EMI congress

NİŞANTAŞI UNIVERSITY

4th INTERNATIONAL EMI ENTREPRENEURSHIP SOCIAL SCIENCES CONGRESS

November 29 -30, 2019 / İSTANBUL

ABSTRACT BOOK

www.emissc.org

EMISSC 2018 - LEFKOSA
EMISSC 2018 - CAPPADOCIA
EMISSC 2019 - LEFKOSA
EMISSC 2019 - İSTANBUL

İSTANBUL TİCARET ODASI 1882

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

KISBU CYPRUS SOCIAL SCIENCES UNIVERSITY

YESSENOV UNIVERSITY

ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ

EMI journal

AKADEMİSYEN KİTABEVİ

4. International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress

ABSTRACT E-BOOK

29-30 November 2019- İstanbul

Editors:

Prof. Dr. **Himmet KARADAL**
Asst. Prof. Dr. **Ahmet Tuncay ERDEM**
Asst. Prof. **Menekşe ŞAHİN KARADAL**

Edited by:

Dilkur Akademi

Publishing Date:
25.12.2019

ISBN: **978 – 605 – 81563 – 6 – 4**

PRESENTATION

Cyprus Social Sciences University, **Dhaka University, Istanbul Commerce University, Suffolk University, Abant Izzet Baysal University**, **Central Asian American University**, **Yessenov University, Istanbul Chamber of Commerce** and **Dilkur Academy** served as the vehicle of dissemination for a showpiece of arts and articles at the **4th International EMI Entrepreneurship and Social Science Conference** (EMISSC 2019 **İstanbul**) that was held in the İstanbul Nişantaşı University on November 29–30, 2019. EMISSC 2019 aim to provide a platform for discussing the issues, challenges, opportunities and findings of **Entrepreneurship and Social Sciences** 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.

It is a great privilege for us to present the proceedings of EMISSC 2019 İstanbul to the authors and delegates of the event. We hope that you will find it useful, exciting and inspiring. There are participants from **104 different institutions or universities from more than 10 countries**. The number of submitted manuscripts was **Canada, Quatar, UK, Azerbaijan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Romania, Bangladesh, UAE, Nigeria, TRNC**. Alas, several institutions could not be accepted due to the reviewing outcomes and our capacity constraints. The 2-day long event gathered close to 390 national and international attendees to enliven a constellation of contributions. Keynote lectures by renowned colleagues (Prof. Dr. **Emin Çivi**, Prof. Dr. **Şevki Özgener,** Prof. Dr. **Asım Saldamlı**, **İbrahim Elbaşı,** Assoc. Prof. Dr. **M. Naci Efe, Bilal Topçu,** Assoc. Prof. Dr. **Dababrata Chowdhury,** Assoc. Prof. Dr. **Elira Turdubaeva,** Assoc. Prof. Dr. **Murat Yalçıntaş,** Assoc.Prof.Dr. **Adel Ahmed**, Assoc.Prof.Dr. **Omar Khalıd**, Assoc.Prof.Dr. **Harun Yıldız**, Assoc.Prof.Dr. **Haşim Akça**, Dr. **A. Mohammed Abubakar**, Dr. **Dumitru Goldbach**), 9 awards were issued to distinguished papers, and a total of **262 oral presentations** and **75 arts exhibitions**. 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**, **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 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. Mustafa TÜMER, Rector, Cyprus Social Sciences University
Prof. Dr. Şenay YALÇIN, Rector, Nişantaşı University
Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University
Prof. Dr. Mustafa ALİŞARLI, Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI, Rector, Nevşehir Hacı Bektaş University
Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY, Rector, İstanbul Arel University
Prof. Dr. Sedat MURAT, Rector, Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof. Dr. Sudi APAK, Rector, Istanbul Esenyurt University
Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ, Vice Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Co-Chair
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University
Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF, Giresun University
Prof. Dr. Emin ÇİVİ, University of New Brunswick, Saint John
Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando
Prof. Dr. Ali ALAGÖZ, Selcuk University
Prof. Dr. Adnan KALKAN, Mehmet Akif Ersoy University
Prof. Dr. Figen ZAİF, Gazi University
Prof. Dr. İlhan EGE, Mersin University
Prof. Dr. Serap İNCAZ, Nişantaşı University
Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL, Anadolu University
Prof. Dr. Abdullah KIRAN, Muş Alparslan University
Prof. Dr. Murat ÇAK, İstanbul University
Prof. Dr. Said KINGIR, Sakarya University
Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK, Ankara University
Assoc. Prof. Dr. M. Oğuz KUTLU, Çukurova University
Assoc.Prof.Dr. Nihat ALAYOĞLU, General Secretary, Istanbul Chamber of Commerce
Evren DİNÇER, Mayor of AKSARAY

Institutions of the Authors

Abbott Diagnostics	İstanbul Aydın University
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji University	İstanbul Kültür University
Adıyaman University	İstanbul Medeniyet University
Adnan Menderes University	İstanbul University
Afyon Kocatepe University	İzmir Kâtip Çelebi University
Ahi Evran University	Kafkas University
Akdeniz Universitesi	Kahramanmaraş Sütçü İmam Kırklareli University
Aksaray University	Kapadokya University
Amasya University	Kars Kafkas University
American University of Central Asia	Kastamonu University
Anadolu University	Kayseri University
Ankara University	Kent University
Ankara Yıldırım Beyazıt University	Kıbrıs Batı University
Ardahan University	Kırgızistan Türkiye Manas University
Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım University	Kırklareli University
Atatürk University	Kırşehir Ahi Evran University
Atılım University	Kocaeli University
Aydın University	Konya Food and Agriculture University
Bahçeşehir University	Lefke European University
Bandırma Onyedi Eylul University	Mardin Artuklu University
Başiskele Şehit Ozan Özen Kız	Marmara University
Başkent University	Mehmet Akif Ersoy University
Beyçelik Gestamp	Munzur University
Beykent University	Muş Alparslan University
Bilecik Şeyh Edebali University	Namık Kemal University
Bolu Abant İzzet Baysal University	Neareast University
Burdur Mehmed Akif Ersoy	Necmettin Erbakan University
Cardiff Metropolitan University, Cardiff, UK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Caspian State University	Niğde Ömer Halisdemir University
Cyprus Social Sciences University	Nişantaşı University
Çanakkale Onsekiz Mart University	ODTÜ
Çukurova University	Osmaniye Korkut Ata University
Dokuz Eylül University	Özyeğin University
Eastern Mediterranean University	Sakarya University
Ege University	Sakarya Uygulamalı Bilimler University
Eskisehir Technical University	Samsun Ondokuzmayıs University
European University of Lefke	Selçuk University
Fatih Sultan Mehmet Vakıf University	Süleyman Demirel University
Historical and Cultural Heritage of Kyrgyzstan	Şht. Mehmet Eray İlkokulu
Gaziantep University	The University of Wales Trinity Saint David
Gaziköy Anaokulu	THK University
Giresun University	Tokat Gaziosmanpaşa University
Hacı Bayram Veli University	Toros University
Hitit University	Trakya University
Isparta Uygulamalı Bilimler University	Ufuk University
Istanbul Gelisim University	Uludağ University
Istanbul Kultur University	University of Dhaka
Istanbul Medipol University	University of Suffolk
Istanbul University	University West of Scotland, UK
Işık University	Yeditepe University
İstanbul Arel University	Yessenov University
İstanbul Chamber of Commerce	Teknopark İstanbul
Aksaray Municipality	Ekol Group İstanbul

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress

Congress Program

29-30 November 2019 İSTANBUL

Friday, 29 November 2019 – Nişantaşı University İstanbul

08:30-09:00	**Registration**
09:00-10:00	Opening Speeches (Doç.Dr.Cevdet Uysal Konferans Salonu) **Prof.Dr. Himmet KARADAL,** *Chair*, EMI Congress **Prof.Dr. Mustafa TÜMER,** *Rector*, Cyprus University of Social Sciences **Prof.Dr. Şenay YALÇIN,** *Rector*, Nişantaşı University **Prof.Dr. Mazhar BAĞLI**, *Rector*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University **Prof.Dr. Mustafa ALİŞARLI**, *Rector*, Bolu Abant İzzet Baysal University **Prof.Dr. Ali Argun KARACABEY**, *Rector*, İstanbul Arel University **Prof.Dr. Sudi APAK**, *Rector*, Istanbul Esenyurt University Assoc.Prof.Dr. **Nihat ALAYOĞLU**, General Secretary, Istanbul Chamber of Commerce **Evren DİNÇER**, Mayor of Aksaray
10:00-11:00	**PANEL:** "**Yeni Nesil Girişimcilik Merkezleri"** **Moderator:** Assoc.**Prof.Dr. Murat YALÇINTAŞ** **Former President of Istanbul Chamber of Commerce** Keynote Speakers **İbrahim ELBAŞI**, *Director*, Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi Assoc.Prof.Dr. **Mehmet Naci EFE**, *Chairman of the Board*, Ekol Security Group **Bilal TOPÇU**, *General Manager*, Teknopark İstanbul
11:00-11:15	**Opening**: Mixed Exhibition – Solo Exhibition of Fatma Küçük Ak & Cafe Break
11:15-12:30	**PANEL:** "**Global Entrepreneurship"** (Doç.Dr.Cevdet Uysal Konferans Salonu) **Moderator** Assoc.Prof.Dr. **Dababrata CHOWDHURY**, University of Suffolk, **United Kingdom** Keynote Speakers: Prof.Dr**. Emin ÇİVİ**, University of New Brunswick Saint John, **Canada** Dr. **Akhmetov Berik Bakhytzhanovich**, *Rector*, Yessenov University Prof. **Shibli Rubayat Ul Islam,** Dean, **Bangladesh** Assoc.Prof. Dr. **Dumitri GOLDBACH**, Valahia University of Târgoviste, **Romania** Assoc.Prof. Dr**. EliraTURDUBAEVA**, Asia American University, **Kirghizistan** Assoc.Prof.Dr. **Adel AHMED** , Dean, College of Business, Al Ain University, **UAE**
12:30-13:30	Lunch (Bizim Mutfak)
13:30-14:45	**Workshop:** "**Araştırma Yöntemleri"** (Doç.Dr.Cevdet Uysal Konferans Salonu) **Moderator:** Prof.Dr. **Asım SALDAMLI** & Prof.Dr. **Şevki ÖZGENER** Key Speakers: Prof.Dr. **Şevki ÖZGENER**: "**Araştırma Yöntemlerinde Yapılan Hatalara Dair Değerlendirme Forumu**", Assoc.Prof. Dr. **Omar KHALİD: "Responsible and Meaningful Research"** Assoc.Prof. Dr. **Harun YILDIZ: "SmartPLS",** Asst.Prof.Dr. **Mohammed ABUBAKAR: "SSCI indekste Yayın Yapmak",** Assoc.Prof.Dr. **Haşim AKÇA: "Sosyal Bilimlerde Yapılan Yayınlarda Kalite".**

PARALLEL SESSIONS

Friday, 29 November 2019 **15:00-16:45**	**Sessions' Moderators** **Assoc. Prof. Dr. Elira TURDUBAEVA (AMPHI-01)** Prof. Dr. **Emin CİVİ (AMPHI-02)** Prof. Dr. **Prof. Dr. Mehmet BAŞAR (AMPHI-03)** Prof. Dr. **A. Çiğdem KIREL (AMPHI-04)** Prof. Dr. **Alaybey KAROĞLU (AMPHI-05)** Prof. Dr. **İlhan EGE (AMPHI-06)** Prof. Dr. **Ali ALAGÖZ (AMPHI-07)** Assoc.Prof. Dr. **Mehmet Naci EFE (AMPHI-08)**
16:45-17:00	Cafe Break
Friday, 29 November 2019 **17:00-18:45**	**Sessions' Moderators** Assoc. Prof. Dr. **M. Oğuz KUTLU (AMPHI-01)** Prof. Dr. **Uğur YOZGAT (AMPHI-02)** Prof. Dr. **Abdullah KIRAN (AMPHI-03)** Prof. Dr. **Murat ÇAK (AMPHI-04)** Prof. Dr. **Said KINGIR (AMPHI-05)** Prof. Dr. **Nevin DENİZ (AMPHI-06)** Prof. Dr. **Bülent GÜLÇUBUK (AMPHI-07)** Prof. Dr. **Ayşen WOLF (AMPHI-08)**
18:00-19:00	Dinner (Bizim Mutfak)
Saturday, 30 November 2019 **09:00-10:30**	**Sessions' Moderators** Prof. Dr. **Serap İNCAZ (AMPHI-01)** Prof. Dr. **Said KINGIR (AMPHI-02)** Prof. Dr. **Cemal ZEHİR (AMPHI-03)** Prof. Dr. **Şevki ÖZGENER (AMPHI-04)** Prof. Dr. **Alaybey KAROĞLU (AMPHI-05)** Assoc. Prof. Dr. **Recep Baki DENİZ (AMPHI-06)** Prof. Dr. **Figen ZAİF (AMPHI-07)** Assoc. Prof. Dr. **Bora YILDIZ (AMPHI-08)**
10:30-10:45	Cafe Break
Saturday, 30 November 2019 **10:45-12:15**	**Sessions' Moderators** Prof. Dr. **Muhsin HALİS (AMPHI-01)** Prof. Dr. **Adnan KALKAN (AMPHI-02)** Prof. Dr. **Mahmut TEKİN (AMPHI-03)** Assoc. Prof. Dr. **Yaşar AYYILDIZ (AMPHI-04)** Prof. Dr. **Sima NART (AMPHI-05)** Assoc. Prof. Dr. **A. Banu HÜLÜR (AMPHI-06)** Prof. Dr. **Deniz ELBER BÖRÜ (AMPHI-07)** Assoc. Prof. Dr. **Mine HALİS (AMPHI-08)**
12:15-12:45	**Closing Session**
14:00-16:00	**GALA (Cemile Sultan Korusu-Kandilli)**

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 ALİŞARLI, Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Mazhar BAĞLI, Rector, Nevşehir Hacı Bektaş University

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

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

Prof. Dr. Abdurrahman EREN, Rector, Haliç University

Prof. Dr. Hasan Ali KARASAR, Rector, Kapadokya University

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

Prof. Dr. Uğur ÖZGÖKER, Rector, Cyprus American University TRNC

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

Prof. Dr. Cem TANOVA, Vice Rector, Eastern Mediterranean University TRNC

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

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI, Dean, Eureopean 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. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia

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. Cemile ÇELİK, Mersin University

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

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

ORGANISING COMMITTEE

Honorary Presidents of the Congress

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

Prof.Dr. **Şenay YALÇIN**, Rector of Nişantaşı University

Prof.Dr. **Ünal AY,** Rector of Çağ University

Prof.Dr. **Abdurrahman EREN**, Rector of Haliç University

Prof.Dr. **Mehmet BARCA**, Rector of Ankara Social Sciences University

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

Prof.Dr. **Mazhar BAĞLI,** Rector of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof.Dr. **Hasan Ali KARASAR,** Rector of Kapadokya University

Dr. **Akhmetov Berik Bakhytzhanovich**, Rector of Yessenov University, Kazakhstan

Professor **Md. Aktaruzzaman** Rector of Bankladeş Dakka University

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

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

Assoc. Prof. Dr. **Murat YALÇINTAŞ**, Former President of Istanbul Chamber of Commerce Assoc. Prof. Dr. **Nihat ALAYOĞLU,** Secretary General of Istanbul Chamber of Commerce Prof.Dr. **Esra HATİPOĞLU**, Nişantaşı University

Presidents of the EMI Congress

Prof. Dr. **Himmet KARADAL**

Prof. Dr. **Asım SALDAMLI**

Assoc. Prof. Dr. **Dababrata CHUWDHURY**

Coordinators

Assoc.Prof.Dr. **Mehmet Naci EFE**

Asst.Prof.Dr. **Hazar DÖRDÜNCÜ**

Asst.Prof.Dr. **Mohammed ABUBAKAR**

Asst.Prof.Dr. **Ahmet Tuncay ERDEM**

Asst.Prof.Dr. **Menekşe Şahin KARADAL**

Organizing Committee Members

Dr. **Fahri ÖZSUNGUR**

Inst. **Bahar AKBULAK** (Graphic Designer)

Inst. **Ethem MERDAN**

Inst. **Nihan CABA**

Kerim KARADAL

Neslihan DUMAN

M. Kürşat TÜRKER

ORGANIZING COMMITTEE OF "Mixed Exhibition"

Prof. Dr. **Hasan PEKMEZCİ,** Turkey,
Prof. Dr. **Alaybey KAROĞLU**, Hacı Bayram Veli University, Turkey,
Prof. Dr. **M. Turan AKSOY**, Arkin University, **TRNC,**
Prof. Dr. **Tansel TÜRKDOĞAN,** Hacı Bayram Veli University, Turkey,
Prof. Dr. **Meliha YILMAZ,** Gazi University**,** Turkey,
Prof. Dr. **İsa ELİRİ,** Kırıkkale University, Turkey,
Prof. Dr. **Zoya KOZLOVA,** Baranovichi State University, **Belarus,**
Prof. Dr. **Kubra ALIYEVA**, Ulusal BilimlerAkademisi, **Azerbaycan**,
Assoc. Prof. Dr. **Arzu UYSAL**, Mersin University, Turkey,
Assoc. Prof. Dr. **Emrah UYSAL**, Mersin University, Turkey,
Assoc. Prof. Dr. **Neslihan KIYAR,** Selcuk University, Turkey
Asst. Prof. Dr. **Rahşan Fatma AKGÜL**, Yüzüncü Yıl University, Turkey,
Asst. Prof. Dr. **Asuman ÖZDEMİR,** Karabuk University, Turkey
Asst. Prof. **Emre ŞEN**, Cankırı Karatekin University, Turkey,
Dr. **Ahmet AYTAÇ,** Selcuk University, Turkey,
Dr. **Karim MIRZAYE**, Islam Art University, **Iran,**
Inst. **Menekşe ŞAHİN KARADAL**, Aksaray University, Turkey,
Inst. **Fatma KÜÇÜK AK**, Aksaray University, Turkey,
Inst**. N.Nazende ÖZKANLI**, Aksaray University, Turkey
Inst. **Semra KILIÇ KARATAY**, Aksaray University, Turkey
Inst. **Müzeyyen AKSÖZ ŞEN**, Aksaray University, Turkey
Victoria MOMEVA-ALTIPARMAKOVSKA, Makedonya.

