the brands they review. 70% of the hashtags / tags used in Instagram belong to the brands. 70% of the hashtags / tags used in Instagram belong to the brands. Photos posted on Instagram create 36% more interaction than videos. Editing the instagram profile is one of the things to be done within the scope of marketing strategies in Instagram. By interacting with social networks, all accounts should be linked together, thereby increasing site traffic. An original and impressive post on marketing of Instagram is just as effective as visuals. The hashtag / tag usage, which is an indispensable element of Instagram, helps one-to-one access to many users. The most important factor in all shares is that the company is unique in its promotional activities. In addition, a company that demonstrates its

creativity is able to gather more visitors. Today, Instagram has risen to an important position among all social networks, and in terms of businesses, marketing has become a social media platform that must be included in terms of marketing, promotion activities, increasing sales and market share and thus strengthening competitive advantages.

Keywords: Instagram, Marketing in Instagram, Social Media

Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisinde Yenileşimci Örgüt İkliminin Rolü Üzerine Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Özlem ATAN

Halic University
ozlematan@halic.edu.tr

Dr. Akın TUNÇER

Halic University, SBE
akintuncer@ogr.halic.edu.tr

ÖZET

Günümüz bilgi çağında işletmeler sahip oldukları entelektüel sermayeleri ile performanslarını arttırarak önemli ölçüde rekabet avantajı sağlama şansına sahiptirler. Aynı zamanda çalışanlarının bilgilerini ve yaratıcılıklarını kullanarak gerçekleştirdikleri yenileşim çalışmalarını örgüt kültürü haline dönüştürerek üretimden pazarlamaya kadar tüm süreçlerde iyileşme ve gelişme sağlayabileceklerdir. Bu çalışmada, entelektüel sermayenin işletme performansına etkisi ile bu ilişkide yenileşimci örgüt ikliminin aracı ve düzenleyici rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma verileri anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma anketini, İstanbul Sanayi Odası (İSO)'na kayıtlı 1000 işletmeden 405 işletmenin yöneticisi cevaplandırmıştır. Veri analizinde IBM SPSS 24 ve AMOS istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Araştırma modelinin hipotezlerinin test edilmesinde bütünsel bir yaklaşım sunan yapısal eşitlik modeli (AMOS)'dan faydalanılmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre; entelektüel sermayenin insan sermayesi unsuru, işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir. Yapısal sermaye unsuru ise işletmenin finansal performansını pozitif yönde, yenileşimi destekleyen örgüt iklimini ise negatif yönde etkilemektedir. Entelektüel sermayenin işletme performansına etkisinde yenileşimi destekleyen örgüt ikliminin düzenleyici ve yenileşime kaynak ayıran örgüt ikliminin ise kısmi aracı etkileri bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Entelektüel Sermaye, Yenileşimci Örgüt İklimi, İşletme Performansı.

A Research on the Role of Innovative Organizational Climate in The Impact of Intellectual Capital On Business Performance

ABSTRACT

In today's information age, enterprises have the chance to gain a significant competitive advantage by increasing their performance with their intellectual capital. At the same time, they will be able to achieve improvement and development in all processes by transforming innovation efforts of their employees using their knowledge and creativity from production to marketing into an organizational culture. In this study, it is aimed to investigate the effect of intellectual capital on business performance and the mediator and moderator role of organizational climate that supports innovation in this relationship. Research data was obtained using the survey method. 405 enterprises from 1000 enterprises registered to Istanbul Chamber of Industry (ICI) answered the research questionnaire. IBM SPSS 24 and AMOS statistical software was used for data analysis. Structural equation model (AMOS), which provides a holistic approach in testing the hypotheses of the research model, was used. According to the findings obtained as a result of the research; the human capital element of intellectual capital positively affects the operating performance. The structural capital factor affects the financial performance of the company positively and the organizational climate that supports innovation negatively. The organizational climate that supports innovation has moderating effects and the organizational climate that allocates resources for innovation has partial mediating effects in the impact of intellectual capital on business performance.

Keywords: Intellectual Capital, Innovative Organizational Climate, Business Performance.

Suriyeli Göçmenlere Yönelik Algıların Kimliksel Tercihler ve Coğrafi Sartlar Işığında Değerlendirilmesi

Asst. Prof. Dr. Efe TOKDEMİR

Bilkent University, International Relations
efe.tokdemir@bilkent.edu.tr

ÖZET

Arap Baharı sonrasında Orta Doğu’da gözlemlenen bölgesel istikrarsızlaşma bölge ülkelerini somut iki açıdan ciddi anlamda tehdit etmektedir: 1) Devlet dışı silahlı aktörlerin ve terör örgütlerinin varlığının ve bölgedeki rolünün artması, 2) ülkeler arası plansız ve kontrolsüz insani hareketliliğin hız kazanması. Ancak ikinci tehdit ilk tehdidin de uzun vadede kalıcı olması yönünde kritik önemi haizdir zira birçok çalışma ortaya koymaktadır ki göçmenler gittikleri ülkelerde güvenlik ve ekonomik istikrarsızlık kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Ancak göçmenlere karşı takınılan tavır ve tutumlar ne yekpare olumsuzdur ne de olumsuz bakışların kaynağı taktır. Bu çalışmada kimliksel ve coğrafi faktörlerin göçmenlerden tehdit algısını nasıl etkilediği ve göçmenlerin entegrasyonu ile ilgili düşünceleri nasıl şekillendireceğine odaklanılmaktadır. Türkiye’de 1300 kişiyle İstanbul, Gaziantep ve Diyarbakır’da yapılan anket çalışması ve istatistiki analizler sonucunda ortaya çıkan bulgular göstermektedir ki mikro (etnik) kimlikler göçmenlerden tehdit algısını farklılaştırmamakta, ancak göçmenlerin entegrasyonuna desteği etkilemektedir. Buna ilaveten, göçmenlerin yerleştiği coğrafya yerel halkın göçmenlere donuk tehdit algılarını ve göçmenlerin entegrasyon politikalarına verilen desteğini şekillendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Suriyeli göçmenler, Kimlik, Tehdit algısı, Entegrasyon desteği

The Role of Identity and Geo-Context in Assessing the Attitudes towards Syrian Immigrants in Turkey

ABSTRACT

Instability in the Middle East following the Arab Spring threatens the region in two ways: 1) an increase in the number and impact of non-state armed actors and terror groups in the region, 2) an increase in the unplanned and uncontrolled flow of individual between states. Yet, the latter also influences the former, as many studies demonstrate that immigrants are considered as the source of economic instability and political unrest in the arrival country. However, unlike the conventional wisdom, neither all citizens of the arrival state express negative attitudes towards the immigrants, nor the sources of negative attitudes are homogenous. In this study, by collecting an original survey data in Istanbul, Gaziantep and Diyarbakir with around 1,300 Turkish citizens, I examine the role of identity and geography in shaping attitudes towards the Syrian immigrants in Turkey. The preliminary statistical findings reveal that ethnic identities do not constitute a significant predictor of attitudes towards the immigrants, yet they do when it comes to support for further integration of them into the country. Moreover, the city where the immigrants arrive is a significant indicator in predicting the average threat perception of the citizens, and their support for integration.

Keywords: Syrian immigrants, Identity, Threat perceptions, Support for integration

Indian Women in Text And Context: An Introspection Of "Tara" By Mahesh Dattani

Dr. Mostafizur Molla

Research Scholar
Tilka Manjhi Bhagalpur University
Bhagalpur, Bihar
email: mm60807@gmail.com

ABSTRACT

The fair and second sex, since time immemorial, becomes an important topic for discussion. Their equilateral position in the society had been recognized as birth right during ancient civilization. Now, it has transformed into a matter of consideration on the part of the patriarchy. This article delves into past, present and future to sort out the panacea of the deplorable and degenerative human society in the light of text and context (via literature and reality). History proved that a fair and equatorial society had been existed before the decadence started during the later Vedic period where man and woman were treated alike the opposite side of the same human. The depreciated of one part surely devalued the other. Suffragette or fight for getting suffrage right was the first such feminist movement and which had been achieved successfully during the next wave. Many rights of the women were achieved through struggles and movements which the women had been deprived on their counterpart. And in this era fourth and fifth wave of feminism, cent percent equilateral and equatorial status of women in society is to be established. Law is there, but the crime against women is on the rise. Acid attack and burned after rape become a common phenomena apart from domestic and other violence against women. Great playwright and author, Mahesh Dattani in his celebrated dramatic work "Tara" presented a subtle insight in the process of socialisation and has found gender discrimination on the root level. This article introspects the miseries and maladies of the society in terms of gender roles and gender discrimination.

Keywords: Equilateral, patriarchy, degenerative, suffragette, burned after rape, gender discrimination, and panacea

Mısır Sinemasında İlk Türk: Vedat Örfi Bengü

Aya YOUSSEF

Selçuk University, Social Sciences Institute, Radio Television and Cinema Department
aya50.ag@gmail.com / aya.youssef@selcuk.edu.tr

ÖZET

Mısır ve Türkiye arasındaki tarihi ilişkiler yüzyıllar önce başlamıştır. 1895 yılında sinematografi ortaya çıktıktan sonra bu ilişkiler boyut değiştirmiş ve yıllar sonra yeni bir aşamaya geçmiştir. 1926 yılında Türk sanatçı Vedat Örfi Bengü Mısır'a gelmiş ve Mısır sinemasının başlangıcında etkili bir rol oynamıştır. Bir Avrupa şirketi tarafından peygamber Muhammed'in hayatındaki öyküyü sunmak için yapılacak bir filmi çekmeyi planlanmıştır. Bu yüzden peygamber Muhammed'in karakterini canlandıracak aktörü seçmek için Vedat Örfi, Mısırlı aktör Yusuf Vehbi'yi aday göstermiştir. Ancak bu filme ve yapımcılarına karşı din adamları tarafından yazılan eleştiriler yayınlanmaya başlamıştır. Bu nedenle tüm peygamberlerin herhangi bir sanat eserinde somutlaşmasını yasaklamak için bir fetva çıkarılmış ve bu film iptal edilmiştir. Bu olaydan sonra Vedat Örfi Mısır'da birkaç film yapmış, bazıları başarılı olmuşken diğerleri başarılı olmamıştır. Örfi Mısır sinemasında çalışırken karşılaştığı birçok sorundan dolayı onun Mısır'daki yolculuğu, macerayla dolu bir yolculuk olarak tanımlanmıştır. Artık Örfi, Mısır'dan gittikten sonra film yapımına devam etmek için Türkiye'ye geri dönmüştür.

Anahtar Kelimeler: Mısır Sineması, Film Yapımı, Sinema Öncüleri, Eleştiriler.

The First Turkish Man In The Egyptian Cinema: Vedat Örfi Bengü

ABSTRACT

The historical relations between Egypt and Turkey began centuries ago. After the emergence of cinematography in 1895, these relationships grew and years later moved to a new phase. Turkish artist Vedat Örfi Bengü came to Egypt and played an influential role at the beginning of Egyptian cinema in 1926. There was a European company which planned to fund a project that would present the story of prophet Muhammed's life in a movie. Therefore, Vedat Örfi nominated the Egyptian actor Yusuf Vehbi to play the character of prophet Muhammed in the movie. However, the criticism articles that were written by the clerics against that movie and its producers started to be published. That's why a religious fatwa was issued to prohibit the embodiment of all prophets in any work of art and then that movie was cancelled. After that, Vedat Örfi started to make movies in Egypt. Some of them were successful but the others were not. Vedat Örfi's journey in Egyptian cinema was defined as a journey that was full of adventures because there were problems that faced him while making these movies in Egypt at that time. After leaving Egypt, Vedat Örfi returned to Turkey to continue his work in filmmaking.

Keywords: Egyptian Cinema, Film Making, Cinema Pioneers, Criticisms.

Yeni Veriler Işığında Anazarbos Antik Kenti

Asst. Prof. Dr. F. Fatih GÜLŞEN

Çukurova University, Faculty Of Science And Literature
fatihgulshen@gmail.com

ÖZET

Kilikya Eyaletinin doğu sınırında bulunan Anazarbos antik kenti, Adana'nın 70 km. kuzeydoğusunda, Kozan'a 27 km. uzaklıktaki Dilekkaya köyü sınırları içinde yer alır. Antik dünyanın en önemli kentlerinden biri olan Anazarbos doğuda Kastabala, Flaviapolis, batıda Karaisalı ve Pozantı, güneyde Misis ve Adana ile kuzey de Kommuna, Kayseri ve Kapadokya'ya bağlanan önemli bir yol ağı üzerinde bulunmaktadır. Kentte 2013-2020 yılları arasında sürdürülen arkeolojik kazılar ve yüzey araştırmaları neticesinde tespit edilen yeni arkeolojik kalıntılardan Anazarbos ve çevresinin tarihi hakkında bilgi sahibi olmaktadır.

Şehir İ.S. 198 ve 203 yıllarında "neokoros", 204 yılında metropolis, İ.S. 249 ve 251 yılları arasında üçüncü kez "neokoros" ünvanı alarak onurlandırılmış ve festivaller, spor oyunları düzenleme yetkisi kazanmıştır. Kentte ki en önemli yapılar arasında Anıtsal Güney Kapı, kuzey güney doğrultulu sütunlu cadde, tuğlalı hamamlar, tiyatro, gladyatör dövüşleri için amphitiyatro, stadium, tapınaklar, konutlar, su kemerleri, sarnıçlar, nymphaeum, akropol, nekropoller, meclis binası, kiliseler, sur duvarları gibi önemli yapılar bulunmaktadır.

Anazarbos'un ekonomik, politik, nüfus, askeri ve ticari başarılar kaydetmesi neticesinde Kilikya Secunda'nın başkenti olmuştur. 1375 yılında kente hakim olan Memlükler'den sonra tarih sahnesindeki önemini kaybeden kent salgın hastalıklar, depremler ve doğal nedenlerden dolayı tamamen terk edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Anazarbos, Kilikya, Roma İmparatorluğu, metropol, neokoros

Anazarbos Ancient City in the Light of New Data

ABSTRACT

The ancient city of Anazarbos, located on the eastern border of Cilicia Province, is 70 km from Adana. northeast, 27 km from Kozan. It is located within the borders of Dilekkaya village. One of the most important cities of the ancient world, Anazarbos is located on an important road network connecting Kastabala, Flaviapolis in the east, Karaisalı and Pozantı in the west, Misis and Adana in the south, and Kommuna in the north, Kayseri and Cappadocia. We have information about the history of Anazarbos and its surroundings, one of the new archaeological remains discovered as a result of archaeological excavations and surveys carried out in the city between 2013-2020.

City İ.S. "Neokoros" in 198 and 203, metropolis in 204, İ.S. Between 249 and 251, it was honored for the third time with the title of "neokoros" and gained the authority to organize festivals and sports games. Among the most important structures in the city, the Monumental South Gate, the colonnaded street in the north-south direction, brick baths, theater, amphitheater for gladiator fights, stadium, temples, residences, aqueducts, cisterns, nymphaeum, acropolis, necropolis, council building, churches, city walls. There are important structures such as.

It became the capital of Kilikya Secunda as Anazarbos achieved economic, political, population, military and commercial success. After the Mamluks, who ruled the city in 1375, the city, which lost its importance in the history scene, was completely abandoned due to epidemics, earthquakes and natural causes.

Keywords: Anazarbos, Cilicia, Roman Empire, metropolis, neokoros

Anazarbos Antik Kenti Tethys Mozaïği

Asst. Prof. Dr. F. Fatih GÜLŞEN

Çukurova University, Faculty Of Science And Literature
fatihgulshen@gmail.com

ÖZET

Kilikya Eyaleti'nin en önemli kentlerinden biri olan Anazarbos antik kenti, Adana'nın 70 km. kuzeydoğusunda ve Kozan İlçesi, Dilekkaya Köyü sınırları içerisinde, yaklaşık 400 hektar alan üzerine kurulmuştur. Anazarbos'un Geç Hellenistik Dönem ile MS 14. Yüzyıl arasındaki tarihi hakkında bilgilerimiz bulunmaktadır. Kent, Roma Dönemi'nde MS 3. yüzyılda birçok askeri ayrıcalık elde ederek "Metropolis" unvanı ve MS. 408'de Kilikya Secunda'nın(Ovalık Kilikya'nın) başkentliğine yükseltilmiştir.

Kentin batısında villalara ait havuzlardan birinin tabanını süsleyen mozaik üzerinde Tethys ve deniz canlıları konusu betimlenmiştir. 3.30 x 2.32 m. ölçülerdeki dikdörtgen planlı havuzun maalesef tahribata uğramasından dolayı tam yüksekliği bilinmemektedir. Mozağin ortasında dikdörtgen planlı figürlü bir emblemanın dışında iç içe geçmiş geometrik şekilli bordürler bulunur. Figürler ve geometrik motifler kırmızı, yeşil, mavi, beyaz, kahverengi, pembe, siyah ve sarı renkli 0.8 ila 1.3 cm. boyutlarında taş ve cam tesseralardan oluşmaktadır. Bordürler ve bu metopların içlerinde baklava dilimleri, daire motifleri, gamalı haçlar ve dama motifleri bulunmaktadır. Mozağin orta bölümündeki dalga motifli bordür kuşağının içinde deniz tanrıçası Tethys, solunda deniz ejderhası Ketos, sağında gemi dümeni ve iki yanda olta ile balık avlayan eroslar ve çeşitli balık figürleri işlenmiştir.

Üç boyutlu figürler, geometrik süsleme örgeleri, mitolojik konu anlatımı ile Kilikya Bölgesi mozaik sanatı ve antik dünya yaşamı hakkında çok önemli bilgiler veren bu mozaik 2016 yılından beridir Adana Arkeoloji Müzesinde sergilenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kilikya, Anazarbos, Tethys, mozaik

Anazarbos Ancient City Tethys Mosaic

ABSTRACT

Anazarbos ancient city, one of the most important cities of Cilicia Province, is 70 km from Adana. It was established on an area of approximately 400 hectares in the northeast and within the borders of Dilekkaya Village in Kozan District. We have information about the history of Anazarbos between the Late Hellenistic Period and the 14th century AD. The city gained many military privileges in the 3rd century AD in the Roman Period and became the title of "Metropolis" and AD In 408, it was promoted to the capital of Kilikya Secunda.

Tethys and sea creatures are depicted on the mosaic adorning the bottom of one of the villas pools in the west of the city. 3.30 x 2.32 m. Due to the destruction of the rectangular pool with dimensions, the exact height is unknown. Apart from a rectangular figured emblema in the middle of the mosaic, there are intertwined geometrical borders. Figures and geometric motifs are 0.8 to 1.3 cm in red, green, blue, white, brown, pink, black and yellow. It consists of stone and glass tesserae. There are baklava slices, circle motifs, swastikas and checker motifs inside the borders and these metopes. Tethys, the goddess of the sea, the sea dragon Ketos on the left, the ship's rudder on the right and the fishing and cupros on both sides and various fish figures were engraved in the wave-bordered belt in the middle part of the mosaic.

This mosaic, which provides very important information about three-dimensional figures, geometrical ornamentation patterns, mythological subject expression and the art of Cilician Region and the life of the ancient world, has been exhibited in Adana Archeology Museum since 2016.

Keywords: Cilicia, Anazarbos, Tethys, mosaic.

Hızlanan Teknoloji: Geleceğin İşletmeleri

Asst. Prof. Dr. Bilal Zafer BERİKOL

Çukurova University

zberikol@cu.edu.tr

ÖZET

Moore yasası: “Her 18 ya da 24 ayda bir bilgisayar işlem gücünün ikiye katlanmaktadır” demektedir. Yetmişli yıllarda ortaya atılan bu tezin haklılığı günümüzde daha iyi anlaşılmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri katlanarak gelişirken diğer alanlardaki gelişmelerin kademeli olduğu görülmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu hızlı gelişmelerin insanların iş ve ev yaşamına büyük etkilerinin olacağı görülmektedir. Bu etkiler bazı işkolları ve mesleklerin yok olmasına, bazı yeni işkolu ve mesleklerin ortaya çıkmasına yol açacak ve buna bağlı olarak bu alanlarda belli bazı nitelik ve becerileri kazanmış elemanlara ihtiyaç duyulacaktır.

Ayrıca mevcut işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerini gerçekleştirebilecek teknolojik firmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla hızlı büyümenin gelecekte neler getirebileceğinin kavranmasının gerekliliği, gelişimin tüm sektörleri etkileyeceği görülmektedir. Bu noktada işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerini yönetip yönlendirebilecek iş ve işlem süreçlerine katkıda bulunacak ve mümkünse teknoloji geliştirebilecek işletmelerin var olması, bu tür firmaların teşvik edilmesi ve desteklenmesinin önemini konusunda bir farkındalık oluşturulması üzerine bir çalışmadır.

Bu çalışmada; araştırma, tarama, değerlendirme yöntemlerinden faydalanılarak, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak teknoloji yoğun işler yapabilecek elemanların yetişmesi ve mevcut işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerini yönetip yönlendirebilecek iş ve işlem süreçlerine katkıda bulunacak ve mümkünse teknoloji geliştirebilecek işletmelerin kurulmasının teşvik edilmesi ve var olanların desteklenmesinin önemi ve işgücü altyapısının oluşturulması yönünde öneriler ve bir farkındalık oluşturulmaya çalışılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: bilgi ve iletişim teknolojileri, moore yasası, dijital dönüşüm

Accelerating Technology: Companies of the Future

ABSTRACT

Moore's law says: "every 18 or 24 months the computing power is doubled." The merit of this thesis, which was put forward in the seventies, is better understood today. While information and communication technologies are evolving exponentially, it is seen that developments in other areas are gradual. It is seen that these rapid developments in information and communication technologies will have a great impact on people's work and home lives. These effects will lead to the extinction of some workplaces and professions, the emergence of some new workplaces and professions, and accordingly, employees who have acquired certain qualifications and skills in these areas will be needed.

It is also thought that there is a need for technological firms that can carry out the digital transformation processes of existing businesses. Therefore, it is necessary to understand what rapid growth can bring in the future, and it is seen that development will affect all sectors. It is a study on creating an awareness of the importance of promoting and supporting such companies and the existence of enterprises that can contribute to business and transaction processes that can manage and direct the digital transformation processes of enterprises and if possible, develop technology.

In this study; the importance of promoting and supporting the establishment of enterprises that will be able to contribute to the business and process processes that can manage and direct the digital transformation processes of existing businesses and develop technology, if possible, by making use of research, scanning and evaluation methods, depending on the developments in information and communication technologies. It is aimed to create suggestions and to raise awareness for the establishment of the infrastructure.

Keywords: information and communication technologies, moore law, digital transformation.

Veri Madenciliği-Veri Bilimi-Yapay Zekâ Bağlamında Muhasebecilik Mesleği

Asst. Prof. Dr. Bilal Zafer BERİKOL

Çukurova University

zberikol@cu.edu.tr

ÖZET

Intel'in kurucularından Gordon Moore'un 1965'te yaptığı gözlemler ve öngörülerine dayanarak: "Entegre devrelerdeki transistör sayısı, her geçen yılda katlanmaktadır görüşünü 1975 yılında değiştirerek katlanma süresini 2 yıl olarak önermiştir. Intel ve popüler medyada bu süre 18-24 ay olarak verilmektedir. Moore yasası bize her 18 ya da 24 ayda bir bilgisayar işlem gücünün ikiye katlandığını söylemektedir. Bu hızlı büyümenin gelecekte neler getirebileceğinin kavranmasının gerekliliği çok açıktır. Bu gelişmenin tüm işkollarını etkileyeceği açıktır bu iş kollarından biri olan muhasebe ve muhasebecilik mesleğinin ve bu işi yürütenlerin etkileneceği de açıktır. Gelecekte muhasebe, denetim, vergi vb. alanlarda çalışanların sadece mali tablolara, muhasebe, vergi, denetimle ilgili alana özgü bilgilere sahip olmaları yanı sıra veri üzerinden bilim üreten yani veri bilimi (data science) bilen, yapılan işin nasıl daha verimli yapılabileceği konusunda yeni algoritmalar geliştirebilen ya da mevcut algoritmaları iyileştirebilen elemanlara ihtiyaç olacaktır.

Veri biliminde hangi algoritmanın kullanılacağından çok nasıl uygulanacağı önemlidir. Veri bilimine hakim olan kişiler hem sahadaki problemleri hem de bunların çözümü için algoritmaları bilir. Bunun için 3 temel kavrama hakim olunması gerekmektedir. Saha bilgisi yani çalıştığı işkolu ile ilgili kavramlara hakim olmak, istatistik bilgisi ve bilgisayar bilimleri yani kodlama biliyor olmak şeklinde sıralanabilir. Merkezinde veri madenciliği yatan veri bilimi merkezinde makine öğrenmesi yatan yapay zekâ ile kesişir ve oluşturulacak algoritmalarla insan gücü ile uzun sürmesine rağmen oluşacak hataları da bünyesinde barındıracak iş süreçleri sıfır hata ile daha kısa sürede gerçekleştirilebilecek ve sonraki iş süreçlerinde bu durumun daha da geliştirilebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada; araştırma, tarama, değerlendirme yöntemlerinden faydalanılarak, yakın gelecekte muhasebe, denetim, vergi vb. alanlarda çalışan/çalışacak olan kişilerde olması beklenen bazı temel özellikler incelenmiş ve gelecekte yapılacak çalışmalara temel olması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Veri madenciliği, veri bilimi, makine öğrenmesi, yapay zekâ

Data Mining-Data Science-Artificial Intelligence in the Context of Accountancy Profession

ABSTRACT

Based on the observations and predictions made by Intel's co-founder Gordon Moore in 1965: "The number of transistors in integrated circuits is increasing every year, changing its view in 1975 and suggesting the folding time as 2 years. This period is 18-24 months for Intel and popular media. Moore's law tells us that every 18 or 24 months, computing power has doubled. It is clear that it is necessary to understand what this rapid growth can bring in the future. It is clear that this development will affect all business lines, and it is clear that the accounting and accountancy profession, which is one of these lines of business, and those who carry out this business will be affected. Accounting, auditing, tax etc. in the future. In addition to the fact that those working in the fields only have financial statements, accounting-specific information about accounting, tax, and auditing, there will be a need for employees who produce science over data, that is, knowing data science, can develop new algorithms for how to do the work more efficiently or improve existing algorithms.