EXHIBITION CURATORS

Asst. Prof. **Menekşe Şahin KARADAL**, Bolu Abant İzzet Baysal University

Inst. **Fatma KÜÇÜK AK**, Aksaray University

EXHIBITION EVALUATION COMMITTEE

Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University

Prof. Dr. Canan DELİDUMAN, Karatay University

Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ, Akdeniz University

Prof. Dr. Hüseyin ELMAS, Selcuk University

Prof. Dr. Meliha YILMAZ, Gazi University

Prof. Dr. Lale ALTINKURT, Mugla Sıtkı Kocaman University

Prof. Dr. Latigina NATALYA, Shevçenko Devlet University

Prof. Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, Serbia

Prof. Dr. Lile TANDİLAVA, Shota Rustavelli University

Prof. Dr. Nadejda HAN, Karaganda Devlet University

Prof. Dr. Patrizia ZAGNOLI, Università degli Studi Firenze - Italy

Prof. Dr. Roza AMANOVA, Kyrgyz Turkish Manas University, Kirghizistan

Prof. Dr. Rajendra PATIL, University of Mumbia, India

Prof. Dr. Stalbek BAKTIGULOV, Kyrgyz Turkish Manas University, Kirghizistan

Assoc. Prof. Dr. Arzu UYSAL, Mersin University

Assoc. Prof. Dr. Cevat ATALAY, Namık Kemal University

Assoc. Prof. Dr. Emrah UYSAL, Mersin University

Assoc. Prof. Dr. Elif ŞENEL, Gaziantep University

Assoc. Prof. Dr. Deniz KORKMAZ ELASHRY, Eskisehir Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Emin KAYSERİLİ, Atatürk University

Assoc. Prof. Dr. Mutluhan TAŞ, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Oğuz YURTTADUR, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Uğur ATAN, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Marat ŞARAFİDİNOV, Kyrgyz Turkish Manas University, Kirghizistan

Asst. Prof. Dr. Arda OSKAY, Kocaeli University

Asst. Prof. Dr. N. Müge SELCUK, Eskişehir Osmangazi University

Asst. Prof. Dr. Feride DEMİRCAN, William Paterson University

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 HALICI, Başkent University
Prof.Dr. Ali AKDEMİR, İstanbul Arel University
Prof.Dr. Ali Ekber AKGÜN, Yıldız Teknik University
Prof.Dr. Argun KARACABEY, Altınbaş University
Prof.Dr. Asım SALDAMLI, Nişantaşı 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. Celil ÇAKICI, Mersin 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, Kahramammaraş 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, Kahramammaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr. Nejat BASIM, Başkent University
Prof.Dr. Orhan ÇOBAN, Selçuk University
Prof.Dr. Pınar Süral ÖZER, Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Reyhan Ayşen WOLF, Giresun University
Prof.Dr. Rıfat 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 SIĞRI, Başkent University
Prof.Dr. Yıldırım Beyazıt ÖNAL, Adana Bilim ve Teknoloji University
Prof.Dr. Yılmaz GÖKŞEN, Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Zeliha SEÇKİN, Aksaray University

International
Ord.Prof.Dr. Patrizia ZAGOLI, Universita Degli Studi Firenze, Italy
Prof.Dr. Anis KHASANOV, Plekhanov Russian University of Economics
Prof.Dr. Alyona BALTABAYEVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhistan
Prof.Dr. Akmaral SARGIKBAEVA, Al Farabi Kazak Milli University
Prof.Dr. Amanbay MOLDIBAEV, Taraz Devlet Üniversity
Prof.Dr. Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA Kırgızistan Devlet Ekonomi Üniversity
Prof.Dr. Cihan COBANOGLU, 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, Saudı Arabia
Prof.Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando
Prof.Dr. Gulmira ABDİRASULOVA Kazak Kızlar Devlet Pedegoji Üniversity
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 Üniversity
Prof.Dr. Lile TANDİLAVA Shota Rustavelli Üniversity
Prof.Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, Serbia
Prof.Dr. Latigina NATALYA, Shevçenko Devlet Üniversity
Prof.Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof.Dr. Lile TANDİLAVA, ShotaRustavelli Üniversity
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 Üniversity
Prof.Dr. Noufissa El Moujaddidi, Mohamed V University - Rabat. Morocco
Prof.Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Patrizia ZAGNOLI, Universitàdegli Studi Firenze Italy
Prof.Dr. Pece NEDANOVSKI, Ss. Cyril and Methodius University, Republic of Macedonia
Prof.Dr. Rajendra PATIL, University of Mumbia, 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, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversity
Prof.Dr. Zarylbek KUDABAEV, American University of Central Asia Kırgızistan
Prof.Dr. Zhakipbek ALTAEV Al Farabi Kazak Milli Üniversity
Prof.Dr. Zharkynbike SULEIMENOVA, Kazhak Kızlar Devlet Pedegoji Üniversity
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 Sanclemente, 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, Azerbaycan 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, Azerbaycan
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. Ţarcă Naiana NICOLETA, University of Oradea, Romania
Assoc.Prof.Dr. Vasilis Leontitsis Brighton University, UK İngiltere
Assoc.Prof.Dr. Vătuiu TEODORA, Universitatea Titu Maiorescu - Bucuresti, Romania
Asst.Prof.Dr. Ahmad ALBATTAT, Ammon Applied University, Kazakhistan
Asst.Prof.Dr. Aktolkin ABUBAKIROVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhistan
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 Eurosian 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, Kazakistan
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 ILİEVA, 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 DARVISHMOTEVALI, Near East University TRNC
Asst.Prof.Dr. Mohamed SHAMOUT, American University in the Emirates
Asst.Prof.Dr. Mohammad Fahmi AL-ZYOUD, 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. Ülkü 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, Europian 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, Kazakhistan
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, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversity UNEC
Dr. Elena RADICCHI, Universita Degli Studi Firenze, Italy
Dr. Sabit BAYMAGANBETOV, Ahmet Yesevi University, Kazakhistan
Dr. Sakher ALNAJDAWI, Amman Arab University, Jordan
Dr. Sia Bik KAİ, 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. Ayşe GÜNSEL, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Abdullah ÇALIŞKAN, Toros University
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. Berrin FİLİZÖZ, Cumhuriyet University
Assoc.Prof.Dr. Bülent KARA, Niğde Ömer Halisdemir University
Assoc.Prof.Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman 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 EFEOĞLU, 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. Fatih ÇETİN, Niğde Ömer Halisdemir University
Assoc.Prof.Dr. Figen AKÇA, Uludağ University
Assoc.Prof.Dr. Hakan TUTGUT, Başkent University
Assoc.Prof.Dr. Haluk DUMAN, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Harun YILDIZ, Bandırma 17 Eylül University
Assoc.Prof.Dr. Haşim AKÇA, Çukurova 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 EKŞİ, Gaziantep 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. Süleyman BOLAT, Aksaray 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. Ahmet TÜRKMEN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Ali ANTEPLİ, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Ali Kerim ÖNER, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Alper GEDİK, Selcuk University
Asst.Prof.Dr. Aral Gökçen NOYAN, İstanbul Yeniyüzyıl University
Asst.Prof.Dr. Ayben KOY, İstanbul Ticaret University
Asst.Prof.Dr. Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Burak Murat DEMİRÇİVİ, Aksaray 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. Durdu Mehmet BİÇKES, Nevşehir Hacı Bektaş University
Asst.Prof.Dr. Elnur Hasan MİKAİL, Kafkas 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. Gökhan ARASTAMAN, Hacettepe 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. Mehmet Ali AKTAŞ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Mehmet TUNCER, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Murat AKKUŞ, 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. Özgür ÇINARLI, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Refik TURAN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Sena ERDEN AYHÜN, Çanakkale Onsekiz Mart University
Asst.Prof.Dr. Selva STAUB, Bandırma Onyedi Eylül University
Asst.Prof.Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL, İstanbul University
Asst.Prof.Dr. Şükrü APAYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş 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. Şükran GÖLBAŞI, Haliç 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
Asst.Prof.Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Nişantaşı University
Lect. Memiş KARAER, Selçuk University
Lect. Şükrü GÜVEN, Selçuk University
Lect. Uğur UĞUR, Cumhuriyet University

CONTENTS

Presentation	2
Thanks To	3
Institutions of the Authors	4
Advisory Board	7
Organising Committee	8
Scientific Committee	11
Peer Review Commuttee	15
Name of Paper **Author(s)**	
Olumsuz Durumları İfşa Etme (Whistleblowing) Kavramsal Çerçevesi – 401 **Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, Assoc. Prof. Dr. Mustafa KARACA**	27
Girişimciliğin Arkasındaki Güçler: Birey-Girişimcilik Uyumu – 402 **Prof. Dr. Mehmet BAŞAR, Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, Assoc. Prof. Dr. Mustafa KARACA**	28
Outsourcing: Önemi, Fayda ve Mahsurları – 403 **Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, Assoc. Prof. Dr. Mustafa KARACA**	29
Türkiye'de Kişisel Markalar: 2012-2018 Yıllarının Karşılaştırmalı Analizi – 404 **Assoc. Prof. Fikret YAMAN, Hilal ŞEHİTOĞLU**	30
Hizmet Sektörünün Değer Zinciri Analizine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Ticaret Odası Örneği – 405 **Dr. Fahri ÖZSUNGUR, Prof. Dr. Himmet KARADAL**	31
Can Financial Literacy Learn from Cinema and Analysis of "Wall Street: Money Never Sleeps" in Cinema Film in the Context of Financial Literacy – 406 **Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER**	32
Financial Literacy Analysis from Nasrettin Hodja Jokes for Entreprenurship – 407 **Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER**	33
Semiotics Analysis Of Banker Bilo Film in The Context Of Entrepreneurship – 408 **Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER**	34
Ticari Fuarlar ve Fuarlara Verilen Devlet Destekleri – 409 **Ahmed Yusuf SARIHAN**	35
Dünya Atık Ticareti ve Türkiye'nin Durumu – 410 **Ahmed Yusuf SARIHAN**	36
Asimetrik Paternalizm ve Devlet Müdahalesi – 411 **Assoc. Prof Dr. Haşim AKÇA, Oğuzhan BOZATLI**	37
Brexit ve Doğrudan Yabancı Yatırım: Türkiye Özelinde Bir Araştırma – 413 **Dr. Mustafa KARTAL, Asst. Prof. Efe Can KILINÇ, Asst. Prof. Nazan Şahbaz KILINÇ**	38
Dönüşümcü Liderliğin Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisi – 414 **Assoc. Prof. Dr. Feride Pınar ACAR**	39
Eğitim ve Sosyal Medya Etkileşimi; Bir İçerik Analizi Çalışması – 415 **Inst. Selime GÜNTAŞ, Inst. İbrahim DAVRAN**	40
Dijital Halkla İlişkiler Uygulamaları Bağlamında Sosyal Sorumluluk Projelerinin Değerlendirilmesi: Çoklu Vaka Analizleri – 416 **Asst. Prof. Dr. Elif DENİZ, Abdullah YOUSEF**	41
Demokrasilerde Çoğunluğun Tiranlığa Dönüşmesi – 417 **Inst. Ahmet AYDIN**	42
Justice Perceptions and Organizational Citizenship Behavior: The Moderating Role of Positive Affectivity – 418 **Assoc. Prof. Dr. Feride Pınar ACAR**	43
İnsan Kaynakları Yönetim (İKY) Uygulamalarının Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Konya Sanayi Bölgesi Çalışanları Örneği – 419 **Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Inst. Hatice UÇAK, Inst. Emine ÖĞÜT**	44
Otellerde Performans ve Piyasa Yönlendirmesi Arasındaki Rekabet Avantajı Yaratmak İçin Bilgi Yönetiminin Etkisi – 420 **Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Assoc. Prof. Dr. Rukiye KİLİLİ, Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI**	46
Yüksek Çözünürlü Edebi Metin Okuma Yoluyla Sentetik Metne Varış – 421 **Prof. Dr. Yavuz DEMİR**	47
Tekstil İşletmelerinde Çalışanların İşgücü Devir Eğilimini Etkileyen Ergonomik Koşullar (Bitlis Örneği) – 422 **Asst. Prof. Dr. Gül GÜN**	48
BİST' de İşlem Gören Çimento Şirketlerinin Faaliyet Kârlılıklarının Belirlenmiş Konut Sektörü Değişkenleriyle Analizi – 423 **Prof. Dr. Ali ALAGÖZ, Inst. Metin ALLAHVERDİ, Inst. Seyfettin Caner KUZUCU**	49
The Effect of Internal Branding Implemetation on Employee Brand Supporting Behaviour – 424 **Shabnam AYROM, Prof. Dr. Mustafa TUMER**	50

Yaratıcı Reklam Stratejileri Bağlamında Geleceğin Hedef Kitlelerinin Karakter Tipolojisi – 425 **Inst. Esra BÜDÜN**	51
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Stres İlişkisinin Havayolu Uçuş Ekibi Örnekleminde İncelenmesi – 426 **Asst. Prof. Dr. Gözde MERT, Assoc. Prof. Dr. Vildan DURMAZ, Asst. Prof. Dr. Berk KÜÇÜKALTAN**	52
Organizasyonlarda Öz Liderliğin İç Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma – 427 **Asst. Prof. Dr. Gözde MERT, Assoc. Prof. Dr. Pınar GÖKTAŞ**	53
Bağımsızlık Sonrası Dönemde Türkiye- Azerbaycan Siyasi, Stratejik ve Ekonomik İlişkileri – 428 **Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU**	54
Parçalanmış Aile Çocuklarında Öz Kavramı ve Depresyon – 429 **Neslihan ASLIHAN**	55
Turizmde Hibrit Yaklaşım: Fethiye, Türkiye Örneği – 430 **Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Res. Assist. İpek Itır CAN**	56
Sağlık Çalışanlarında Çalışma Stresinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Bakırköy İlçesinde Bir Araştırma – 431 **Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER**	57
Sağlık Meslek Mensuplarının Meslekleriyle İlgili Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri – 432 **Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER**	58
Pedagogical Basis of Practice Oriented Future Specialists Training – 433 **Assoc. Prof. Dr. Mahmut Oguz KUTLU, Zharylgassova PERUZA**	59
Features of Emotional Intelligence of Future Psychologist Students – 434 **Aigul SERIKBAYEVA, Prof. Dr. Himmet KARADAL**	60
İngiliz Dili Eğitimi Sınıflarında Multimedya Kullanımı – 435 **Lect. Ceylan YILMAZ, Assoc. Prof. Dr. Mahmut Oğuz KUTLU**	62
Muhasebe Meslek Mensuplarının BOBİ FRS Konusundaki Görüşleri: Bir Araştırma – 436 **Assoc. Prof. Dr. Osman TUĞAY**	63
Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma – 438 **Asst. Prof. Dr. Pınar ÖZKAN, Inst. Doğu KAYIŞKAN**	64
Üniversite Öğrencilerinin Elektronik Ticarette E-Ödeme Sistemlerindeki Güven Algılarına Dair Bir Çalışma – 439 **Inst. Doğu KAYIŞKAN, Inst. Seçkin ŞALVARLI**	65
Bir Psikolojik Sözleşme İhlali Olarak Whistleblowing (Bilgi İfşası) – 440 **Inst. Esra BÜDÜN, Inst. Ahmet AYDIN**	66
Bir Negatif Dışsallık Örneği Olarak Uzay Çöplerinin Durumu – 441 **Prof. Dr. Murat ÇAK, Dr. Türksoy EMEN**	67
Osmanlı Devleti'nde Haberleşme ve Postacılık Hizmetleri Üzerine Genel bir Değerlendirme – 442 **Inst. Dr. Kazım KARTAL**	68
Malatya Sancağı Bostancı Mahallesinin İktisadi ve İçtimai Yapısı (1842-1843) – 443 **Inst. Dr. Kazım KARTAL**	69
Content Analysis of Entrepreneurship Journals: Trends for Intrapreneurship Research – 444 **Inst. Dr. Burcu TOSUN, Asst. Prof. Dr. Şule ERDEM TUZLUKAYA**	70
Eğitim 4.0 Çağında Üniversite Performansı: VZA ve Malmquist İndeks ile Bir Araştırma – 445 **Ress. Assist. Serkan DERİCİ**	71
Bulanık AHP ve Klasik AHP Yöntemlerinin Karşılaştırmalı Uygulaması: Lojistik 4.0 Temelli Bir Tedarikçi Seçimi – 446 **Ress. Assist. Serkan DERİCİ, Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN**	72
II. Meşrutiyet Döneminde Tercan Kaymakamları – 447 **Inst. Nurullah NEHİR**	73
II. Meşrutiyet Döneminde Tefenni Kaymakamları – 448 **Inst. Nurullah NEHİR**	74
Üniversite Öğrencilerinin Kopya Çekmeye Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Ahi Evran Üniversitesi Örneği – 449 **Turan ÇETİNKAYA, Delal KARADEMİR**	75
Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımına Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Ahi Evran Üniversitesi Örneği – 450 **Turan ÇETİNKAYA, Delal KARADEMİR**	76
Nöropazarlama Yaklaşımının Turistlerin Davranışları Üzerindeki Etkisi: Turizm Sektörü Örneği – 453 **Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI, Inst. Tuğba ALTINTAŞ**	77
Kırsal Gençliğin Girişimcilikle İmtihanı: Genç Çiftçi Desteği Uygulaması Üzerine Bir İnceleme – 454 **Muhsin Arif AKKAYA, Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK**	78
Kırsal Alanlarda Girişimciliğin Artmasında ve Geliştirilmesinde Aile Çiftçiliği – 455 **Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK, Muhsin Arif AKKAYA**	79
Tarımda Coğrafi İşaretler Aracılığıyla Katma Değeri Yüksek Girişimciliğin Geliştirilebilme Olanakları – 456 **Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK, Huriye ÖZENER**	80
Avrupa'daki Üç Seçime Uluslararası ve Ulusal Basının Yaklaşımının Karşılaştırılı Analizi – 457 **Dr. Zeliha OÇAK**	81