It is important how to apply which algorithm to use in data science. People who master data science know both the problems in the field and the algorithms for their solution. For this, 3 basic concepts must be mastered. Field knowledge, that is, to be able to master the concepts related to the field of work, statistics information and computer science, that is, knowing coding. In the data science center whose data mining lies at the center, machine learning intersects with the artificial intelligence underlying and it is thought that the business processes that will contain the errors that will occur despite the long time with man power with the algorithms to be created can be realized in a shorter time with zero errors and this situation can be further developed in the subsequent business processes. In this study; By making use of research, screening, evaluation methods, accounting, auditing, tax, etc. Some of the basic features expected to be in the people who will work / work in the fields have been examined and it is aimed to be the basis for future studies.

Key words: Data mining, data science, machine learning, artificial intelligence

Meslek Yüksekokulu Muhasebe Programlarının İşverenlerin Beklentilerini Karşılama Düzeyi: İş İlanları Üzerine Bir Araştırma

Dr. D. Ali KIZILYALÇIN

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Kuyucak MYO
dakizilyalcin@adu.edu.tr

ÖZET

İşletmeler için mali nitelikli işlemler işletme politikalarının belirlenmesinde oldukça fazla öneme sahiptir. Bu açıdan bu tür bilgilerin işletme yöneticilerine doğru ve zamanlı olarak sunulması önemlidir. Bu bilgileri işletme yönetimine sağlayacak olan muhasebecilerin de iyi bir eğitim almış ve mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriye sahip olması gerekir.

Çalışmada işverenlerin muhasebe meslek elemanlarında bulunmasını bekledikleri nitelikler internet üzerinden verilen iş ilanları aracılığı ile belirlenmeye çalışılmıştır. İnternette iş ilanı verilmesini sağlayan İŞ-KUR internet sayfası ve yenibiriş.com internet sayfasında muhasebe ilanları belirlenmiş ve Microsoft Excel programı ile analiz edilmiştir. Daha sonra belirlenen niteliklerin meslek yüksekokulu muhasebe programlarında karşılanıp karşılanmadığının belirlenmesi için üniversite web sayfaları aracılığı ile muhasebe programları öğretim planları incelenmiştir.

Çalışmada işverenlerin meslek yüksekokulu muhasebe programı mezunlarından; muhasebe işlemlerinin yürütülebilmesi için yeterli ön muhasebe bilgisinin yanı sıra muhasebe paket programlarından en birini etkin kullanabilme, e-fatura işlemlerine hakim olma ve mesleğin gerektirdiği mevzuat bilgisine sahip olma özellikleri öne çıkmaktadır. Bunun yanında yazılı ve sözlü iletişim bilgisi, disiplinli çalışabilme, analitik düşünme becerisi ve takım çalışmasına uyum öne plana çıkan kişisel nitelikler olarak belirlenmiştir.

Meslek yüksekokulları muhasebe programlarının bu niteliklerden teknik yeterlilikler olarak ifade edilen muhasebe bilgisi, paket programları kullanma yeteneklerini ve vergi mevzuatı açısından öğrencilere kazandırılması anlamında kısmen yeterli olduğu, işletmecilik bilgisi anlamında ise yeterliliğinin daha az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Eğitim, Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Mesleği, İş İlanları

Vocational School Accounting Programs' Level of Living up to the Expectations of Employers: A Research on Job Postings

ABSTRACT

Financial transactions have great importance to determine business policies for businesses. In this respect, it is important to present such information to business managers accurately and on time. Accountants who will provide this information to business management must also have a good education and have the knowledge and skills required by the profession.

In the study, the qualifications that employers expect to be found in accounting professions are tried to be determined through job advertisements placed over the internet. Accounting postings on İŞ-KUR website and yenibiriş.com website, which provide job posting on the internet, were determined and analyzed with Microsoft Excel program. Then, in order to determine whether the determined qualifications can be met in vocational school accounting programs, the education plans of the accounting programs were examined through university websites. In the study, the graduates of the vocational school accounting program of the employers; In addition to sufficient pre-accounting knowledge, the ability to use one of the accounting package programs effectively, to have e-invoice transactions and to have the knowledge of the legislation required by the profession comes forward. In addition, written and verbal communication knowledge, disciplined work, analytical thinking skills and adaptation to team work are determined as personal qualities that stand out.

It is concluded that accounting programs, which are expressed as technical qualifications, are partially sufficient in terms of acquiring students in terms of tax legislation, and their management skills are less in terms of business knowledge.

Keywords: Vocational Education, Accounting Education, Accounting Profession, Job Postings

Relational Governance, Organizational Unlearning And Learning: Implications For Performance Outcomes

Volkan YENİARAS

Özyeğin University

volkan.yeniaras@ozyegin.edu.tr

ABSTRACT

Drawing on the literature on dynamic skills, this study builds upon and empirically tests a conceptual model that connects business and political ties, organizational unlearning, organizational learning, and firm performance. Specifically, we suggest that business ties enable and political ties inhibit organizational unlearning (i.e. regenerative dynamic capability), which may in turn affect exploratory (i.e. renewing dynamic capability) and exploitative (i.e. incremental dynamic capability) innovation behaviors of the firm. Thus, our purpose is to offer a theoretical framework in which organizational unlearning and learning act as mediating mechanisms between business and political ties and firm performance. Structural equation modeling and mediation analyses were used on a sample of 302 small and medium size enterprises in Turkey. We find that business ties enable organizational unlearning while political ties impede it. We further demonstrate that business ties positively and political ties negatively relate to organizational learning through organizational unlearning. In addition, we show that political ties are mostly negatively and indirectly related to firm performance through organizational learning while business ties positively and indirectly relate to firm performance.

Keywords: Business ties; political ties; organizational unlearning; exploratory/exploitative innovation; firm performance.

5th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress
**ELECTRE ve TOPSIS Yöntemleriyle BİST-Bilişim Sektöründeki
İşletmelerin Finansal Performanslarının Analizi**

Assoc. Prof. Dr. Alper ODABAŞ

Eskişehir Osmangazi University
aodabas@ogu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4361-3056.

Assoc. Prof. Dr. Tunga BOZDOĞAN

Eskişehir Osmangazi University
tunga.bozdogan26@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1651-9865.

Alihan YILMAZ

Eskişehir Osmangazi University
alihan.yilmaz77@gmail.com, ORCID ID 0000-0002-4396-8113.

ÖZET

Bilişim sektörünün, ülke ekonomileri üzerindeki payı ve stratejik etkisi gün geçtikçe artmakta ve artmaya devam etmektedir. Bu çalışmanın amacı, Borsa İstanbul'a kayıtlı bilişim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleriyle değerlendirilmesidir. Çalışmada, bilişim sektöründe 2014-2018 yılları arasında faaliyet gösteren işletmelerin mali verileri oran analizi kullanılarak TOPSIS ve ELECTRE yöntemleriyle analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda, sektörde rakiplerine göre en yüksek finansal performansa sahip olan işletmeler, her iki yönetime göre ayrı ayrı başarı sıralarına göre sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilişim Sektörü, Finansal Performans, TOPSIS Yöntemi, ELECTRE Yöntemi.

**Analysis of Financial Performances of Businesses in BIST-IT Sector
By ELECTRE and TOPSIS Methods**

ABSTRACT

IT sector, the share of the country's economy and the strategic impact of increasing day by day and continues to increase. The purpose of this study is to evaluate the financial performance of the companies operating in the IT sector registered in Borsa Istanbul (BIST) with multi-criteria decision making methods. In the study, the financial data of the companies operating in the IT sector between 2014-2018 were tried to be analyzed using the TOPSIS and ELECTRE methods by using ratio analysis. As a result of the study, the companies that have the highest financial performance in the sector compared to their competitors are ranked according to their success order according to both methods (TOPSIS-ELECTRE).

Keywords: IT Sector, Financial Performance, TOPSIS Method, ELECTRE Method.

Karantina Döneminde Türkiye De İstihdam Taleplerindeki Değişim

Dr. Meltem YAMAN

ÖZET

Çin in Wuhan kentinde başlayan salgın dünyanın birçok ülkesinde karantina ile kontrol altına alınabilmiştir. Karantina sürecinde ekonomik hayat kısmen donarken kimi işlerde istihdam artışı sözkonusu olmuştur. Yeni normal ismi ile anılan dönemin karantina öncesinden farklı olacağı sıklıkla dile getirilmektedir.

Çalışmanın amacı karantina döneminde artan istihdamın araştırılıp belirlenmesidir.

Yöntem olarak Türkiye Cumhuriyeti devletinin resmi verileri kullanılacaktır.

Elde edilen sonuçların yeni normal diye anılan döneme tahmin verisi oluşturması beklenmektedir.

Araştırma Türkiye Cumhuriyeti devleti verileri ile sınırlandırılmıştır.

Karantina Döneminin Türkiye De Uzaktan Çalışma Yöntemine Etkileri

Dr. Meltem YAMAN

ÖZET

Çin in Wuhan kentinde başlayan salgın dünyanın birçok ülkesinde karantina ile kontrol altına alınabilmiştir. Karantina sürecinde ekonomik hayat kısmen donarken kimi işlerde uzaktan çalışma yöntemi söz konusu olmuştur. Yeni normal ismi ile anılan dönemin karantina öncesinden farklı olacağı sıklıkla dile getirilmektedir.

Çalışmanın amacı karantina döneminde uzaktan çalışma yönteminin durumunun ortaya konmasıdır.

Yöntem olarak Türkiye Cumhuriyeti devletinin resmi verileri kullanılacaktır.

Elde edilen sonuçların yeni normal diye anılan döneme tahmin verisi oluşturması beklenmektedir.

Araştırma Türkiye Cumhuriyeti devleti verileri ile sınırlandırılmıştır.

Küresel Olarak Kadınların İşletme Yönetiminde Bulunma Oranları Ve Sektörsel Dağılımları Üzerine İnceleme

Prof. Dr. Oğuz ÖZYARAL

Rumeli University
oguz.ozyaral@rumeli.edu.tr

Dr. Derya ÖZDEMİR

Rumeli University
derya.ozdemir@rumeli.edu.tr

ÖZET

İnsan haklarının önemli unsurlarından biri çalışma hakkıdır. Her devlet yurttaşlarının saygın, insan onuruna yaraşır bir hayat sürdürmeleri ve çalışma hakkını korumak amacıyla çeşitli tedbirler almaktadır. “Sürdürülebilir Büyüme” insan merkezli iş gücü piyasalarında kadınların ve erkeklerin eşit katılımı ve kadınların ekonomik-sosyal kalkınmanın vazgeçilmez elemanları olarak görülmesi durumunda gerçekleşecektir.

Toplumsal açıdan hane içinde kadın ile erkek arasında eşitsiz güç ilişkileri bulunmaktadır. İnsan onuruna yaraşır bir ücret ve güvenceli istihdam için kadınların işgücü piyasasına katılımlarında fırsat eşitliği yaratılması gerekmektedir. İstihdam programları kadınlar için; istihdam yaratma, eğitim, girişimciliği geliştirme, işgücü piyasasına daha iyi erişim sağlama ve fırsat eşitliği gibi yollarla daha fazla iş imkanı sağlamayı amaçlamalıdır. İşletmeler küresel olarak, kadınların en üst düzey karar verme pozisyonlarında olmasının bütünlük faydaları da dahil olmak üzere, cinsiyet çeşitliliği olan bir işyerine sahip olmanın zorunluluğunu kabul etmektedir. Yapılan araştırmalar, kadınların her düzeydeki yönetim ekiplerine ulaşmalarının olumlu iş sonuçları sağladığını göstermektedir. Bu çalışmada, kadınlar için insana yakışır işlerin yaygınlaştırılmasının ve kadın istihdamının artırılmasının önemi ortaya konmuştur. Uluslararası Çalışma Örgütü(ILO), 70 ülkede 12.940 işletmede kadınların sektörsel olarak işletme yönetiminde bulunma oranlarını inceleyerek sayısal olarak sunumunu yapmıştır. Ülkemizde, sektörsel olarak kadınların işletme yönetiminde bulunma oranları ile karşılaştırılarak anlamlı sonuçlar çıkarılmıştır.

Sonuç olarak “istihdam” insanların bağımsızlık, finansal anlamda güvenlik ve aidiyet duygusu geliştirmelerinin en etkin yoludur. Cinsiyet çerçevesinde kadınların sektörsel olarak zayıf olduğu alanların sayısal veriler ile gelecekteki araştırmacılar için değerlendirmesi yapılmıştır. Uygulamada kadınların insana yakışır işler kapsamında sektörsel olarak istihdama ve gelir getirici faaliyetlere ulaşımı için bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kadın, İş Gücü, istihdam, İşletme Yönetimi

An Investigation On The Globalization Of Women In Business Management And Their Sectoral Distribution

ABSTRACT

One of the important elements of human rights is the right to work. Each state takes various measures to ensure that its citizens live a respectable, dignified life and the right to work. 'Sustainable Growth' will take place in the human-centered labor markets if women and men are equally involved and women are seen as indispensable elements of economic-social development.

Socially, there are unequal power relations between men and women within the household. Equal opportunities for women to participate in the labor market must be created for a decent wage and safe employment. Employment programs for women; It should aim to provide more jobs through employment creation, training, entrepreneurship development, better access to the labor market, and equal opportunities. Businesses globally recognize the imperative of having a gender-diverse workplace, including the integrated benefits of women in top-level decision-making positions. Researches show that reaching management teams at all levels provides positive business results. In this study, the importance of expanding decent jobs for women and increasing women's employment with the concepts of female poverty has been revealed. The International Labor Organization (ILO) made a digital presentation of 12.940 enterprises in 70 countries by examining the rate of women in business management. In our country, significant results have been obtained by comparing sectoral women with business management rates.

As a result, 'employment' is the most effective way for people to develop a sense of independence, financial security and belonging. In terms of gender, areas where women are sectorally weak are evaluated for their future researchers. In practice, some suggestions have been presented for the access of women to employment and income generating activities within the scope of decent jobs.

Keywords: Women, Labor, Employment, Business Management,

Polis Bütünlüğü Üzerine Teorik Bir İnceleme

Dr. Osman KAYABAŞI
KKTC Polis Genel Müdürlüğü
osmankayabasi@yahoo.com

ÖZET

Polis bütünlüğü kavramı, polis sapması sorununa karşı alternatif bir çözüm önerisi olarak 1990'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Polis bütünlüğü: “Polisin; mesleki mevzuata, polis meslek etiğine ve mesleki değerlere uygun davranması, davranışlarını içten gelerek, inanarak sergilemesi, söylediği sözlerin ve sergilediği davranışların tutarlı olması, mesleğine aykırı davranmaya sevk eden ayartmalara, mesleki sapma ve yozlaşmaya karşı direnç göstermesi ve bunların tümünü barındıran sağlam bir karaktere sahip olması” anlamına gelmektedir. Kısa zamanda benimsenen bu yaklaşım, birçok çalışmanın odağı olmayı başarmıştır. Türkçe literatürde, son yıllarda örgütsel bütünlük olgusu üzerine birkaç çalışma yapılmakla birlikte, polislik alanında bu olgunun çalışılması ihmal edilmiştir. Bu çalışmanın temel amacı, örgütsel bütünlüğün polislik mesleği açısından teorik bir incelemesini sunarak alana katkı sağlamaktır. Bu amaçla, çalışmada, öncelikle bütünlük kavramı incelenmiş, ardından bütünlük üzerine normatif ve objektivist görüşler irdelenmiştir. Daha sonra polis bütünlüğü ve polis etiği kavramları arasındaki farka değinilmiş, ardından polis bütünlüğünün kavramsal yönü ve bileşenleri ele alınmıştır. Polis bütünlüğü kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreç içerisinde kavrama nasıl yaklaşıldığı irdelendikten sonra, bütünlüğün bireysel, grupsal ve örgütsel anlamları ortaya konulmuştur. Çalışmada son olarak “polis bütünlüğünü teşvik etmek ve korumak için neler yapılabilir?” sorusuna, “itaat-temelli” ve “bütünlük-temelli” stratejiler üzerinden cevap aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bütünlük, Polis Bütünlüğü, Polis Etiği, Örgütsel Polis Bütünlüğü, Grupsal Polis Bütünlüğü, Bireysel Polis Bütünlüğü.

Polis Sapması Üzerine Teorik Bir İnceleme

Dr. Osman KAYABAŞI
KKTC Polis Genel Müdürlüğü
osmankayabasi@yahoo.com

ÖZET

Polislerin, mesleklerine aykırı davranışlar sergilemeleri anlamına gelen polis sapması, polisliğin bir meslek olarak ortaya çıkışından beri her ülkede, farklı türlerde, düzeylerde ve sıklıkta görülebilen küresel bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Türkçe literatürde, son yıllarda birçok meslek dalında örgütsel sapma olgusu üzerine çalışma yapılmakla birlikte, polislik alanında bu olgunun çalışılması ihmal edilmiştir. Bu çalışmanın temel amacı, örgütsel sapmanın polislik mesleği açısından bir literatür incelemesini sunarak alana katkı sağlamaktır. Bu amaçla, çalışmada, öncelikle polis sapması ve polis yozlaşması kavramları arasındaki farka değinilmiş, ardından polis sapmasının kavramsal yönü ele alınmıştır. Daha sonra polis sapması sorunu tarihsel süreç içerisinde irdelenerek bu sorunun bireysel, grupsal ve örgütsel olduğunu ileri süren teoriler üzerinden değerlendirmelerde bulunulmuştur. Çalışmada son olarak polislerin neden saptıkları sorusuna “ahlaki geri çekilme” teorisi üzerinden ve bireysel polis sapmasının, grupsal ve örgütsel polis sapmasına nasıl dönüştüğü sorusuna ise “sosyal öğrenme” ve “alt kültür” teorileri üzerinden cevap aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Sapma, Polis Sapması, Polis Yozlaşması, Örgütsel Polis Sapması, Grupsal Polis Sapması, Bireysel Polis Sapması.

Liderlerin Karar Almalarında Bir Araç: Cynefin Çerçevesi

Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ
Aksaray University FEAS
leylaicerli@aksaray.edu.tr

Gül BİLEN
Aksaray University SBE
karacaygul@hotmail.com

ÖZET

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle yaşanan hızlı değişimler, dijital dönüşüm ve teknolojik ilerlemeler, artan rekabet liderlerin kararlarını hızlı ve doğru bir şekilde almalarını gerekli kılmaktadır. Kontrol edilemeyen çevre faktörlerinin hızla değiştiği bir ortam; değişen çevresel şartlara hızlı ve kolay bir şekilde uyum sağlayabilen doğru ve hızlı karar alabilen ve inisiyatif kullanabilen ayrıca karmaşık durumları analiz edip sorunlara çözüm üretebilme yeteneğine sahip adaptif liderlere olan ihtiyacı da artırmaktadır.

İşletmelerin karşı karşıya kaldıkları sorunlar farklı karmaşıklık seviyelerinde olduğu için farklı problemlere aynı çözüm yaklaşımlarını uygulamak işletmeleri başarısızlığa götürebilir. Farklı problemler farklı çözümler gerektirir yaklaşımından ortaya çıkan “Cynefin Çerçevesi” liderlerin farklı şartlar altında doğru kararları verebilmelerini sağlayabilir. Cynefin Çerçevesi David Snowden tarafından geliştirilmiş bir modeldir. Bu modelde karşılaşılan farklı durumlar; basit, karmaşık, karışık, kaotik ve belirsizlik (düzensizlik) alanları olarak belirlenmiştir. Basit alan, herkes tarafından kolayca ayırt edilebilen, herkesçe bilinen, doğru cevabın açık ve tartışılmaz olduğu alandır. Karmaşık alanda sebep sonuç ilişkileri nettir. Problem fark edilir ancak sorunu anlamak, inceleme yapmak ve uygun çözüm yöntemini seçmek için uzman desteğine ihtiyaç duyulur. Karışık alanda sebep sonuç ilişkileri diğer alanlara göre daha zor anlaşılabilir. Kaotik alanda kaosu azaltmak için hızlı ve kararlı bir şekilde hareket etmek gerekir. İlk başta sorunu analiz etmekten ziyade sorunun yol açmış olduğu etkileri hızlı bir şekilde ortadan kaldırmak gerekir. İlk üç alanda, sebep ve sonuç arasında kolayca gözle görülür ilişkiler vardır ancak kaotik alanda neden ve sonuç arasında bilinmezlik vardır. Neyin ne zaman ortaya çıkacağı belli olmadığı için sebep sonuç analizi yapılamaz. Belirsizlik (düzensizlik) alanı ise durumun hangi bağlamda tanımlanmasının gerektiğinin açık olmadığı, strateji oluşturulamayan, hiçbir verinin olmadığı, fikir üretilmeyen, karara varılamayan, harekete geçilemeyen durumları ifade etmektedir.

Cynefin çerçevesini kullanmak, liderlerin hangi bağlamda olduklarını anlamalarına yardımcı olur. Liderler sadece daha doğru kararlar değil aynı zamanda tercih ettikleri yönetim tarzı hata yapmalarına neden olduğunda ortaya çıkan sorunları da bu model aracılığıyla önleyebilirler. Çalışmada uluslararası literatürde yer alan “Cynefin Çerçevesi” konusunda ulusal literatürde kavramın tanıtılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın teorik açıdan ulusal literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Cynefin, Cynefin Çerçevesi, Adaptif Liderlik,

A Tool for Leaders' Decision Making: The Cynefin Framework

ABSTRACT

Rapid changes, digital transformation, technological advances and increasing competition required by globalization today require leaders to take their decisions quickly and accurately. An atmosphere where uncontrollable environmental factors change rapidly also increases the need for adaptive leaders who have the ability to adapt quickly and easily to changing environmental conditions, make accurate and rapid decisions and take initiative, also analyze complex situations and produce solutions to problems.

Since the problems faced by businesses are at different levels of complexity, applying the same solution approaches to different problems can make businesses fail. The “Cynefin Framework” emerging from the approach that requires different solutions requires different solutions can enable leaders to make the right decisions under different conditions. The Cynefin Framework is a model developed by David Snowden. The

different situations encountered in this model are determined as simple (obvious), complicated, complex, chaotic and disorder areas. The simple (obvious) area is the area that is easily recognizable by everyone and known and the correct answer is clear and indisputable. In the complicated area, cause and effect relationships are clear. The problem is noticed, but expert support is needed to understand and investigate the problem and to choose the appropriate solution method. In the complex area, cause-effect relationships are more difficult to understand than in other areas. In the chaotic area, it is necessary to act quickly and decisively to reduce chaos. At first it is necessary to quickly eliminate the effects caused by the problem rather than analyzing the problem. In the first three areas, there are easily visible relationships between cause and effect; however, there is uncertainty between cause and effect in the chaotic area. Since it is not clear what will occur and when; cause-effect analysis may not be possible. The disorder area refers to situations where it is not clear in what context the situation should be defined and strategy cannot be formed and where is no data, ideas are not produced, decisions cannot be taken or action can be taken.

Using the Cynefin framework helps leaders understand what context they are in. Leaders, with this method, not only making more accurate decisions, they can also prevent problems that arise when their preferred management style causes them to make mistakes through this model. In the study, it is aimed to introduce the concept in the national literature on “Cynefin Framework” in the international literature. For this purpose, it is thought that the study will contribute to the national literature theoretically.

Keywords: Cynefin, Cynefin Framework, Adaptive Leadership

Kuşak Farklılıklarının Örgütsel Çatışmayı Etkilemesi Üzerine Bir Çalışma: X-Y Ve Z Kuşağı

Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS
Bolu Abant İzzet Baysal University
minehalis@gmail.com

Sevindik ÖZCAN
Kocaeli University SBE
sevindikozcan@gmail.com

ÖZET

Çalışma yaşamında sıklıkla görülen üç kuşağın bir arada çalışıyor olması beraberinde birçok sorunu da getirmektedir. Doğum yılı farklı davranış özelliklerini tanımlamak için kullanılan ayırt edici bir durumdur. Ait olunan kuşak kişiye aynı dönemde yaşayan kişilere benzer özellikler yükler. Bu durum nesiller arasında davranış, algı ve tutumlarda farklılıklara yol açar. Bu kuşaklar arası farklarda kişilerin iş hayatında örgüte ve işe yönelik tutumları, beklentileri, tutumları, iş değerleri, ücret ve kariyer beklentileri gibi birçok noktada farklılaşmaktadır. Bu farklılıklar iş yerinde zaten doğal olarak yaşanabilen çatışmaların ayrıca bir nedeni olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada bir kamu kuruluşunda çalışan X, Y ve Z kuşağı çalışanları arasında kuşaklar arası farklılıklardan kaynaklanan çatışma yaşanıp yaşanmadığını belirlemek için yapılmıştır. Kuşaklar arası çatışmanın varlığını tespit edebilmek için bu konuda uygulanmış anketlerden faydalanılarak mülakat soruları oluşturulmuş ve 23 kişi ile mülakat yapılmıştır. Mülakat yapılanların % 61'i Y kuşağı, % 26 'sı X kuşağı, % 13'ü ise Z kuşağından oluşmaktadır. Mülakatlardan elde edilen sonuçlar içerik analizine tabi tutulmuş ve elde edilen sonuçlar yorumlanarak açıklanmıştır. Sonuçlara göre örneklemdeki kişilerin genelde kendi yaş kuşağı ile anlaşabildiği, farklı yaş kuşaklarına mensup çalışanlarla hem gerginlik yaşadığı hem de yapılması gereken görevlere ilişkin fikir ayrılığı olduğu görülmüştür. Bu durum hem yapılacak işte yöntem farklılığına yol açabilecek, hem de iş yerinde gruplaşmalara neden olabilecektir. Bunun yanı sıra araştırma sonucunda yine aynı yaş kuşağında olanların birbirleriyle daha iyi iletişim kurduğu görülmüş ve araştırmaya katılanların neredeyse tamamının kendi yaş aralığı dışındaki çalışanlar arasında kuşak çatışması olduğunu söylemiştir. Çalışmanın kısıtlılığı örneklemin küçük olmasından ve sonuçların genellenememesinden kaynaklanmakla birlikte, üç kuşağın bir arada bulunduğu örneklemelerin az olmasından dolayı önem arz etmekte ve örgütsel çatışmayı ortadan kaldırmayı hedefleyen yöneticilere kuşaklar arası farklılıkların bilincinde olarak davranış geliştirmesi yönünde katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: X,Y, Z Kuşağı, Kuşaklar Arası Farklılık, Kuşak Çatışması ve Örgütsel Çatışma.