Eğitimde Yalınla Müfredat Geliştirmeyi Yeniden Düşünmek – 458 **Assoc. Prof. Dr. Filiz Yalçın TILFARLIOĞLU**	82
KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığı Bakanlık Üst Yönetim Kadrosunda Yer Alan Bakanlık Yöneticilerinin Değişim ve Değişim Dirençleri ile İlgili Metafor Tanımlarının Değerlendirilmesi – 459 **Exp. Nazmiye HAZAR, Assoc. Prof. Dr. Behcet ÖZNACAR**	83
Future Issues in Media, Communications and Technology – 460 **Assoc. Prof. Dr. Elira TURDUBAEVA**	84
Cultural Transmission as the Basis For Successful Psychological and Pedagogical Adaptation of Students – 461 **Tadzhibayeva Zh.A., Nagibina N.L.**	85
Örgütlerde Otantik Lider Karşılaştırması ve Çalışanların Cinsiyete Yönelik Otantik Lider Davranış Algılamalarına Dair Bir Uygulama- 462 **Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL, Müge ÜNAL**	86
Doğal Afetlerde Sosyal Medya ve Algı Yönetimi – 463 **Inst. Yeliz ALBAYRAK**	87
Hizmetkar Liderliğin İşe Gömülmüşlük Üzerindeki Etkisi – 464 **Assoc. Prof. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES, Şıh Mehmet BÜYÜKBAŞ**	89
Etik İklimin İşe Yabancılaşma Üzerindeki Etkisi – 465 **Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Şıh Mehmet BÜYÜKBAŞ**	92
Gelişim Kuramları Bağlamında Bir Kitap İncelemesi: Benim Olağanüstü Akıllı Arkadaşım – 466 **Filiz KALKAVAN**	93
Eğitim 4.0 Çerçevesinde Sosyal Bilimlerde Bir Girişimcilik: OTSİMO – 467 **Ress. Assist. Mehmet Emin ASLANLI**	94
Ötenazinin İntihar Olmayışı: Tetraplejik Örnek Olarak "İçimdeki Deniz (Mar Adentro)" Film Analizi – 468 **Res. Assist. Mehmet Emin ASLANLI**	95
Akademisyenlerin Paylaşılan Liderlik ve İşte Üretkenlik ile İlgili Görüşlerinin İncelenmesi – 469 **Inst. Tuğba ALTINTAŞ, Inst. Kudret İSPİR, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN**	96
Kıbrıs'ta Özel Eğitim Öğretmenlerinin Kaynaştırma Eğitimine Yönelik Görüşlerinin ve Önerilerinin Değerlendirilmesi – 470 **Inst. Tuğba ALTINTAŞ, Inst. Kudret İSPİR**	98
Banka Çalışanları Arasında Yaşanan Rekabet Algısı ile İş Etiği Algısının Etkileşimi – 471 **Asst. Prof. Dr. Tahir YEŞİLADA, İlknur YENİÇERİ**	99
Algılanan İş Stresinin Çalışanların Yaratıcılıklarına ve İş Tutkularına Etkilerinin İncelenmesi – 472 **Irem KUCUKOGLU, Asst. Prof. Zafer ADIGUZEL**	100
Çalışanların Yaşadıkları Mobbing ve Rol Belirsizliğinin Performanslarına Etkilerinin İncelenmesi – 473 **Irem KUCUKOGLU, Asst. Prof. Zafer ADIGUZEL**	102
Sosyal Çevre Faktörünün Üniversiteli Gençler de Başarı İhtiyacı, Yenilikçilik ve Girişimcilik Seçimi Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 474 **Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Asst. Prof. Zafer ADIGUZEL**	104
The Impact of External Migration in Kyrgyzstan on the Family Institute – 475 **Aziza TURDUEVA**	106
Çevresel Yönelim ve Yeşil Özümseme Kapasitesi: Yeşil Dönüşümcü Liderliğin Moderatör Rolü Üzerine Bir Model Önerisi – 476 **Prof. Dr. Cemal ZEHİR, Burcu ÖZGÜL**	107
Kamusal Harcamalardan Personel Giderlerinde Gönüllülük Esası – 477 **Nermin SARİSİNOGLU**	109
Yapay Zeka Bileşenleri ve Pazarlama Uygulamalarında Yapay Zeka Kullanımının İşletmelere Sağladığı Avantajlara İlişkin Bir Değerlendirme – 478 **Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENIZ**	111
Hizmet İçi Eğitimlerin İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Konya Sanayi Sektöründe Bir Araştırma – 479 **Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Ertuğrul TEKİN, Hande ULUKAPI YILMAZ**	112
Sosyal Medyanın Marka İletişimine Etkilerinin Araştırılması – 480 **Prof. Dr. Mahmut TEKİN, Aydan AKMAN ANDAÇ**	113
İşyeri Nezaketsizliğinin Psikolojik İklim Üzerindeki Etkisi – 481 **Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Aynur KARAGÖZ, Yeşim TÜM KILIÇ**	114
Aile İşletmelerinde Yönetim Devir Sürecinde Örgüt Kültürü, Değer, Strateji Ve Yeteneklerinin Yeni Kuşağa Aktarimi Üzerine Nitel Bir Çalişma – 482 **Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL, Damla GÖRGÜLÜ**	115
Hizmetkâr Liderliğin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Adaptasyonuna Etkisi: Algılanan Çevresel Belirsizliğin Düzenleyici Rolü – 483 **Ümmügülsüm BOZKURT, Prof. Dr. Şevki ÖZGENER**	119
Kurumsal İmaj ve Etik Algıların Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisinde İlişki Kalitesinin Düzenleyici Rolü: Havayolu Taşımacılığı Örneği – 484 **Yeşim TÜM KILIÇ, Prof. Dr. Şevki ÖZGENER**	120
Ekonomik Daralma Dönemlerinde KOBİ'ler ve Uygulanan Destekler: Türkiye Örneği – 485 **Gonca DEMİREL, Assoc. Prof.Dr. İlknur KUMKALE**	121
Dış Borçların Ekonomik Büyüme ile Olan İlişkisinde Yolsuzlukların Rolü Nedir? – 486 **Inst. Hikmet AKYOL, Inst. Kübra KARAKUŞ, Res. Assit. Harun CAN**	122

Turizm ve Karbon Emisyonları Arasındaki İlişkinin Heterojenliğinin İncelenmesi – 487 **Inst. Kübra KARAKUŞ, Inst. Hikmet AKYOL, Inst. Mehmet GÜL**	123
Desteklerle KOBİ: Bankalar Üzerine Bir Araştırma – 488 **Ebru ÖDEN, Assoc. Prof. Dr. İlknur KUMKALE**	124
İngiliz Dili Eğitimi Bölümlerinde Görevli Öğretim Elemanlarının Bilgisayar Destekli Dil Öğretimine Yönelik Tutumları (Türkiye Devlet Üniversiteleri) – 489 **Inst. Sezer Alper ZEREYALP, Assoc. Prof. Dr. Neşe CABAROĞLU, Assoc. Prof. Dr. Mahmut Oğuz KUTLU**	125
Why does Gamification Work in Marketing? A Literature Review on Consumer Psychology – 490 **Dr. Ali Erhan ZALLUHOĞLU, Dr. Ayşe KARAÇİZMELİ**	127
Kadın Çalışanların Kariyer Engelleri: Otomotiv Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma – 492 **Emine Şeyma ÜNLÜ, Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS**	128
İşletmelerin AR-GE Kabiliyetlerinin Sektörel Belirsizliklerle Başa Çıkmadaki Rolü – 493 **Dr. Ali Erhan ZALLUHOĞLU, Prof. Dr. Ayla Özhan DEDEOĞLU**	129
Giresun İli Özel Hastane Çalışanlarında Açık Etme (Whistleblowing) ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi – 494 **Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF, Inst. Murat AYAR**	130
Sağlık Hizmetlerinde Kalite Algısı ve Beklentilerin, Tatmin, Sadakat ve Tavsiye Davranışı Üzerindeki Etkisi: Ankara Kamu ve Özel Hastaneler Karşılaştırması – 496 **Asst. Prof. Dr. Berrin Arzu EREN**	131
Pan-Turanizm İdeolojisi ve Uluslararası İlişkiler Teorisi Olarak Türk Milliyetçiliği Fikrinin Doğuşu – 497 **Assoc. Prof. Dr. Elnur Hasan MİKAİL**	132
Turizm Sektöründe Açık İnovasyonun Önemi ve Sağlayacağı Faydalar – 498 **Inst. Derya YÜCEL, Prof. Dr. Muhsin HALİS**	133
TR-71 Bölgesindeki KOBİ'lerde Kosgeb Proje Giderlerinin Markalaşma Bilincine Etkisi – 499 **Tayfur EGE**	135
KKTC'de Uygulanmakta Olan Okul öncesi Eğitim Programı'nın Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi – 500 **Arzu DOLMAZ**	136
Okul öncesi Kurumlarında Oyun Temelli Öğretim Yöntemi ile Dış Mekânın Yapılandırılması – 501 **Özlem ALKAN, Arzu DOLMAZ**	137
Turizm Sektöründe Girişimcilik Üzerine Nitel Bir Araştırma – 502 **Assoc. Prof. Dr. Aydın YILMAZER, Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU, Prof. Dr. Said KINGIR**	138
Tüketicilerin Organik Yumurta Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli İle Belirlenmesi – 503 **Asst. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ, Assoc. Prof. Dr. Ebru ONURLUBAŞ, Assoc. Prof. Dr. Şükran KARACA**	139
Tüketicilerin Online Yorum ve Değerlendirme Puanlarına Yönelik Algılarının Online Satın Alma Davranışlarına Etkisi – 504 **Assoc. Prof. Dr. Şükran KARACA, Asst. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ**	140
Kafka'nın Dönüşüm Eserinde Yabancılaşma Olgusu – 505 **Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ**	141
Çalışanların Kitap Okuma Alışkanlıkları ile Duygusal Zeka Düzeyleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma – 506 **Gaye ZORLU, Asst. Prof. Dr. Melahat ÖNEREN, Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ**	142
Bazı Sosyal Medya Değişkenleri Açısından Ergen ve Genç Yetişkinlerin FOMO Düzeylerinin İncelenmesi – 507 **Vahide UZUN, Edanur GÖZÜKARA, Assoc. Prof. Dr. Mehmet BİLGİN**	144
Vergi Hatalarının Düzeltilmesi ve Şikâyet Yolu ile Müracaatların Reddine İlişkin İşlemlerde Yetkili Yargı Merciinin Tespiti – 508 **Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ**	145
Muhasebe Meslek Mensuplarının Uzlaşma Kurumuna İlişkin Görüşleri: Türkiye Alan Araştırması [*-] 509 **Assoc. Prof. Dr. Yunus DEMİRLİ, Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ**	146
Rekortmenlerin Vergi Hasılatına Katkısı: Kurumlar Vergisi Örneği (2000-2017) – 510 **Assoc. Prof. Dr. Yunus DEMİRLİ**	148
Malatya Sancağı Nüfus Defterlerinin Tanıtımı – 511 **Inst. Dr. Kazım KARTAL**	149
II. Meşrutiyet Döneminde Bayburd Kaymakamları – 512 **Inst. Nurullah NEHİR**	150
A Qualitative Study on the Analysis of Accumulation and Transfer Process in Family Businesses – 513 **Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL, Damla GÖRGÜLÜ**	151
Havayolu Pilotlarının Emniyet ve Mahremiyet Görüşlerine Yönelik Araştırma – 515 **Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ, Mertali ÇAKMAK**	152
Unemployment Anxiety of University Students: Application on Students Studying in Aviation Related Departments – 516 **Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ, Özge ŞENCAN**	153
Pazarlama Tersine Mi Dönüyor?: Pazarlama(ma) – 517 **Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI**	154
Ürün Geri Çağırma (!) – 518 **Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI**	155
Sosyal Medya Fenomenleri ile Kurulan Parasosyal Etkileşimin Online Tüketici Davranışlarına Etkisi – 519 **Asst. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ, Assoc. Prof. Dr. Şükran KARACA, Assoc. Prof. Dr. Ebru ONURLUBAŞ**	156

Hava Kargo Şirketlerinde Konteynır Palet Takip Sistemi: BEWELLTECH Teknoloji A.Ş. Çözüm Önerisi – 520 **Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ, Taşkın KIZIL, Ayşe Bihter GÜRSES**	157
KOSGEB Desteklerine Yönelik Bir Farkındalık Araştırması: Kâhta İlçesi Örneği – 521 **Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK**	158
Denetçi Girişimciliğinin Bağımsız Denetçilerin Hata Hile Algıları Üzerindeki Etkisi – 522 **Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL**	159
Muhasebe Meslek Mensuplarının Elektronik Muhasebe Uygulamalarına İlişkin Tutumlarında Yenilik Güvenlik ve Maliyet Algılarının Rolü – 523 **Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL, Fatih EROĞLU**	161
Günümüz Basını ve Yeni Medyasının Kutsal Metinlerdeki Ahlak İlkelerine Göre Değerlendirilmesi – 524 **Prof. Dr. Muhsin HALİS, Res. Assist. Sadullah M. BAĞ**	162
Metin Madenciliği ve Bilimsel Haritalama Yöntemi Kullanarak Sosyal Girişimcilik Kavramının İncelenmesi – 525 **Asst. Prof. Dr. Tayfun YILDIZ, Assoc. Prof. Dr. Ali Kemal ÇELİK, Zafer AYKANAT**	163
Kök Hücre ve Kök Hücre Bağışına Yönelik İnsanların Görüşlerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma – 526 **Asst. Prof. Dr. Burhanettin UYSAL, Asst. Prof. Dr. Mehmet YORULMAZ**	165
Banka Kârlılığına Etki Eden Mikro Değişkenler: Türk Bankacılık Sektöründeki Yerli ve Yabancı Bankalar Üzerine Bir Araştırma – 527 **Res. Assist. Serkan ÇELİK, Assoc. Prof. Dr. Ferudun KAYA**	167
Kayıt Sildiren Üniversite Öğrencilerinin Veri Madenciliği Yöntemleriyle Sınıflandırılması – 528 **Res. Assist. Sümeyye ÇELİK, Prof. Dr. Adnan KALKAN**	168
Deneyime Açıklık, Sosyal Risk Alma ve Finansal Risk Alma Etmenlerinin Yenilikçilik Üzerindeki Etkileri: Startup Trakya Örneği – 529 **Inst. Yasin AKKUŞ**	169
Türkiye'de Organik Tarım Pazarlaması ve Bir E-Ticaret Girişimcilik Uygulaması – 530 **Dr. Güzide Öncü EROĞLU PEKTAŞ**	170
Planlanmış Davranışlar Teorisinin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları Örneği – 531 **Berkant USLAN, Assoc. Prof. Dr. Nuray ATSAN**	171
Çocuklarda Akademik Başarı ve Aile Yapısı Arasındaki İlişki – 532 **Neslihan ASLIHAN**	173
Eczacılık İşletmeciliği Kapsamında Eczacılık Mesleğine İlişkin Kariyer Açısından Sorun Belirleme ve Öneri Geliştirme: Dar Kapsamlı Bir Çalışma – 533 **Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK, Dr. Med. Erkan YILMAZ**	174
The Nexus of Transformational Leadership and Organizational Commitment – 534 **El Mustapha Ait Sidi MHAMED**	176
Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminde Yeni Vizyon: Yetenek Yönetimi – 535 **Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Nazik ERDAL AKYÜZ**	177
Osmanlı İmparatorluğu'nun Klasik Döneminde Girişimciliği Destekleyen Yapılar – 537 **Inst. Yasin AKKUŞ**	179
Girişimcilik ve Toplam Faktör Verimliliği İlişkisi: OECD Ülkeleri Örneği – 538 **Asst. Prof. Efe Can KILINÇ, Asst. Prof. Nazan Şahbaz KILINÇ, Dr. Mustafa KARTAL**	180
Maliye Nazırı Cavit Bey'in Gözünden Birinci Dünya Savaşı Sonunda Anadolu – 539 **Ress. Assist. İlyas AK**	181
Televizyonun, Toplumdaki Tüketim Olgusunun Sosyolojik Belirleyiciliği – 540 **Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA, Neslihan SUCU**	182
Sağlık Bakanlığı Bünyesinde Yapılan İhalelerin Değerlendirilmesi: 2018 Yılı Örneği – 541 **Asst. Prof. Dr. Burhanettin UYSAL**	184
Rivayetler Işığında Medine'ye Hicrette Yaşanan Fiziki ve Manevî Sıkıntılar – 542 **Asst. Prof. Dr. Alparslan KARTAL**	186
Hacı Bayram-ı Velî'nin "Lemeât-İ Kudsî" Adlı Eserindeki Hadislerin Tahrici ve Değerlendirilmesi – 543 **Asst. Prof. Dr. Alparslan KARTAL**	187
Bir Yoksulluk Tanılaması "A Poverty Definition" – 544 **Yener ÖZEN**	188
İlkokul Öğretim Programlarının Atatürkçülük ile İlgili Konu ve Kazanımlar Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi – 545 **Seda KOÇ**	189
K-means Algoritmasında Kullanılan Uzaklık Fonksiyonlarının Kümeleme Performansına Etkisi – 546 **Res. Assist. Sümeyye ÇELİK**	190
An Overview of Office TPM and Evaluation for A Department of ABC Business – 547 **Phd. Ayşenur ERDİL**	191
A General Overview of CRM, E-CRM and Security of Information: Assessment with An Application – 548 **Phd. Ayşenur ERDİL**	192
Online Seyahat Pazarının Seyahat Acenteleri Bakımından Değerlendirilmesi ve Tüketici Güvenliğinin Önemi – 549 **Asst. Prof. Dr. Suna MUGAN ERTUGRAL, Asst. Prof. Dr. Hacer Neyir TEKELİ**	193
Benlik Saygısının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Psikolojik Sağlamlıkla İlişkisi – 550 **Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Asst. Prof. Dr. Bülent DEMİR**	194

Bireylerdeki Öğrenilmiş Güçlülüğün Girişimcilik Davranışı Açısından Rolü: Teorik Bir Yaklaşım – 552 **Inst. Melike TURHAN, Asst. Prof. Dr. Hatice BAYSAL**	196
Entrepreneurial Spirit among the Bangaldeshi University Students: A Multi-group Analysis – 553 **Kazi Md. JAMSHED**	197
Türkiye'deki Kadın Girişimi Kooperatifleri Üzerine Bir Araştırma – 555 **Inst. Ebru ÖZER TOPALOĞLU**	198
Dünya'nın İlk Çokuluslu Şirketi Roma İmparatorluğu'nun Girişimcilik Öyküsü: Stanley Bing'in Roma A.Ş. Kitabı Üzerine Bir İnceleme – 556 **Inst. Ebru ÖZER TOPALOĞLU**	199
2008-2018 Yılları Arasındaki Yerli Film Üretim Sayısı ve Gişe Gelirleri Üzerinden Türk Sinema Sektörünün Önümüzdeki On Yıldaki Gelişim, Dönüşüm Ve Geleceği – 557 **Inst. Ebru ÖZER TOPALOĞLU**	200
BM Üyeliği ve Uluslararası Hukuk – 558 **Prof. Dr. Abdullah KIRAN**	201
Hüseyin Fehmi Paluvî Efendi'nin Hadis Kültürü (*Terceme-i Salavât-ı Kübra Tuhfe-i Uzmâ* Adlı Eseri Işığında) – 559 **Asst. Prof. Dr. Alparslan KARTAL**	202
Yeni Ana Akım Pazarlama: Influencer Pazarlaması – 560 **Dr. Güzide Öncü EROĞLU PEKTAŞ, Fatih ORMANLI**	203
Türk Sinema Sektöründen Girişimcilik Hikayesi: Erler Film – 561 **Ress. Assist. Murat TOPALOĞLU**	204
Çizgi Roman Yayıncılığından Dünya Çapında Bir Film Şirketine Doğru Bir Dönüşüm Hikayesi: Marvel Comic'ten Marvel Stüdio'ya – 562 **Ress. Assist. Murat TOPALOĞLU**	205
Beyazperde'den Girişimcilik Hikâyeleri: The Founder (Kurucu) Filmi Üzerinden Bir İnceleme – 563 **Ress. Assist. Murat TOPALOĞLU**	206
Stratejik Yönetimde "Denetim Sürecinin" Çarpan (Çoğaltan) Etkisinin İncelenmesi – 564 **Asst. Prof. Dr. A.Turan ÖZTÜRK**	207
Factors behind unproductive and destructive entrepreneurial behaviour of the entrepreneurs in the child food industry of Bangladesh – 565 **Rahaman Hasan, Dr. Dababrata Chowdhury, Professor Jay Mitra**	208
Expected Outcomes of Using Digital Technologies in Healthcare in Emerging Markets A Field Study Based on User Foresights – 566 **Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ**	209
Managerial Leadership Adoption of AI-based technology: Evidence from Retail Sector – 567 **Asst. Prof. Dr. Deniz PALALAR ALKAN**	210
Boşanma Göstergeleri Ölçeğinde, Boşanmayı En Çok Etkileyen Özniteliğin Belirlenmesi – 568 **Res. Assist. Sümeyye ÇELİK**	212
İnsan Kaynakları Tedarikinde Sosyal Medya: Aksaray İli Örneği – 569 **Asst. Prof. Dr. Mehmet Halit YILDIRIM, Yalçın GÜMÜŞSOY**	213
İşletmelerde İç Girişimcilik – 570 **Inst. Dr. Esra GÜRBÜZ**	215
Girişimcilik Kavramı ve İpsala İlçesinin Girişimci Profilinin Demografik Analizi – 571 **Inst. Dr. Esra GÜRBÜZ**	216
Farklı Perspektiflerden Kadın Girişimciliği – 572 **Inst. Dr. Esra GÜRBÜZ**	217
Turizm İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşgörenlerin İş Doyumu Üzerine Etkisi: Bişkek Örneği – 573 **Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ**	218
Bir Devlet Üniversitesinde Yıllar İtibariyle Performans Ölçümü: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde Bir Uygulama – 574 **Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN, Ress. Assist. Serkan DERİCİ**	219
Müşterilerin İşletmeye Sadakati Açısından Anlamlı Bulduğu Müşteri Odaklılık Boyutları – 575 **Inst. Hakan HAS, Assoc. Prof. Dr. Mustafa GERŞİL**	220
Job Satisfaction in Indo-Bangladesh Industrial Context – 576 **Brig Jeewan Singh Rajpurohit, Ph.D.**	221
Siyasal Yozlaşma ve Ekonomlk Gelişmeye Etkileri – 577 **Lect. Bayram BAYRAKCI**	222
"Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin" Üniversitelerde Girişimcilik Düşüncesine Etkisi – 578 **Inst. Senem DEMİRKIRAN**	223
Adalet Programı Öğrencilerinin Girişimcilik Algıları – 579 **Inst. Senem DEMİRKIRAN**	224
Caydırma Teorisi – 580 **Inst. Senem DEMİRKIRAN**	225
Musul Atabegi İmâdeddîn Zengî'nin Başarılarında Kişisel Özelliklerinin Etkisi – 581 **Dr. Abdulcelil IŞIK**	226
Kiralama İşlemlerinde Kullanılan Raporlama Esaslarının İşletme Finansal Yapısı ve Karlılığı Üzerine Etkileri: Perakende Sektörü Örneği – 583 **Ress. Asist. Hilal Merve ALAGÖZ, Prof. Dr. Figen ZAİF**	227
Sigorta Sözleşmelerinde Sigorta Ettirenin Riziko Sonrası Bildirim Yükümlülüğü – 584 **Asst. Prof. Dr. Buket ÇATAKOĞLU AYDIN**	228
Müslüman Ortaçağ Mizah Kaynaklarında Sözünü Sakınmaz Bir Hazırcevap: "Muhannes" – 585 **Assoc. Prof. Dr. Şener ŞAHİN**	229
Gramer ve Mizahın Kavşak Noktası: Klasik Arap Edebiyatında Linguistik Nükteler – 586 **Assoc. Prof. Dr. Hüseyin GÜNDAY**	230

Türk-İslâm Geleneğinde Gönüllüğün Gelişimi – 587 **Gökhan GÖKÇEK, Assoc. Prof. Dr. Bilal ÇANKIR**	232
Sivil Toplum Kuruluşlarında Görev Alan Gönüllü Bireylere Erişimdeki Sorunlar – 588 **Asst. Prof. Dr. Hülya Semiz TÜRKOĞLU, Assoc. Prof. Dr. Bilal ÇANKIR**	233
Sivil Toplum Kuruluşlarının Yaşadıkları Sorunların Çözümü İçin İhtiyaçlar, Beklentiler – 589 **Inst. Dr. Derya Semiz ÇELİK, Assoc. Prof. Dr. Bilal ÇANKIR**	234
Örgüt Kültürü ve Öğrenme Yöneliminin İnovasyon Kabiliyeti Üzerindeki Etkisi – 590 **Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ ELMALI, Yavuz AFŞAR**	235
Pozitif Psikolojik Sermayenin Görev Performansi ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştirma – 591 **Assoc. Prof. Dr. Esra DİNÇ ELMALI, Assoc. Prof. Dr. Nihal KARTALTEPE BEHRAM**	237
Örgütsel Bağlılık ve İş Gören Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi: Banka Çalışanları Örneği – 592 **Melike KIRBAŞ**	239
Restorant ve Cafe Sahiplerinin Sektöre Yatırım Yapma Amacı ve Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Alan Araştırması – 594 **Inst. Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU, Prof. Dr. Said KINGIR, Rıdvan GÖR**	241
Talaşlı İmalatta Kullanılan Kesici Takımların Üretim ve Satış Performansını Etkileyen Faktörlerin SWARA Yöntemi ile Değerlendirilmesi – 595 **Graduate Student Beyza BİROL, Asst. Prof. Dr. Serdar YARLIKAŞ**	242
Dönüşümcü ve Özgür Bırakıcı Liderlik Türlerinin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri: Kamu Hastanesinde Bir Uygulama – 596 **Res. Asst. Dr. Zehra Binnur AVUNDUK, Asst. Prof. Dr. Güner ÇÖL**	243
Avrupa Birliği ve Kadın Girişimciliği – 597 **Inst. Esin ÖMER ULUKAYA, Inst. Senem DEMİRKIRAN**	245
1990'lı Yıllardan Sonra Avrupa Birliği'nin Batı Balkanlara Yönelik Politikası – 598 **Inst. Esin ÖMER ULUKAYA**	246
Makyaj Malzemesi Ürünü Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeylerinin SWARA Yöntemi ile Değerlendirilmesi – 600 **Graduate Student Merve ÖZDEMİR, Asst. Prof. Dr. Serdar YARLIKAŞ**	247
Devlet ve Özel Üniversitelerin Hazırlık Sınıflarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Kullandıkları Ders Çalışma, Öğrenme ve Motivasyon Stratejileri – 601 **Prof. Dr. Asım YAPICI, Assoc. Prof. Dr. M. Oğuz KUTLU, Inst. Ceylan YILMAZ, Inst. S. Alper ZEREYALP**	248
Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması – 602 **Prof. Dr. Kürşad ZORLU, Res. Assist. Dr. Fatma KORKMAZ**	250
İş Performansı ile Örgütte Kalma Niyeti Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi – 603 **Res. Assist. Dr. Fatma KORKMAZ**	251
Çalışanların İşe Tutkunluk ve Örgütsel Özdeşleşme Düzeylerinin Analizi: Kırşehir İli Örneği – 604 **Res. Assist. Dr. Fatma KORKMAZ, Assoc. Prof. Dr. İsmail GÖKDENİZ, Prof. Dr. Kürşad ZORLU**	252
Örgütsel Kültürün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: TR83 Bölgesinde Bir Araştırma – 605 **Assoc. Prof. Dr. Yücel EROL, Lecturer Aysel ASLAN, Lecturer Saadet GÜNDÜZ**	253
Basketbol Hakemlerinin Özyeterlikleri ve Karar Verme Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi – 606 **Afşın KILIÇ, Asst. Prof. Dr. Çiğdem ÖNER**	255
Restoranlarda Instagram Kullanımı: Çeşme'deki Restoranlara Yönelik Bir Araştırma – 610 **Assoc. Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ**	257
Örgütsel Cazibeyi Belirleyen Faktörler: Potansiyel Çalışanlar Bir İşverenden Ne Bekler? – 611 **Assoc. Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ**	258
'Nutellam Olmadan Asla': Kriz İletişiminde Tüketicilerin Marka Savunuculuğu – 612 **Assoc. Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ, Asst. Prof. Dr. Yelda Özlem KÖLGELİER**	259
E-Ticaretin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Firma Örnekleri – 613 **Ümit DAĞLI**	260
Hizmet Sektöründe Algılanan Liderlik Tarzları ve Yöneticiye Güven: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama – 614 **Assoc. Prof. Dr. Nesrin ŞALVARCI TÜRELİ, Asst. Prof. Dr. Gözde MERT**	261
Toksik Liderliğin Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma – 615 **Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ, Res. Asist. Taha Yusuf ÇAKAREL, Ozan Emre UFACIK, Gökhan ARSLAN**	262
Communications in Digital World – 616 **Inst. Pelin OZKUZEY**	264
Değer Yönelimli Girişimcilik Stratejileri – 617 **Assoc. Prof. Dr. Nesrin ŞALVARCI TÜRELİ**	265
Kadın Girişimcilerin Öz yeterlilik Algılarının Belirleyicileri – 618 **Asst. Prof. Dr. Senem NART, Prof. Dr. Sima NART**	266
Investigation of The Relationship Between Talent Management and Organizational Commitment – 619 **İlhan ALYAY, Kerim KARADAL, Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU**	267
Görme Engelliler İçin İş Oryantasyon Yöntemlerinin Belirlenmesi ve Uygulanması – 620 **Eylem ÖZEN, Prof. Dr. Asım SALDAMLI**	269

Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılığa ve Çalışan Performansına Etkileri – 621 **Mehtap YALÇIN, Prof. Dr. Asım SALDAMLI**	271
Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması – 622 **Prof. Dr. Ahmet AKIN, Hakan ÖZKAN**	272
Üniversite Öğrencilerinin "İnsani Değerler" ve "Yükseköğrenim Yaşam Doyumu" na İlişkin Görüşleri: Kırklareli Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği – 623 **Lecturer Bülent KILIÇ, Prof. Dr. Serap İNCAZ**	273
Pozitif Psikolojik Sermaye, İş becerikliği ve Kalifiyelik Algısının Analizi – 624 **Assoc. Prof. Dr. Semih SORAN, Asst. Prof. Dr. Ebru CAYMAZ, Prof. Dr. Harun ŞEŞEN**	275
Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Risk Algısına ve Satın Alma Niyetine Etkisi: Z Nesli Üzerine Bir Araştırma – 625 **Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA, Assoc. Prof. Dr. Dilek Dönmez POLAT**	277
Öğrencilerin Kariyer Amaçlarinin Belirlenmesi: Fakülte ve Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Arasinda Karşilaştirmali Bir Analiz – 626 **Assoc. Prof. Dr. Mustafa BOZ, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA**	278
Örgütsel Adalet Algısının İş Tatmini Üzerindeki Etkisinde Bilinçli Öz Farkındalığın Moderator Etkisi – 627 **Irmak KARTAL, Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ**	279
İnsan Kaynakları Uygulamaların İnovatif İş Davranışları Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Destek Algısının Moderatör Etkisi – 628 **Rumeysa ARAL, Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ**	280
Irak Selçuklu Devleti'ndeki Taht Mücadelelerinde İmâdeddîn Zengî'nin Tutmu – 629 **Dr. Abdulcelil IŞIK**	282
Kurumsal İletişimde Facebook Kullanımı: Kuzey Kıbrıs Üniversiteleri Üzerine Bir İnceleme – 630 **Dr. Nokta ÇELİK**	283
Eski Türk Toplumunda Şamanizim' in Yönetimsel İzleri – 631 **Inst. Ayten AKCAN**	284
Bozkır Kültür Çevresinde İkili Teşkilatın Merkezi Otorite Üzerindeki Olumsuz Etkileri – 632 **Inst. Ayten AKCAN**	285
Eski Türklerde Hükümdarın Meşruiyet Kaynaklarından "Tanrı Bağışı" Nın Merkezi İdareye Katkıları Üzerine Bir Araştırma – 633 **Inst. Ayten AKCAN**	287
Kişi-iş Uyumu ve Dönüşümcü Liderliğin Çalışanların Öz-yeterlilik Algısı Üzerindeki Etkisi – 634 **Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ, Ramazan OKTAY**	289
The Effect of Organizational Cynicism on Organizational Commitment: A Research in The Automotive Industry – 635 **Kerim KARADAL, Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU**	290
Geniş Aile Algısı Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması – 636 **Hürünaz KOÇ, Hakan ÖZKAN**	291
Sosyal Yaşamda Dinin rolü Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması – 637 **İlkay CAN, Hakan ÖZKAN**	292
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı Müfredatının Güncellenmesi – 638 **Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR, Asst. Prof. Dr. Arzu KARASAÇ GEZEN, Asst. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR, Asst. Prof. Dr. Tülin SEPETCİ, Res. Asst. Oğuzhan ŞENEL, Res. Asst. Selin AKINÇ**	293
Developing Entrepreneurs in Rural Areas in the EU – 639 **Joseph C Paul Jr, Dr Dababrata Chowdhury, Dr Will Thomas**	295
The Impact of Technical Barriers and Sanitary and Phytosanitary Measures on Exports Performance: Evidence from Bangladesh – 640 **Suborna Barua Assistant Professor, Khaza Mainuddin**	296
Challenges for Digital Transformation in Manufacturing Industries: Towards A Step by Step Guide For Managers – 640 **Chaimae EL ABDALLAOUI**	297
Appreciation of Offshoring Affecting the Business Activities Allocation Management of a Business in a Different Country – 641 **Laila Maazouz**	298
The Effect of Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty and Retention (CLR) within UK-based SMEs in the Beauty Industry – 642 **Suprim Jha**	299
How Universities can Prepare Students for the Jobs of the Future – 643 **Prof. Dr. Emin Civi**	300
Determination of Conflict Management: The Case of the Moroccan Firm – 644 **Ghizlane DAOUDI**	301
Yiyecek İçecek İşletmelerinde Bencmarking'in Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İli Örneği – 645 **Prof. Dr. Said KINGIR, Vildan SARICA, Res. Assist. Mustafa İnanç KAPUCUOĞLU**	302
Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirme Yönteminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Örneği – 646 **Serkan SEMİNT, Res. Assist. Oğuz ÇOLAK**	303
Yenilik, Yenilikçilik kavramlarına Genel Bir Bakış: Endüstriyel ve Türkiye Kapsamında Değerlendirilmesi – 647 **Dr. Ayşenur ERDİL**	304
Understand and development of Search Engine Advertising in Modern Business – 648 **Nabila Jrida**	305
Managerial Success through the Enterprise Risk Management: Case of Oil and Gas Industry in Qatar – 649 **Bakhit Hazaa Derah**	306
Abonelik Modeliyle Çalışan Dijital Platformların Tüketim Kültürü Bağlamında Değerlendirilmesi – 650 **Res. Assist. Sadullah M. BAĞ, Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR**	307

Kitle İletişimi Açısından Siyasal Katılım – 651 **Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR**	308
Faiz Oranlarındaki Değişimin Konut Satışları Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği – 651 **Prof. Dr. İlhan EGE, Inst. Nihan CABA**	309
Organizational Culture and Organizational Commitment: A Study of the Bank Employees – 652 **Assoc. Prof. Dr. Mine HALIS, Asma Mustafa Omar NASER, Prof. Dr. Muhsin HALİS**	310
Havacılıkta Yaşanan Kazaların İletişim Engelleri ile İlişkisi – 653 **Tülin KURTÇUOĞLU**	311
Termal Turizm Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma – 654 **Asst. Prof. Mehmet YORULMAZ, Asst. Prof. Burhanettin UYSAL, Nida Nur DEMIRHAN**	312
Doğal Kaynaklı Yeni Nesil Lifler ve Giysilerde Kullanımı – 655 **Asst. Prof. Dr. Pınar TÜRKDEMİR**	314
Türkiye'de Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Arasındaki Farklılıkların Finansal Açıdan Değerlendirilmesi – 656 **Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA**	316
Uluslararası Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi (EMI Kongre) Bildiri Kitaplarında Sunulan Sözlü Bildirilerin Analizi Üzerine Bir Çalışma – 657 **Neslihan DUMAN, Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM**	317
Informatization Of Society and Pedagogical Possibilities of Using İnformation Technology – 658 **Doctor of Pedagogical Sciences, Professor Asyl Arenova, Baurzhan Kassymbergebaye**	318
Artificial Intelligence in Financial Markets: An Opportunity or A Threat? – 659 **Asst. Prof. Dr. Semra BOĞA, Asst. Prof. Dr. Nuri SEVGEN**	319
Meşrutiyet Sonrası Cinayetler Zincirinin İlk Halkası: Hafiye Teşkilatının Başı İsmail Mahir Paşa Suikasti – 660 **Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL**	320
The Effect of Strategic Trends in Businesses on the Strategic Cooperation Process: A Study in Ankara Industry – 662 **Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM**	321

Olumsuz Durumları İfşa Etme (Whistleblowing) Kavramsal Çerçevesi – 401

Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ
Kayseri University
demirtasozgur@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Mustafa KARACA
Anadolu University, FEAS
mustafa_karaca@anadolu.edu.tr

ÖZET

Son yıllarda ortaya çıkan etik skandallar, küresel krizler, yolsuzluklar ve ihmaller nedeniyle organizasyonlar, yasalar çerçevesinde etik kararlar verebilmek ve yasa dışı faaliyetlerin önüne geçebilmek için yeni mekanizmalara ve organlara ihtiyaç duymaktadır. Bu kapsamda günümüzde etik ve bu kapsamda sergilenmesi beklenen etik davranışlar daha da ön plana çıkmıştır. Whistleblowing olarak sunulan ve bir pro-sosyal davranış olarak nitelendirilebilecek olumsuz durumları ifşa etme davranışları da etik davranışlar arasında yer almakta olup, kavram yönetim ve örgütsel davranış alanında daha da önemli bir kavram haline gelmiştir. Ancak, whistleblowing konusunun ülkemizde sınırlı sayıda araştırmaya konu olduğunu ifade etmek mümkündür. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bazen yanlış anlaşılmalara dahi sebep olabilen bu tür bir mekanizmanın ilave katkılarla desteklenmesi adına, mevcut çalışma kapsamında bir tanımlama ve değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Etik Davranış, Whistleblowing, Pro-Sosyal Davranış.