A Study On The Effects Of Generational Differences On Organizational Conflict: X-Y And Z Generation

ABSTRACT

Three generations commonly seen in work life working together brings a multitude of problems along with it. Birth date is a differentiating quality for describing behavioral characteristics. The generation an individual is from imparts qualities shared by people who live in the same period. This in turn causes there to be differences in behavior, perception and attitude between people of different generations. These gaps between generations cause points of diversions regarding their attitude towards work and organization, their expectations, overall attitude, work values, pay and career expectations. These differences add up on already existing standard reasons of workplace conflicts. Conflicts within organizations can be defined as conflicts, disagreements or points of divergence between individuals, within or between groups. This study was conducted in a governmental organization to observe whether or not conflicts between X, Y and Z generation individuals within workplace occur due to differences inherent to their generations. To detect whether or not between-generation conflicts take place, surveys conducted in this area were made use of and interview questions were formed and 23 individuals were interviewed. Of people interviewed, 61% were in Y generation, 26% were in X generation and 13% were in Z generation. Results attained from interviews were subjected to content analysis and findings were interpreted in explanation. According to results, individuals in general could get along well with people of their age, and experienced tensions and had different opinions on work to be done compared to people of other generations. This situation could potentially lead to difference in methods work is done, and also cause grouping in workplace.

Also, participants reported they communicate better with people their age group, and almost all participants think they experience generational conflict with people outside of their generation. The study is limited due to small sample size and results not being suitable to be generalized, but as there are few sample groups where three generations can be observed together this adds importance to data attained and the study expected to prove useful to executives looking to eliminate organizational conflict as it helps them to adjust their behavior in recognition of gaps between generations.

Keywords: X, Y, Z Generation, Generation Gap, Conflicts of Generations and Organizational Conflict

İş Yerinde Yalnızlığın Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Konya ve Kırıkkale İmalat Sanayi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Ferda ÜSTÜN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
ferdakervanci@gmail.com

Emine Gül EFE

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
eminegul.efe@hotmail.com

ÖZET

İş yaşamı çalışanların ekonomik amaçlarını gerçekleştirmenin yanı sıra fiziksel, duygusal ve toplumsal bakımdan gelişimlerine de katkı sağlamaktadır. İş yaşamında bireyler ortak çabalar sonucunda belirlenen amaç ve hedeflere ulaşmaya çalışmaktadır. Bu süreç içerisinde ortaya çıkan ilişkiler yumağı, işbirliği ve karşılıklı dayanışma aynı zamanda çalışanların toplumsal bir kimlik kazanmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal bir varlık olan insanın çevresi ile kuracağı etkin iletişim ve bağlar sonucunda daha mutlu, huzurlu ve psikolojik olarak iyi olması beklenmektedir. İnsan kaynağından doğru ve etkin şekilde yararlanmayı amaçlayan örgütlerin çalışanların bahsi geçen bu duygusal ihtiyaçlarını tatmin edecek bir çalışma ortamı ve örgüt kültürü yaratması önemli görülmektedir. Çalışanların sosyal ve psikolojik ihtiyaçları tam olarak karşılandığında, örgütün amaç ve hedefleri ile bütünleşme, daha iyi imkanlar sunulsa bile örgüt üyeliğini sürmeye ilişkin istek olan bağlılık ortaya çıkacaktır. Bu anlamda araştırmanın amacı KOBİ niteliğindeki imalat sanayi çalışanlarının algıladıkları iş yeri yalnızlığının örgütsel bağlılıkları üzerine etkilerini tespit etmektedir. Araştırmanın verileri Konya ve Kırıkkale Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 320 KOBİ çalışanından elde edilmiştir. Tarama modeli benimsenen araştırmanın, verilerinin analizinde çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda iş yeri yalnızlığının duygusal yalnızlığın duygusal bağlılığı; sosyal yalnızlık boyutunun ise örgütsel bağlılığın tüm boyutlarını (duygusal, devam ve normatif) negatif yönlü ve anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş yeri yalnızlığı, örgütsel bağlılık, duygusal yalnızlık, sosyal durum yalnızlığı.

The Effect of Loneliness at Work on Organizational Commitment: A Research on Manufacturing Industry Employees

ABSTRACT

Business life contributes to the physical, emotional and social development of employees as well as achieving their economic goals. In business life, individuals try to reach the goals and objectives determined as a result of joint efforts. The relationships, cooperation and mutual solidarity that emerge during this process also help employees to gain a social identity. As a result of the effective communication and links that a social entity will establish with its environment, it is expected to be happier, peaceful and psychologically better. It is important that organizations aiming to benefit from human resources correctly and effectively create a working environment and organizational culture that will satisfy the emotional needs of employees. When the social and psychological needs of the employees are fully eliminated, the commitment to join the organization's goals and objectives, and even if better opportunities are offered, will emerge. In this sense, the aim of the research is to determine the effects of SME manufacturing industry employees on the organizational commitment of workplace loneliness. The data of the study were obtained from 320 SME employees operating in Konya and Kırıkkale Organized Industrial Zone. Multiple regression analysis was used to analyse the data of the research conducted with the scanning model. As a result of the analyses, it was determined that emotional loneliness, which is the sub-dimension of workplace loneliness, negatively and significantly affects emotional commitment. Again, the results of the research show that the dimension of social loneliness negatively and significantly affects all dimensions of organizational commitment (emotional, continuation and normative).

Keywords: Workplace loneliness, organizational commitment, emotional loneliness, social loneliness.

Perakende Hizmet Reyonları Kayıp Önleme ve Performans Ölçümü

Hasan BAĞDADIOĞLU

Okan University

hbagdadioglu@outlook.com

ÖZET

Perakende sektöründe stok kaybı ve personelin performans ölçümü olarak bilinen birbirinden bağımsız iki sorun bulunmaktadır. Performans takip ve stok kayıp konuları ile ilgili birçok farklı çözüm bulunmasına rağmen uluslararası perakende sektöründe performans takip ve stok kayıp konusuna aynı anda çözüm sağlayan benzer bir uygulamaya rastlanmamıştır. Buna bağlı olarak bu çalışmada perakende mağaza içi hizmet reyonları olan et, şarküteri, balık ve benzeri hizmet reyonlarında bulunan ürünlerin müşteriye teslim edildiği andan yazar kasaya gidene kadar geçen sürenin tamamı takip edilerek kayıp oranının ve suistimalin azaltılması ve ürünün müşteriye teslim edilme esnasında ilgili personelin performansının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu uygulama modelinde yapılan her işlem kayıt altına alınmakta ve bu sayede ihtiyaç duyulduğu takdirde ilgili kayıtlara istenildiği zaman erişim olanağı sunacaktır. Diğer yandan aynı uygulama ile ilgili reyonda çalışan personelin performansının ölçülebilmesi ile verimliliğin ve kalitenin artırılması, aynı zamanda İnsan Kaynakları tarafından yapılan yıllık personel değerlendirmelerine önemli bir veri oluşturularak, personel ücretlendirmesi ve performans primi tarzı hakların belirlenmesinde ölçülebilir bir sistem oluşturulmasına da katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Perakende, Performans, Teknoloji, Kayıp, Uygulama, İç Kontrol

Loss Prevention and Performance Measurement in Retail Service Sections

ABSTRACT

In retail sector there are two separate problems that are known as stock loss and the measurement of personel performance. Even though there are many different solutions for performance track and stock loss, not a single application that provides solution both for performance track and stock loss has been discovered yet. This study aims to provide a solution for the loss rate and the decrease of the abuse of products in the in-store service sections like meat, delicatessen, fish and so on, monitoring the process starting from the delivery to the customer until cash registry while also measuring the performance of the employee during the product delivery to the customer. In this applicaiton model every procedure is registered and the registered data will be available for control whenever required. On the other hand, with the help of the same application management will be able to obtain data for the employee who works in the relevant section in order to enable perfomance measurement of the employee and increase the productivity and quality while the model will also provide data to the Human Resources Department for annual personel evaluation and make contribution to create a measurable system for determining personel pricing and benefits such as performance bonuses.

Keywords: Retail, Performance, Technology, Lost , Internal Control.

Zulhumar Nurullayeva
Özbekistan Milli Üniversitesi
Zulxumornurillayeva@gmail.com

ÖZET

Ulusal değerler toplum tarafından yüksek değerlendirilen manevi ve maddi bir objedir. Ulusal değer derecesine ulaşan her obje insanlar tarafından ilgi görmemesi mümkün değildir. Bu tür değerler arasında estetik değerler de bugüne dek hep insanlar tarafından yüceltile gelmiştir. Makalede musiki ve onun estetik anlamı üzerine durulacaktır. Musiki, kah klasik, kah modern olsun, onun insanlar yaşamındaki yeri farklı olmuş, onun toplum hayatının estetik yönden gelişmesinde birer araç olduğu söz konusudur. Bununla birlikte, klasik müziğin umuminsani değerler sırasında yüceltilmesi ve itiraf edilmesi üzerine de durulacaktır. Nitekim, makalede bugüne kadar mevcut olan bilimsel ve teorik edebiyatları hem de emperik tecrübelerini inceleme yöntemlerinden yola çıkarak makam sanatının felsefi estetik değer olduğunu açıklanabilir. Bilindiği gibi, makam sanatı çok asırlar zarfında evrim yollarıyla bugünkü görünüşünü kazanmıştır. Onun kökleri Arap topluluklarına dayansa da İslam dininin genişçe yayılmasından sonra miladi 7. yüzyıllardan sonra Türk topluluklarının saray hayatına kadar sızmaya başladığı görülür. Aslında yerleşik hayat sürdüren toplumlarda sanatın çeşitliliği ve gelişimi söz konusu olup, bu konuda konar göçer toplulukların sanatı daha çok folklöre dayandığını bilinmektedir. Makam sanatının ise daha erken tarihlerden Türk toplulukları arasında görülmeye başlaması bu toplumun hem göçebe, hem de yerleşik bir yaşam biçimine sahip olmalarından ileri gelmektedir. Makam sanatının birçok Doğu toplumlarında, özellikle, Müslüman topluluğunda yaygınca görülmesi dönemin siyasi şartlarına bağlı olarak geliştiği, nereden saray hayatı varsa orada daha çok önemsendiği ve geliştirildiği anlaşılmaktadır. O yüzden makamın uluslararası estetik bir değer olarak algılanması gerekmektedir.

Anahtar sözcükler: güzellik, yücelik, makam, katarsis, kalogati, sanat, lad, perde, görüntü, simge, biçim, anlam, derğer.

ABSTRACT

National values are a spiritual and material object that is highly valued by society. It is impossible for any object that has reached the level of national value not to be seen by people. Among these types of values, aesthetic values have been exalted by all people to this day. The article will focus on music and its aesthetic meaning. Whether it is music, classical or modern, its place in people's lives has been different, and it is a matter of its uniqueness in the development of social life from an aesthetic point of view. At the same time, it will focus on the promotion and recognition of classical music among the universal values. In conclusion, it can be explained in the article that the philosophical and aesthetic value of the art of makam is based on the methods of examining the existing scientific and theoretical literature as well as empirical experience. As it is known, the art of makam has gained its present appearance through evolutionary ways in many envelopes. Although it has its roots in the Arab communities, it is seen that after the widespread spread of Islam in the 7th century AD, Turkish communities began to infiltrate the palace life. In fact, the diversity and development of art in settled societies is a matter of debate, and it is known that the art of nomadic communities is based on folklore. The fact that the art of makam began to be seen among Turkish communities from earlier histories is due to the fact that this society had both a nomadic and a settled way of life. It is understood that the art of makam was developed in many Eastern societies, especially in the Muslim community, depending on the political conditions of the time, and where there was palace life, it was more important and developed. That is why status needs to be perceived as an international aesthetic value.

Keywords: beauty, majesty, status, catharsis, kalogati, art, fret, curtain, image, icon, shape, meaning, value.

Hizmetkâr Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi Üzerine Bir Tartışma

Dr. Lecturer Musa ŞANAL

Çukurova University

msanal77@hotmail.com

Res. Assist. PhD Murat ÖZTÜRK

Çukurova University

murat01ozturk@gmail.com

Res. Assist. Buse ÖZTÜRK

Çukurova University

buseertan76@gmail.com

ÖZET

Hizmetkâr liderlik; hizmet etme süreciyle başlayan daha sonra liderliğin gelişimiyle meydana gelen bir kavramdır. Örgütsel vatandaşlık ise çalışanların örgütün etkililiğine bir bütün olarak katkıda bulunmak üzere gösterdikleri gönüllü davranışları ifade etmektedir. Bu çalışmada hizmetkâr liderlik ve örgütsel vatandaşlık davranışını ele alan eserler incelenerek bu iki kavram önce ayrı ayrı çalışılmış, bu bağlamda hizmetkâr liderlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı kısaca tanımlanmış, boyutları ve öncülleri sunulmuştur. Daha sonra iki kavramın ilişkili olduğunu saptayan çalışmalar incelenmiş ve özetlenerek sunulmuştur. Çalışmanın son bölümünde yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda elde edilen bilgilerin ışığında bu iki kavram arasındaki ilişki değerlendirilerek, günümüz örgütlerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hizmetkâr Liderlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Sosyal Mübadele Teorisi

A DISCUSSION on THE RELATIONSHIP of SERVANT LEADERSHIP and ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR

ABSTRACT

Servant leadership; It is a concept that starts with the process of serving and then occurs with the development of leadership. Organizational citizenship refers to the voluntary attitudes of employees to contribute to the effectiveness of the organization as a whole. In this study, the works dealing with servant leadership and organizational citizenship behavior were examined and these two concepts were studied separately, in this context, servant leadership and organizational citizenship behavior was briefly defined and its dimensions and precursors were presented. Then, the studies that determined that the two concepts were related were examined and presented. In the light of the information obtained as a result of the extensive literature review made in the last part of the study, the relationship between these two concepts was evaluated and suggestions were presented to today's organizations.

Keywords: Servant Leadership, Organizational Citizenship Behaviour, Social Exchange Theory.

İşe Yeni Başlayan Çalışanların Çok Yönlü Kariyer Oryantasyonu ve Kariyer İyimserliği: Kariyer Uyumluluğunun Aracı Rolü

Asst. Prof. Dr. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU
Ankara Yıldırım Beyazıt University, Business School
ebekmekcioglu@ybu.edu.tr

ÖZET

Günümüzün hızla değişen rekabet ortamı ve teknolojik gelişmeler birçok genç çalışanın geleneksel kariyer yaklaşımı yerine çok yönlü kariyer yönelimini benimsemesini sağlamıştır. Çok yönlü kariyer oryantasyonunun işe yeni başlayan genç çalışanların gelecekteki kariyer gelişim sürecine olan pozitif beklentisine olan etkisi ve kariyer uyumluluğunun bu ilişkideki rolü ile ilgili gerçekleştirilen çalışma sayısı oldukça azdır. Buna göre, bu çalışmanın amacı işe yeni başlayan çalışanlarda çok yönlü kariyer oryantasyonu ve kariyer iyimserliği arasındaki ilişkide kariyer uyumluluğunun aracı rolünü incelemektir. Mevcut çalışmada kesitsel bir araştırma tasarımı kullanılmıştır. Araştırmanın verileri Ankara’da farklı sektörlerde (üretim, finans, turizm ve eğitim) çalışan toplam 158 katılımcıdan elde edilmiştir. Araştırmada Baruch (2014)’un yedi maddeden oluşan çok yönlü kariyer ölçeği, Rottinghaus vd. (2005)’nin on bir maddeden oluşan kariyer iyimserliği ölçeği ve Maggiori vd. (2017)’nin on iki maddeden oluşan kariyer uyumluluğu ölçeğinin kısa versiyonu kullanılmıştır. Bu ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasında doğrudan ve dolaylı etkileri tahmin etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre işe yeni başlayan bireylerin çok yönlü kariyer oryantasyonunun kariyer iyimserliğini ve kariyer uyumluluğunu anlamlı ve pozitif; kariyer uyumluluğu ise kariyer iyimserliğini anlamlı ve pozitif etkilediği bulunmuştur. Bununla birlikte, yapısal eşitlik modellemesi kariyer uyumluluğunun çok yönlü kariyer oryantasyonu ve kariyer iyimserliği arasındaki ilişkide aracılık rolünü doğrulamıştır. Ayrıca, bu çalışmanın sınırlılıkları ve çok yönlü kariyer oryantasyonu ve kariyer iyimserliği üzerine gelecekteki araştırmalar için yapılan çıkarımlar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çok Yönlü Kariyer Oryantasyonu, Kariyer İyimserliği, Kariyer Uyumluluğu

Newcomer Employees' Protean Career Orientation and Career Optimism: The Mediation Role of Career Adaptability

ABSTRACT

Today's rapidly changing competitive environment and technological developments have enabled many young employees to adopt protean career orientation rather than traditional career approach. The number of studies on the effect of the protean career orientation on the positive expectation of one's future career development process of young employees who are newcomer and the role of career adaptation in this relationship is very little. Accordingly, the purpose of this study is to examine the mediating role of career adaptation in the relationship between protean career orientation and career optimism in newcomer employees. In the current study, a cross-sectional research design was used. The data of the research were obtained from 158 participants working in different sectors (production, finance, tourism and education) in Ankara. In the study, Baruch (2014)'s protean career orientation scale consisting of seven items, Rottinghaus et al. (2005)'s career optimism scale consisting of eleven items and Maggiori et al. (2017) 's short version of the career adapt-abilities scale consisting of twelve items was used. Validity and reliability analyzes of these scales were conducted. Structural equation modeling approach was used to estimate direct and indirect effects between variables. The results revealed that newcomer employees' protean career orientation affects career optimism and career adaptability significantly and positively. Career adaptability was also found to affect career optimism significantly and positively. Moreover, structural equation modeling approved the mediating role of career adaptation in the relationship between protean career orientation and career optimism. Furthermore, the limitations of this study and the implications for future research on protean career orientation and career optimism were discussed.

Keywords: Protean Career Orientation, Career Optimism, Career Adaptability

Sparking Leadership As A Leading Style And A Research About The Effect On Perception Of Business Performance

Asst. Prof. Dr Meriç Esat BEBİTOĞLU

Nişantaşı University, Management Dept.

Istanbul, Turkey.

meric.bebitoglu@nisantasi.edu.tr

ABSTRACT

Extremely increasing competition, the paradigm changes called epidemic or economic crisis affecting globally, whereas the improvement of technological opportunities and the factors that directly affect the business life such as (virtual) distanced working make the concept of leadership open to discussion and development.

Leadership is no longer perceived as directing followers in one direction in line with the goals of the companies. Effectiveness and scope of leadership in management science is evolving day by day. While adapting to contemporary times, the leadership function becomes more inspiring and ignitive. In daily business life, tasks to be performed with more effort require more supervision, more interaction and possibly to be a better role model and give more inspiration.

Within the scope of the study sparking leadership, referred as a new concept, has been handled as a leadership style and has been investigated whether the sparking leadership has an impact on employees' perceived business performance.

As a result of the research, a positive relationship was found between sparking leadership and perceived business performance. In addition, as age and seniority increased, the positive effect of sparking leadership on perceived business performance was observed, and it was determined that women were slightly more affected by sparking leadership characteristics than men.

Keywords: Leadership, sparking, business performance, competition, gender differences.

Çalışanlarda Yaşam Kalitesi Bilişsel Esneklik ve Psikolojik Şiddet Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Melisa YELKENCİ

Beykent University
melisayelkenci@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Süleyman KAHRAMAN

Beykent University
suleymankahraman@beykent.edu.tr

ÖZET

Araştırmada çalışanların yaşam kalitesinin çalışma ortamlarında maruz kaldıkları psikolojik şiddet ve bilişsel esneklik düzeyleri arasındaki ilişkisi incelenmesi amaçlanmıştır. Bununla birlikte, katılımcıların yaşam kalitesi, psikolojik şiddet ve bilişsel esneklik düzeyleri çeşitli demografik değişkenlere göre karşılaştırılmıştır. Çalışmaya bir bankada çalışan 388 katılımcı katılmıştır. Katılımcıların 163'ü erkek, 225'i kadındır. İlişkisel tarama modelinde yapılan bu çalışmada veri toplama aracı olarak sosyodemografik bilgi formu, Çalışanların Yaşam Kalitesi Ölçeği, Bilişsel Esneklik Envanteri ve Psikolojik Yıldırma (Mobbing) Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda çalışanların yaşam kalite puanları ile bilişsel esneklik puanları arasında pozitif yönlü, zayıf düzey anlamlı korelasyon tespit edilmiştir. Psikolojik şiddet ile yaşam kalitesi ve bilişsel esneklik arasında ilişki tespit edilmemiştir. Katılımcıların yaşam kalitesi, psikolojik şiddet ve bilişsel esneklik düzeylerinde cinsiyete ve yaşa göre fark tespit edilmemiştir. Elde edilen bulgular literatür çerçevesinde tartışılmış ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çalışanların yaşam kalitesi, Bilişsel esneklik, Psikolojik şiddet,

Investigation of the Relationship between Life Quality, Cognitive Flexibility and Mobbing in Employees

ABSTRACT

In the research, it was aimed to investigate the relationship between life quality, cognitive flexibility and mobbing in employees. Moreover, life quality, cognitive flexibility and mobbing levels of employees were compared according to some sociodemographic variables. 388 participants in a bank participated in the study. 163 of the participants are male and 225 are female. The correlational design was used in this research. Socio-demographic data form, Employees' Quality of Life Scale, Cognitive Flexibility Inventory and Psychological Mobbing Scale were used as data collection tools. The data obtained in the research were analyzed using the SPSS package program. As a result of the research, a weak, negative relationship was found between the quality of life and cognitive flexibility levels. There was no significant relationship between mobbing and other variables. There were no significant difference between life quality, cognitive flexibility and mobbing levels according to gender and age. Findings were discussed in literature review framework and some suggestions were given.

Keywords: Employees, Life quality, Cognitive flexibility, Mobbing.

Sinizm-etik Dışı Davranış İlişkisinde Demografik Faktörlerin Rolü?

Prof. Dr. Ömer TURUNÇ

Antalya Bilim University

omert21@gmail.com

ÖZET

İşletmelerin verimlilikleri artırmanın bir yolu da verimsizliğe yol açan faktörlerin ortadan kaldırılmasıdır. Etik dışı davranışlar işletmelere doğrudan ve dolaylı pek çok yönden zarar veren sonuçlara neden olmaktadır. Etik davranış iş yaşamında ve müşteri bağlamında giderek artan bir faktör haline gelmektedir. Etik dışı davranışın pek çok öncülü bulunmaktadır. Sinizm de bu faktörlerden birisidir. Çalışanların hakkaniyetsizlik düşüncesi, tükenmişlik, mesleki doyum ile adanmışlık düzeyleri, yöneticilerin liderlik anlayışı ve örgütsel değişimlerin doğru yönetilememesi, çalışanların örgüte karşı tutumlarını etkilemektedir. Bu çalışmada Antalya’da özel sağlık sektörü sağlık çalışanlarında (n=394) yapılan bir ampirik bir çalışma ile sinizm-etik olmayan davranış ilişkisi ve bu ilişkide yaş ve çalışma süresinin rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgular sinizmin etik dışı davranışlar arasında ilişki olduğunu ve demografik faktörlerin bu ilişkide rolü bulunduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik dışı davranış, sinizm, yaş, tecrübe, sağlık sektörü

The Role of Demographic Factors in the Relationship Between Cynicism and Unethical Behaviors

ABSTRACT

One of the ways to increase efficiency of businesses is to eliminate the factors that cause inefficiency. Unethical behavior leads to direct and indirect damage to businesses in many ways. Ethical behavior is becoming an increasing factor in business life and in the customer context. There are many antecedents of unethical behaviors. Cynicism is one of these factors. The idea of unfairness of employees, burnout, satisfaction, commitment levels, the management styles of leaders and the failure to manage organizational changes affect employees' attitudes towards the organization. In this study, an empirical study conducted in Antalya's private health sector health workers (n = 394) and cynicism-unethical behavior relationship and the role of age and tenure in this relationship were examined. Findings showed that cynicism is related to unethical behavior and demographic factors have a role in this relationship.

Keywords: Unethical behavior, cynicism, age, tenure, health sector.

Bilişim Sistemleri Kullanımının Toplam Kalite Yönetimi Yapısına Etkisi

Dr. Nuran VARİŞLİ

Sosyal Güvenlik Kurumu, Ankara
gulmennuran@hotmail.com

ÖZET

Kalite, müşterinin gereksinimleri ile tanımlanır. Toplam Kalite Yönetiminde (TKY) Üst yönetim, kaliteyi geliştirmek için doğrudan sorumluluğa sahiptir. Artan kalite, iş süreçlerinin sistematik analizi ve iyileştirilmesinden kaynaklanmaktadır. Kalite iyileştirme sürekli bir çabadır ve kuruluş genelinde gerçekleştirilmektedir. Sektörden bağımsız olarak, işletmeler piyasadaki rakiplerine göre rekabet avantajı elde etmelidir. Bu nedenle, rekabet avantajı yaratmak ve sürdürmek için işletmeler sürekli yenilik yapmak zorundadır. Kısacası, işletmelerin sürdürülebilirliği, bu konsepti destekleyen ortak bir kalite yaklaşımının benimsenmesine bağlıdır.

Tüm işletmeler kaynaklarını verimli kullanmalı ve müşteri gereksinimlerini ve beklentilerini karşılamak için TKY esaslarını kullanmalıdır. Bunlar yönetim liderliği, müşteri/tüketici odaklı çalışma, çalışanların sürece katılımının sağlanması, örgütün sürekli olarak kendini yenilemesi/gelişimi, bilgi kullanımının etkinleştirilmesi, müşteri odaklılık, eğitim ve tedarikçilerle ilişkiler olarak tanımlanabilmektedir. Rekabet karşısında güçlendirme, stratejilerinin doğru tanımına ve uygulanmasına bağlıdır. Diğer yandan, küreselleşmenin etkisiyle çeşitli alanlarda büyük değişiklikler gözlenmektedir. Bu değişikliğe uymak için işletmelerin daha fazla verimlilik ve rekabet avantajı elde etmek için stratejilerini genel kalite kavramına uyarlamaları gerekmektedir. İşletmelerin rekabet gücü genel bir kalite yönetimi yaklaşımının benimsenmesine bağlıdır.

İşletmelerin sürdürülebilir olması ve sadece üretilen mal ve hizmetlerin ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp aynı zamanda müşterilerin değişen ihtiyaç ve beklentilerini de karşılamaları gerekmektedir. Bunu başaran işletmeler rakiplerinden daha güçlü olabilir. Ticaret koşulları sürekli değişmektedir ve işletmeler bu değişikliğe uymak zorundadır. Kalite, amaçlanan kullanıma, teknolojik gelişmelere, tüketici ihtiyaçlarına ve değerlendirme kararlarına göre farklı şekillerde belirlenir. Bununla birlikte, kalite esas olarak kalite uygunluk seviyesi ve hizmet seviyesi veya belirli bir ihtiyaç seviyesi ile belirlenir. Bu çerçevede bu esasları gerçekleştirmek için günümüzde bilişim sistemlerinden yararlanılmaktadır.

Bilişim sistemlerinin kullanımı ile TKY'nin yapısı hızlı ve proaktif bir görünüme ulaşabilmektedir. Çalışmanın amacı çok boyutlu bilgi sistemi kullanımının TYK yapısına etkisinin incelenmesidir. İnceleme sırasında, sistem kullanım yapısının çok boyutlu olması, onu içerik düzeyinde bütünsel olarak temsil etmek için dikkate alınmıştır. Kaliteyi sağlamak bir şirkette asla basit (ne de kolay) bir iş değildir. Bu nedenle, dünya çapında binlerce şirketin yeni süreçleri uygulamak, kalitelerini yönetmek ve kontrol etmek için TKY'yi ve bu yönetim araçlarını kullanması şaşırtıcı değildir. Bu sistemi kullanmanın nedenlerinden biri, sonuç olarak, daha fazla sayıda müşterinin şirketten memnun kalmasıdır. Şirketlerde TKY uygulanmasıyla üretimin artması ve maliyetlerin düşmesi beklenebilir. "TKY" bir yönetim stratejisidir. Yöntem, tüm organizasyonel süreçlerde kalite bilinci yaratma sürecine odaklanmaktadır.

Bu çerçevede TKY, bir kuruluşun ürün veya hizmetlerinin iyileştirilmesini sağlamak için bir organizasyonu yönlendirmek ve kontrol etmek için koordine edilmiş herhangi bir faaliyet olarak tanımlanabilir. TKY'de şirketin müşterilerinin, ihtiyaçlarını, zorluklarını, arzularını ve arzularını derinlemesine tanımak çok önemlidir. Bu nedenle bilişim sistemlerinin etkin kullanılması veri madenciliği ile önemli çıkarımlar sağlamaktadır. Buradan istenilen faydanın elde edilmesi için bilişim sistemlerin uygulanması ve kalite denetiminin gerekli olduğu durumların belirlenmesi gerekmektedir. Daha sonra organizasyonlardaki kalite merkezlerini veya sektörleri yönetmek için seçilen bilişim sistemi etkin bir şekilde kullanılabilir. TKY, süreçlerin kontrolünü ve standardizasyonunu getiren ve aynı zamanda alınan önlemlerin etkinliğinin ölçülmesini sağlayan bir araçtır. İyi uygulanmış ve iyi yönetilen bir kalite yönetim programı, üst yönetime karar vermek için güvenlik sağlar.

Bu çerçevede TKY'de bilişim sistemlerinin kullanımı tüm şirket süreçlerini ve bu süreçlerin müşteriler karşısında ürün ve hizmet kalitesini nasıl iyileştirebileceğini doğrulamayı amaçlamaktadır. Bu sistemde, kurumun günlük süreçlerinde uygulanan kalite ilkeleri ve yönergeleri kullanılmalıdır.

Anahtar Kelimeler; Bilişim Sistemleri, Toplam Kalite Yönetimi, Kalite, Bilişim Teknolojileri ve Verimlilik.

Michelin Yıldızlı Restoranların Mutfak Konseptlerinin İncelenmesi, Türk Mutfağının Kullanımının Analizi

Ahmet UĞUZLUOĞLU

Kocaeli University, Social Sciences Institute

ahmetuguzluoglu@yahoo.com

ÖZET

1900 yılından beri restoran derecelendirme rehberi olarak faaliyet gösteren Michelin rehberinde, dünyada 3 kategori- de ödüllü yıldızlı restoranları ve 2 kategoride aday restoranları bulunmaktadır. Bu çalışmada, michelin rehberinde bu- lunan 136 adet 3 yıldızlı, 502 adet iki yıldızlı ve 2637 adet 1 yıldızlı toplam 3295 michelin yıldızlı restoranın mutfak konseptleri içerik analiziy-le incelenmiştir.

İnceleme sonucunda 3 yıldızlı michelin restoranlarında 43 restoran ile Kreatif Mutfak, 2 yıldızlı michelin restoranla- rında 163 restoran ile Kreatif Mutfak, 1 yıldızlı michelin restoranlarında 785 restoran ile Modern Mutfak en fazla kullanılan mutfak konseptleri olarak belirlenmiştir.

Michelin yıldızlı 3295 restoran içinde Türk Mutfağı'nın hiçbir restoranda uygulanmadığı tespit edilmiştir.

Çalışmanın son kısmında michelin rehberinde bulunan ve yıldız almaya aday olan 3691 adet Bib Gourmand restoran ve 11494 adet The Michelin Plate restoranının mutfak konseptlerinde Türk Mutfağının kullanımı araştırılmıştır. Top- lam 18481 adet Bib Gourmand ve The Michelin Plate restoranlarında, 6 restoranın Türk Mutfağı Konseptini uygula- dığı tespit edilmiştir.

Türk Mutfağının, New York'ta Bib Gourmand kategorisinde "Lokanta", "Sip Sak" ve "Turkish Kitchen" adlarındaki restoranlarda, New York'ta The Michelin Plate kategorisinde "Pera" adında restoranda, Washington'da Bib Gourmand kategorisinde "Ottoman Taverna" adında restoranda, Londra'da The Michelin Plate kategorisinde "Yeni" restoranda uygulandığı tespit edilmiştir.

Çalışmanın sonucunda, michelin yıldızlı restoranlarda en yaygın mutfak konseptinin Kreatif Mutfak olduğu, daha sonra Modern Mutfağın tercih edildiği tespit edilmiştir.

Türk Mutfağının dünya üzerindeki 18481 adet michelin restoranında kullanımının ve tercihinin arzu edilen düzeyde olmadığı ve yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Bu çalışmanın sonucunda, Türk Mutfağının yorumlanması, dünya genelinde diğer mutfaklarla yarışabilmesi ve dünyaya tanıtıl-ması ile ilgili daha radikal çalışmaların ve tanıtımların yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Michelin Rehberi, Michelin Yıldızlı Restoranlar, Mutfak Konsepti, Türk Mutfağı

Investigation of Cuisine Concepts of Michelin Starred Restaurants, Analysis of the Use of Turkish Cuisine.

ABSTRACT

The michelin guide, which has been operating as a restaurant rating guide since 1900, has award winning starred restaurants in 3 categories and candidate restaurants in 2 categories in the world. In this study, the cuisine concepts of a total 3295 restaurants in 136 restaurants as 3-star, 502 restaurants as 2-star and 2637 restaurants as 1-star restaurants in the michelin guide were analyzed by content analysis.

As a result analysis, creative cuisine with 43 restaurants in 3-stars michelin restaurants, creative cuisine with 163 restaurants in 2-stars michelin restaurants, moderne cuisine with 785 restaurants in 1-star michelin restaurants are determined as the most used cuisine concepts.

It was determined Turkish cuisine was not applied in any restaurants among 3295 restaurants with michelin stars. In the last part of the study, the use of Turkish Cuisine in the cuisine concepts of 3691 Bib Gourmand restaurants and 11494 The Michelin Plate restaurants, which are in the michelin guide and candidates for stardom were investigated. It was determined that 6 restaurants applied the Turkish Cuisine Concept in a total of 18481 Bib Gourmand and The Michelin Plate restaurants.

Turkish Cuisine was applied, name of "Lokanta", "Sip Sak" and "Turkish Kitchen" restaurants in Bib Gourmand category in New York, in the restaurant named "Pera" in The Michelin Plate category in New York, in the restaurant named "Ottoman Taverna" in Bib Gourmand category in Washington, in the restaurant named "Yeni" in The Michelin Plate category in London.

As a result of the study, it was determined that the most common cuisine concepts in michelin starred restaurants was Creative Cuisine and Modern Cuisine was preferred.

It has been determined that use and preference of Turkish Cuisine in 18481 michelin restaurants around the world is not a desired and it is inadequate. As a result of this study, it was concluded that more radical studies

and promotions should be made regarding the interpretation of Turkish Cuisine, competing with other cuisines around the world and its introduction to the world.

Keywords: Michelin guide, Michelin starred restaurant, Cuisine Concept, Turkish Cuisine.

İzlenim Yönetimi Taktikleri: Kültürel Bağlamda Bir Ölçek Geliştirme Çalışması

Dr. Hilal BOZKURT YILDIRIM

Milli Savunma Bakanlığı
hbozkurtyildirim@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. N. Derya ERGUN ÖZLER

Dumlupınar University FEAS
derya.eozler@dpu.edu.tr

ÖZET

Örgütsel Davranış konusunda yapılan bilimsel araştırmalarda genellikle farklı ülkelerde geliştirilen ölçeklerden yararlanılmakta ve çoğu zaman bireylerin tutum ve davranışlarında toplumsal kültürün etkisi göz ardı edilebilmektedir. Özellikle izlenim yönetimi taktikleri gibi karşı tarafın algılarını yönlendiren davranışlar, bireylerin içinde bulundukları kültürün özelliklerinden etkilenebilmektedir. Bu bağlamda, iş yaşamında çalışanların sergiledikleri izlenim yönetimi taktiklerinin, Türk toplumunda batıdan farklı olabileceği öngörülerek Yıldırım (2019) tarafından nitel yaklaşımla keşfedilen Türk çalışma ortamına özgü izlenim yönetimi taktiklerinden yola çıkılarak, bu çalışmada Türk kültürüne uygun, geçerli ve güvenilir bir izlenim yönetimi ölçeği geliştirmek amaçlanmıştır.

Madde havuzunun oluşturulması, ölçeğin yapılandırılması ve ölçeğin değerlendirilmesinden oluşan üç aşamalı bir yöntem kullanılmış, bu kapsamda 60 katılımcı ile yarı yapılandırılmış mülakatlar yapılmıştır. Görüşmelerin analizi ile elde edilen kod ve temalara dayanarak madde havuzu oluşturulmuş ve uzman değerlendirmeleri aracılığıyla ölçeğin içerik geçerliliği test edilmiştir. Yapılan madde eleme işlemleri sonucunda ölçeğin son hali 16 madde ile tamamlanmıştır. Ölçeğin değerlendirilmesi kapsamında (n=490) yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda 4 boyutlu yapı olduğu görülmüş ve toplam varyansın %69,2'si açıklanmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,88'dir. Yapı geçerliliği yönünden ölçeğin örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği ile ayrışım geçerliliği sağladığı görülmüştür. Sonuçlar geliştirilen izlenim yönetimi ölçeğinin güvenilir ve büyük ölçüde geçerli bir ölçme aracı olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: İzlenim Yönetimi, Toplumsal Kültür, Ölçek Geliştirme.

Uşak Şeker Fabrikasının Kuruluşu'ndaki Girişimcilik Ruhu

Asst. Prof. Dr. Vasfi KAHYA

Kütahya Dumlupınar University, Hisarcık HS

vasfi.kahya@dpu.edu.tr

ÖZET

1926 yılında Şeker Fabrikaları Kanunun kabulünden sonra Alpullu ve Uşak Şeker Fabrikaları devletin desteğiyle kurulmuştur. Cumhuriyetin ilanından sonraki ilk yıllarda, sanayileşmeye dayalı kalkınma modeli çerçevesinde, devlet bizzat girişimci olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum bireylerin girişimci olmalarından farklı olmakla birlikte, devletin yaptığı ilk yatırımlar, girişimcilik kültürü ve girişimcilik ruhunun oluşmasında etkili olmuştur. Özel müteşebbisler bu dönemden sonra, devleti örnek alarak ve genelde devlet destekleriyle girişimlerine başlamıştır. Ülkemizde devletin ekonomideki merkezi rolü azalmış olsa da günümüzde de devam etmektedir. Devlet, önemli ve stratejik görülen bir çok sektördeki yatırımları desteklemekte, girişimcilere avantaj sağlamaktadır. Bu model, eğer belli bir sektörde özel müteşebbisler ve yeni yatırımlar oluşursa başarılı olabilir. Ancak devlete güvenerek sadece kar amacı güden işletmelerin kamu yararı ve refah gelişimini de dikkate alması gerekmektedir. Uşak Şeker Fabrikasının kuruluş aşamasında özel ve mahalli bir teşebbüs olması ve o yıllar için çok yeni olan bu durumun müteşebbisler tarafından nasıl algılandığını sonraki süreçte göstermesi bakımından özgünlük taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uşak Şeker Fabrikası, Çok Ortaklı İşletmeler, Girişimcilik.

Entrepreneurial Spirit in the Establishment of Uşak Sugar Factory

ABSTRACT

Alpullu and Uşak Sugar Factories were established by the support of the state after the adoption of Sugar Factories Law in 1926. In the first years after the declaration of the Republic, the state emerged as an entrepreneur within the framework of the industrialization-based development model. Although this situation is different from individuals' being entrepreneurs, the first investments made by the state have been effective in the formation of entrepreneurial culture and entrepreneurial spirit. After this period, private entrepreneurs started their efforts by taking the state as an example and with the support of the state in general. Although the central role of the state in the economy has decreased in our country, it still continues today. The state supports investments in many sectors that are considered important and strategic, and provides advantages to entrepreneurs. This model can be successful if private entrepreneurs and new investments occur in a particular sector. However, only businesses that rely on profit should rely on public interest and prosperity development. Uşak Sugar Factory is unique in a way that it was a private and local enterprise at the stage of its establishment and shows how the entrepreneurs perceived this situation, which was very new for those years, in the next process.

Keywords: Uşak Sugar Factory, Multi-Partner Enterprises, Entrepreneurship.

“New Management” and “Senism”

Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN

Istanbul Aydın University
sen@senizm.com, erdals@aydin.edu.tr

ABSTRACT

One of the most well-known and commonly believed concepts in the world can be expressed as the change. Change stands out as one of the most important occupation themes of humanity due to the fact that it should be unstoppable and managed. In today's world, where globalization is discussed with many different dimensions and variables, examining the causes and consequences of rapid and effective change and transformation is of vital importance in both theoretical and practical areas. Information, communication and production technologies, which have been developing rapidly since the 1990's, reveal an approach in which digitalization is considered as the main factor of change today. From this point of view, especially the COVID-19 pandemic crisis that emerged in Wuhan, China as of March 2020 and affected the whole world and all rapid changes and transformations that have taken place in the world since its beginning, should also be taken into account. The new world created by digitalization necessitates the re-evaluation of all concepts that involve management in the most general sense and/or the terms that ends with management. In this regard, as in many concepts, the concept of management, which is at the center of change and transformation, should be re-evaluated in the light of many different variables on an individual, society, institution and system basis. This study aims to present the conceptual definition of the concepts of “New Management” and “Senism” in a changing and transforming world.

Keywords: Digitalization, COVID-19, Change, New Management, Senism.

Entrepreneurship, Digitalization and Organizational Agility

Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN

Istanbul Aydın University
sen@senizm.com, erdals@aydin.edu.tr

Nour El Hoda TARABAH

Istanbul Aydın University
tarabahnourelhoda@gmail.com

ABSTRACT

In today's digital world, where change takes place much more rapidly and effectively, all areas of business are being transformed and reshaped into more contemporary and agile forms. Thus, in the recent decade, "Entrepreneurship" traditionally known and defined as the capacity and willingness to hold the process of developing, organizing, and managing a business venture together with handling all the associated risks, has witnessed a major transformation in the way it has been studied, practiced and taught. "Digitalization" which is the process of enabling, improving, and transforming business activities by leveraging various types of digital technologies, is being extensively utilized in all today's settings due to its wide range of benefits. In this context, as entrepreneurship is associated with multiple risks, digitalization can provide the solutions to minimize those risks and ensure the continuity of entrepreneurial organizations. As all kind of businesses are exposed to challenges caused by rapidly changed, uncertain and complex market and environment, thus, it is important for entrepreneurial organizations to possess "Organizational Agility" which sets up the ability, strategies and initiatives to respond to such challenges. This study is a conceptual review that examines the theoretical basis of entrepreneurship, digitalization and organizational agility.

Keywords: Entrepreneurship, Digitalization, Organizational Agility.

Türkiye’de Sigorta İşletmelerinin Büyüme ve Gelişimindeki Ürün Geliştirme Üzerinde Oluşan Zorluklar

Dr. Münevver BAYAR
Sosyal Güvenlik Kurumu
munevverbayar@hotmail.com

ÖZET

Sigorta kavramı tüketicilerin aklında zorunlu trafik sigortası, kasko ve doğal afet sigortası gibi yaygın kullanılan türler olarak canlanmaktadır. Bu klişeden insanları kurtarmak adına sektörün önde gelenlerinin sigorta bilinci yerleşmesi için hedeflerine inovatif ürün pazarlamasına yönelmesi gerekir. Ülkemiz yüzde 1,5 sigortalılık oranına sahiptir ve bu gelişmiş ülkelerin çok gerisinde bir orandır, oysaki Türkiye, 19 milyon genç nüfusa sahiptir ve sigortacılık pazarı gelişme potansiyeline sahiptir. Bu durum sigortacıları daha sıkı bir rekabete yönlendirir.

Türkiye Sigorta Birliği verilerine göre, 2018 yılında dünya ekonomisi, ticari mücadele kaynaklı belirsizlik olmasına karşın potansiyelinin üzerinde büyümeyi sürdürmüş, sigortacılık sektörü bağlamında prim üretimi büyüme oranı, reel olarak artarak yüzde 2 civarında gerçekleşmiştir. Ülkede ise; 2018’de toplam 54,7 milyar TL prim üretimi gerçekleşmiştir. Sektör 2018 sonu itibarıyla 2017’nin aynı dönemine göre yüzde 17,1’lik artışla 178 milyar TL aktif büyüklüğüne, yüzde 72,7 artışla 4,7 milyar TL toplam kar seviyesine ulaşmıştır. 2017 yılında sektördeki toplam istihdam 14 bin 52 kişi iken, 2018 yılında 14 bin 62 kişiye çıkmıştır. ⁴ Sektörün geçen yıl otomotiv pazarının da daralmasıyla son beş yılın en yavaş büyümesini gerçekleştirmesi ise bu yıl elit ürünlerde kârlılığı ve verimliliği hedefleyen sektörün büyüme hedefini yüzde 10-12 düzeyine çekmiştir. Geliştirilen inovatif sigortalar tüketicilerin karşılaşılabileceği farklı riskleri keşfederek günlük yaşamı çok daha kolaylaştırmaya yönelik olmaya odaklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sigortacılık, Sigorta Pazarlaması, Sigorta Ürünleri

Challenges on Product Development in the Growth and Development of Insurance Companies in Turkey

ABSTRACT

The concept of insurance is revived in the minds of consumers as commonly used types such as compulsory traffic insurance, insurance and natural disaster insurance. In order to save people from this stereotype, industry leaders need to focus their goals on innovative product marketing in order to establish insurance awareness. Our country has an insurance rate of 1.5 percent, which is far behind developed countries, whereas Turkey has a young population of 19 million and the insurance market has the potential to develop. This leads insurers to tighter competition.

According to Turkish Insurance Association data, in 2018, the world economy continued to grow above its potential despite the uncertainty caused by the trade struggle, and in the context of insurance sector, the premium production growth rate increased in real terms and was around 2 percent. In 2018, a total premium production of TL 54.7 billion was realized in the country. As of the end of 2018, the sector reached TL 178 billion in assets with an increase of 17.1 percent compared to the same period of 2017, and TL 4.7 billion in total profit with an increase of 72.7 percent. Total employment in the sector in 2017 was 14,52 people, while in 2018 it increased to 14,62 people. The sector's slowest growth of the last five years, with the contraction of the automotive market last year, brought the sector's growth target to 10-12 percent, which targets profitability and efficiency in Elite products this year. The innovative insurances developed are focused on making everyday life much easier by exploring the different risks that consumers may face.

Keywords: Insurance, Insurance Marketing, Insurance Products

⁴ <https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2019/05/sektorel-bakis-2019-sigortacilik.html>, erişim 11.06. 2020

Girişimcilikte Hukuki Yapı Tercihi

Asst. Prof. Dr. Ebru TÜZEMEN ATİK

Selçuk University, Law Faculty
ebru.atik@selcuk.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik kavramı, genel bir ifadeyle yeni bir işletmenin tasarlanması, hayata geçirilmesi ve işletilmesi sürecini ifade etmektedir. Bununla birlikte, var olan işletmenin genişletilmesi de bir girişimcilik faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Her iki ihtimalde de girişimci, karşı karşıya olduğu seçenekler ile bunlar arasındaki tercihlerinin muhtemel sonuçları hakkında mümkün olduğunca bilgi sahibi olmalıdır. İlk bakışta basit bir hukuki yardımla kolayca aşılabilecek formalitelerden ibaret gibi görülebilen hukuki süreçler, uzun vadede girişim açısından beklenmedik maddi kayıplara neden olabilir. Bu nedenle emek, sermaye ve mesai kaybı yaşanmadan ya da bu konuda bir yaptırımla karşılaşılmadan yapılacak doğru değerlendirme ve tercihler, girişimin başarıısı açısından önem teşkil etmektedir.

Bir girişimde bulunmak isteyen kimsenin başlangıç aşamasında faaliyetin türüne ve kapsamına dair verdiği kararını uygulamaya geçirmesi ile birlikte birtakım hukuki sonuçlar ortaya çıkacaktır. Bu kapsamda ilk sırada cevaplanması gereken sorular içerisinde, işletmenin ticari nitelik taşıyıp taşımadığı; bir diğer ifadeyle esnaf işletmesi mi yoksa ticari işletme niteliğinde mi olduğu gelmektedir.

Bir girişimci tek başına bir girişimde bulunabileceği gibi ortaklık kurma yoluna da gidebilir. Hukukumuzda 6102 sayılı kanunun kabulüyle birlikte ortaklık kurmak için bir ortağa gerek duyulması zorunluluğu önemli noktalarda ortadan kalkmıştır. Söz konusu esaslar çerçevesinde bu çalışmada, girişimcilikte hukuki yapının tercihinde göz önünde bulundurulması gereken hususlar belirlenmekte ve buna göre uygun tercihin yapılması için hukuki yapı tercihinde karşı karşıya kalınabilecek yapıların menfi ve müspet yönleri ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: girişimcilik, hukuki yapı, şirket türleri.

Creating eWoM: in the Context of Factors of Personal Brand Owners in the UK.

Dr Andrina HALDER

andrina.halder@gmail.com

ABSTRACT

Electronic word of mouth (eWoM) signifies a powerful yet low-cost means for companies to attract customers. Regardless of the challenges in generating positive eWoM, celebrity chefs (representative of personal brand owners) within their social media brand community, influences the generation a substantial amount of eWoM. Celebrity chefs and eWoM – these two well known spectra of customers' brand-associated communications are the focus of this research. So far, these streams of literature take their individual research directions and therefore had very less intersection. Moreover, despite of repeated occurrence (Relling et al., 2016) very less is known about eWoM influenced by celebrity chefs perceived factors. As such, this research will explore the celebrity chefs perceived factors which influences eWoM motivation. This research follows a multi method qualitative approach – firstly, the researcher conducts a Netnography study within three celebrity chefs – Jamie Oliver, Nigella Lawson and Gordon Ramsay's social media brand communities. On the second segment the researcher has adopted a semi-structured interview method and explored the more perceived factors of the celebrity chefs and eWoM motivations to generate the eWoM messages. The findings showcase perceived factors of celebrity chefs and eWoM motivations to generate eWoM messages. Some of the perceived factors of celebrity chefs are categorised using Ohanian's (1990) source credibility factors but not limited to. Some of the eWoM motivations that have been identified represents the findings from previous researchers and some are a new contribution to the literature. This research findings has been interpreted into a conceptual framework which will help the future researchers to understand perceived factors of personal brand owners influences eWoM motivations. This research will also help other personal brand owners, social media regulators, marketers, social influencers to understand factors that influence eWoM motivation.

Keywords: eWoM, celebrity chefs, social media marketing, personal branding, social media brand communities.

31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Adalet ve Kalkınma Partisi Siyasal Reklamlarının İncelenmesi

Asst. Prof. Dr. Emre Osman OLKUN

Selçuk University
emreolkun@selcuk.edu.tr

Hamide SARITAŞ, PhD. Student

Selçuk University
hsaritas32@gmail.com

ÖZET

Siyasal iletişim, siyasi parti ve adayların belli politik amaçlara ulaşmak için girişmiş olduğu her türlü iletişim biçimidir. Siyasal iletişimin bir türünü oluşturan siyasal reklamlar ise özellikle seçim dönemlerinde medya organlarından, siyasi parti ya da adayların yer ve zaman satın alarak, seçmenleri ikna etmek için yapmış oldukları iletişim faaliyetidir. Siyasal iletişim ve siyasal reklam bağlamında; bu çalışma, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin (Ak Parti) 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri'nde yürütmüş olduğu siyasal iletişim faaliyetleri ve mesaj stratejilerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın zaman aralığı; seçim çalışmalarının en yoğun olduğu dönem olan 03-30 Mart 2019 tarihleri aralığı olarak belirlenmiştir. Ak Parti'nin siyasal seçim faaliyetlerini belirleyebilmek için tiraj bakımından en yüksek beş gazete; "Hürriyet", "Sabah", "Posta", "Sözcü" ve "Türkiye" gazeteleri örneklem olarak belirlenmiştir. Ak Parti'nin bu gazetelerde yayınlamış olduğu siyasal seçim reklamları içerik çözümlemesi yöntemi ile incelenmiştir.