Girişimciliğin Arkasındaki Güçler: Birey-Girişimcilik Uyumu – 402

Prof. Dr. Mehmet BAŞAR
Anadolu Üniversitesi
mbaser@anadolu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ
İnönü Üniversitesi
ozgur.demirtas@inonu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Mustafa KARACA
Anadolu Üniversitesi
mustafa_karaca@anadolu.edu.tr

ÖZET

Kişi-Örgüt uyumu araştırmaları, bireylerin tutum, değer, bilgi, beceri ve yetenekleri ile kişilikleri arasındaki uyum ne kadar yakın ise bireyin performans sonuçlarının da o kadar iyi olduğunu ileri sürmektedir. Bu tür araştırmaların bulguları, bireylerin iş çevrelerini birçok farklı faktörlerin sonucu olarak seçtiklerine işaret etmektedir. Bu çalışmada ise girişimcilerin kişisel özellikleri ve girişimci olmanın gerekleri arasındaki uyum ne kadar yüksekse o kadar başarılı olacaklarını iddia etmekteyiz. Bu sebeple çalışmamızda öncelikli olarak teorik bir çerçeve sunmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda da öz-yeterlilik, fırsatları fark etme yeteneği, gayret, insan sermayesi ile sosyal sermaye ve son olarak da sosyal beceriler kavramları değerlendirmeye alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kişi-Örgüt Uyumu, Kişi-Girişimcilik Uyumu.

Outsourcing: Önemi, Fayda ve Mahsurları – 403

Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ
Kayseri University
demirtasozgur@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Mustafa KARACA
Anadolu University, FEAS
mustafa_karaca@anadolu.edu.tr

ÖZET

Küresel ölçekte yaşanan şiddetli rekabet, ticari ilişkilerin ulusal sınırların ötesine taşması, tüketici tatmininin en üst seviyede karşılanmaya çalışılması gibi dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler, işletmeleri modern yönetim yaklaşımlarına doğru yönlendirmiştir. Günümüzde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü önemli bir kavram haline gelmiş olup, bu yönde geliştirilen yönetim modelleri de örgütlerin çıktılarında önemli katkılar üstlenmektedir. Gelişen yeni yönetim yaklaşımları, 1900'lü yılların son çeyreğine damgasını vurmuştur. Söz konusu yönetim yaklaşımlarından biri olan, dış kaynaklardan yararlanma, mevcut çalışmada fayda ve mahsurları ile ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Outsourcing, Dışkaynaktan Yararlanma, Rekabet Üstünlüğü.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Türkiye'de Kişisel Markalar: 2012-2018 Yıllarının Karşılaştırmalı Analizi – 404

Assoc. Prof. Fikret YAMAN
Afyon Kocatepe University, FEAS
fyaman@aku.edu.tr

Hilal ŞEHİTOĞLU

ÖZET

Marka kavramı son yıllarda önemi giderek artan bir kavram haline gelmiştir. Markaların isimleri faaliyet alanlarına göre farklılaşabilmektedir. Son yıllarda popüler olan marka tanımlarından biri de kişisel markadır. Kişisel markalar, belli bir alanda toplumda kanaat önderi olarak değerlendirilen, toplumdaki bireyleri yaşamları ve davranışlarına etki eden, örnek alınan kişilerdir. Günümüzde artık sadece mal ve hizmetler değil aynı zamanda kişiler de marka olabilmektedirler. Bu kişilerin diğerlerinden farklı olmasının bir sonucudur. Kişinin davranışları, hareketleri, iletişim becerileri, hitabet yeteneği gibi kavramlar kişisel marka olmasında belirleyici kriterlerdir. Çalışmada 2012 ve 2018 yıllarında sanat, spor, siyaset gibi birçok alanda kişisel marka olarak değerlendirilen kişileri tespit etmek amacıyla Türkiye'de 3000 kişi üzerinde yapılan çalışmaların karşılaştırılması hedeflenmiştir. Çalışmada altı yıl içerisinde toplumda kişisel marka olarak değişimlerin olup olmadığı, eğer bir değişim söz konusu ise bunun nedenlerinin neler olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Marka, Kişisel Marka, Türkiye.

Personal Brands in Turkey: A Comparative Analysis for Years of 2012-2018

ABSTRACT

Brand concept has been an increasingly important concept of late years. The brand concept in marketing is used for separating from rivals. Name of brands can differentiate according to operation areas of businesses. One of the popular brand definitions of recent year is personal brand. Today, not only goods and services could constitute a brand but also individuals can become mark. Branding individuals are people who are accepted as opinion leader in a society within a specific area, effecting lives and behaviors of individuals, taken him/her cue from that society. This is cause of being different from others. Concepts such as behaviors, communication capabilities and oratory ability of this branding person are decisive criteria for being a personal brand. In this study, it is targeted to compare studies that are constructed on 3000 people in 2012 and 2018 to define that individuals who are accepted personal brands in areas of art, sport, politics in Turkey. The study subject includes differences for two research which were carried out with a face-to-face survey method in years of 2012 and 2018 and in all cities of Turkey. It is aimed to clear whether there is any change on personal brands in society within six years, if it exists, it is also aimed to detect what reasons for.

Keywords: Brand, Personal Brand, Türkiye.

Hizmet Sektörünün Değer Zinciri Analizine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Ticaret Odası Örneği – 405

Dr. Fahri ÖZSUNGUR

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

ÖZET

Bu çalışmada kamu kurumu niteliğinde meslek örgütlerinin yer aldığı hizmet sektörünün değer zinciri, Türkiye'de Çukurova bölgesinde faaliyet gösteren bir ticaret odası üzerinde vaka çalışması yapılarak belirlenmiştir. Yapılandırılmış sorularla 16 oda yetkilisi ile mülakat yapılmış, gözlem ve veri çeşitleme yöntemi ile oda hakkında detaylı bilgiler edinilmiştir. Odanın güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditler belirlenmiştir. Değer zinciri analiz yöntemi ile hizmet sektörünün temel değer zincirinin üyelik ve odanın yasal olarak zorunlu üyelik koruması altına alınmasıyla başladığı, kaynak temini ve satın alma ile devam ettiği, temin edilen kaynaklar vasıtasıyla odanın birimleri tarafından paydaş, üye ve müşterilere hizmetlerin sunulduğu, sunulan bu hizmetler için TOBB ve Ticaret Bakanlığına karşı sorumlulukların yerine getirilmesi ile sonlandırıldığı tespit edilmiştir. Çalışmaya konu ticaret odası örneğinde ticaret sicili, oda sicili, iç ticaret, dış ekonomik ilişkiler değer zincirinde temel faaliyetler olarak ortaya konulmuştur. İnsan kaynakları, hukuk, bilgi işlem, yazı işleri ve mali işler destek sağlama faaliyetleri olarak belirlenmiştir. Ayrıca meclis, yönetim kurulu ve genel sekreterlik yönetsel faaliyetler olarak bu süreçlerden ayrılmaktadır. Bu akış sonucunda kâr marjı ve kamusal yükümlülüklerin yerine getirilmesine bağlı sürdürülebilirlik ortaya çıkmaktadır.

A Qualıtatıve Research on The Value Chain Analysis of The Service Sector: Case of Chamber of Commerce

ABSTRACT

In this study, the value chain of the service sector, which includes professional organizations as public institutions, was determined performing a case study on the chamber of commerce operating in the Çukurova region in Turkey. Structured questions were interviewed with 16 chamber officials and detailed information was obtained through observation and data diversification method. The chamber's strengths and weaknesses, opportunities and threats were identified. It was determined in this study that, the basic value chain of the service sector start with membership and the legal protection of the room under mandatory membership, continued with the supply and purchase of resources, services provided to stakeholders, members and customers by the units of the chamber through the resources provided, finalised with fulfillment of responsibilities to The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey and Ministry of Trade for these services. In the case of the chamber of commerce, trade registry, chamber registry, domestic trade and foreign economic relations were revealed as the primary activities in the value chain. Human resources, law, information processing, editorial and financial affairs were identified as support activities. In addition, the assembly, the board of directors and the general secretariat are separated from these processes as administrative activities. As a result of this flow, profit margin and sustainability due to the fulfillment of public liabilities emerged.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Can Financial Literacy Learn from Cinema and Analysis of "Wall Street: Money Never Sleeps" in Cinema Film in the Context of Financial Literacy – 406

Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER
Afyon Kocatepe University
cakirer@aku.edu.tr

ABSTRACT

Financial literacy is the basic information that people need today to survive. Financial information consists of key financial concepts that must be understood in order to perform daily social functions. Financial literacy is considered as one of the literacy fields required by the digital age. Nowadays we are faced with more complex financial products, services and systems. Under these circumstances, individuals being aware of financial risks and opportunities, managing their budgets correctly and developing foresight against financial problems will contribute to improving the financial health of individuals and therefore society. Cinema films, which have an important place today, are not only used for entertainment but also for learning and education. With this tendency, the art of cinema can provide a rich experience to the audience by performing information functions besides entertaining. In this respect, cinema is an inseparable part of the learning process. Therefore, it can be said that financial literacy education oriented use of cinema films will contribute to the achievement of academic objectives. In this context, especially when the visual and auditory interaction of cinema art is taken into consideration, it is seen that many characters in the films can be easily adopted or taken as a model from time to time by society.

Keywords: Stock Exchange, Financial Literacy, Cinema, Finance, Capitalism

Finansal Okuryazarlık Sinemadan Öğrenilebilir mi ve "Borsa: Para Asla Uyumaz" Sinema Filminin, Finansal Okuryazarlık Bağlamında Göstergebilim Analizi

ÖZET

Finansal okuryazarlık, günümüzde insanların hayatta kalabilmek için ihtiyaç duyduğu temel bilgidir. Finansal bilgi ise günlük toplumsal fonksiyonları yerine getirebilmek için anlaşılması gereken, anahtar finansal kavramlardan oluşur. Finansal okuryazarlık dijital çağın gerektirdiği okuryazarlık alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde daha karmaşık finansal ürünler, hizmetler ve sistemler ile karşı karşıya bulunmaktadır. Bu koşullarda bireylerin finansal risk ve fırsatların farkında olmaları, bütçelerini doğru yönetebilmeleri ve finansal problemlere karşı öngörü geliştirebilmeleri bireylerin ve dolayısıyla toplumun finansal sağlığını geliştirmeye katkı sağlayacaktır. Günümüzde önemli bir yere sahip sinema filmleri sadece eğlenmek değil, öğrenmek ve eğitim amacıyla da kullanılmaktadır. Bu eğilimiyle sinema sanatı, eğlendirmenin yanında bilgilendirme işlevlerini de yerine getirerek izleyiciye zengin bir deneyim sunabilmektedir. Bu açıdan sinema günümüzde öğrenme sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu nedenle sinema filmlerinden finansal okuryazarlık eğitim odaklı yararlanmanın akademik amaçların gerçekleştirilmesine katkı sağlayacağı söylenebilir. Bu bağlamda özellikle sinema sanatının görsel ve işitsel etkileşimi dikkate alındığında, filmlerde yer alan birçok karakterin zaman zaman toplum tarafından kolayca benimsenebildiği veya model olarak alınabildiği görülmektedir.

Anahtar Kelime: Borsa, Finansal Okuryazarlık, Sinema, Finans, Kapitalizm

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Financial Literacy Analysis from Nasrettin Hodja Jokes for Entreprenurship – 407

Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER
Afyon Kocatepe University
cakirer@aku.edu.tr

ABSTRACT

Financial literacy is the basic information that people need today to survive. Financial information consists of key financial concepts that must be understood in order to perform daily social functions. Financial literacy is considered as one of the literacy fields required by the digital age. Nowadays we are faced with more complex financial products, services and systems. Under these circumstances, individuals being aware of financial risks and opportunities, managing their budgets correctly and developing foresight against financial problems will contribute to improving the financial health of individuals and therefore society. Nasreddin Hodja, one of the important elements of Turkish culture with his anecdotes, is an anecdote character known to almost everyone from the young to the old in the Turkish world. It is always possible to come across traces of Hodja in literature, art, paintings and cartoons, folk beliefs. One of the reasons why Nasreddin Hodja was so loved is that there is wisdom under every word. In this study, Nasrettin Hodja anecdotes were evaluated in terms of financial literacy.

Keywords: Nasrettin Hoca, Financial Literacy, Clause

Nasrettin Hoca Fikralarindan Girişimciler Için Finansal Okuryazarlik Analizi

ÖZET

Finansal okuryazarlık, günümüzde insanların hayatta kalabilmek için ihtiyaç duyduğu temel bilgidir. Finansal bilgi ise günlük toplumsal fonksiyonları yerine getirebilmek için anlaşılması gereken, anahtar finansal kavramlardan oluşur. Finansal okuryazarlık dijital çağın gerektirdiği okuryazarlık alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde daha karmaşık finansal ürünler, hizmetler ve sistemler ile karşı karşıya bulunmaktadır. Bu koşullarda bireylerin finansal risk ve fırsatların farkında olmaları, bütçelerini doğru yönetebilmeleri ve finansal problemlere karşı öngörü geliştirebilmeleri bireylerin ve dolayısıyla toplumun finansal sağlığını geliştirmeye katkı sağlayacaktır. Fıkralarıyla Türk kültürünün önemli unsurlarından biri olan Nasreddin Hoca, Türk dünyasında gencinden yaşlısına kadar hemen herkesin bildiği fıkra karakteridir. Edebiyatta, sanatta, resim ve karikatürlerde, halk inanışlarında Hoca'nın izlerine daima rastlamak mümkündür. Nasreddin Hoca'nın bu kadar çok sevilmesinin sebeplerinden biri, her sözünün altında bir hikmet bulunmasıdır. Bu çalışmada Nasrettin Hoca fıkraları finansal okuryazarlık açısından değerlendirlmişitir.

Anahtar Kelime: Nasrettin Hoca, Finansal Okuryazarlık, Fıkra.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Semiotics Analysis Of Banker Bilo Film in The Context Of Entrepreneurship – 408

Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER
Afyon Kocatepe University
cakirer@aku.edu.tr

ABSTRACT

Culture is a concept that encompasses all that they learned and what they share of people living in the community. Entrepreneurship is a social phenomenon, forming the cultural tradition, considered the interference of customs and moral values. For this reason, entrepreneurial culture is an important concept particularly prominent in recent years. In shaping the entrepreneurial behavior one sees in the movies governmental function catalysts. However, a number of studies examining the relationship between the entrepreneurial culture of the films is very limited. In this context, the aim of the study is to identify the culture of entrepreneurship in our country. In this context, the aim of this research is to determine the culture of entrepreneurship in our country, which is one of the cult films of Turkish Cinema "Banker Bilo". "Banker Bilo" movie in the history of Turkish cinema, which tells the modernization process in Turkey is one of the most successful productions.

Keywords: Turkish Cinema, Entrepreneurship Culture, Banker Bilo, Şener Şen, İlyas Salman

Banker Bilo Sinema Filminin Girişimcilik Bağlaminda Göstergebilim Analizi

ÖZET

Kültür, toplumda yaşayan insanların bütün öğrendikleri ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Sosyal bir olgu olan girişimciliğin, kültürü oluşturan gelenek, görenek ve ahlâkî değerlerden etkilenmemesi düşünülemez. Bu sebeple girişimcilik kültürü son yıllarda özellikle öne çıkan önemli bir kavramdır. Sinema filmleri toplumda girişimcilik davranışının şekillenmesinde katalizör bir işlev görür. Buna karşın, sinema filmleriyle girişimcilik kültürü arasındaki ilişkiyi irdeleyen araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı ülkemizdeki girişimcilik kültürünü tespit etmek adına yapımı 1980 yılında gerçekleştirilen Türk Sinemasının kült filmlerinden olan "Banker Bilo" filmi incelenmiştir. "Banker Bilo" sinema filmi Türk sineması tarihinin, Türkiye'nin modernleşme sürecini beyazperdeye aktardığı en başarılı yapımlardan biridir.

Anahtar Kelime: Türk Sineması, Girişimcilik Kültürü, Banker Bilo, Şener Şen, İlyas Salman.

Ticari Fuarlar ve Fuarlara Verilen Devlet Destekleri – 409

Ahmed Yusuf SARIHAN
Bandırma Onyedi Eylül University, O. S. U. B. F.
asarihan@bandirma.edu.tr

ÖZET

Ulusal sınırlar içerisinde yürütülen ticari ilişkiler artık hemen hemen hiçbir büyük işletme için yeterli görülmemektedir. İşletmeler için iç pazarlarda elde edilen karlılık oranlarının sürdürülebilir büyüme imkanları yetersiz görüldüğünde, uluslararası pazarlar daha cazip hale gelmektedir. Elbette ihracat hedeflerinin dışında ithalattan kar sağlama hedefleri olan işletmeler de vardır. Bu işletmeler için de kaliteli ürünlerin uygun fiyatlarla yurt dışından sağlanması büyük önem taşımaktadır. Gerek ihracatçı gerekse ithalatçı işletmeler için muhatap alınan yabancı işletmeler büyük önem taşımaktadır. Günümüzde uluslararası bağlamda işletmeler arasında iletişim kurmak, gelişen iletişim teknolojileri ile oldukça kolaydır. Ancak kurulan iletişimin işletmeler arası güveni sağlaması en önemli konulardan birisidir. Bu bağlamda uluslararası ticari fuarlar büyük önem taşımaktadır. Yurt dışı ile kurulacak ticari ilişkilerin itibarlı bir şekilde oluşmasını sağlayan ticari fuarlar, iş dünyası için büyük değer taşımaktadır. Bununla birlikte bu fuarlarda yer alacak özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde faaliyet yürütülen işletmeler için bu fuarların anlamı daha da büyüktür. Bu araştırmada dünya çapında düzenlenen ticari fuarlara ait istatistikler ve Türkiye'den bu fuarlara katılım durumları incelenmiştir. Ticari fuarlara katılım noktasında sağlanan devlet teşviklerinin yorumlanması da amaçlanmıştır. Ticari fuarlar alanında yapılan az sayıda araştırmalardan birisi olma özelliği gösteren bu çalışmada, işletmelerin uluslararası ticari fuarlara katılımını teşvik edici öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası ticaret, ticari fuarlar, sektörel fuarlar

Jel Kodları: F10, F19, F44

International Trade Fairs and Government Incentives for Fairs

ABSTRACT

Trade relations within national boundaries are no longer sufficient for almost any large business. When the opportunities for sustainable growth of the profitability ratios obtained in the domestic markets are considered insufficient for the enterprises, the international markets become more attractive. Of course, besides the export targets, there are also enterprises that have targets to make profit from imports. It is of great importance for these enterprises to provide quality products from abroad at reasonable prices. Foreign enterprises, which are addressed are of great importance to both exporters and importers. Today, communication between businesses in an international context is quite easy with developing communication technologies. However,.it is one of the most important issues that ensuring communication between enterprises. In this context, international trade fairs have crucial importance. Trade fairs, which ensure the establishment of trade relations with foreign countries in a prestigious way, are of top level value for the business world. However, the meaning of these fairs is even greater for companies operates in developing countries such as Turkey. In this research, statistics of trade fairs held worldwide and participation in these fairs from Turkey were examined. It is also aimed to interpret the governmental incentives provided at the point of participation in trade fairs. In this study, which is one of the few studies conducted in the field of trade fairs, suggestions were made to encourage the participation of enterprises in international trade fairs.