Siyasal iletişim literatüründen ve alanda daha önce yapılmış benzer çalışmalardan yararlanılarak bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu kodlama cetveli ile söz konusu reklamlarda Ak Parti'nin hangi gazetede ne kadar reklam yayınlattığı, bu reklamlarda ele aldığı konuları, reklamlarda kullanmış olduğu siyasal reklam türleri ve siyasal mesaj stratejileri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Reklam, Adalet ve Kalkınma Partisi, Gazete, İçerik Çözümlemesi

31 March 2019 Local Elections Justice and Development Party Political Ad Review

ABSTRACT

Political communication is any form of communication that political parties and candidates have attempted to achieve certain political goals. Political advertisements constituting a type of political communication are the communication activities that the political parties or candidates make to persuade the voters by buying place and time from media organizations especially during the election periods. In the context of political communication and political advertising; this study was conducted to reveal the political communication activities and message strategies carried out by the Justice and Development Party (AK Party) in the March 31, 2019 Local Elections. The time interval of the study was determined as the range of 03-30 March 2019, which was the most intense period of election studies. In order to determine the political election activities of AK Party, the top five newspapers in terms of circulation; "Hürriyet", "Sabah", "Posta", "Sözcü" and "Türkiye" have been identified as samples newspapers. Political election advertisements published by Ak Parti in these newspapers were analyzed by content analysis method.

By using the political communication literature and similar studies in the field, a coding table was created. With this coding table, how many ads Ak Party has published in these advertisements, the issues it handles in these ads, the types of political advertising used in the ads and the political message strategies have been revealed.

Keywords: Political Advertising, Justice and Development Party, Newspaper, Content Analysis.

Covid-19 Konulu Sağlık Haberlerinin Sayfa Tasarımı ve Renk Unsuru Üzerine Bir Değerlendirme

Asst. Prof. Dr. Rengim SİNE NAZLI

Bolu Abant İzzet Baysal University
rengimsine@gmail.com

Inst. Bahar AKBULAK

Bolu Abant İzzet Baysal University
baharakbulak@gmail.com

ÖZET

Sağlık konulu haberlerin gerek görsel gerekse içerik olarak anlaşılır ve doğru olması önem teşkil etmektedir. Bu sebeple kitle iletişim araçlarında yayınlanan, hayatla birebir ilişkili olan sağlık konulu haberlerin de önemi büyüktür. İnsanlara umut olabilecek her bir konunun yanı sıra panik ve endişeye yol açabilecek haber içeriklerinden uzak durulması gerekmektedir. Dolayısıyla gazetecilik etik nosyonlarının sağlık konulu haberlerde ekstra göz önünde bulundurulması gerekmektedir. İçeriğin yanı sıra bir haberin dikkat çekici ve ön plana çıkarılması gibi önemli hususlar konusunda sayfa tasarımının da etkisi büyüktür. Dolayısıyla tüm basın kuruluşlarına bu hususta büyük bir görev düşmektedir. Öte yandan tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 konulu sağlık haberleri ve tıbbi gelişmeler hakkında toplumun haberdar edilmesi, bilgilendirilmesi ve farkındalığın artırılması çoğunlukla kitle iletişim araçları vasıtasıyla sağlanmıştır. Yazılı basında yer alan sağlık haberlerinin okuyucu üzerinde daha fazla etki bırakması ve etkili olması sayfa tasarımı ile mümkün hale gelmektedir. Bu çalışmada Covid-19 konulu sağlık haberlerinin yazılı basında nasıl konumlandırıldığı ve haberin sayfada yer alma biçimi incelenmektedir. Çalışmada, Alex'a Haziran 2020 verilerine göre en yüksek tiraja sahip beş ulusal gazetenin (Sabah, Hürriyet, Milliyet, Posta, Sözcü) 06.06.2020-12.06.2020 tarihleri arasında yayınlanan 7 günlük nüshası incelenmiştir. Bu sürede yayınlanan Covid-19 konulu sağlık haberlerin yer aldığı alanlar sayfa tasarımı öğeleri dikkate alınarak; kullanılan renk ve tasarım çok yönlü değerlendirilmiştir. Araştırmaya dahil edilen tüm haberler; sayfa tasarımında başlık çatışması, metin yığılması, dengesiz dağılım gibi tasarım unsurları bağlamında analiz edilmiştir.

Anahtar Kelime; Sağlık Haberi, Covid19, Renk, Sayfa Tasarımı.

Haber ve Sağlık Sitelerinde Covid 19 Salgınının İnteraktif İnfografikle Anlatımı

Asst. Prof. Dr. Canay UMUNÇ

Niğde Ömer Halisdemir University

canayumunc@gmail.com

ÖZET

Yeni medyanın ortaya çıkışı, yazının uzun yıllar süren hâkimiyetini görselliğe bırakmasına yol açmıştır. Yeni medyanın sunduğu hız, çeşitlilik ve multimedya gibi özellikler, haber organizasyonlarının da haber pratiklerinde değişimler yapmasını zorunlu kılmıştır. Bu değişikliklerden biri haberlerde infografik kullanımıdır. İnfografikler, haberin okuyucuya metin ile değil verilerin görselleştirilerek aktarılması olarak özetlenebilir. Bu tür anlatımda metinden çok görsellik ön plandadır. Görsel sunum metinlerin uzun uzadıya okunmasının önüne geçerek, okuyucuya zaman kazandırmaktadır. Ayrıca görsel olduklarından sözel metinlere göre daha fazla hafızada kalabilmektedir. İnfografiklerin dinamik yapısı kullanıcıların etkileşimi ve anlaşmalarını sağlamaktadır. İnfografikler, verilerin zihnimize kolayca objektif ve şeffaf algılanması amacıyla yeni medyada kullanılmaktadır. Günümüzde, birçok haber, tartışma platformu temel faktörleri gösterdiği ve karmaşık küresel sorunları basit bir şekilde açıklamayı sağladığı için infografikleri kullanmaktadır. Bu sayede haber siteleri enformasyonu görsel olarak çekici ve ikna edici bir formatta sunabilmektedir. Bu çalışmada dünyada birçok insanın ölümüne yol açan Covid 19 salgınının haber ve sağlık sitelerinde infografik anlatımları, sosyal göstergebilim yöntemi ile incelenmiştir. Böylelikle, küresel meselelerde infografikle görsel ve sözlü göstergebilimsel kaynakların kullanımına ilişkin bir fikir verilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar kelime: Covid 19, sosyal göstergebilim, infografik, haber, sağlık.

Öğretmen Adaylarının Özel Gereksinimli Bireyi Tanımaya Yönelik Beceri, Görüş ve Tutumları

Dr. Banu YAMAN ORTAŞ
Trakya University
banuyaman@trakya.edu.tr

Mehmet TABAK
Trakya University
mehmettabak8031@gmail.com

Yasemin KURTULUŞ
Trakya University
ysmnkrtls22@gmail.com

ÖZET

Araştırmanın genel amacı; “Eğitim Fakültesi son sınıf öğrencilerinin eğitsel tanı almış ve tanı almamış özel gereksinimli bireyi tanıma yeterlilikleri” ne ilişkin değerlendirme yapmak ve görüş almaktır. Bu kapsamda araştırmacılar tarafından Günayer Şenel, H. & Tekin, E. (2002) ve ÖEHY (Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği) (2018) kaynak alınarak iki farklı veri toplama aracı geliştirilmiştir. Hazırlanan birinci veri toplama aracı; son sınıf öğrencilerinin eğitsel tanı almış ve almamış özel gereksinimli bireyi tanıma yeterlilikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Çalışma nitel araştırmaların amaçlı örnekleme yöntemlerinden “Benzeşik (Homojen) Örnekleme” yöntemine göre belirlenmiştir. Amaçlı Örnekleme; olası ve seçkisiz olmayan bir örnekleme yaklaşımı olup, araştırmacının imkânları ve çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak sağlamaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2011: 89). Hazırlanan veri toplama aracı; yarı yapılandırılmış görüşme formu formatında tasarlanmıştır. Tasarlanan veri toplama amacının genel amacı; “son sınıf öğrencilerinin eğitsel tanı almış ve almamış özel gereksinimli bireyi tanıma yeterlilikleri” ne ilişkin değerlendirme yapmaktır. Bu amaçla; a) Son sınıf öğrencileri özel eğitim alanına ilişkin neleri bilmektedir? b) Son sınıf öğrencilerin tanılanma süreci ile ilgili olarak neler bilmektedir? c) Son sınıf öğrencilerinin engel türlerini fark etme becerilerinde algı düzeylerine ilişkin düşünceleri nelerdir? sorularına yanıt aranması hedeflenmiştir. Bu kapsamda katılımcılara kişisel bilgi formu ve katılımcı görüşleri olmak üzere iki bölümden oluşan form uygulanmıştır. Kişisel bilgi formunda katılımcılara yaş, cinsiyet, öğrenim gördükleri anabilim dalı, özel eğitim alanında varsa katıldıkları eğitimler ve süreçleri olmak üzere beş değişkene yönelik sorular yöneltilmiştir. Görüşme formunun ikinci bölümünde katılımcı görüşlerine ilişkin yarı yapılandırılmış 15 adet soru hazırlanmıştır. Bu sorular; meslek yaşamlarında karşılaşılabilecekleri engel grupları ve fark etme yeterlilikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Ayrıca “otizm, disgrafi, disleksi, diskalkuli, dil ve konuşma güçlüğü, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu” alanlarında spesifik sorulara da yer verilmiştir. Formun ikinci bölümünde katılımcılara 15 sorudan oluşan 5’li Likert tipi ölçek hazırlanmıştır. Bu ölçekte; özel eğitim kavramı, engel türleri, tanılama süreci, yasal haklar, özel eğitim merkezlerinin yapısı ve işlevi, özel eğitim sınıfları, destek eğitim odaları, tam zamanlı kaynaştırma, yarı zamanlı kaynaştırma, özel eğitimde sınıfın fiziki şartlarının düzenlenmesi, BEP, öğretim programlarının bireyselleştirilmesi ve bireyi akademik değerlendirme yeterlilikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Uzman görüşleri alınıp pilot uygulaması yapılan çalışmanın asıl uygulaması devam etmektedir. Pilot uygulama sonucunda elde edilen sonuçlara dayalı olarak özellikle öğretmen adaylarının sınıflarındaki özel gereksinimli öğrencileri tanıma ve izleyecekleri yol konusunda yeterli bilgi sahibi olmadıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğitsel Tanı, Özel Gereksinim, Özel Eğitim, Öğretmen Yetiştirme, Görüş, Tutum

Skills, Opinions and Attitudes of Prospective Teachers for Identifying the Individuals Having Special Needs

ABSTRACT

General objective of the study is making assessments and receiving opinions on “Competence of the Seniors of the Faculty of Education for Identifying the Individuals Having Special Needs Who Received or Did Not Receive Educational Identification” Within this scope, the researchers have developed two data collection tools based on

Gunayer Senel, H.&Tekin, E. (2002) and OEHY (Special Education Services Regulations). First data collection tool developed is focused on the competence of the seniors for identifying the individuals having special needs who received or did not receive educational identification. The study is specified established in accordance with “Homogeneous Sampling” method being one of the purposive sampling methods of qualitative researches. Purposive sampling is a probable and non-random sampling approach whereas it provides the researcher with the opportunity to conduct in-depth researches by selecting information-rich situations based on the possibilities of the researcher and on the objective of study (Buyukozturk, Cakmak, Akgun, Karadeniz, Demirel, 2011: 89). Developed data collection tool is designed in a semi-structured interview form format. The general purpose of the designed data collection tool is making assessments with regard to the “competence of the seniors for identifying the individuals having special needs who received or did not receive educational identification”. For this purpose the answers to the following questions have been sought: a) What do the seniors know about special education? b) What do the seniors know about the identification process? c) What are the opinions of the seniors with regard to the perception level in their competence of recognizing the types of disabilities? Within this scope, a form that comprises two parts, being a personal information form and a participant opinions form, has been applied to the participants. The questions aimed at five variables have been asked to the participants in the personal information form, whereas such variables are, age, gender, the department they receive education at and, if any, the trainings and processes they have participated in. 15 semi-structured questions associated with the participant opinions have been asked in the second part of the interview form. These questions are focused on the disability groups that the participants may encounter during their careers and also on their competence of identification. Besides, specific questions have been asked in the fields with regard to “autism, dysgraphia, dyslexia, dyscalculia, language and speech disorder, attention deficit and hyperactivity disorder”. 5-Point Likert scale comprising 15 questions has been prepared for the participants in the second part of the form. In this scale; special education concept, disability types, identification process, legal rights, structure and function of special education centers, special education classes, support education rooms, full-time inclusion, part-time inclusion, arrangement of the physical conditions of the classroom for special education, IEP, individualization of teaching programs and competence for academic assessment of individuals have been focused on. Expert opinions have been received, the pilot application has been conducted and the actual application of the study is still in progress. Based on the results derived from the pilot application, it is concluded that, particularly the prospective teachers do not have sufficient knowledge about identifying the students with special needs in their classes and about the procedures to follow.

Keywords: Educational Identification, Special Need, Special Education, Teacher Training, Opinion, Attitude.

Dinsel Yaşayış Özelliklerinin Bankacılık Tercihleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Katılım Bankaları Örneği

Murat ER
BAİBÜ
Murat14er@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmada, katılım bankaları ile mevduat bankalarına ilişkin banka kullanıcılarının görüşlerinin alınması ve dini eğilim düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini Bolu ilinde ikamet eden, banka ve katılım bankası kullanan bireyler, örneklemini ise kümeleme örnekleme yöntemine göre seçilen, araştırmaya gönüllülük usulü ile katılan toplam 412 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre inanç puanı yaş, meslek, medeni durum, faize ilişkin görüş ve katılım bankasına ilişkin görüş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Ahlak puanı yaş, meslek, aylık gelir, faize ilişkin görüş ve katılım bankasına ilişkin görüş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). İbadet puanı medeni durum, faize ilişkin görüş ve katılım bankasına ilişkin görüş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Araştırmada elde edilen bulgular ışığında dine eğilimin ahlak ve ibadet boyutunda anlamlı derecede farklılaştığı, ancak inanç bağlamında anlamlı fark göstermediği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankası, Dini Yaşayış, Banka, Faiz.

Examining The Effects of Religious Living Characteristics On Banking Preferences Button: Example of Participation Banks

ABSTRACT

In this study, it was aimed to get the opinions of bank users regarding participation banks and normal banks and to examine whether the religious trend levels differ according to demographic characteristics. The population of the study consists of individuals who live in Bolu province, using banks and participation banks, and the sample is selected by the cluster sampling method and a total of 412 people participated in the study voluntarily. According to the results obtained in the study, the belief score shows statistically significant difference according to age, profession, marital status, opinion on interest and opinion groups on participation bank ($p < 0.05$). Moral points show statistically significant difference according to age, profession, monthly income, interest rate and opinion bank ($p < 0.05$). Worship points differ statistically significantly according to marital status, interest rate opinion and opinion bank ($p < 0.05$).

Keywords: Participation Bank, Religious Life, Bank, Interest.

The Expansion and Influences of Innovative Sustainable Entrepreneurial Practices in Bangladeshi Ready-Made Garments (RMG) Industry

Asraful Khan (PhD Researcher)

Prof. Mohamed Abdel-Maguid

Dr. Dababrata Chowdhury

University of Suffolk

asrafulkhan@googlemail.com

ABSTRACT

The global market of apparel industry is projected to increase from 1.3 trillion U.S. dollars in 2015 to about 1.5 trillion dollars in 2020 (O'Connell, 2020) which indicates the increasing demand for clothing is growing faster day by day across the world. The Ready-Made Garment industry of Bangladesh has achieved remarkable growth in the last two decades. This growing sector in Bangladesh became major global RMG powerhouse (Bank, 2015). The industry currently provides more than four million people as direct employment and more than ten million through other supporting industries and comprised more than 80% of total export of this country (World Bank, 2015). Becoming backbone of the country's economy, the Ready-Made Garment also possesses threats because of the greater contribution on total export revenue and vulnerability in sustainable entrepreneurial practices. There are several fire accidents, accident related to poor building structure which even caused death of hundreds of workers actually embedded in the country's history and culture of non-compliance in social and environmental regulations and standards.

The aim of the research is to investigate the factors contributing to the sustainopreneurship (Terán-Yépez *et al.*, 2019) and its related policies to propose suitable framework for innovative sustainable entrepreneurship in the Bangladeshi RMG sector. This study will be highly valuable for the government authorities that could make good and profitable policies to develop and enhance innovative and sustainable entrepreneurial practices at the same time enhance capacity and entrepreneurial skill in innovative sustainable development.

The researcher will use mixed method to analyse the factors that drive innovative sustainable entrepreneurial practices in the Bangladeshi Ready-Made Garments (RMG) industry. For these reasons pragmatic philosophy can adopted for the purpose of social research of this kind as this is congruent with the mixed quantitative and qualitative approach. The researcher will use quantitative survey and qualitative interviews.

Keywords: Innovation, Entrepreneurship, Ready-Made Garments, entrepreneurial practices

References

- World Bank, T. W. (2015) *BANGLADESH: Country Snapshot*, USA: The World Bank Group100113). Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/190391468190764030/pdf/100113-WP-PUBLIC-Box393225B-Bangladesh-Country-Snapshot.pdf> (Accessed: 25 May 2020).
- O'Connell, L. (2020) *Global Apparel Market - Statistics & Facts*. Global Apparel Market. New York: Statista, Inc. Available at: <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/> (Accessed: 21 May 2020).
- Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, G., Casado-Belmonte, P. and Capobianco Uriarte, M. (2019) *Sustainoentreprenurship: A Comprehensive Bibliometric Analysis and Future Agenda*.

Covid 19 Salgını Sürecinde Uzaktan Eğitim Olanakları: Kuzey Makedonya Örneği

Dr. Fehmi SKENDER

Dr. İlker Ali

International Vision University, N.Macedonia
fehmi.skender@vizyon.edu.mk

ÖZET

Bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de eğitim COVID19 salgından dolayı etkilenmiştir. Eğitim ve bilim bakanlığı başta sadece salgının önlenmesini düşündüğü için, ilk tepki olarak bakanlık tarafından tüm okullar kapatıldı. Fakat salgının şiddetlenmesi ile ve uzaması ile okulların kapatılmasından birkaç hafta sonra uzaktan eğitim arayışlarına başlandı. Ülkemizdeki ilkokul, ortaokul ve üniversiteler hangi uzaktan eğitim araçlarının kullanılacağına dair bir arayışa yönelmiştir. Pandeminin daha ne kadar süreceği belirsiz olduğundan, eğitimin kesintisizi devam etmesi gerektiği ilkesine dayanılarak eğitime devam kararı alınmıştır. Başta bazı teknik sorunlar yaşanması ve bilgi eksikliği çekilmesine rağmen, kısa sürede uyum sağlanarak birçok farklı uzaktan eğitim aracı ve yazılımı yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmada, pandemi dönemi öncesi ve süresinde ülke çapındaki uzaktan eğitim algısı ve durumu araştırılarak karşılaştırılmıştır. Literatür taramasının yanı sıra, betimsel yöntemler ve veri madenciliği yazılımları kullanılmıştır. Genel olarak eğitimde kullanılan bilişim teknolojileri ve kullanma olanakları açıklanmıştır. Daha sonra, çeşitli okullarda okuyan öğrencilerimizin göstermiş oldukları akademik başarıları ve motivasyon durumları veri madenciliği yazılımları kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak, insanlığın böyle zor günlerde her türlü değişime uyum sağlama yeteneğine ve günlük yaşamın devamına yönelik mevcut konfor düzeyine ulaşabilmek için farklı çözümler üretebilme özelliğine sahip olduğu bir kez daha ispatlanmıştır.

Anahtar kelimeler: COVID19, Duygu durum, Uzaktan eğitim, Bilişim teknolojileri Altyapıları, Veri madenciliği.

REMOTE TRAINING OPPORTUNITIES IN OUR COUNTRY IN THE COVID 19 OUTBREAK PROCESS

ABSTRACT

Education in our country, as in the whole world, has been affected by the COVID19 epidemic. To prevent the epidemic from increasing, the ministry of education and science, as a first reaction, closed all schools by the ministry. However, due to the aggravation of the epidemic and the schools being closed for a long time, searches for distance education started. Primary schools, secondary schools and universities in our country have turned to a search for which distance education tools to use. Since it is uncertain how long the pandemic will last, based on the principle that education should continue without interruption, it was decided to continue education. Although there were some technical problems and lack of knowledge in the early days, many different distance education tools and software started to be used intensively by adapting in a short time.

In this study, the perception and status of distance education across the country was compared before and during the pandemic period. In addition to the literature review, descriptive methods and data mining software were used. In general, information technologies used in education and their usage possibilities are explained. Later, the academic success and motivation status of our students studying in various schools were analyzed using data mining software. As a result, it has been proven once again that humanity has the ability to adapt to all kinds of changes in such difficult days and has the ability to produce different solutions to reach the current level of comfort for the continuation of daily life.

Keywords: COVID19, Emotional state, Distance education, Information technology Infrastructures, Data mining.

Socialization in a Market Economy

Prof. Dr. Aliyev ORAK

Turan-Astana University, Kazakhstan, Nur-Sultan
aliyevu@mail.ru

Kerim KARADAL

Bahçeşehir University
kerimkaradal@gmail.com

Sutbayeva RAIKHAN

Yessenov University, Kazakhstan, Aktau
raikhan.sutbayeva@yu.edu.kz

ABSTRACT

The market economy does not remain unchanged. In the course of development of advanced market economies, social factors have a dominant influence. The impact of the latter covers various areas of the economy, leading to changes in the structure of social needs, types of economic activities and values. There is a development of processes of socialization of the modern economy, transformation of the market economy into a social market economy. As Ludwig Erhard and his supporters prove, the modern market economy is much more social and planned than the centralized socialist economy. These processes contribute to the reinterpretation of previously existing economic categories and the emergence of new ones. Social transformation of the market economy in developed countries has different degrees, but no matter how far the process has gone, it remains a market economy, because there is a mechanism of competition based on free pricing. There are differences in the degree of socialization of the modern market economy, which explains the existence of its national models-Swedish, Japanese, Dutch, German, etc. relations, types and forms of ownership, and problems of their transformation occupy an important place. The issues of credit, financial and tax procedures that ensure the achievement of the main goals of the social market economy are considered. A special place is given to the role of the state, methods and principles of state regulation of the economy. Ensuring the highest possible growth of welfare and living standards of the population is the main goal of the social market economy and the need for an effective system of social protection of the population. The purpose of the study is to find out how to use the concept of social market economy in the model countries in the process of reforming the country's economy, highlight the features of local conditions, develop scientifically based solutions for the revival of the economy, the formation of a truly market environment and the real achievement of a socially oriented economy. The question of the correlation between economic efficiency and social justice remains important in the context of economic socialization. Their coordination depends on spiritual guidelines and moral values, the model of socio-economic structure of society, the availability of political experience in coordinating public interests and the political and business culture of the society. Economic efficiency and social justice cannot be considered as an alternative. Many social factors, including the development of science, education, culture, adequate housing, health, rational employment, and many others contribute to both economic efficiency and social justice. At the same time, saving on social expenditures not only increases the inequality in the distribution of benefits, but also inevitably leads to a decrease in the efficiency of the economy.

Keywords: Social Economy, Social market economy, credit, financial, tax procedures, rational employment.

Social Entrepreneurship as a Part of Intentional Vision for Abu Dhabi

Ali Al Dhaheri (PhD Researcher)
University of Wales Trinity Saint David
aldhaheri75@gmail.com

ABSTRACT

Social entrepreneurship is relatively a new concept than the concepts of social enterprise and non-profit organizations. However, the concept of social entrepreneurship is gaining recognition in both academics and practitioners. Social entrepreneurship is perceived contrarily in different countries in different way. Social entrepreneurship refers to entrepreneurial initiatives that introduce innovative approaches to solve social problems and create social value for the Nation and create some jobs too. Social change is one among the intended goals of social entrepreneurship as social entrepreneurship projects are initiated to introduce innovative economic activities to solve problems and create value through changing social and economic conditions of people (Comer and Ho, 2010). Social entrepreneurship has potential to move towards sustainable social regimes where people can promote innovative entrepreneurial activities to solve their problems and create a social value to strengthen their dignity (Zhang & Swanson, 2014). Introducing social entrepreneurship can reduce community level social problems related to the health, education, hygiene, cleanliness, drinking water, threats of epidemic etc. This research aims to explore the measures taken to encourage social entrepreneurship in Abu Dhabi and in doing this establish a socio-economic culture favourable for the entrepreneurial activities. Purpose is to conduct an analysis of strategic management steps taken by Abu Dhabi Government supportive for the establishment development of social entrepreneurship. This study will also highlight the effectiveness of strategic management measures by Abu Dhabi Government towards social entrepreneurship and how these steps are (i) supporting innovative ideas (ii) helpful to solve social problems and (iii) what are goals for the sustainability of these initiatives.

Keywords: Social entrepreneurship, Intentional Vision and Abu Dhabi.