Keywords: International trade, trade fairs, sectoral fairs

Jel Codes: F10, F19, F44

Dünya Atık Ticareti ve Türkiye'nin Durumu – 410

Ahmed Yusuf SARIHAN
Bandırma Onyedi Eylül University, Ö. S. U. B. F.
asarihan@bandirma.edu.tr

ÖZET

Günümüz tartışmalarının başından gelen konularından birisi tüketimdir. Dünyanın her noktasında insanlar gerek ihtiyaçlarını gidermek gerekse isteklerini tatmin etmek için sürekli olarak tüketmektedir. Küreselleşme ile birlikte tüketim imkanları da artmaktadır. Öyle ki, insanlar kendi topraklarında bulamadıkları herhangi bir ürünü çok çeşitli yollarla temin ederek tüketim alışkanlıklarından taviz vermemektedir. Dünya ticareti herkesin istediğini tüketebilmesine imkân sağlamaktadır. İşletmeler için tüketimin bu sınır tanımaz özelliği büyük bir fırsat olarak dikkat çekmektedir. Genişleyen pazarlar ve ürettiklerini satabilme imkânı işletmelerin karlılık hedeflerine giden fırsatlardır. Ancak satılan ürünlerin tüketiminden sonra oluşan atıklar da en az satışlar kadar önemlidir. Gerek bu tüketim sonrası atıklar gerekse üretim öncesi ve üretim aşamasında oluşan atıklar bir şekilde depolanmaktadır. Gerekli görüldüğünde bu atıklar yeniden üretim süreçlerinde kullanılmakta, doğrudan yeniden kullanılabilmekte veya imha edilmektedir. Bu noktada atıkları değerlendirebilme potansiyeli gündeme gelmektedir. Atıklar üzerinde çeşitli sebeplerden faaliyet yürütmeyen işletmeler bu atıklarını işleyebilme kabiliyeti olan ve bu konuda istekli işletmelere atıklarını satmakta veya devretmektedir. Bu çalışmanın amacı, küreselleşen dünyada atık ticaretinin seyrini ortaya koymak ve Türkiye'nin atık ticareti akışını yorumlamaktır. Çalışmada ikincil verilere dayalı betimleyici bir araştırma deseni benimsenmiştir. Araştırma sonucunda dünyanın atık ticaretinin seyri ortaya konularak Türkiye'nin bu alandaki durumu açıklanmıştır. Araştırma bulgularının ticari bağlamda değerlendirilerek politika yapıcılar için çeşitli öneriler içerdiğine inanılmaktadır. Ayrıca gelecekte bu alanda yapılacak ampirik araştırmalara ön ayak olacak çalışma yürütüldüğüne inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası ticaret, çöp ticareti, atık ticareti

Jel Kodları: Q53, F10, F18, F19

World Waste Trade and Turkey's Case

ABSTRACT

Consumption is one of the main issues of today's discussions. In every part of the world, people are constantly consuming to meet their needs and satisfy their desires. With globalization, consumption opportunities are increasing. So much so that people do not compromise their consumption habits by providing any product they cannot find in their own land, with providing goods from variety of ways. World trade allows everyone to consume what they want. This limitless feature of consumption is a great opportunity for businesses. Expanding markets and the ability to sell their products are opportunities that lead to the profitability targets of enterprises. However, waste generated after consumption of the products sold is just as important as sales. Both these post-consumption wastes and the wastes generated before and during production are stored in some way. When deemed necessary, these wastes are used in re-production processes, can be reused directly or disposed of. At this point, the potential to evaluation of wastes comes to the agenda. The enterprises, which do not carry out activities on wastes for various reasons, sell or transfer their wastes to the enterprises which have the ability to process these wastes and are willing to do so. The aim of this study is to reveal the progress of the waste trade in globalized world, and interpret Turkey's waste trade stream. A descriptive research design based on secondary data is adopted in the study. Clarification of the progress of the world's waste trade and Turkey's status in this area are described at the results of the study. It is believed that findings of the research will be evaluated in a commercial context and may include various recommendations for policy makers. In addition, it is believed that this study would be promoter for empirical researches might be conducted in this field in the future.

Keywords: International trade, garbage trade, waste trade

Jel Codes: Q53, F10, F18, F19

Asimetrik Paternalizm ve Devlet Müdahalesi – 411

Assoc. Prof Dr. Haşim AKÇA
Çukurova University, FEAS
hakca@yahoo.com

Oğuzhan BOZATLI
Çukurova University, SBE
oguzhanbozatli@gmail.com

ÖZET

Ekonomi yazınında önemli bir tartışma konusu olan devletin ekonomiye müdahalesi, neredeyse tüm dünyada uygulanan liberal ekonomik sistem ve politikalardan dolayı artık nadir düzeyde tartışılmaktadır. Ancak özellikle son dönemde oldukça revaçta olan davranışsal ekonomi araştırmacılarının ortaya koyduğu dürtme, seçim mimarisi ve asimetrik paternalizm gibi hem teorik hem de uygulamalı kamusal politikalar beraberinde akıllara yeniden devlet müdahalesini getirmektedir. Bu noktada liberal düşünce perspektifinde tartışmaya bakıldığında bireylerin rasyonel olduğu bu nedenden dolayı kendileri için en iyi olacak seçim özgürlüğüne sahip olduğunu dolayısıyla devlet müdahalesinin minimum düzeyde kalması gerektiği fikriyle bir çatışma olduğu düşünülmektedir. Bahsi geçen nedenlerledir ki bu çalışmada asimetrik paternalizm ile devlet müdahalesi arasındaki etkileşim incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Asimetrik Paternalizm, Devlet Müdahalesi, Liberal Düşünce, Davranışsal Ekonomi

Asymmetric Paternalism and Government Intervention

ABSTRACT

The intervention of the government, which is an important subject of discussion in the economic literature, is now being discussed at a rare level due to liberal economic systems and policies applied around the world. However, both theoretical and practical political policies, such as nudge, choice architecture, and asymmetric paternalism, which have been very popular in recent times, bring to minds government intervention. At this point, in the perspective of liberal thinking, it is thought that there is a conflict with the idea that individuals are rational, they have the freedom of choice that will be best for them, and therefore government intervention should remain at minimum level. For the mentioned reasons, this study will examine the interaction between asymmetric paternalism and state intervention.

Keywords: Asymmetric Paternalism, Government Intervention, Liberal Thought, Behavioral Economics.

Brexit ve Doğrudan Yabancı Yatırım: Türkiye Özelinde Bir Araştırma – 413

Dr. Mustafa KARTAL
Selcuk University, Beysehir Ali Akkanat Faculty of Business, Department of Business
mkartal@selcuk.edu.tr

Asst. Prof. Efe Can KILINÇ
Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Econometrics,
efecankilinc@kku.edu.tr

Asst. Prof. Nazan Şahbaz KILINÇ
Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics,
nkilinc@kku.edu.tr

ÖZET

Lizbon Anlaşması'nın 50. maddesi gereğince, Avrupa Birliği'nden ayrılma (Brexit) sürecini Haziran 2016'da resmen başlatan İngiltere, ayrılma kararını Mart 2017'de Avrupa Konseyi'ne resmen bildirmiştir. Brexit Anlaşması'nın İngiliz parlamentosunda üç kez kabul edilmemesi, 7 Haziran 2019'da Theresa May'in partisinin liderliğinden istifa etmesine neden olmuştur. Gelinen son noktada anlaşmasız ayrılık ihtimali güçlenmiş olup; böyle bir durumda İngiltere ile yakın ilişki içerisinde olan ülkelerin olumsuz açıdan etkilenebileceği düşünülmektedir.

İngiltere, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ikinci ülke olup olup; aynı zamanda Türkiye'nin en fazla doğrudan yabancı yatırım (DYY) çektiği ülkelerin başında yer almaktadır. Dolayısıyla İngiltere'deki Brexit sürecinin özellikle ihracat ve DYY üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği belirtilmektedir. Bu çalışmada, Brexit sürecinin Türkiye'nin DYY üzerindeki etkisi zaman serisi yöntemleri kullanılarak araştırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Brexit, Doğrudan Yabancı Yatırım, Türkiye, Zaman Serisi Yöntemleri.

Brexit And Foreign Direct Investment: A Study in Turkey Special

ABSTRACT

In accordance with article 50 of the Lisbon Treaty, the UK officially announced its decision to leave the European Union (Brexit) in June 2016 and formally communicated its decision to the Council of Europe in March 2017. The failure to adopt the Brexit Agreement three times in the British parliament led Theresa May to resign from her party's leadership on 7 June 2019. At the last point reached, the possibility of disagreement has strengthened; in such a case, it is thought that the countries that have close relations with England may be affected negatively.

England, which is the biggest exporter of Turkey is the second country; as well as Turkey's highest foreign direct investment (FDI) in the country is located at the beginning of the checks. Therefore, it is stated that the Brexit process in the UK may have negative effects especially on exports and FDI. In this study, the effects on FDI in Turkey's process of Brexit will be investigated using time series methods.

Keywords: Brexit, Foreign Direct Investment, Turkey, Time Series Methods.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Dönüşümcü Liderliğin Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisi – 414

Assoc. Prof. Dr. Feride Pınar ACAR
Orta Doğu Teknik University
pacar@metu.edu.tr

ÖZET

Geçmiş yazın, örgütlerin verimliliklerini ve hatta varlıklarını sürdürebilmeleri için iş görenlerin görev tanımlarında belirtilmemiş, gönüllü davranışlarda bulunmaları gerektiğini göstermiştir (Dierdorff ve diğerleri, 2012; Borman, 2004). Bu tip davranışlara örgütsel vatandaşlık davranışları denmektedir (Bateman and Organ, 1983; Organ, 1988). Örgütsel vatandaşlık davranışları (ÖVD), iş görenin görev tanımının içinde olmayan ve örgüt performansına doğrudan katkı yapmayan ama örgütün sosyal ve manevi ortamının kalitesini arttırarak örgüte olumlu katkı sağlayan davranışlardır (Organ, 1997). Bu davranışlara örnek olarak çalışma arkadaşlarına yardımcı olmak, katılımın zorunlu olmadığı toplantılara katılmak, kurum kaynaklarını tutumlu bir şekilde kullanmak gösterilebilir (Borman, 2004). ÖVD'nin en önemli ayırıcı özelliği bu davranışların gönüllü olmasıdır. ÖVD bir amirin talimatı sonucu değil isteğe bağlı olarak yapılırlar. Örgüt genelinde çalışanlar, ÖVD gösterdiğinde, örgütün verimliliği ve etkinliği artmaktadır (Fassina, Jones, ve Uggerslev, 2008). Podsakoff ve diğerleri (2000) ÖVD'nin çalışan verimliliğini, kurum kârlılığını ve müşteri memnuniyetini artırdığını, maliyetleri azalttığını saptamıştır. Çalışanların örgüte bu kadar faydası olan davranışlarda bulunmalarını etkileyen etmenlerin tespit edilmesi Örgütsel Davranış yazınında önemli bir araştırma konusu olmuştur (Organ, Podsakoff ve MacKenzie, 2006). Çalışanların ÖVD'nda bulunmasını sağlayan etmenlerden biri lider davranışlarıdır (Podsakoff ve diğerleri, 2000). Liderlerinin dönüşümcü davranışlar sergilediği örgütlerde ÖVD'nın daha çok görüldüğü görülmektedir (ör., Podsakoff ve diğerleri, 1990). Ancak, bu çalışmalar dönüşümcü liderlik ile çalışan ÖVD arasındaki psikolojik süreçleri açıklmamakta ve dolayısıyla kara kutu teoriler ortaya koymaktadır (Jung, 2001; Jung ve Avolio, 2000). Bu çalışmanın amacı, dönüşümcü lider davranışlarının ÖVD üzerine etkisini Sosyal Kimlik Kuramı (Tajfel ve Turner, 1986) bakış açısından inceleyerek dönüşümcü liderlik ve ÖVD arasındaki kara kutuyu açıklamaya katkıda bulunmaktır. Bu çalışma üç hiptwz öne sürmektedir:

Hipotez 1: Çalışanların örgüt ile özdeşleşme düzeyleri gösterdikleri ÖVD ile pozitif olarak ilişkilidir.
Hipotez 2: Dönüşümcü liderlik ile çalışanların örgüt ile özdeşleşmesi pozitif olarak ilişkilidir.
Hipotez 3: Çalışanların örgüt ile özdeşleşmesi, dönüşümcü liderlik ile ÖVD arasındaki ilişkiye aracılık eder.

Bu hipotezler, bir bankanın genel merkezinin 137 çalışanın katıldığı anket çalışmasıyla sınanmıştır. Anket, katılımcıların servis şeflerinin dönüşümcü liderlik davranışlarını, katılımcıların ÖVD'nı ve örgütsel özdeşleşme düzeylerini değerlendiren, Türkçe'ye daha önceden uyarlanmış ölçeklerden oluşmuştur. Çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach değerleri 0,8 üzerindedir. Ölçekler için keşfedici faktör analizi yapılmış, sonuçlar tutarlıdır. Toplanan veri, Baron ve Kenny (1986)'nın yöntemi ile regresyon analizi ile incelenmiştir. Sonuçlar üç hipotezi de doğrulamaktadır. Dönüşümcü lider davranışları çalışanların ÖVD'nı sergilemeye sevk etmekte ve bu etki çalışanın örgüt ile özdeşlesmesi aracılığıyla ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dönüşümcü liderlik, örgütsel vatandaşlık davranışları, sosyal kimlik kuramı, örgütsel özdeşleşme.

Eğitim ve Sosyal Medya Etkileşimi; Bir İçerik Analizi Çalışması – 415

Inst. Selime GÜNTAŞ
Cyprus Social Sciences University
selime.guntas@kisbu.edu.tr

Inst. İbrahim DAVRAN
Cyprus Social Sciences University
ibrahim.davran@kisbu.edu.tr

ÖZET

20. yüzyılın sonuna doğru sosyal medyanın hızlıca yayılması ve hayatımızda büyük bir rol oynamasıyla birlikte, eğitim-öğretim ortamlarında da sosyal medyanın potansiyelinden fayda sağlanması günümüzde zorunlu hale gelmiştir. Birçok alanda olduğu gibi, soysal ağ teknolojileri eğitim için de birçok olanağı içerisinde barındırmaktadır. Sosyal ağların birçok kullanım özelliği ve olanaklarının olması, öğretmenlerin eğitim öğretim süreçlerini aktif, yaratıcı, işbirlikçi öğrenme ile desteklemelerine, öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimi arttırmada, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmaları ve geliştirmeleri konusunda destek olmaktadır. Sosyal medya ortamlarının kullanımları ve dijital okuryazarlık sayesinde düşünceler ve yenilikler, dünya üzerinde eskiden olmadığı kadar hızlı bir biçimde yayılmaktadır. Bu düşünceden hareketle bu çalışmada, son yıllarda öğrenme-öğretme sürecinde "eğitim" ve "sosyal medya" konularının ele alındığı çalışmalar incelenerek bir içerik analizi çalışması yapılmıştır.

Çalışmada kullanılacak makaleleri belirleyebilmek amacıyla araştırmacılar tarafından birtakım tarama ve seçim ölçütleri belirlenmiştir. Ölçütler belirlendikten sonra Türkiye'de eğitimde "eğitim" ve "sosyal medya" eğitim kullanımının İngilizce ele alındığı çalışmaların yayımlandığı Scopus isimli veri tabanında yer alan 2015-2019 yılları arasında yayımlanmış olan sayıları "((tıtle-abs-key (education) and tıtle-abs-key (social media))" anahtar sözcükleri temele alınarak taranmıştır. Tarama sonucunda belirlenen ölçütlere uygun olan 90 makale ve bu makalelerde, "araştırma konusu, çalışma grubu büyüklüğü, çalışma grubu belirleme türü, araştırma türü, veri toplama araçları ve veri analiz yöntemleri" bakımından incelenmiştir. Çalışmanın, ulaşılan bulgularla gelecekte yapılacak olan çalışmalara yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Sosyal medya, Sosyal Bilimler, İçerik Analizi

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Dijital Halkla İlişkiler Uygulamaları Bağlamında Sosyal Sorumluluk Projelerinin Değerlendirilmesi: Çoklu Vaka Analizleri – 416

Asst. Prof. Dr. Elif DENİZ
İzmir Katip Çelebi University, FEAS
elif.deniz@ikc.edu.tr

Abdullah YOUSEF
İzmir Katip Çelebi University, SBE
abdullahyousef.2013@hotmail.com

ÖZET

Dijital halkla ilişkiler uygulamaları internet bazlı yeni teknolojilerin kullanımı ve sosyal medyanın güçlenmesiyle kar amacı güden ve gütmeyen tüm örgütlerin iç ve dış paydaşlarıyla olan iletişim biçimini değiştirme yolunda artan bir biçimde kullanılmaktadır. Bu bağlamda özellikle kurumsal itibar yönetimi, sürdürülebilirlik, sponsorluk ve sosyal sorumluluk konularına destek verme amacıyla dijital halkla ilişkiler uygulamaları sıklıkla tercih edilmekte ve gündemde olan konulara temas ederek toplumsal fayda yaratmaya katkıda bulunmaktadır. Özellikle son 10 yılda Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi hususunda kamuoyunda yükselen farkındalığın bilincinde olan örgütler kadınlara destek vermek ve kurumsal imajlarına bu doğrultuda katkıda bulunmak için kadına yönelik sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok yer vermektedir. Bu çalışmada kadına yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirerek iletişim bağlamında dijital halkla ilişkilerin gücünden yararlanan ve 2019 yılı Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödül'ü almaya hak kazanan 5 ayrı uygulamanın nitel bir araştırma yöntemi olan çoklu vaka analizi yöntemiyle analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada bu projelerde dijital halkla ilişkiler uygulamalarından nasıl faydalanıldığı ve kadınların sosyal sorumluluk uygulamaları ile hangi konularda desteklendiği irdelenecektir. Elde edilen bulgulara göre ödül alan bu uygulamaların dijital halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk uygulamaları bağlamında ne tür özellikler taşıdığı ilgili literatür ele alınarak tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital halkla ilişkiler, Sosyal sorumluluk, Kadın, Vaka analizi, Nitel araştırma

A Review of Social Responsibility Projects within The Concept of Digital Public Relations Practices: Multiple Case Study Analysis

ABSTRACT

The impact ratio of digital public relations practices on how both profit and non-profit organizations interact with their internal and external stakeholders has been rapidly increasing in direct correlation with the implication of new technologies and the effectiveness of social media. In this regard, there is a significant tendency towards digital social responsibility practices within the context of supporting corporate reputation management, sustainability, sponsorship and social responsibility as well as drawing attention to current issues in order to sustain social benefits. In the past 10 years, organizations that are aware of the spike of social awareness towards gender inequality in Turkey have been increasing their social responsibility efforts in order to support women and associating their corporate identities with this cause. The aim of this study is to analyze five separate Golden Compass Turkish Public Relations Award-winning practices from 2019 that conduct social responsibility activities and utilize digital social responsibility in terms of communication with multiple case analysis which is a qualitative research method. Within the scope of this study, benefits of these digital social responsibility projects and the various support categories for women will be examined. In the light of the obtained results features of these award-winning practices in regard to digital public relations and social responsibility practices will be debated in consideration with relevant literature.