Importance of Flexibility and Adaptability for Entrepreneurs and SMEs

Joseph C Paul Jr, PhD student
University of East Anglia
joseph.c.pauljr@gmail.com

Dr. Dababrata Chowdhury
Suffolk University

Dr. Will Thomas
Suffolk University

ABSTRACT

This presentation gives voice to the importance that flexibility and adaptability will play in the sustainment of entrepreneurs and SMEs. During the current pandemic of COVID-19, many entrepreneurs and SMEs will surely face difficulties reopening in a post pandemic environment. We have seen the flexibility and adaptability of many major organization's and the ability to quickly, effectively and efficiently alter manufacturing processes in order to produce much needed personal protective gear for key workers and ventilators in order to deal with the anticipated numbers of those who may require advanced medical intervention. In the Post World War II Era, fortunately many economies around the world have not experienced the level of economic stress that is being experienced on a global basis as the effects of COVID-19. Therefore, there is a gap in the existing scholarly literature regarding the success of entrepreneurs and SMEs in a post global pandemic environment.

This paper addresses the following key question: How can entrepreneurs and SMEs prepare and adapt their organizations/businesses to become agile enough to quickly, efficiently and effectively change processes or manufacturing product lines to global crises to remain competitive? Using a process of mindful inquiry, this research incorporates hermeneutic, critical social science and perspectives and experiences of entrepreneurs. The study includes in-depth interviews of five research participants and a hermeneutic review of the dominant social and economic theoretical literature.

Discussions among global leaders suggest that developing effective policies and support for entrepreneurs and SMEs that will enable effective development, growth and sustainment for important drivers of local economies. This study invites a discussion about steps, processes and strategies that can be developed and used to increase the fluidity, flexibility and adaptability of entrepreneurs and SMEs. Future research might look at ways in which improvements to existing infrastructure such as roads, schools, institutions of advanced learning, existing technology, roads and ports of entry to establish a network that enables entrepreneurs to reach consumers around the world using the internet to research, market and purchase additional resources or products.

Keywords: Entrepreneurs, COVID-19, Flexibility, Adaptability and SMEs.

Importance of Technological Innovation and Application on SMEs in Pakistani Dairy Sector

Sikandar Khalid and Prof. Jill Venus

1601454@student.uwtsd.ac.uk

j.venus@uwtsd.ac.uk

ABSTRACT

Innovation is recognized as the main source of economic development and growth. It helps in improving the business activities by lowering cost of production and leads to new products and services. Based on Schumpeter's definition of innovation extracted four different types of innovation which are further divided into technological and non-technological innovations. Technological innovation is defined as the technical process through which improved and new technologies are introduced by commercialization. Although, dairying contributes significantly towards the rural economy of Pakistan, industrialization of this sector is still in its nascent stage. The organized dairying in the state is largely governed by the cooperative sector. A major share of the marketable surplus milk of West Bengal gets converted into cream, which is totally handled by the unorganized sector. As milk based sweets are more popular in the eastern states of Pakistan, Punjab is the most important market for these sweets. Among the adjoining districts, North Punjab is the highest milk producing district of the state. Due to these reasons, majority of the milk in Punjab comes from North Pakistan.

Keynote: Innovation, Commercialization, Dairy Sector and Pakistan.

Religious Education in Multicultural Societies

Mehmet Fatih KAYAN

Van Yüzüncü Yıl University
kayanfatih@yahoo.com

ABSTRACT

Multiculturalism, which is a concept specific to societies with more than one cultural structure, is of great importance for a decent social life. Religious education is one of the main subjects that education systems should be focusing on in communities where individuals with different cultural and religious beliefs live together.

In the age we live in, although there are some differences between the countries, almost all of the individuals who make up the society benefit from education services, at least they are included in the formal education process. In this context, individuals who make up the society have some expectations regarding education. One of the areas where these expectations are concentrated is religious education.

When it comes to religious education, how and in what framework this should be done depends on the social structure, the regime of the state, the historical experience of the country and the characteristics of the religion to be taught. In this context, it is seen that countries have different administrations regarding religious education policies. There are countries that exclude religious education completely from the formal education process, as well as countries that give a wide place in religious education in their education systems. Countries that include religious education in their education systems could apply different practices over in this issue. Although some of the countries that offer religious education services to their citizens in the formal education process only shape the curriculum by considering the dominant culture and religious belief, there are also countries that consider religious education by taking into account different cultural structures and beliefs.

Keywords: Multiculturalism, religious education, formal education.

Evaluation of Talent Management and Retention Strategies in the Banking Industry of Pakistan

Atif RAZA

The University of the West of Scotland, **Scotland**.
B00299959@studentmail.uws.ac.uk

ABSTRACT

The current study aimed at analysing the talent retention practices and their effectiveness within Pakistani banking sector. Through pragmatic philosophical stance and mixed methods approach, talent management and retention practices of Pakistani banks were investigated by applying qualitative and quantitative methods. The alignment of qualitative and quantitative research methods in this study was made through adductive research approach. The qualitative analysis identified nine themes including talent management, leadership, talent retention, organisational culture, performance management, employee training, talent identification, skills audit and succession planning. The findings revealed that the important factors that lead to employee turnover in banks of Pakistan include lack of training and development, poor job satisfaction, lack of appropriate reward systems and practices and lack of career development opportunities.

This study proposed recommendations for improving talent management and retention practices within Pakistani banks. Important recommendations include to improve managers' skills in providing feedback about the employees supervised by them and to identify performance gap, to provide training to identify talent for having a clear and robust selection process, and to develop a proper career path and progression for the employees. This study also proposed future prospects for researchers for extending its scope. It was proposed that future researchers may investigate mediating role of HR practices in finding relationship between talent attraction and talent retention within banks of Pakistan. The study concluded that effective employee appraisal system followed by career counselling and guidance about career development are the two most important practices adopted by banking sector in Pakistan.

Keywords: Talent retention, appraisal, adductive research and Pakistan.

A study to investigate how social media marketing influence consumer buying behaviour in the fashion industry in UK: A case study of H&M

Laila Maazouz (PhD Researcher)

The University of Wales Trinity Saint David, UK
1705472@student.uwtsd.ac.uk

ABSTRACT

With the revolution of information technology and worldwide spread of Internet usage, the social media marketing became fundamental in marketing strategies. Social media marketing is a trending phenomenon where the company can interact with the customers directly or indirectly over different social media platforms. The purpose of this research is to assess how the online marketing campaigns influence H&M Retail Company, especially their social media marketing strategies, and whether H&M managerial strategies of social media marketing can draw better customer interactivity and C2C. The research also investigates if the marketing strategies employed impact the value of the firm as well as how they affect the consumer buying behaviour in the UK. Social media marketing is a technique of active social media monitoring that continuously monitor the activities of consumer in different social networks like blogs, wiki and social networks (Instagram, Snapchat, Pinterest, YouTube, Facebook, and twitter) to track the customers' preferences and trends. This virtual platform is enabling social interaction with the firm, and allows consumer to provide feedbacks in response to their experience. On the other hand, if the behaviour of consumer, their motivation and need can be properly analysed and exploited, it is suggested that the social media marketing have a positive influence in meeting the customers future expectation, and therefore increase the profit of the firm. In this study, the researcher has adopted quantitative and qualitative research methods to identify the social media marketing impact of consumer buying behaviour. A set of in-depth interviews and surveys have been used to identify the marketing management point of view on social media marketing influence on CBB and performance of H&M. The results of the research show that social media marketing helps improve the organizations' understanding of the consumers and their buying motivation that can result in developing successful marketing tools and strategies. Also, it builds better connectivity with the consumers. Finally, an effective marketing mix always draws positive attention from the market; it increases the company turnover, boosts up the brand value by giving holistic competitive edge in the market, as it is the case for H&M retailer in UK.

Keywords: Social media marketing, digital marketing, marketing strategies, consumer buying behaviour, H&M.

Türkiye’de Ailenin Kır ve Kent Ayrımında Karşılaştırılması

Berat ŞİMŞEK

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı
simsekb374@gmail.com

ÖZET

Toplumun en önemli kurumlarından olan ailenin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlık tarihinin hiçbir döneminde ailesiz bir devir olmamıştır. Bu çalışmanın amacı, toplumsal hayatın en önemli düzenleyici kurumlarından biri olan aile kavramını kır ve kent ayrımına tabi tutmak suretiyle incelemektir. Bu amaçla çalışmada kullanılan veriler TUIK tarafından hazırlanan verilerden oluşmaktadır. Çalışmada Türkiye’deki aile yapısı ele alınmakta olup aile içi ilişkiler ve bu ilişkileri şekillendiren nedenler irdelenmektedir. Ailenin kırsalda yada kentte oluşu ile aile içi ilişkilerde meydana gelen farklılıklar göz önüne getirilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aile, Kır-Kent Ayrımı, Aile Bireyleri Arası İlişkiler

Comparison of Family in Rural and Urban Separation in Turkey

ABSTRACT

The history of the family, one of the most important institutions of society, is as old as human history. There has never been a period in human history without a family. The aim of this study is to examine the concept of family, which is one of the most important regulatory institutions of social life, by discriminating between rural and urban. For this purpose, the data used in the study consists of data prepared by TUIK. In this study, family structure in Turkey is discussed and domestic relations and the reasons that shape these relationships are examined. It is tried to reveal differences in family relations with the family being in the countryside or in the city.

Keywords: Family, Rural-Urban Separation, Relationships Between Family Members.

Lise Öğrencilerinin Özsaygı Düzeylerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından İncelenmesi

Mr. Şehida Rizvançe MATSANİ

International Vision University, N.Macedonia

sehida.rizvancemasan@vizyon.edu.mk

ÖZET

Bu araştırma, lise öğrencilerinin özsaygı düzeylerinin cinsiyet değişkeni açısından incelemek amacıyla yapılmıştır. Betimsel tarama modeli niteliğinde olan araştırma grubunu 243 Türkiye (130 erkek ve 113 kız) ve 200 Makedonyalı (150 erkek ve 50 kız) öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada lise öğrencilerinin özsaygı düzeylerini belirlemek için Coopersmith Özsaygı Envanteri kullanılmıştır.

Araştırma bulguları, genel özsaygı ve sosyal özsaygı alt ölçekleri hariç öğrencilerin Toplam Özsaygı, Ev- Aile Özsaygı ve Akademik Özsaygı düzeylerinin cinsiyetlerine bağlı olarak farklılaşmadığı göstermektedir. Genel Özsaygı alt ölçeğinde erkeklerin özsaygıları kızlardan daha yüksek olduğu görülmekte, ancak Sosyal Özsaygı alt ölçeğinde kızların özsaygılarının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Literatür incelendiğinde özsaygı ve cinsiyet ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında araştırmaların farklı sonuçlar ortaya koyduğu görülmektedir. Araştırma bulguları genelde erkek ve kız öğrencilerin özsaygı puanlarında, bir farklılığın olmadığını göstermesinin yanı sıra, erkeklerin özsaygılarının kızlardan daha yüksek ve tam tersi olarak kızların özsaygılarının erkeklerden daha yüksek olduğunu gösteren çalışmalara da rastlanmaktadır. Genel ve sosyal özsaygı alt ölçeklerin aksine, diğer alt ölçeklerde cinsiyet değişkenine ilişkin bir ana etkiye rastlanmamıştır. Toplumun cinsiyet rollerine ilişkin kalıp yargılarının değişmesinin etkisiyle ailelerde, okullarda ve diğer kurumlarda artık kız ve erkek ayrımının yapılmamasının etkisiyle, diğer bir çok alanda olduğu gibi kişilik gelişiminde ve dolayısıyla özsaygıları açısından da cinsiyet arasında bir farka rastlanmamasının bir nedeni olarak görülebilir. Kızlar erkeklere göre akranları ile sosyal ve kişisel ilişkilerinde daha fazla duyarlılık göstermektedir. Kız çocuklarının erkek çocuklara göre sosyal ilişkilere daha fazla önem vermeleri, sosyal özsaygı puanlarının erkek öğrencilerden daha yüksek bulunması ile ilişkilendirilebilir.

Özsaygı düzeyini belirlemek amacı ile ilerde yapılacak araştırmalarda, özsaygı düzeyini etkileyebilecek başka değişkenler, anne- baba tutumları, farklı öğrenim kurumlarında eğitim görme, sınıf düzeyi gibi değişkenler incelenebilir. özsaygı düzeylerini belirleyen etmenler konusunda betimsel bir araştırma yapıldıktan sonra, öğrencilerin özsaygı düzeylerini geliştirmeye yönelik programlar geliştirilip etkisi araştırılabilir.

Anahtar kelimeler: Özsaygı, Cinsiyet, Ülke.

5th International EMI Entrepreneurship, Communication & Social Sciences Congress

**Kurumsal Yapı ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiyi Yeniden
Düşünmek: Kurumsal Parametrelerin Kökleri ve Endeksleme
Metodolojilerinin Değerlendirilmesi**

Dr. Yahya Can DURA

Ministry of Interior

Planning Expert /

CGAP (Certified Government Auditing Professional)

y.can.dura@icisleri.gov.tr

ÖZET

İktisatta kurumsal yapı-büyüme ilişkisi bir takım ölçüm yöntemleri ve kurumsal parametrelerden yararlanılarak incelenmektedir. Fraser ve Heritage endeksleri, kurumsal yapı ölçümünde sıklıkla başvurulan yöntemlerdir. Bu çalışmanın amacı, ekonomik büyüme üzerinde önemli etkiye sahip olan kurumsal yapıyı ölçüm yöntemlerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesidir. Bu bağlamda, çalışma kurumsal yapıyı temsil eden bu endekslerin performansını değerlendirme imkânı sunmanın yanında, ilgili endekslerin kurumsal yapıyı temsil etme kabiliyetinin de mercek altına alınmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Fraser, Heritage, Kurum, Kurumsal Yapı, Kurumsal İktisat

JEL-Sınıflandırması Kodu: B15, O43

**Rethinking The Relationship Between Institutional Structure and
Economic Growth: Roots of "Institutions Parameters" and Evaluation of
Indexing Methodologies**

ABSTRACT

The relationship between institutional structure and growth in economics is examined by using some measurement methods and institutional parameters. Fraser and Heritage indices are frequently used methods for measuring the institutional structure. The aim of this study is to examine the comparative methods of measuring the institutional structure which has a significant impact on economic growth. In this context, the study provides an opportunity to evaluate the performance of these indices representing the institutional structure, as well as the ability of the relevant indices to represent the institutional structure.

Keywords: Fraser, Heritage, Institution, Institutional Structure, Institutional Economy

JEL Classification Codes: B15, O43

Total Quality Management and Its Impact on Financial and Non-Financial Performance of Hotel Sector; A Literature Review Study

Dr. Mudassar Hussain

University of The West of Scotland, UK
m.sultan175@hotmail.com

ABSTRACT

Researchers and experts have continually argued about the importance of improving the quality of service in an intensely competitive business environment in the hospitality to gain a competitive advantage and financial growth. Therefore, the main aim of this paper is to find the role of total quality management in the literature, and their impact on the financial and non-financial performance of organisations' particularly in hotel sector through an extensive literature review, and to pave the way for TQM implementation in small hotels through developing a comprehensive quality framework for managers of SMEs to adopt the best TQM practices that enhance operational efficiency and to achieve optimal results through quality improvement. A systematic literature review has been carried out to achieve the overall aim of the study, as it helps to understand the phenomenon more comprehensively and in-depth. Further, this study will contribute to the body of knowledge of TQM by highlighting the core practices, applicable in the hotel sector and their direct impact on the company's performance, which is lack of in the literature, and ultimately will help quality practitioners and managers to adopt the best practices for organisations to achieve the quality goals and optimal results. The study has also some limitations which are highlighted at the end of this study.

Keywords: Total Quality Management, Critical Factors, Performance, Profitability, Competitors, Customer Satisfaction

Ekolojik ve Sosyal Bilinçli Tüketici Ölçeğinin Türk Tüketicilerle Geçerliliğinin Test Edilmesi

Asst. Prof. Dr. Murat GÜLMEZ

Çağ University
mgulmez@cag.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Eda YAŞA ÖZELTURKAY

Çağ University
edayasa@cag.edu.tr

ÖZET

Bugünün tüketicileri, üretim süreçlerindeki adımlar hakkında ayrıntılı bilgileri bilmek istiyor ve üretim süreçlerinin her adımında nasıl, nerede ve kim tarafından üretileceği sorusunu doğrudan soruyorlar. Bilinçli ve ekolojik anlamda etik odaklı tüketicilerin ölçeğin geçerliliğini test etmek amacıyla hazırlanan bu çalışmada Z kuşağına ait 445 katılımcıdan veriler kolayda örnekleme aracılığıyla toplanmıştır. 5'li Likert ölçeği ile değerlendirilen maddeler, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiş olup, dört boyut tanımlanmıştır. Bu dört faktör, “Eko boykot”, “geri dönüşüm”, “eko-satın alma”, “eko-bilinç” isimleriyle literatürle uyumlu olarak adlandırılmıştır.

Anahtar kelimeler: bilinçli tüketici, ekolojik bilinci sosyal bilinç, Türk tüketicisi, Z Kuşağı

Validating the Scale of Ecologically and Socially Conscious Behavior with Turkish Consumers

ABSTRACT

Today's consumers would like to know the detailed information about the steps in production processes and directly ask the questions of how, where and by whom to produce at each steps of production processes. The purpose of the paper is to validate the consciously and ecologically ethically minded consumers' scale with Turkish Z generation. The study is designed as a descriptive study to determine the perspectives of Turkish consumers' on ethically minded behavior convenience sampling technique was used to gather data from 445 respondents. The items were measured on a Likert-style scale, anchored by 'totally agree' and 'totally disagree'. Exploratory and confirmative factor analyses and reliability tests were applied to the data. The four factors are occurred after confirmation analysis as entitled with the names of “Eco boycotts”, “recycling”, “ecobuy”, “ecoconscious”.

Keywords: conscious consumer, ecological consciousness, socially consciousness, Turkish consumer, Z gen.

Tekno-Girişimciliğin Ekosistemi Olan Teknoparklarda Örgütsel Çevikliğin Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Bolu Abant İzzet Baysal University, Communication Faculty
hkaradal@gmail.com

Neslihan DUMAN

Aksaray University
neslihanduman@erciyes.edu.tr

ÖZET

21. yüzyılda bilim ve teknolojiye sahip olmadan fırsatlarının yakalanması ve geleceğin planlanması olanaksızdır. Teknoloji işletmelerinde yaşanan değişimin, diğer işletmelere oranla daha sık ve sürekli olacağı düşünülmektedir. Teknolojinin durmaksızın sürekli gelişmesiyle, işletmelerde kullanılan teknolojilerin eskimesi bu işletmeleri sürekli çevik ve tetikte olmaya zorlamaktadır.

Teknoloji işletmeleri, pazara sunumlar yaparak geliştiren ve bunları ticarileştirme çabasında olan girişimci kuruluşlardır. Bu işletmeler, işlevlerini yeni ve farklı ürün, hizmet ve yöntemlere dönüştürerek araştırmaya dayalı teknolojik bir platformda gerçekleştirmektedirler. Teknoloji girişimciliği olarak da isimlendirilen tekno-girişimler, teknolojilerin dünya çapında gelişmesi ve ticarileştirilmesi bakımından önemli rol oynamaktadır. Tekno-girişimciliğin ekosistemi olan Teknoparklar ise ekonomiye katkıda bulunurken üniversite destekli olmaları sebebiyle rekabet avantajı da sağlamaktadır. Bu çerçevede, teknoloji girişimciliği yapan işletmeler kendi alanlarındaki değişimleri yakından takip ederek ve bulundukları duruma uygun yeni stratejiler uygulayarak rakiplerinden önde olabilmektedir. Bu kapsamda, günümüz işletmeleri için uyum ve rekabet sürecini kolaylaştıracak, fırsat ve tehditleri hemen görerek harekete geçmeyi sağlayacak örgütsel çeviklik konusu her geçen gün daha da önemli hale gelmektedir.

Bu çalışmada, teknoloji işletmelerinde örgütsel çeviklik kavramı teknoparklar çatısı altında incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Teknopark, Tekno-Girişim, Örgütsel Çeviklik.

An Evaluation on the Effect of Organizational Agility in Technoparks as an Ecosystem of Techno-Entrepreneurship

ABSTRACT

It is impossible to seize the opportunities and plan the future without having science and technology in the 21st century. The change in technology companies is more frequent and continuous compared to other companies. The rapid aging of technology forces these businesses to be constantly agile and alert.

Technology companies are entrepreneurial organizations that make and develop presentations to the market and strive to commercialize them. They perform their functions on a technological platform based on research in the form of new and different products, services and methods. Techno-enterprises, also called technology entrepreneurship, play an important role in the worldwide development and commercialization of technologies. Technoparks which are the ecosystem of techno-entrepreneurship, contribute to the economy and provide competitive advantage due to their university support. In this context, technology entrepreneurship enterprises can be ahead of their competitors by closely following the changes in their fields, adopting and implementing new strategies appropriate for the situation. In this context, organizational agility is becoming more and more important day by day, which will facilitate the process of adaptation and competition for today's businesses and enable them to take action immediately by seeing opportunities and threats.

In this study, the concept of organizational agility in technology enterprises has been examined under the roof of technoparks.

Keywords: Technopark, Techno-Enterprise, Organizational Agility.

Examining the Effects of Employee Recognition, Training and Teamwork on the Job Satisfaction and Its Impact on Organisational Performance in small and mid-sized Restaurants in Central London

Dovlet AGAYEV

University of the West of Scotland (UWS)

Dovlet92@hotmail.co.uk

ABSTRACT

This project outlined the importance of job satisfaction of employees to the enhancement of organisational performance examining three specific human resource factors that will be the cause of increasing employee job satisfaction in small and mid-sized restaurants in central London. The main purpose of this research was to fill the gap of lack in employee job satisfaction that has an effect on organisational performance. Therefore, the aim of the research was to recommend managers to achieve high performance by considering human resource factors like recognition, training and teamwork that will increase employee's job satisfaction in small and mid-sized restaurants in central London.

Based on the present issues on lack of job satisfaction of employees in catering businesses it holds great significance on influencing the organisational performance in small and mid-sized restaurants in Central London. Methodology part of the research was one of the important chapters in this research as the data collection method was mixed-methods. The quantitative data was conducted to employees of the restaurants in the form of a survey using questionnaire to know the main human resource factors that affect their job satisfaction at workplace as well as if there is a relationship between those factors and their satisfaction. On the other hand, qualitative data was conducted to the managers of the restaurants using structured interviews with open ended questions to know their perception on job satisfaction's influence on organisational performance.

Findings of the research have given a great insight into the human resource factors that influence employee job satisfaction and its connection to organisational performance. The research led to three different findings. First findings derived from quantitative data which was the survey to employees of restaurants, the second findings was from structured interviews from managers and the third interview was from the open ended question on questionnaire in quantitative data from employees, in which they answered the question of what other factors influence their job satisfaction at work apart from the author's chosen factors; recognition, training and teamwork. Author has created practical model to implement to enhance the job satisfaction of employees using human resource factors like recognition, training, teamwork, work-life balance, flexible work hours, and good pay that will enhance organisational performance in the context of small and mid-sized restaurants in central London.

Keywords: Jop Satisfaction, Organisational Performance.

Directions and Features of Application of Blockchain Technology In Tourism

Asst. Prof. Dr. Aktolkin ABUBAKIROVA

Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
Turkestan/Kazakhstan
aktolkin.abubakirova@ayu.edu.kz

Aziza SYZDYKOVA

azizayesevi@gmail.com
Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
Turkestan/Kazakhstan

ABSTRACT

Today, blockchain is one of the most fashionable technologies, and almost any industry tries to “attempt it on”. The tourism industry due to the development of innovation, the emergence of new digital technologies, is at the stage of regular transformations. New technologies that are being created now allow tourists, consumers to work directly with the producer of tourism services, which helps to provide consumers with a better and cheaper product, increasing the responsibility of the product manufacturer.

The article is devoted to the consideration of topical issues of introducing blockchain technology in the tourism sector, an analysis of foreign experience in the application of the digital blockchain platform is carried out, the advantages and disadvantages of blockchain in the tourism sector are identified.

Keywords: Tourism, Blockchain, Technology, Bitcoin, Distributed Database.

Recognizing gaps in the delivery of E-retail SCM and expected retail customer service quality in UK retail sector

Faiyaz MAFUZ

University of West of Scotland (UWS)

ahfuz87@hotmail.com

ABSTRACT

The study has been emphasized upon the information of Tesco's e-retailing sector which has helped in providing the proper information regarding its operations. The main purpose of this research has been to identify the gaps which arise within the distribution process in relation to the supply chain management of the e-retailing sector based on the respective organization. It has been analyzed that the e-retailing sector creates a barrier for the service quality of the organization for maintaining the expectations of online customers. Thus, the aim of the present research has been to understand the supply chain management for this e-retail business which deals with the UK groceries and to recognize the challenges which impact the service quality for the customers. Based on the present problem and aim of the study, the research holds a great significance for highlighting the limitations of the e-retail SCM for the grocery stores within the UK such as Tesco. Research methodology has been identified as the most important chapter which provides proper information for conducting the overall study. This included a discussion on the research methods; philosophical assumptions and research strategies that were used for completion of the research.

Keywords: Supply Chain Management, Service Quality And Tesco.

Developing the Process of Niche Marketing Strategy for the Leisure-Based Tourism Industry of Bangladesh

Md Nazmul ISLAM

University of West of Scotland, UK
islam.efty@gmail.com

ABSTRACT

The niche marketing is a specialized and concentrated marketing method that enables organizations to maintain themselves with limited resources, whilst also trying to increase profitability and to fulfil specialized customers specialized requirements. In the context of strategy, niche marketing identifies a niche market, analyses the current market and whether it has the capability to be broken down into small markets with the potential for growth profitability. The use of niche marketing as a tool seems to serve the tourism industry known as niche tourism. With globalization and technological advancement both local and international tourists now have greater knowledge and awareness when engaging in the consumption of tourism products and services. As a result, local tourists of Bangladesh leisure-based tourism industry are demonstrating a disinterest with regards to their own country's tourism products. During holidays they would rather visit destinations such as, India, Nepal, Maldives, and Thailand for fulfilling their needs and wants. Furthermore, international tourists are also demonstrating disinterest with regards to Bangladesh as a tourist destination, as the destination is not perceived or catering sophisticated products and services for fulfilling their needs and wants. Considering these key issues, this research study attempts to better understand and identify the needs and wants of the leisure-based tourists, with a view to developing the process of niche marketing strategy that will encourage potential growth for the Bangladesh leisure-based tourism industry.