Keywords: Digital public relations, Social responsibility, Women, Case analysis, Qualitative research.

Demokrasilerde Çoğunluğun Tiranlığa Dönüşmesi – 417

Inst. Ahmet AYDIN
Kahramanmaraş Sütçü İmam University
ahmetaydin@ksu.edu.tr

ÖZET

Yönetme-yönetilme kavramları insanlar için içkindir. Bu iki kavram birbiriyle devinim içerisinde devam etmekte ve rekabete girmektedir. Bilim insanları geçmişten günümüze kadar bu kavramlar üzerine düşüncelerini ortaya koymaktadır. Bu düşünceler içerisinde bilim insanlarının ortaya koyduğu yönetim anlayışlarından birisi olan demokrasi kavramı uzun süredir tartışılmaktadır. Demokrasinin temel ve sadeleştirilmiş anlamı, halkın idaresi veya halkın seçilmiş temsilcileridir. Demokrasi, yönetme ve yönetilme ihtiyacına binaen kavramlaşmakta ve uygulanmaya devam etmektedir.

Makalede, demokrasinin demokrasi kavramındaki çoğunluğun tiranlığına etkisi, çoğunluğun tiranlığa dönüşmesinde demokrasinin etkisi ve çoğulcu demokrasinin kitleler üzerindeki etkileri nasıldır? sorular incelenmektedir. Ek olarak, geçmişten günümüze insanlar tarafından nasıl yönetileceği sorusu, demokrasilerin çoğunluğu olan despotizmin demokratik süreç üzerindeki etkisine cevap vermeye çalışılmaktadır Demokrasilerde çoğunluğun tiranlığa dönüşmesinin etkisi üzerine bir literatür taraması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Demokrasi, Çoğunluk, Tiranlık, Çoğunluğun Tiranlığı, Toplum

ABSTRACT

The concepts of managing-governing are inherent to people. These two concepts continue in motion and compete with each other. Scientists reveal their thoughts on these concepts from the past to the present. The concept of democracy, which is one of the management approaches that scientists put forward within these ideas, has been discussed for a long time. The basic and simplified meaning for democracy is the people's administration or the people's elected representatives. Democracy is conceptualized and continues to be implemented due to the need for governance and governance. In the article, what is the effect of democracy on the tyranny of the majority in the concept of democracy, the effect of democracy on the transformation of the majority into tyranny and the effects of pluralist democracy on the masses? Questions were examined.

In addition, the question of how and in what way man-to-be governed by human beings from the past to the present is sought to answer the effect of despotism, which is the majority of democracies, on the democratic process. A literature review have conducted on the effect of change the majority into tyranny in democracies.

Keywords: Democracy, Majority, Tyranny, Tyranny of Majority, Society

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Justice Perceptions and Organizational Citizenship Behavior: The Moderating Role of Positive Affectivity – 418

Assoc. Prof. Dr. Feride Pınar ACAR
Orta Doğu Teknik University, FEAS
pacar@metu.edu.tr

ABSTRACT

Discretionary behaviors that are not dictated by formal job descriptions but that help the organization attain its objectives are commonly labelled as organizational citizenship behaviors (OCB). Such behaviors enhance organizational performance by contributing to its social and psychological context (Sun, Aryee, & Law, 2007). OCB encompasses a wide variety of behaviors such as being extra diligent, helping coworkers, and positively representing the organization to third parties, among others. Decades of research on OCB demonstrated its positive consequences for organizations (e.g., Podsakoff, Whiting, Podsakoff, & Blume, 2009). As a result, OCB has become one of the most examined topics in the Organizational Behavior field. However, despite this interest, the extant OCB literature is limited because most proposed models lack an integrative approach that considers both cognitive and affective antecedents of OCB. The present study attempts to fill this gap in the literature by proposing and testing a model of OCB that brings together cognitive (i.e. justice perceptions) and affective (i.e. mood states) determinants. Specifically, three hypotheses are proposed:
Hypothesis 1: Perceptions of a) distributive and b) procedural justice are positively associated with OCB.
Hypothesis 2: Positive affectivity is positively associated with OCB
Hypothesis 3: Positive affectivity moderates the justice perceptions-OCB relationship such that the relationship is stronger for individuals who have high positive affectivity than those who have low positive affectivity.
The proposed hypotheses were tested utilizing a survey-based research. Data were collected from 210 employees of a public bank and the results were analyzed using hierarchical regression procedure. The findings of the study have implications for selecting and recruiting future employees as well as designing organizational systems and procedures.

Keywords: Distributive justice, procedural justice, positive affectivity, organizational citizenship behavior.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İnsan Kaynakları Yönetim (İKY) Uygulamalarının Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Konya Sanayi Bölgesi Çalışanları Örneği – 419

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN
Nevşehir Hacıbektaş Veli University
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Inst. Hatice UÇAK
Kapadokya University
hatice.ucak@kapadokya.edu.tr

Inst. Emine ÖĞÜT
Selçuk University

ÖZET

Örgütlerin hedeflediği amaçlara ulaşabilmesi ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için gerekli olan önemli kaynaklar arasında teknoloji ve insanın olduğu ifade edilebilir. Maliyetlerin azaltılması, mal veya hizmet üretimi ile iletişim teknolojisine olan katkısı dikkate alındığından, örgütlerin, bu kaynakları etkin ve verimli kullanılmasının kaçınılmaz hale geldiği söylenebilir.

İnsan kaynağının, seçilmesi, iş birimlerine yerleştirilmesi, eğitimi, geliştirilmesi, etkili ve verimli olanların çalışmalarına devamının sağlanmasından İnsan kaynakları yönetimi yükümlülüğü olduğu literatürde vurgulanmaktadır. İnsan kaynakları, bu yükümlülüğü yerine getirirken işletmenin kurumsal çıkarları ile çalışanların bireysel çıkarları arasındaki ilişkileri çeşitli faaliyetler ve uygulamalar ile düzenleyerek, iki tarafın uyumlu bir şekilde işbirliği yapabilmelerini sağlamaları gerekir (Ülgen ve Mirza, 2013:291).

İnsan kaynakları yönetimi, ödüllendirme, ücret sistemi, eğitim, performans değerlendirme, kariyer, işgören ile iletişim/katılım ve güçlendirme gibi uygulamalar ile çalışanları motive ederek (Gürbüz, Bekmezci, 2012:191-193) mesai saatleri içerisinde, iş dışı faaliyetlerde bulunmasını azaltabilir.

Örgütlerde iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak, çalışanların sanal kaytarma davranışı göstermesinde artış olduğu gözlenmektedir. Lim'e (2002) göre, örgütlerdeki bu iletişim teknolojisi, çalışanların mesai saatleri süresinde örgütün internet erişimini kişisel e-postaları için kullanmaları, alışveriş siteleri veya işle ilgili olmayan web sitelerini ziyaret etme yönündeki gönüllü davranışları sanal kaytarma olarak tanımlamaktadır (Öğüt ve Kaplan, 2013:4).

Bu çerçevede temel ***araştırma sorusu*** "sanayi sektörü örnekleminde insan kaynakları yönetim (İKY) uygulamalarının, sanal kaytarma davranışı üzerinde ne düzeyde ve ne yönde etkili olmaktadır?" şeklinde belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacı: Konya ilinde sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde insan kaynakları yönetim (İKY) uygulamalarının, sanal kaytarma üzerindeki etkisinin analiz edilmesidir. Sanal kaytarma ile ilgili ulusal ve uluslararası yazında sınırlı sayıda araştırma olması nedeniyle, bu araştırma sonuçlarının gelecekte sanal kaytarma davranışının öncülleri ve sonuçları üzerinde duracak araştırmacılara yol gösterici bir rol oynayacağı ve yöneticilere yönelik öneriler ile yazına ve uygulayıcılara ***katkı*** sağlayacağı düşünülmektedir.

METODOLOJİ

Araştırmanın örneklemini, Konya ilinde faaliyet gösteren sanayi sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılacaktır.

Araştırmada; Gürbüz ve Bekmezci tarafından, geliştirilen: İKY uygulamalarından duyulan memnuniyet ölçeği kullanılacaktır. Bu ölçek; ödüllendirme, ücretleme, eğitim geliştirme, performans değerlendirme, kariyer sistemi, örgütsel iletişim işlevlerine yönelik olmak üzere 6 boyut ve toplam 22 ifadeden oluşmaktadır. Beşli Likert tipi ölçek kullanılacaktır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Sanal kaytarma faaliyetleri ise Balanchard ve Henle (2008) tarafından geliştirilen ölçek kullanılarak ölçülecektir. Bu ölçek; önemsiz sanal kaytarma faaliyetleri (9 madde) ve ciddi sanal kaytarma faaliyetleri (8 madde) olmak üzere iki boyuttan ve toplam 17 maddeden oluşmaktadır. Beşli likert tipi ölçek kullanılacaktır (1=Hiçbir zaman, 5=Çok sık).

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın bağımsız değişkeni: İnsan kaynakları yönetim uygulamaları

Araştırmanın bağımlı değişkeni: Sanal kaytarma davranışı
Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.
H_1: İnsan kaynakları yönetim uygulamaları önemsiz sanal kaytarma davranışı üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahiptir.
H_2: İnsan kaynakları yönetim uygulamaları önemli sanal kaytarma davranışı üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahiptir.

KAYNAKÇA

Ülgen H. ve Mirza S.K.(2013) İşletmelerde stratejik yönetim kitabı, 8.baskı, Beta yayınları, İstanbul
Yüksel Ö. (2003) Girişimciler için işletme yönetimi, Gazi kitabevi, Ankara
Gürbüz S. ve Bekmezci M. (2012) İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının bilgi işçilerinin işten ayrılma niyetine etkisinde duygusal bağlılığın aracılık ve düzenleyicilik rolü, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt/Vol:41, Sayı/No:2 ss:189-213
Öğüt A. ve Kaplan M. (2012), Algılanan Örgütsel Adalet İle Sanal Kaytarma Arasındaki İlişkinin Analizi: Hastane Çalışanları Örneği, İşletme Fakültesi Dergisi, ss: 1-13, Cilt 13, Sayı 1,
Lim, Vivien K.G. (2002). "The IT way of loafing on the job: cyberloafing, neutralizing and organizational justice", Journal of Organizational Behavior, 23: 675-694.
Balanchard, A.L. ve Henle, C.A. (2008). Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms and External Locus of Control. Computers in Human Behavior, 24, ss:1067-1084

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Otellerde Performans ve Piyasa Yönlendirmesi Arasındaki Rekabet Avantajı Yaratmak İçin Bilgi Yönetiminin Etkisi – 420

Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN
Cyprus Social Sciences University
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Rukiye KİLİLİ
Cyprus Science University
rukiye_kilili@yahoo.com

Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI
Cyprus West University
cizrelioglu.necati@gmail.com

ÖZET

Bu çalışma da, bilgi yönetiminin rekabet avantajı üzerindeki etkisi ve rekabet avantajının otel performansına etkisi incelenmektedir. Otel endüstrisinde hotel yöneticilerin performans düzeyi ile piyasa yönlendirilmesinde rekabet avantajı yaratmak için bilgi yönetimine odaklanmaktadır. Hem yerli hem de yabancı literatürde rekabet avantajı ve bilgi yönetimini arasındaki ilişkiyi inceleyen yeterince çalışma yapılmaması, özellikle konaklama endüstrüsü üzerine odaklanan çalışmaların sınırlılığı dikkat çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, bu araştırmada elde edilecek bulgular, ilgili alana katkı sunacağından önem taşımaktadır. Bu çalışma, Kuzey Kıbrıs'ta konaklama endüstrisinde çalışan 6 CEO ve 5 yöneticiden oluşmaktadır. Çalışmanın analizi sadece CEO'ların ve yöneticilerin cevaplarına dayandığından, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma alanındaki boşluklar, hotel performansı, rekabet avantajı, bilgi yönetimi kavramlarının otel yönetmindeki gücü ve kullanımı açısından örgütsel rölünü beraberinde getirmesidir. Araştırmanın sonucu, konaklama endüstrisinde rekabet avantajı yaratmada otel performansı ve pazar yönelimi arasındaki bilgi yönetiminin etkisinin yöneticilerin ve CEO' ların olumlu bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Yönetimi, Rekabet Avantajı, Performans, Kuzey Kıbrıs

The Effect of Information Management to Create the Competitive Advantage Between Performance and Market Orientation in Hospitality Sector

ABSTRACT

This study examined the effect of information management on competitive advantage and the effect of competitive advantage on the hotel performance. The hospitality industry focuses on hotel managers' level of performance and market orientation on the information management to create competitive advantage. There aren't enough studies in both domestic and foreign literature examining the relationship between competitive advantage and knowledge management. It is noteworthy that the studies focusing especially on the hospitality industry are very limited. In this perspective, the findings to be obtained in this study are important as they will contribute to the relevant field. This study consists of 6 CEOs and 5 executives working in the hospitality industry in Northern Cyprus. Qualitative research method was used since the analysis of the study was based solely on the answers of CEOs and managers. The research brings the organizational role of gaps, hotel performance, competitive advantage, knowledge management concepts in terms of power and use of hotel management. The results of the research show that managers and CEOs have a positive view of the impact of information management between hotel performance and market orientation in creating a competitive advantage in the hospitality industry.

Keywords: Knowledge Management, Competitive Advantage, Performance, Northern Cyprus

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Yüksek Çözünürlü Edebi Metin Okuma Yoluyla Sentetik Metne Varış – 421

Prof. Dr. Yavuz DEMİR
Nişantaşı University
yavuz.demir@nisantasi.edu.tr

ÖZET

Kurmaca metinlerin, diğer edebi metinlere nispetle, okurlara temin ettiği hürriyet alanları söz konusudur; fakat bütün bu ayrıcalığına rağmen, estetik metinleri yerleşik sınırlar içerisinde kalarak anlamak ve tekrar etmek, okur olgusunu anonimleştirerek kendi farkındalığı ve yaratıcılığını yeni düzlem kodlarına müracaat etmeden pasif bir şekilde kabullenmek anlamınadır.

Yüksek çözünürlü metin okuma sadece bir metin okuma değil fakat aynı zamanda kendisini mobilize edebilen, değiştirebilen ve etki yaratabilen bir insan anlamına da yol açıcıdır.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Tekstil İşletmelerinde Çalışanların İşgücü Devir Eğilimini Etkileyen Ergonomik Koşullar (Bitlis Örneği) – 422

Asst. Prof. Dr. Gül GÜN
Munzur University, FEAS
gulgun@munzur.edu.tr

ÖZET

İşgücü devri; çalışanların işle ilgili algılamaları ve iş değiştirmeye olan eğilimleri olarak tanımlanabilir. Özellikle işten ayrılma eğiliminde olan bireylerin, iş rollerini gerektiği gibi yerine getirmeyerek, ürün ve hizmet kalitesini düşürebileceklerini söylemek mümkündür. İşgücüne dayalı tekstil sanayi gibi sektörlerde insan kaynağı daha da önem kazanmaktadır. Çalışanların işlerinden memnun olmaları, işletmelerin hayatta kalmalarını kolaylaştıracak ve işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu araştırmada, Bitlis'te tekstil işletmelerinde çalışanların işten ayrılma eğilimine yönelik tutumları tespit edilmiştir. Ayrıca ergonomik koşulların işten ayrılma eğilimine etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ergonomik koşullar, İşgücü Devir Eğilimi, Tekstil işletmeleri, Bitlis.

Ergonomic Factors Influencing the Labor Turnover Tendency Of The Employees In Textile Companies (Bitlis Case)

ABSTRACT

Laborturnover can be defined as the perceptions of employees regarding work and their tendency to change job. Particularly individuals with the tendency to leave the job, may not properly fulfill their tasks at work and thus, they may decrease the productor service quality. Human resources are particularly important in labor force – based industries such as the textile industry. When employees are content with their jobs, this will help the survival of companies and provide companies with a competitive edge. This research revealed the labortur novertendencies of theem ployees working in textile companies in Bitlis. Further more; analysis was made in order to find out whether ergonomic conditions of the employees influenced their tendency to leave their jobs.