Keywords: The Niche Marketing, Globalization, Tourism Industry And Bangladesh.

Soft Law as the Dominant Trend in the Modern World

Assoc. Prof. Dr. Liudmyla RADOVETSKA

National Academy of Security Service of **Ukraine**

Lradovetska@ukr.net

ABSTRACT

In law the "soft law" term appeared relatively recently and evolved primarily from international law. Nowadays its use is increasingly being traced in domestic areas of law, including corporate governance.

"Soft" law is to some extent is opposed to "hard" law because of its legal nature, which does not imply a "hard" obligation to enforce them. Therefore, at the present stage it is accepted to designate quasi-legal instruments (means), mechanisms that do not have binding legal force, primarily due to the lack of enforcement mechanisms for the implementation of such legal acts. Compared to the validity and force of the law in force in a given state, their legal force is "weaker" and optional. The obligation to comply with the norms of "soft" law lies primarily in the plane of high consciousness, voluntariness, which gives grounds to refer them to political, even moral norms.

The rules of "soft" law are a kind of social norms, not legal ones. There is no common definition if this term can be found. As a kind of law sources it plays, in fact, the role of an auxiliary source to which are traditionally included legal acts that accompany the negotiation process, the process of signing regulations, their interpretation, declarations, intentions, guidelines etc.

The «soft» law peculiarities are the addressees, namely those subjects which it concerns. It can be aimed at non-governmental actors, including businesses, individuals, non-governmental organizations, while international treaties impose positive obligations on the state and its representatives-officials.

The "soft" law is opposed to the "hard" law mostly by their aims. The "soft" law is targeted at finding new regulatory systems that can be more effective, but at the same time less repressive than the ordinary, "classical" sources of law.

The spread and active penetration of soft law into other sources of law has a number of objective reasons. These are global challenges related to resource crises, such as climate change, the spread of terrorism, and so on. Such security issues require a rapid response, which is difficult to achieve through traditional regulations. Because the creation of the latter involves a long and laborious process necessary to negotiate and achieve widespread recognition of mandatory documents. Non-binding documents are adopted more quickly, have simpler procedures and may be more technically useful, including simplified and therefore faster procedures for their revision. Such reasons also include the effect of a free rider (ticketless) dissenting state, dynamically changing social relations, which relate to new topics of regulation and which require innovative means of rule-making in relation to non-state actors.

Keywords: «Soft» Law, Source So Flaw, «Hard» Law, Legal Force, Quasi-Legal Means (Instruments)

Regulatory Technologies as an Alternative to Legal Regulation

Assoc. Prof. Dr. Andrey VERSHITSKY

V.I. Vernadsky Crimean Federal University
vershitsky@gmail.com

ABSTRACT

The world practice proves that regulatory reform in many countries is one of the most important directions in effective public administration reform; and it also promotes entrepreneurship development. Changing the architecture of state regulatory policy is one of the priorities in carrying out the structural reforms necessary to achieve economic growth rates above the global average. The results of the research show that the use of new digital technologies for regulatory purposes and replacing rules, regulations written in a natural legal language, computer algorithms and regulatory programs is actively tested in some foreign countries and is currently relevant. For this purpose, regulatory technology tools, risks and benefits of implementing regulatory technologies are structured in the paper. The analysis of regulatory technologies using regulatory quality criteria and possible implementation strategies is presented in the paper.

Keywords: regulatory technologies, business regulation, regulation quality.

Problems of Solving Ideological Threats in the Context Globalization

Tashbekova Mokhira Khasanovna

PhD student at the National University of **Uzbekistan**

mohira.toshbekova.1987@gmail.com

+998909448710

ABSTRACT

By the beginning of the 21st century, the interaction between the countries of the world has become so strong that it is safe to say that there is no state that is fully protected from this process. Even countries that do not want to join international organizations and do not want to join them are not indifferent to this process. Globalization is such a process that countries that claim to stay away from it are increasingly exposed to it. Such an unintended consequence often results in negative consequences. Today, the rapidly growing globalization acquires new meaning in the spirituality of each state, nation, nation or humanity. In the development of society, "as with the pros and cons of every social phenomenon, the process of globalization is no exception. At present, its acute and widespread impact can be seen and felt in almost every field. Particularly, the strengthening of integration and cooperation between countries and peoples, the creation of favorable conditions for foreign investment, capital and goods, the free movement of labor, the creation of many new jobs, the rapid spread of modern communications and information technologies, scientific achievements, various values. harmonization on a universal basis, a new level of intercultural dialogue, and increased opportunities for mutual assistance in environmental disasters - naturally. Preference is achieved due to globalization ' But along with these achievements, we must not forget that globalization also poses a moral threat to some peoples' national ideas, ideologies, beliefs and legacy.

Keywords: ideological threats, globalization, transformation, geopolitical goals.

Methodological Approach to Modeling Socio-Psychological Manifestations of Frustration in Students

Boymirzayeva Dilbar Dmitrievna

National University of **Uzbekistan**

named after Mirzo Ulugbek

dilhumor@yandex.com

ABSTRACT

Today, the concept of model is actively used in psychological science, the appearance of which was a natural phenomenon, since the world of psychology has become so diverse over time that it is quite difficult to characterize it. In this aspect, the model provides ample opportunities to reflect a relatively large number of phenomena as a single system, clearly demonstrate the corresponding relationships, conditionalities and mutual influences. At the same time, there is no unambiguous approach in the understanding of the term model. In some cases, the model is understood as a characteristic of typical tasks, in others-as a list of activities, or a set of individual psychological characteristics, relevant knowledge, skills, etc.

Keywords: Model, simulation, student, frustration.

Ethics of Eastern Communication As A Factor In The Formation Of Constructive Behavior Of Adolescents In Conflict Situations

Mirzabdullaeva Dilxumor Erkinovna

Namangan State University, Uzbekistan
dilhumor@yandex.com

ABSTRACT

This article is devoted to the study of the formation of constructive behavior of adolescents in conflict situations by means of ethics of Eastern communication. The article shows the possibility of optimizing the behavior and actions of adolescents in conflict situations

Keywords: adolescents; prevention of conflicts; psychological training; constructive behavior; the Eastern tenderness; the ethics of the Eastern communication.

Communicative Competence as the Basis of Pedagogical Activity of Linguist Students

Alieva Zulxumor Jabbor qizi

Namangan state University
Namangan, Uzbekistan

ABSTRACT

The development of education as part of the modernization of vocational education makes it more and more urgent to solve the problem of evaluating the professionalism of a teacher, the level of his professional competence, growth prospects, and opportunities for professional orientation.

The competence approach as one of the bases for updating education is designed to ensure the achievement of a new modern quality of preschool, General and professional education. Today, as you know, the idea of a competence approach and the list of key competencies is reflected in the new State standards. More and more priority is given to the requirements of systemically organized intellectual, communicative, reflective, self-organizing principles that allow us to successfully organize activities in a wide professional, pedagogical and cultural context.

Bioethics's Approach to Transplantation as a Product of Scientific and Cultural Development

Isaxova Shaxlo MUKHTOROVNA

PhD student of the National University of Uzbekistan

sheraliegamqulov53@gmail.com

ABSTRACT

This article considers about the nation "transplantation" and its ethical and legal importance in cultural attitude. Bioethics as a new science network covers a number of issues. These are evtanaziya, motherhood, abortion, transplantation unreliable. Although the issue of transplantation in bioethics is a purely medical issue, in some cases it requires a socially religious-ethical, cultural, legal approach. The spiritual issues associated with changing the physical nature of man have arisen since the time when one human organ was transplanted to another. This important problem of bioethics is the phenomenon of transplantation too. In bioethics, not only artificial insemination is condemned, but also the direction of transplantation that has been established in medicine.

Keyword. Bioethics, transplantation, phenomenon, person, medicine, human, religious-ethical, cultural.

Temsilde Adalet İlkesi Bakımından Dar Bölge Seçim Çevresi

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali ZENGİN

Ankara Yıldırım Beyazıt University
mazengin@ybu.edu.tr

ÖZET

Seçim sistemleri kısaca ne kadar oyun, ne kadar temsiliye tekabül edeceğinin hesaplanması olarak ifade edilebilir. Meclis sandalye sayısının, bağımsızlar istisna tutulacak olursa, siyasi partiler arasında ne şekilde dağıtılacağını farklı şekillerde hesaplanma yöntemleri vardır. İşte bu yöntem farkları farklı seçim sistemlerini meydana getirmektedir. Seçim sistemleri sadece seçimlerde kullanılan oyların hesabı olarak değil farklı bileşenleriyle birlikte ele alınmalıdır. Bu bileşenlerden en önemlisi seçim çevreleridir. Seçim çevreleri meclise girecek siyasi partileri ve temsilci sayılarını farklı şekillerde etkileyebilmektedir. Seçim çevreleri geniş bölge ve dar bölge seçim çevreleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İki ve daha fazla temsilcinin seçileceği bölgeye geniş seçim çevresi, tek temsilcinin seçileceği bölgeye dar seçim çevresi denilmektedir. Bazı ülkelerde seçim çevresi ülkenin tümü şeklinde öngörülmektedir. Ülkemizde geniş bölge seçim çevresi uygulanmaktadır. Buna göre illerin nüfus oranlarına göre çıkaracakları temsilci sayısı belirlenmekte ve nispi temsilin d'Hondt usulüne göre belirlenen sayı kadar temsilci hesaplanmaktadır. Temsilde adalet esası ise toplumda mümkün olduğunca fazla kesimin ya da farklı düşüncenin mecliste temsil edilebilmesi anlamına gelir. Geniş bölge seçim çevresinde adayların belirlenmesinden, propaganda sürecine ve seçimi kazanmaya kadar pek çok noktada temsilde adalet ilkesinin etkin olamadığı görülmektedir. Buna göre bir adayın bu süreçleri başarıyla tamamlayabilmesi çok büyük bir oranda “güçlü” bir siyasi partinin adayı olabilmesine bağlıdır. Ülkemizde uygulanan %10'luk ulusal seçim barajı çoğu partiye mecliste temsil imkânı tanımamaktadır. Bu durumda geniş bölge seçim çevresi bir de yanında %10 baraj ile birlikte değerlendirildiğinde ülkemiz seçim sisteminin demokratik seçim sistemi için temsilde adaleti yeterince sağlayamadığı söylenebilir. Bunun için öncelikle %10'luk ulusal seçim barajı makul bir seviyeye indirilmelidir. Sonrasında ise dar bölge seçim sistemi ise bu olumsuzlukları giderici bir yöntem olarak ele alınmalıdır. Her şeyden önce dar bölge seçim çevresinde adaylar “güçlü” bir siyasi partide siyaset yapmaya ihtiyaç duymayacaklarından hatta bir siyasi partiye ihtiyaç duymayacaklarından seçmenlerini bağımsız olarak da olsa mecliste temsil etme imkânı bulabileceklerdir. İşte bu durumun demokrasilerdeki anlamı temsilde adalet olacaktır. Bu sayede toplumun çok daha fazla kesimi mecliste temsil imkânı bulabilecek, siyaseti siyasi partilerle yapma zorunluluğu da ortadan kalkacaktır. Buna göre toplumun küçük bir kesimi dahi bağımsız bir temsilci tarafından ya da kendi “küçük” partileri tarafından mecliste temsil edilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Demokrasi, Seçim, Adaylık.

Narrow Zone Election Circle with Reard to Justice in Representation Principle

ABSTRACT

Election systems shortly can be describe that how many votes how much member of parliaments (MoP). Number of MoPs can be calculated different methods if we don't take in to consideration of bilateral candidates. These diffirecies constitutes different voting systems. However, voting systems should be considered with its other parts. Voting areas one of most important part of voting systems. Voting areas effects number MoPs'and political parties wtih different angles. Voting areas have two version; wide zone and narrow zone. Two and much than two MoPs are elected in wide zone system. Other hand only one MoP is elected in narrow voting system. In some countries' voting area includes all country zone. In our country, there is wide voting system. Every county have MoP according to their populations and number of MoP calculates with d'Hondt system. Justice in representation means most parts of society or ideas takes part in Parliament, if it possibles. Justice in is quite weak in wide voting system from determination of candidates to win of election. If a candidate want to win the election, s/he should probably be candidate of a “strong” political party. Election threshold %10 don't give chance to enter

Parliament for many political parties. If we take into consideration together of wide voting area and election threshold %10, justice in representation is not enough for a democratical election system. For this reason election threshold must reduce to reasonable level. After that, narrow voting area should be thought as a way to correct some negative points. In narrow voting area, candidates don't need political parties, they can represent their voters without any political party. Meaning of this is justice in representation for democracy. In this way, many of parts of society can be heard in parliament. According to this, little parts of society find a way to be in parliament with their independent candidate or their "little" political party.

Keywords: Democracy, Election, Candidacy

Instagram Gönderileri ve Tüketici Etkileşim Analizi: Saç Bakım Markaları Örneği (Elidor, Head & Shoulders, Clear)

Asst. Prof. Dr. Ali Erkam YARAR

Necmettin Erbakan University
aeyarar@erbakan.edu.tr

ÖZET

Günümüzde markalar sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Sadece tüketici kitleleri ve potansiyel müşterileri ile etkileşim kurmak değil, bunun yanında kategori ve rekabet koşullarında varlık göstermek gibi çeşitli amaçlara ulaşabilmek için sosyal medya platformları günümüzün en kullanılan platformları olagelmıştır. Öyle ki insanların günlük hayatlarında büyük bir yeri işgal eden bu platformlar, markalar için bulunmaz bir etkileşim alanlarıdır. Bu alanın en çok kullanılan ve popüler platformu ise şüphe yok ki sahip olduğu kendine özgü fotoğraf ve video paylaşım deneyimi ile Instagramdır. Özellikle genç neslin büyük bir ilgi ile takip edip paylaşımlar ürettiği Instagram, saç bakım markaları tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, yukarıda belirtilen markaların, ne tür gönderiler yaptığını ve bu gönderilere olan tüketici etkileşimlerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesidir. Bu bağlamda, literatüre bağlı kalınarak bir kodlama cetveli geliştirilmiş ve belirlenen gönderiler içerik analizine tabi tutulmuştur. İlk bulgulara göre, markaların gönderileri arasında benzerlikler bulunmuştur. Gönderiler bir kategorizasyonu yapılarak, gönderi tipleri (video, fotoğraf, tasarım vb.) arasındaki farklılıklar ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, markaların reklam içeriklerinin etkileşime etkisi ile ilgili küçük ipuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Saç Bakım Markaları, Reklam, Etkileşim.

Instagram Posts and Consumer Engagement Analysis: Example of Hair Care Brands (Elidor, Head & Shoulders, Clear)

ABSTRACT

Today, brands have started to use social media platforms intensively. Social media platforms have become the most used platforms today, not only to interact with consumer audiences and potential customers, but also to achieve various purposes such as presence in categories and competitive conditions. So much so that these platforms, which occupy a large place in people's daily lives, are a unique interaction areas for brands. The most popular and popular platform of this area is no doubt Instagram with its unique photo and video sharing experience. Especially the Instagram, where the young generation follows and produces shares with great interest, is used extensively by hair care brands. The main purpose of this study is to examine the types of posts mentioned above and the consumer interactions to these posts comparatively. In this context, a coding ruler has been developed based on the literature and the specified posts have been subjected to content analysis. According to the initial findings, similarities were found between the posts of the brands. By making a categorization of the posts, the differences between the types of posts (video, photograph, design etc.) have been revealed. In addition, small clues about the effect of brands' advertising content on interactions have been reached.

Keywords: Instagram, Hair Care Brands, Advertising, Interaction.

Güney Kafkasya'nın Ulusötesi Ulaşım ve İletişim Sisteminde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Katılımı ve Küresel Çıkarlar

PhD.Student Şaig ALİYEV

Academy of Public Administration of Azerbaijan

e mail:aliyev-ays@mail.ru

ÖZET

Her bir devletin jeostratejik durumu, yasaya uygun olarak gelişen transit ve ulaşım altyapısına uygun olarak belirlenir. Azerbaycan'ın ulaşım jeopolitiği, ülkenin teknik ve örgütsel parametreleri, uluslararası ulaşım koridorlarına katılımının niteliği, kalkınma tarihi ve büyüme beklentileri ile belirlenen ulusal politikasının ana temellerinden biri olarak düşünülmelidir. Azerbaycan'ın bölgedeki jeopolitik önemi enerji kaynakları ile değerlendirilebilir. Bununla birlikte, son yıllarda karayolu ulaşım altyapısının geliştirilmesi ve stratejik güzergah koridorlarının oluşturulması ve yeni ulaşım merkezlerinin düzenlenmesi çalışmaları, ülkemizin jeopolitik öneminin sadece enerji kaynakları ile ilgili olmadığını göstermektedir. Bölgenin transit önemi Avrupa, Karadeniz, Kafkas, Hazar ve Orta Asya bölgeleri arasındaki ekonomik, ticaret, ulaşım ve lojistik bağlantılarının önemli ölçüde gelişmesiyle değerlendirilebilir. Ayrıca, Çin ile Avrupa Birliği arasındaki en kısa yol koridorunun inşası ve tarihi Büyük İpek Yolu'nun restorasyonu özellikle belirtilmelidir. En önemli Uluslararası Ulaşım Koridorlarından biri olan "Kuzey-Güney" projesi bölgenin transit önemini artırmaktadır.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin bölgedeki tüm bu projelerin uygulanmasındaki jeostratejik rolü dikkat çekicidir. Öyle ki, son 5 yılda Azerbaycan'ın lojistik ve ticaret altyapısı önemli ölçüde iyileştirilmiş ve düzenleyici teşvikler sayesinde bölgede bu alanda daha cazip bir merkez haline gelmiştir. Azerbaycan ayrıca bölgenin en gelişmiş Dijital Ticaret Merkezi ve "Trans-Avrasya Süper Bilgi Otoyolu" (TASIM) projeleri ile Büyük İpek Yolu'nun dijitalleştirilmesinde de rol oynuyor. Elverişli coğrafi konumu nedeniyle Azerbaycan, çeşitli ulaşım sektörleri arasındaki ilişkileri koordine etmekte, uluslararası ve yurtiçi nakliye ve yolcu taşımacılığı tarifeleri alanında koordineli bir politika izlemektedir. Aynı zamanda Azerbaycan hükümeti, çok modlu (kombine) taşımacılığın organizasyonu için koordineli bir eylem programı hazırlamış ve faaliyete geçirmiştir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Güney Kafkasya'daki jeostratejik konumunun oluşmasıyla dünya güçlerinin (ABD, Avrupa Birliği) ve bölgedeki büyük güçlerin (Rusya, İran, Türkiye) dikkatini çekmeyi başardı. Bölgede ekonomik ve politik olarak istikrarlı olan ve diğer ülkelerden daha üstün olan Azerbaycan, uluslararası projelere katılmakla da ilgi çekiyor. Öyle ki, Birleşik Devletler ve Avrupa Birliği, Azerbaycan'ın bölgede ekonomik çıkarları olan Batı'ya entegrasyonunu her zaman destekliyorlar.

Son yıllarda Azerbaycan'ın ulaşım altyapısının geliştirilmesi, bu alanda devlet destek ve kontrolünün artırılması, stratejik açıdan önemli rota koridorlarının oluşturulması, yeni uluslararası ulaşım koridorlarının açılması Azerbaycan'ın jeostratejik önemini daha da artırmaktadır. Böylece, Bakü Uluslararası Deniz Ticaret Limanı Kompleksi'nin inşası, modern havaalanları, Doğu-Batı ve Kuzey-Güney ulaşım koridorlarında uluslararası öneme sahip otoyol inşaatı ve Bakü-Tiflis-Kars gibi uluslararası öneme sahip demiryolu hatlarının inşası ve işletmeye alınması, ülkeler arasında hem ekonomik hem de siyasi bağların geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Demir İpek Yolu (DİY) Doğu-Batı Uluslararası proje çerçevesinde en önemlisidir. Bu projenin uygulanması, Azerbaycan'ın bölgede bir geçiş ülkesi olarak önemini arttırmakla kalmaz, aynı zamanda diğer komşu ülkelerin Azerbaycan'ın transit fırsatlarını kullanmak için koşullar yaratır. Orta koridordan yükler Avrupa'ya iki yön üzere taşınır. Onlardan biri Gürcistan'ın Poti ve Batum limanları aracılığıyla, diğeri 30 Ekim 2019'da faaliyete geçirilen Bakü-Tiflis-Kars demiryolu yoluyla gerçekleştiriliyor. Azerbaycan tarafından gerçekleştirilen Bakü-Tiflis-Kars projesinin devreye alınmasından sonra, orta koridor aracılığıyla kargo taşımacılığı maliyetleri önemli ölçüde azalarak transit kargo taşımacılığını daha kârlı hale getirerek onların hacminin artırılmasına hizmet ettiği belirtilmelidir.

Son olarak, bölgenin ulaşım ve transit potansiyelinin daha da geliştirilmesi için gerekli tüm koşullar olduğu unutulmamalıdır. Azerbaycan Cumhuriyeti, uluslararası jeoekonomik yapılarla işbirliğini güçlendirmesi ile birlikte ortak ekonomik ve ticari sorunları çözmeye çalışmaktadır. Makalede, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin uluslararası projelerde katılımının önemi açıkça analiz edilmekle birlikte, büyük devletlerin ilgi duyacak tarafları gösterilmiştir.

Anahtar kelimeler: Ulaşım Koridorları, Bölge, Transit, Uluslararası Demiryolu, Jeostratejik Çıkarlar.

Global Interests And The Participation Of The Republic Of Azerbaijan In The Transnational Transportation And Communication System Of The South Caucasus

ABSTRACT

The geostrategic status of each state is determined by the conditions of its transit and transport infrastructure, which develop in accordance with the law. Azerbaijan's transport geopolitics should be considered one of the main foundations of its national policy, which are determined by the country's technical and organizational parameters, the nature of its participation in international transport corridors, and the history of development and growth prospects. Azerbaijan's geopolitical importance in the region can be assessed by its energy resources. However, the work carried out in recent years in the development of road transport infrastructure and the creation of strategic route corridors, as well as the organization of new transport hubs shows that the geopolitical importance of our country is not only related to energy resources. The transit importance of the region can be assessed by the significant development of economic, trade, transport and logistics links between the regions of Europe, the Black Sea, the Caucasus, the Caspian and Central Asia. In addition, the construction of the shortest road corridor between China and the European Union and the restoration of the historic Great Silk Road should be noted. The North-South project, one of the main international transport corridors, increases the transit importance of the region.

The geostrategic role of the Republic of Azerbaijan in the implementation of all these projects in the region is noteworthy. Thus, over the past 5 years, Azerbaijan's logistics and trade infrastructure have been significantly improved and, thanks to regulatory incentives, the region has become a more attractive hub in this area. Azerbaijan also has a role in digitizing the Great Silk Road through the region's most advanced Digital Trade Hub and through the Trans-Eurasian Super Information Highway (TASIM) projects. Due to its favorable geographical location, Azerbaijan coordinates relations between various transport sectors and pursues a coordinated policy in the field of international and domestic tariffs for freight and passenger transportation. At the same time, the Azerbaijani government has developed and launched a coordinated action program for the organization of multimodal (combined) transport.

With the formation of the geostrategic position of the Republic of Azerbaijan in the South Caucasus, it has managed to attract the attention of world powers (USA, European Union) and major powers in the region (Russia, Iran, Turkey). Azerbaijan, which is economically and politically stable in the region and is superior to other countries in these regards, is also interested in participating in international projects. Thus, the United States and the European Union, which hold economic interests in the region, have always supported the integration of Azerbaijan into the West.

In recent years, the development of Azerbaijan's transport infrastructure, the increasing state support and control in this area, the creation of strategically important route corridors, and the opening of new international transport corridors have further increased the geostrategic importance of Azerbaijan. Thus, the construction and commissioning of the Baku International Sea Trade Port Complex, modern airports, highways of international importance within the East-West and North-South transport corridors, and the construction and commissioning of international railways such as Baku-Tbilisi-Kars also play an important role in the development of political relations. The Iron Silk Road (ISR) is the most important element in the East-West international project. The implementation of this project not only increases the importance of Azerbaijan as a transit country in the region, but also allows other neighbouring countries to use the transit opportunities of Azerbaijan. Cargo is transported to Europe in two directions through the middle corridor. One of them is carried out through the Georgian ports of Poti and Batumi, and the other through the Baku-Tbilisi-Kars railway, which was launched on October 30, 2019. It should be noted that after the commissioning of the Baku-Tbilisi-Kars project, initiated by Azerbaijan, the costs of cargo transportation through the middle corridor were significantly reduced, making transit cargo transportation more profitable and increasing its volume.

Finally, it should be noted that there are all the necessary conditions for the further development of transport and transit potential of the region. The Republic of Azerbaijan seeks to solve common economic and trade problems while strengthening cooperation with international geo-economic structures. The article clearly analyses the importance of the participation of the Republic of Azerbaijan in international projects, as well as the aspects of interest of major powers.

Keywords: Transport Corridors, Region, Transit, International Railway, Geostrategic Interests.

Sektörel Sorunlar ve beklentilere ilişkin nitel bir araştırma: Adana Örneği

Atty. Dr. Fahri ÖZSUNGUR

Adana Chamber of Commerce, Trade Registry Office
ticaretsicili@gmail.com

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Bolu Abant İzzet Baysal University, Communication Faculty
hkaradal@gmail.com

ÖZET

Ticaret odaları meslek komiteleri sektörel sorunların ele alındığı ve çözüm üretmek için çalışan meslek gruplarınca dört yıl için seçilen kişilerdir. Meslek komiteleri meslekleri ile ilgili incelemeler yapmak, gerekli görülen tedbirlerin görüşülmesi ve çözüme bağlanması için yönetim kuruluna teklifte bulunur, mesleklerine ait işlerle ilgili uygulamaya dair meclis veya yönetim kurulu tarafından talep edilen bilgilerle ilgili araştırmalar yaparak raporlandırır. Bu araştırma meslek komitelerinin sektörel pazar payı, istihdam bağlamında mevcut durum ve beklentilerini araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma Şubat 2020’de gerçekleştirildi. Adana Ticaret Odası verilerine göre 46 meslek grubuna kayıtlı 265 üye bulunmaktadır. Adana ticaret odasına kayıtlı 152 meslek komitesi üyesi ile yapılan araştırma sonuçlarına göre 2019 yılında genel olarak %58,55 katılımcının sektörlerinin pazar payının küçüldüğü, 2020 yılında %46,71 katılımcının pazar payında değişme olmayacağına dair öngörünün bulunduğu tespit edildi. Katılımcıların %45,39’u 2019 yılında istihdamda azalma gerçekleştiğini, % 58,55’i ise 2020 yılında istihdamda bir değişimin olmayacağını öngörmektedirler. Araştırmaya katılan meslek komiteleri üyelerinin %69,74’ü sektörde nitelikli personel açığı olduğunu belirtmişlerdir. İhtiyaç duyulan istihdam alanları içinde tarım sektörü ön plana çıkmaktadır. Katılımcılar sektöre göre yetiştirilen nitelikli işgörenlerin artırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Sonuçlara göre tarım ürünleri satışı, tekstil, tıbbi malzeme, restoran ve kafeler, sigortacılık, özel sağlık hizmetleri, reklamcılık ve medya, kağıt ve ambalaj sektörlerinde istihdama ihtiyaç duyulduğu belirlendi.

Anahtar Kelimeler: Sektörel sorunlar, meslek komiteleri, ticaret odaları, istihdam

A Qualitative Research on Sectoral Problems and Expectations: Sample of Adana

ABSTRACT

The professional committees of chambers of commerce are the committees that are selected for four years by professional groups that deal with sectoral problems and work to find solutions. Professional committees make proposals to the board of directors for examining their professions, discussing the necessary measures, and resolving them, making reports on the information requested by the assembly or the board regarding the practice of their profession. This research aims to investigate the sectoral market share of the professional committees, their current status, and expectations in the context of employment. The research was carried out in February 2020. According to the results of the research conducted with 152 professional committee members registered in Adana Chamber of Commerce, it was determined that the market share of the sectors of 58.55% of the participants, in general, has decreased in 2019; in 2020, 46.71% of participants had the prediction that there would be no change in their market share. 45.39% of the participants anticipated a decrease in employment in 2019, and 58.55% anticipated that there would be no change in employment in 2020. 69.74% of the members of the professional committees participating in the research stated that there was a qualified employee shortage in the sector. The agriculture sector comes to the fore in the required employment areas. Participants stated that qualified employees trained according to the sector should be increased. According to the results, it was determined that there was a need for employment in agricultural products sales, textile, medical equipment, restaurants and cafes, insurance, private health services, advertising and media, paper, and packaging sectors.

Keywords: Sectoral problems, professional committees, chambers of commerce, employment.

Specialization and Development Prioritiesbranches of The Republic Of Crimea

Prof. Dr. Tsohla Svetlana YURIEVNA

Assoc. Prof. Pavlenko Irina GENNADIEVNA

ZhuravliovaArina ANATOLIEVNA

V.I. Vernadsky Crimean Federal University

ABSTRACT

The article demonstrates the resources and performance indices of the Republic of Crimea and characterizes the specifics of the regional economic development; additionally, it describes within the cluster approach to the sectorial development of the industries.

Key words: specialization, development, priorities, sectorial economy, Republic of Crimea, instruments, potential, cluster approach, territorial development, self-development.

Role of Dr. B. R. Ambedkar In Social Inclusion of Marginalised Sections in the Indian Society (in Special Reference to Dalits)

Dr. Meenakshi BANSAL

J.V.M.G.R.R. College, Charkhi Dadri, Haryana
meenakshibansal0601@gmail.com

ABSTRACT

Social inclusion of diversified sections specially the marginalised ones has emerged as one of the biggest challenge to keep our nation integrate and intact. Literally, social inclusion can be defined as inclusion of different sections in the mainstream of society. To ensure the amalgamation of every sections of the society in a unified one, various policies are required. Without highlighting the role of Dr. Ambedkar in the social inclusion of marginalised sections in Indian Society, the topic would remain incomplete. He was the one who strongly advocated the better status for Dalit. The present paper aims to study the role of Dr. B. R. Ambedkar in the social inclusion of marginalised sections in Indian Society (in special reference to Dalit). The research methodology is explanatory in nature and for data collection, secondary data has been collected from various journals, books, websites and many others. The analysis of the findings highlighted that Ambedkar selflessly worked for the social upliftment of dalits and also provided them improved condition by ensuring provision in the constitution of India.

Keywords: Ambedkar, Dalit, Marginalised Sections, Social Inclusion

Osmanlı Devlet’inde Cülûs Törenleri: Yavuz Selim Örneği

Khedidja BADACHE

Ankara Yıldırım Beyazıt University

khadidjabadache@gmail.com

ÖZET

Genel olarak törenler, özellikle cülûs törenleri, devletlerin ve toplumların durumuna ışık tutması ve gelişimi ve ilerlemesi çeşitli yönleriyle anlamamızı sağladığından tarih çalışmaları için büyük önem taşımaktadır. “Osmanlı Devlet’inde Cülûs Törenleri: Yavuz Selim örneği” adlı çalışmamız devletin merkezi olan İstanbul’u temel alarak bu coğrafi alana yoğunlaşacaktır. Zaman alanı olarak ise 16. yüzyılı ele almaya ve bu yüzyıl içinde de I. Selim’in tahta çıktığı tarih olan 1512 Yılıni başlangıç olarak almaya karar vermiş bulunmaktayız. Bu çalışmanın birinci hedefi bir müslüman olarak Osmanlıların, bu törenlerin gerçekleştirilirken geliştirdikleri ilkelerle, medeniyete olan katkılarındaki rollerini pekiştirmektir. Diğer yandan Yavuz Sultan Selim’in tahta çıkma töreninde yapılanları açıklamaya yönelik bir çalışmadır. Özellikle o devre ait kaynakların tamamında Selim’in cülûs töreni ayrıntılı ve geniş bilgiler yer almamaktadır, halbuki o dönemde yaşanan siyasi olayların üstünde daha çok durmuşlar. Bu temel üzerine kurulacak olan çalışmamızda Osmanlı Devletindeki cülûs törenleri hakkında genel bir bilgi verdikten sonra Sultan I. Selim’in tahta çıkışına odaklanacağız. Daha sonra Sultan I. Selim’in tahta çıkışını sağlayan gelişmelere ve tahta çıkış gününde İstanbul’un şahitlik ettiği cülûs törenini anlatmaya odaklanacağız. Buraya kadar anlattığımız hususları gözden geçirdikten sonra çalışmamızda analiz ederek anlatma yolunu tercih ettik. Çünkü bu tarz anlatım, bu çalışmada aradığımız cevaplara ulaşmak için daha uygun bir yol olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Cülûs, Selim, Tören, Merasim, Bahşiş, Tebliğ, Tebrik, kılıç kuşanma.

Avrupada Yükselen Aşırı Sağ Partiler: Mülteci Krizinin Etkisi (Dinç ve Karataş)

Assoc. Prof. Dr. Cengiz DİNÇ

Eskişehir Osmangazi University

cengizdinc1971@gmail.com

ÖZET

Avrupa kıtasında her geçen gün siyasal ve ekonomik nedenlerden dolayı yükselen ırkçılık ve faşizm büyük bir tehlike olarak, Avrupa medeniyetini ve bu kıtada yaşamını sürdüren tüm dünya halklarını tehdit eden çok önemli bir problem haline gelmiştir. Sürecin başlangıcında daha çok Avusturya ve Fransa'da etkili olan bu tehditkâr durum günümüzde neredeyse tüm Avrupa ülkelerini sarmış durumdadır.

İkinci Dünya Savaşı öncesinde Avrupa'da etkili olan antisemitizmin öncüsü Nazi Almanyası, faşizmin merkezi İtalya ve komünizm karşıtı Falanjist İspanya'da sağ görüşlerin savaş sonrası yerlerine gelen daha hoşgörülü ve bütünleşme yanlısı yöneticiler ılımlı politikalarla bu hareketlerin izlerini silmek istemişlerdir. Fakat 1960'lı yıllarda işçi ihtiyacını gidermek için başlayan göç dalgası bu sağ partileri tekrar hortlatmıştır. 1980'li yıllardan itibaren yükselişe geçen Avrupa'nın aşırı sağ ve ırkçı partileri (Ulusal Cephe (FN-Front National), İngiltere'nin Birleşik Krallık Bağımsızlık Partisi (UKIP), Danimarka Halk Partisi (Dansk Folkeparti), Avusturya Özgürlük Partisi (FPÖ) ve Yunanistan'ın Altın Şafak oluşumu, Belçika'da Flaman kesimin bağımsızlığından yana olan Vlaams Belang, Almanyada Milliyetçi Demokratik Partisi, Almanyada İçin Alternatif AfD vb.) özellikle 21. yüzyılın başlangıcından itibaren son dönemlerde girdikleri seçimlerden büyük zaferlerle çıkmış olup, 2014 Avrupa Parlamentosu seçimlerinde de tarihi bir zafer elde etmişlerdir. Önümüzdeki günlerde aşırı sağcı partilerin daha da yükselişe geçeceği ön görülmektedir. 2016 yılındaki Avrupa Sosyal Araştırma verilerinin de işaret ettiği gibi siyasi sağ ile mülteci ve göçmen karşıtı olmada doğru bir orantı görülmektedir. Özellikle ülkelerinde daha yüksek göçmen barındıran ve gelir seviyeleriyle mutlu olmayan grupların göçmen karşıtı politikalar izleyen sağ ve aşırı sağ partilere sempati duymaktadırlar. Bu durum Almanya, Fransa, İsveç, Avusturya ve Macaristan gibi ülkelerdeki sağ hareketlerin yükselişini açıklamaktadır. Halihazırda 2008 kriziyle Birlik'te de artan işsizlik oranları ve uygulanan kemer sıkma politikalarının üstüne eklenen göçmen artışı ve sonrasındaki göçmen krizi hem işlerine hem de refahlarına ortak olacak yabancılara karşı bu grupları tüm bu kötü gidişatın sebebi ve ortak düşman olarak gösteren sağ partilerin oylarına tam anlamıyla patlama yaşatmıştır. Sağ görüşlerin yükselmesinin en belirgin ve kritik sonucu olan Brexit sonrası kıtada derinleşen ayrılık söylemleridir. Hem sağ partilerin yükselişi hem de mülteci meselesi karşılıklı olarak birbirini ve Avrupa'nın diğer sorun alanlarını büyütecek ve ileride bir açmazı doğru ilerleyecek gibi görünmektedir.

Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sinizm Üzerine Etkisi: Bursa Şehrinde Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma

Kerim KARADAL

Bahçeşehir University
kerimkaradal@gmail.com

İlhan ALYAY

Bahçeşehir University
ilhanalyay@gmail.com

ÖZET

Bilgi ve teknolojinin hızla kopyalanabildiği ve yayıldığı dönemde işletmeler karlılıklarını korumak ve rekabet imkânlarını sürdürebilmek için entelektüel sermayeye daha fazla odaklanmaktadır. Dolayısıyla yüksek performans gösteren ve kilit pozisyonlarda görev alan çalışanın işletmede kalması ve kendini kuruma ait hissetmesi için yapılan uygulamalar arasında yetkinliklerin yönetilmesi de yer almaktadır. Organizasyonların varlıklarını devam ettirebilmesi için nitelikli ve yetenekli personeli cezbedip bağlılığını arttırmak önem kazanmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Bursa şehrinde otomotiv yan sanayi kuruluşlarında çalışmakta olan beyaz yaka personelinin algıladığı yetenek yönetimi memnuniyetinin örgütsel bağlılık ve örgütsel sinizm üzerine etkisinin belirlenmesidir. Buna ilave olarak çalışanların kuruma olan bağlılığının ve sinik davranışların arasındaki ilişkilerin incelenmesi de hedeflenmiştir. Bu kapsamda anket aracı ile veri toplanarak alt düzey, orta düzey ve üst düzey yönetici ve uzmanlara yönelik uygulama yapılmıştır (n=395). Araştırma analizi yapılmakta kullanılan SPSS programı aracılığıyla Elde edilen verilerin korelasyon, regresyon, açıklayıcı faktör analizleri ile T-Testi ve ANOVA testi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular sonuç bölümünde yorumlanarak sunulmuştur.

Anahtar Kelime: Yetenek yönetimi memnuniyeti, örgütsel bağlılık ve sinizm

The Effect of Talent Management on Organizational Commitment: A Study of Automotive Sector in Bursa

ABSTRACT

In these days when information and technology can be copied and spread rapidly, organizations try to focus more on intellectual capital in order to maintain their profitability and maintain competitive opportunities. Therefore, there are some programs enrolled in the companies to keep the high skillful and top performance employee, one of them is managing competencies who should be fell commitment. It is important to attract the qualified and talented personnel and increase their loyalty in order to keep sustainability of the organization. The purpose of the study is to determine the effect of perceived satisfaction of the talent management on organizational commitment and organizational cynicism by white collar employee who works in automotive part supplier industry in Bursa. Moreover, it is aimed to study employee retention and examine the relationship between the loyalty and cynical behaviors. In the research, data were collected with the survey which is applied to the responsables, experts, lower level, intermediate level and top managers (n=395). Correlation, regression, factor analysis, T-test and Anova test used to compute the research data. The findings, appraisal judgments and suggestions are presented in the conclusion.

Keyword: Perceived talent management satisfaction, organizational commitment and cynicism.

Kullanıcıların Instagram Hikâye Kullanım Nedenlerinin Belirlenmesi: Y Ve Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Ümit DOĞRUL

Mersin University

ORCID No: 0000-0002-4795-3170

udogrul@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY

Çağ University

ORCID No: 0000-0001-9248-1371

edayasa@cag.edu.tr

ÖZET

Yeni neslin iletişim alışkanlıklarının bilinmesi, onlarla kurulacak iletişimler hakkında bilgi verici olması dolayısıyla önemlidir. Özellikle 2010 yılında akıllı telefon uygulaması olarak ilk olarak Iphone telefonlarda var olan bir uygulama olan Instagram, son yıllarda daha da sık kullanılan bir uygulama olarak yerini korumaktadır. Yıllar içinde gerek kendine özgü özellikleri gerekse diğer sosyal medya araç ve uygulamalarından kendisine uyarladığı program ve özellikleriyle öncü tercih edilmektedir. Bu çalışmanın amacı, kullanıcıların Instagram hikâye kullanım nedenlerinin bireyin ait olduğu kuşağa, cinsiyete ve Instagram kullanım sıklığına göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda ampirik bir araştırma yapılmış ve bu araştırmaya 382 kişi katılmıştır. Hipotezleri test etmeden önce bireylerin Instagram kullanım motivasyonlarına ilişkin boyutları belirlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve sosyalleşme, destek alma, alışkanlıkları yerine getirme, yenilik arayışı ve iletişim kurma ihtiyacı boyutları belirlenmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında belirlenen hipotezler t test ve ANOVA analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, bireylerin Instagram kullanım nedenlerinin cinsiyete ve Instagram kullanım sıklığına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ancak, Instagram kullanma nedenlerinin kuşaklara göre farklılık göstermediği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Y kuşağı, Z Kuşağı, Instagram Hikâye Kullanımı, Sosyal Medya

DETERMINING THE REASONS FOR THE USE OF INSTAGRAM STORIES: A RESEARCH ON GENERATION Y AND GENERATION Z

ABSTRACT

Recognizing the communication habits of the new generation is important. It will be easier to get in touch with them. Especially in 2010, Instagram, which was the first application on Iphone phones as a smart phone application, has maintained its place as an application that is used more frequently in recent years. Over the years, it is preferred as a pioneer with its unique features and programs and features adapted to it from other social media tools and applications. The purpose of this study is to reveal whether the causes of Instagram usage vary according to the individual's production, gender and frequency of usage. In this context, an empirical research was conducted and 382 people participated in this research. Before testing the hypotheses, exploratory factor analysis (EFA) was done to identify the dimensions such as socializing, getting support, habits, seeking innovation and communication needs. Hypotheses were analyzed with t-test and ANOVA. According to the results of the analysis, it was determined that the reasons for the use of individuals differ according to the gender and the frequency of Instagram use. However, it has been revealed that the reasons for using Instagram do not differ by generation.

Keywords: Y Generation, Z Generation, Instagram Story Usage, Social Media.

Operational management challenges for cash-in-transit services during an outbreak of a global disease

Doğu AKSOY*

Ankara Loomis Security Services Co., Operations
doguaksoy1@gmail.com

Assoc. Prof. (PhD) Suat BEGEÇ

Ankara University, of Turkish Aeronautical Association
sbegec@thk.edu.tr

ABSTRACT

Starting from the last days of 2019, citizens of the world have been struggling to relearn things they already knew how to do before. This is an almost unprecedented situation, even for expert scientists. Covid-19, not only affects all health services around the world but also causes irreversible changes in our political, social, economic and, technical lives. This article develops arguments about the factors that promote operations management in global disease/pandemic situations. These are based on contributions from interactional and unstructured global events. Fixed theoretical tools for operations management may not be enough for these kinds of global crisis situations. Although crises like global diseases create very unstable situations for private companies in the business sector, smart actions in operations management can change challenges into opportunities. In such situations, in order to stay in business, operations management continuity and stability are more important than ever. This is as important for cash-in-transit (CIT) companies as for any other business. The purpose of this article is to develop conceptual arguments and provide a proposition about operations management (OM) and the challenges for continuity and stability for private sector practitioners who are working during a global disease, as well as a general template that can be used in similar crises events.

Keywords: Operations Management, Global Disease, Cash-in-Transit (CIT)

Küresel salgınlarda para taşıma hizmetlerinde operasyon yönetimi

ÖZET

2019'un son günlerinden itibaren, dünya vatandaşları daha önceden nasıl yapılacağını bildikleri her şeyi yapmayı yeniden öğrenmek için mücadele ediyorlar. Bu yani COVID-19, neredeyse uzman bilim adamları için bile benzeri görülmemiş bir olgudur. Bu hastalık sadece dünyadaki tüm sağlık sistemlerini etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda siyasi, sosyal, ekonomik ve teknik yaşam alışkanlıklarında geri dönüşü olmayan değişikliklere neden olmaktadır. Bu makale, küresel hastalık/pandemik durumlarda operasyon yönetimini destekleyen faktörler hakkında tartışmalar geliştirmektedir. Bunlar, etkileşimli ve yapılandırılmamış küresel olayların katkılarına dayanmaktadır. Operasyon yönetimi için sabit teorik araçlar bu tür küresel kriz durumları için yeterli olmayabilir. Küresel hastalıklar gibi krizler iş sektöründeki özel şirketler için çok dengesiz durumlar yaratsa da, operasyon yönetimindeki akıllı eylemlerle fırsatlara dönüştürülebilirler. Küresel salgın gibi durumlarda, iş yapmak için operasyon yönetiminin sürekliliği ve istikrarı her zamankinden daha önemlidir. Bu durum, para taşıma sektöründe iş yapan şirketler için de farklı değildir. Bu makalenin amacı, küresel hastalık şartlarında çalışan özel sektör uygulayıcılarına süreklilik ve istikrar için operasyon yönetimi zorlukları ve kriz benzeri olaylarda bir mücadele şekli olarak kullanılabilecek genel bir şablon hakkında kavramsal argümanlar geliştirmek ve bir teklif sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Operasyon Yönetimi, Küresel Hastalık, Para Taşıma.

Urbanization of Medieval Rajasthan with special reference to role of Sufi Saints and professional groups

Shabir Ahmad PUNZOO

ABSTRACT

Urbanization forms one of the most important watersheds in the phases of historical growth and events. An attempt has been made in this paper to highlight the role and contribution of Sufi shrines and various castes in the urban growth of Nagaur region of medieval Rajasthan. The present study is based on inscriptional sources and secondary works have also been utilized. Physical survey of Nagaur has also been taken for the said study. It is interesting to note that Z.A. Desai visited Mosques of Nagaur and studied and translated inscriptions written on them, but he has not mentioned three Mosques like Khano-ki-Masjid, Multani-ki-Masjid and Quraishyu-ki-Masjid, probably he could not reach there or might have not visited them. During the physical survey of Nagaur, I found these three mosques and studied the inscriptions written on them and I observed that the three castes like multanis, quraishis and khans were residing in Rajasthan and contributed in the process of urbanization. It is true that in the state of Rajasthan, a large number of Sufi saints prospered during medieval period. Nagaur had been a famous and well known centre of prominent Sufis and the popularity of the Sufis made the remote areas more populous, gradually developed into a large townships and big urban centres. The regions where the Sufis established their khanqahs after their death attracted a large number of people to flock to the towns and cities, thus giving rise to urban population.

Keywords: Urbanization, various castes, Sufis, Sufi shrines, Mosques, Population and Craftsmen.

Specialization And Development Prioritiesbranches Of The Republic Of Crimea

Tsohla Svetlana Yurievna,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Management of Entrepreneurship Department of
V.I. VernadskyCrimeanFederalUniversity
ORCID 0000-0001-6485-3019

Pavlenko Irina Gennadievna

Candidate of Economic Sciences, Docent,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University
ORCID 0000-0001-6783-6273

Zhuravliova Arina Anatolievna

ORCID 0000-0002-0200-3630
Master's student
Faculty of Geography, Geoecology and Tourism
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

ABSTRACT

The article demonstrates the resources and performance indices of the Republic of Crimea and characterizes the specifics of the regional economic development; additionally, it describes within the cluster approach to the sectorial development of the industries.

Keywords: specialization, development, priorities, sectorial economy, Republic of Crimea, instruments, potential, cluster approach, territorial development, self-development.

Formation Of Strategic Priorities Of Socio-Economic Development Of The Economy Of The Republic Of Crimea

Tsohla Svetlana Yurievna,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Management of Entrepreneurship Department of
V.I. Vernadsky Crimean Federal University
ORCID 0000-0001-6485-3019

Pavlenko Irina Gennadievna

Candidate of Economic Sciences, Docent,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University
ORCID 0000-0001-6783-6273

Zhuravliova Arina Anatolievna

ORCID 0000-0002-0200-3630
Master's student
Faculty of Geography, Geoecology and Tourism
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

ABSTRACT

The article demonstrates the resources and performance indices of the Republic of Crimea and characterizes the specifics of the regional economic development; additionally, it describes within the cluster approach to the sectorial development of the industries.

Keywords: specialization, development, priorities, sectorial economy, Republic of Crimea, instruments, potential, cluster approach, territorial development, self-development.

Historical states of Youth policy in Uzbekistan and its Legal Frameworks

Shodmonov Bakhtiarhoja Isaxonovich

Explorer National University of Uzbekistan

bahtiyor8313@mail.ru

ABSTRACT

Today, in the complex and fast changing condition of globalization in the world one of the most important factors assigning the democracy and social development of any country is defined by what reforms are being carried out by the state in the political, economical and socio-cultural situation in order to develop the scientific potential of the youth. The effective state policy on solving the problems in bringing up the youth with scientific potential and improving the mechanisms and technologies of carrying it out is one of the important factors of not only the social stability, but also of providing social development of the state in general. The results of the further deepening of democratic reforms and development of civil society in Uzbekistan are reflected in the active participation of young people with scientific potential in making important decisions. Further expansion of its institutional boundaries will increase the number of actors in political processes that can act as mediators between the state and civil society. The article emphasizes that the issues of legal regulation of youth state policy are addressed in the political processes on important aspects of its development and implementation, as well as mechanisms of organizational management. In particular, the chronological stages of the process of formation and implementation of the state youth policy in the country were discussed. Besides, special support for socially vulnerable young people with scientific potential, continuous development of political and legal consciousness and thinking of youth, alignment of intellectual potential of young people with the level of countries of the world, close integration of economic development with youth intellectual resources, scientific potential, youth participation in social development processes contribution to the development and accessibility of social development activities, so socio-political and economic reform issues and their commitment to reform were mentioned and analyzed.

Keywords: Youth, education, thinking, intellectual youth, knowledge, higher education, young scientists, young generation, law, young specialist, The Youth Union.

The Role of Entrepreneurial Leadership in Higher Education in Recovering from COVID19

Dr Siham EL-KAFAFI

Director
Arrows Research Consultancy Limited
Auckland, New Zealand

ABSTRACT

In the face of the new global economic challenges that the whole world is facing as a result of COVID19 pandemic, there is a need to give attention to the crucial role of higher education which had a great impact on shaping all the nation's future as it paves the road for a way out while partaking in rebuilding our economic infrastructure and leading the economy to a brighter future.

This research paper proposes how the use of the appropriate style of leadership i.e. entrepreneurial leadership in higher education can perform an eminent role in recovery during and post-COVID19 by creating a momentum for innovative change to combat the current economic challenges.

The research paper provides a blue print of the steps required via this transformation leadership style to breed the adequate culture and lead a healthy professional learning community through the adoption and application of the Entrepreneurial University Model.

Keywords: academic entrepreneurship, entrepreneurial leadership, skill rebuilding post-COVID19, transformational leadership and Entrepreneurial University Model.

The Studies on Paternalist Leadership Behavior Using the Content Analysis Method

Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Golkoy Campus

ORCID: 0000-0003-4573-8415

ABSTRACT

Paternalist leadership behavior can be described as a type of behavior in which leaders treat their subordinates more emotionally, subordinates behave in a guiding way, and expect loyalty from subordinates in return for these behaviors. If a Paternalist leadership style is exhibited in organizations, it is seen that paternalist leadership is adopted. Within the scope of this research, it aims to examine the postgraduate theses related to the subject in terms of method and scope in this study, which aims to examine paternalist leadership research. Within the scope of the research, data have been obtained from the doctoral thesis in the National Thesis Center (Turkey) within the body of the Council of Higher Education. In this context, criteria such as keywords for research, foreign resource rate, the research method used, number of words, and the number of "paternalist leadership" words in the text are analyzed by the content analysis method. The aim of the research is the idea of giving direction to future studies on the subject.

Keywords: Paternalist, Leadership, Content Analysis.