Keywords: Ergonomic Condition, Labor Turnover Tendency, Textile Business, Bitlis.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

BİST' de İşlem Gören Çimento Şirketlerinin Faaliyet Kârlılıklarının Belirlenmiş Konut Sektörü Değişkenleriyle Analizi – 423

Prof. Dr. Ali ALAGÖZ
Selçuk University, FEAS
alialagozs@gmail.com

Inst. Metin ALLAHVERDİ
Selçuk University
allahverdi@selcuk.edu.tr

Inst. Seyfettin Caner KUZUCU
Selçuk University, Beyşehir Ali Akkanat HS
sckuzucu@selcuk.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Borsa İstanbul Taş, Toprak Endeksinde yer alan çimento şirketlerinin faaliyet kârlılıklarının belirlenmiş konut sektörü değişkenleriyle aralarındaki ilişkinin yönü ve kuvvetini tespit etmektir. Araştırmada şirketlerin 2013:1 – 2019:1 dönemlerine ait verileri korelasyon analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada ayrıca, şirketler, kârlılıklarına göre Sturges yönteminden elde edilen aralıklarla sınıflandırılmış ve sonuçlar korelasyon analizi sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Yapılan bu analizler sonucunda, seçilen konut sektörü değişkenlerinin yedi çimento şirketinin faaliyet kârlılığıyla anlamlı bir ilişkisi tespit edilirken, kalan 9 çimento şirketinin faaliyet kârlılığıyla seçilen konut sektörü değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Diğer taraftan, seçilen konut sektörü değişkenlerinin "en yüksek faaliyet kârlılığına sahip çimento şirketler" grubunun kârlılığını %22,44(R^2) oranında, "orta düzeyde faaliyet kârlılığına sahip çimento şirketler" grubunun kârlılığını %17,81(R^2) oranında ve "en düşük faaliyet kârlılığına sahip çimento şirketleri" grubunun kârlılığını %31,77(R^2) oranında açıkladığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çimento Sektörü, Faaliyet Kârlılığı, Konut Sektörü, Korelasyon Analizi

The Analysis of Operating Profitability with Determined Housing Sector Variables of Cement Companies which Traded on BİST

ABSTRACT

This study aims to determine the direction and strength of the relationship between the operating profitability of the cement companies in Borsa İstanbul Stone and Soil Index with the determined housing sector variables. In the study, the data of companies for the periods 2013:1 - 2019:1 were examined by the correlation analysis method. Also, in the study, the companies were classified according to their profitability at intervals obtained from the Sturges method and the results were compared with correlation analysis results. As a result of these analyses, the selected housing sector variables have a significant relationship with the operating profitability of the seven cement companies, while no significant relationship was found between the profitability of the nine cement companies and selected housing sector variables. On the other hand, the profitability of the selected housing sector variables of the "cement companies with the highest operating profitability" group is 22.44% (R^2), the profitability of the "cement companies with moderate operating profitability" group is 17.81% (R^2) and "cement companies with the lowest operating profitability" group announced its profitability by 31.77% (R^2).

Keywords: Cement Sector, Operating Profitability, Housing Sector, Correlation Analysis.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

The Effect of Internal Branding Implemetation on Employee Brand Supporting Behaviour – 424

Shabnam AYROM
Prof. Dr. Mustafa TUMER
Institution: Eastern Mediterranean University
shabnam.ayrom@gmail.com

ABSTRACT

Internal branding is a strategic requirement for organizations and contributes to employee brand supporting behaviour within an organization that creates sustainable competitive advantage. The internal branding is an emerging concept in the field of human resources which organizations should implement as a way to identify and engender common values between organizations and employees. The benefits of internal branding will appear when the employees attempt to exhibit positive behaviors aligned with values of the brand. The purpose of this study is to test the effect of Internal branding on employee brand supporting behaviour. The study were conducted in the 4 star hotels of Northern cyprus. The method of the study was quantitative (descriptive-survey). As the result of the study, Internal branding reinforces employee awareness and awareness of brand values and goals, and this lead to brand supporting behavior. Brand-friendly employees do their best to fulfill brand promises and put their best behavior to satisfy customers' expectations of the brand.

Keywords: Internal branding, Brand supporting behaviour, Hotels.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Yaratıcı Reklam Stratejileri Bağlamında Geleceğin Hedef Kitlelerinin Karakter Tipolojisi – 425

Inst. Esra BÜDÜN
Kırklareli University, PMYO
esrabudun@klu.edu.tr

ÖZET

Toplumsal süreçte yaşanan önemli olaylara paralel olarak oluşan her kuşağın kendine has şekilde geliştirdiği tutum ve davranışlar pazarlama ve reklamcılar açısından da oldukça önemli bir unsurdur. Tüketicinin istek ve beklentilerine göre ürün ve hizmetlerin yönlendirmesi gerekmektedir. Bu noktada modern, postmodern ve altermodern paradigmalar ışığında, ilgili döneme damga vuran kuşakların istek ve talepleri de kuşkusuz birbirinden farklı olmaktadır. Bu çalışmada da, kuşakların özelliklerini ortaya koyarak, bu özellikleri yaratıcı reklam stratejileri açısından değerlendirilmek üzere, özellikle yeni tüketici nesli olarak tanımlanan Z kuşağının karakter tipolojisini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Reklam Stratejileri, X,Y,Z Kuşakları, Karakter Tipolojisi, Postmodernizm, Altermodernizm.

Character Typology of Future Target Audiences in the Context of Creative Advertising Strategies

ABSTRACT

The attitudes and behaviors developed by each generation in parallel with the important events in the social process are also very important for marketing and advertisers. According to the wishes and expectations of the consumer, products and services should be directed. At this point, in the light of modern, postmodern and altermodern paradigms, the desires and demands of the generations that have marked the relevant period are undoubtedly different from each other. In this study, by revealing the characteristics of generations, it is aimed to reveal the character typology of the Z generation, which is defined as a new generation of consumers, in order to evaluate these features in terms of creative advertising strategies.

Keywords: Creative Advertising Strategies, X, Y, Z Generations, Character Typology, Postmodernism, Altermodernism.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Stres İlişkisinin Havayolu Uçuş Ekibi Örnekleminde İncelenmesi – 426

Asst. Prof. Dr. Gözde MERT
Nişantaşı University, İİSBF
gozde.mert@nisantasi.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Vildan DURMAZ
Eskişehir Technical University
vkorul@eskisehir.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Berk KÜÇÜKALTAN
Trakya University
University of Bradford, School of Management, UK
berkkucukaltan@trakya.edu.tr

ÖZET

Havayolu taşımacılığı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de giderek artan talep karşısında gelişimini ve değişimini sürdürmektedir. Değişen iş modelleri, alt yapıdaki gelişmeler, ekonomik ve yasal düzenlemelerde yaşanan değişimler ülkemizde havayolu işletmelerini taşımacılık sektöründeki diğer operasyonel rakiplerine karşı avantajlı konuma getirmektedir. Bunların yanı sıra, havayolu sektöründeki firmalar için rekabetteki üstünlüğü korumak, pazarda sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla müşterilere verdiği değer kadar insan kaynağına da önem vermeleri gerektiği bilinci oluşmaktadır. Ancak, bu hususta, havayolu sektöründe yaşanan önemli sorunlardan biri iş gücü devir oranının yüksek olmasıdır. Sorunun çözümünde, personelin örgüte bağlılığını artırmak için, örgüt içi stresi azaltarak gönüllülük esasına dayanan örgütsel vatandaşlık davranışının sergilenmesi sonucu hedeflenen örgütsel etkinliğe ulaşmak mümkündür. Nitekim, iş stresinin yoğun olduğu iş kollarından biri olan havacılık sektöründe, havayolu uçuş personelinin örgütsel bağlılıklarının iş verimliliği ve iş kalitesini artırarak müşteri memnuniyetine ve örgütsel verimliliğe katkı sağladığı görülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmanın amacı havayolu uçuş ekibinin karşılaştığı örgütsel stres ile ortaya koyduğu örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi ampirik olarak analiz etmektir. Bu amaçla, öncelikle örgüt stresi ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramları hem genel anlamda hem de havayolu uçuş ekibi açısından ele alınmıştır. Bu çerçevede, Organ'ın kabul görmüş örgütsel vatandaşlık davranışlarının beş boyutu ele alınarak Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Stres ölçeği kullanılmıştır. Araştırma verileri Türkiye genelinde uygulanmış olup, 645 kişi bu araştırmaya katılmıştır. Neden-sonuç ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla çalışmada, basit doğrusal korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonucunda örgütsel stresin, örgütsel vatandaşlık davranışını her boyutta – fedakârlık, nezaket, sorumluluk, sportmenlik, erdemlilik – olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Stres, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Havayolu Uçuş Ekibi.

Organizasyonlarda Öz Liderliğin İç Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma – 427

Asst. Prof. Dr. Gözde MERT
Nişantaşı University, İİSBF
gozde.mert@nisantasi.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Pınar GÖKTAŞ
Süleyman Demirel University, FEAS
pinargoktas@sdu.edu.tr

ÖZET

Günümüz hızla gelişen ve değişen dünyasında işletmelerin rekabet ortamında etkin olabilmeleri için yenilikçi düşünceyle fırsatların en iyi şekilde değerlendirildiği, tehditlere karşı önlem alınabilen bir yapıya kavuşmada iç girişimciliğin önemi giderek artmaktadır. Genel itibariyle işletme içindeki girişimcilik faaliyetlerinin bütünü olarak ifade edilen iç girişimcilik faaliyetlerinde, çalışanların girişimsel fikirleri açığa çıkarmalarında onların desteklenmesi, cesaretlendirmesi, başarısız olunduğunda tekrar denemeleri için teşvik edilmesi ve uygun ortamın oluşturulmasında yöneticilerin liderlik davranışları önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı; hizmet sektöründe çalışan personelin liderlik özellikleri ve iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla, İstanbul'da bulunan ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren kurumlardaki çalışan personele anket uygulanmıştır. Araştırmaya 200 kişi katılmıştır. Verilerinin analizinde, neden-sonuç ilişkilerinin tespiti için korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Çalışma sonunda, çalışan bireyin öz liderlik özelliklerinin kurumdaki iç girişimcilik faaliyetlerini etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İç Girişimcilik, Öz Liderlik**,** Liderlik Özellikleri, Hizmet Sektörü, Liderlik, Girişimcilik.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bağımsızlık Sonrası Dönemde Türkiye- Azerbaycan Siyasi, Stratejik ve Ekonomik İlişkileri – 428

Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU
Lecturer at the State Academy of Administration of the Republic of Azerbaijan

ÖZET

1990'lı yıllarda dünyada görülen ekonomik ve politik değişim içerisinde en önemlisi Sovyetler Birliği'nin (SSCB) dağılması hareketi olmuştur. 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla bölgede yeni bir süreç yaşanmaya başlamıştır. 1991 yılının Ekim ayında Azerbaycan`ın bağımsızlığını kazamnası çok büyük bir tarihi hadise olmakla birlikte, Azerbaycan halkının hayatında yeni bir başlangıç noktası oluşturdu.Azerbaycan tarihin bütün dönemlerinde jeopolitik konumu ile dünyanın dikkat merkezinde yer almıştır. Enerji resursları ile zengin olan ve Orta Doğu`daki karışıklık düzeyine endeksli olarak küresel enerji jeopolitiğinde yer tutan Hazar Havzası bölgesinin anahtarı Azerbaycan`ın elindedir. 1991 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti bağımsızlığını kazandıktan sonra, çağdaş topluma ayak uydurmak için bir takım alanlarda reformlar yapmaya başladı. Bu reformların başlıca amacı, Azerbaycan'ın demokratik bir ülke gibi eşit şartlarla hareket etmesini sağlamaktır .İki bloklu bir yapıya dayanan dünya düzenin yıkılmasıyla, ekonomik ve politik nitelik taşıyan yeni dünya düzenin oluşumu gündeme gelmiştir. Sovyetler Birliği dünyada geniş bir coğrafi alanı kapsayan ve içerisinde pek çok topluluğu bir arada barındıran bir devlet olması nedeniyle burada oluşan değişimler tüm dünyayı yakından etkilemiştir**.** Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra, diğer alanlarda olduğu gibi, ekonomide de yeni politikalar uygulamaya başlamıştır. Yeni ekonomik politikaların temel amaçlarını mülkiyet çeşitliliğine dayanan ekonomik yapının oluşturulması, piyasa ekonomisine geçiş ve dünya ekonomik sistemine entegrasyon oluşturuyordu. Ülkede uygulanan ekonomik yapılanma sürecinde reformların ve kalkınma hamlesinin kendine özgü yeni bir modeli – "Azerbaycan Modeli" oluştu. Azerbaycan, post-sovyet coğrafyasının önemli petrol ve doğal gaz kaynaklarına sahip ulkesi konumundadır. Bağımsızlığın ilk yıllarında büyük şirketlerle yapılan anlaşmalarla ülkenin petrol sektörüne büyük yatırımlar yapılmış ve inşa edilen yeni enerji hatları sonucunda petrol ve gaz ihraç eden ülkeler arasına girmiştir. Türkiye ve Azerbaycan`ın aynı milletin iki devleti olduğu gerçeği kuşkusuzdur. Ancak bu kardeşliğin korunması, gelişmesi, derinleşmesi için iki ülke arasında tarihi ilişkilerin çok ciddi araştırılması ve günümüz insanlarına *çok yönlü* öğretilmesi büyük önem taşıyor. Çünkü, özellikle Sovyet döneminde diğer kardeş coğrafyalarda olduğu gibi, bu iki kardeş ülke arasında da tarihi ve kültürel bağların zayıflaması, hatta yok edilmesi için ciddi gayret gösterilmiş, sistemli bir devlet politikası uygulanmıştır. Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonraki dönemde Türkiye ile çok boyutlu ilişkiler ağı oluşturmuştur. Bu ilişkiler ağı kültürel, askeri, ekonomik, politik alanları kapsamaktadır. Türkiye`nin Azerbaycan`la ilişkileri çok boyutlu ve stratejik düzeydedir. Diplomatik ilişkiler 14 Ocak 1992`de kurulmuştur. İki ülke arasında mevcut olan ve her geçen gün hızla gelişen ilişkiler mümkün olduğu kadar objektif bir biçimde aydınlatılmaya çalışılmıştır. Azerbaycan ile Türkiye arasında diplomatik ve politik ilişkilerin kurulması, derinleşmesi büyük önem taşımıştır. İki ülke arasında etnik, dini, tarihi, kültürel köklere dayanan stratejik işbirliği her iki ülkenin ulusal çıkarlarına cevap vermekte ve özel önem arz etmektedir.Genel olarak, jeopolitik açıdan önemli çoğrafyada yerleşen Azerbaycan`ın Türkiye Cumhuriyeti ile çokboyutlu işbirliğinin ve stratejik ilişkilerinin daha da geliştirilmesi yalnız iki devlet açısından değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma ve güvenliğin sağlanması bakımından da özel önem taşıyor. Güney Kafkasya bölgesinde barış, güvenlik ve işbirliğine dayalı toplumsal ve ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından Türkiye-Azerbaycan diplomatik ilişkilerinin çok önemlidir.
Bu bağlamda çalışmada, bağımsızlık sonrası Azerbaycan - Türkiye siyasi, stratejik ve ekonomik ilişkileri incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Azerbaycan, Türkiye Cumhuriyeti, Strateji, Ekonomik ilişkiler, Kalkınma, Sosyo- Ekonomik Etkiler.

Parçalanmış Aile Çocuklarında Öz Kavramı ve Depresyon* - 429

Neslihan ASLIHAN
Üsküdar University SBE
neslihanaslihan@gmail.com

ÖZET

Çocuk gelişiminde aile ve aile ile kurulan bağlar kimlik ve kişilik gelişimi için yapı taşlarının konulduğu ilk alandır. Ailenin çocuk yetiştirme şeklinin bireyin ruh sağlığı açısından taşıdığı önem büyüktür. Aile hayatından, erken çocuklukta yoksun kalan çocuklar okula uyumda başkalarıyla duygusal ilişki kurabilmede ve dil gelişiminde yetersiz kalmıştır. Bunlar apatik, huzursuz, konsantrasyon göstermeyen, agresif duygusal bakımından kopuk, ilgi çekmeye çalışan davranışlarına karşın, başka insanlarla uzun süreli arkadaşlıklar kuramamışlardır.

Kişiliği örgütleyen bir öge olarak kabul edilen ben kavramı uyumlu bir insanda görevini yeterince yerine getirir. Çatışma içinde olan insanın ben'inin görevini yerine getirdiği söylenemez. Benlik, kişinin içinde bulunduğu aile ortamı ve toplumsal yapıdan etkilenerek gelişir. Çocuklukta aile bireyleri taklit edilmeye çalışılır. Ergenlik döneminde ise kişi kendisi hakkında bir yargıya ulaşmak için çabalar. Bu çaba sonucu ergenin duygu ve düşünceleri yanında çevre faktörlerinin etkisiyle kendisine karşı tutumu belirlenir.

Ebeveynlerin benlik kavramının yeterliliği onların çocuklarıyla ilişki kurma şekillerini etkiler. Benlik kavramı bireyin özellik ve yetenekleri, diğer bireylerin çevresi ile ilgili benlik algı ve tasarımları yaşantılar ve objelerle ilgili algılanan değer nitelikleri, olumlu ve olumsuz amaç ve idealleri gibi öğeleri oluşturur ve ebeveynlerin çocuklarıyla ilişki kurma şekillerinden etkilenir.

Bireylerin yaşamlarının ilk dönemlerinden başlayarak kendilerine, geleceğe, dış dünyaya karşı olumsuz kavramlar kurmaya başlarlar. Giderek olumsuz yargılara, düşüncelere ve tutumlara neden olur. Bunun sonucunda bireyler depresyon kavramı ile karşılaşır. Özünde umutsuzluk olan depresyon negatif benlik algısının gelişiminde önemli rol oynar. Literatürde çökkünlük olarak da ifade edilen depresyon çocukluktan beri acılı uyaranlarla karşılaşınca bunlardan kaçmayı, kurtulmayı bilememe ve çaresiz kalma durumu olarak tanımlanabilir.

Bu çalışmada parçalanmış ailelerin çocuklarında öz (benlik) ve depresyon kavramlarına ilişkin teorik değerlendirme yapılarak analiz edilecektir.

* Bu çalışma Çukruova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalında hazırlanan "Parçalanmış veya Tam Aileye Sahip Çocukların Öz-Kavramı Depresyon Düzeyleri ve Akademik Başarılarının Yaş ve Cinsiyet Yönünden Karşılaştırılması" isimli Yüksek Lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Turizmde Hibrit Yaklaşım: Fethiye, Türkiye Örneği – 430

Prof. Dr. Asım SALDAMLI
Mardin Artuklu University
asimsaldamli@artuklu.edu.tr

Res. Assist. İpek Itır CAN
Mardin Artuklu University
ipekcan@artuklu.edu.tr

ÖZET

Pazarlamanın temelini oluşturan tüketiciyi ve buna bağlı olarak tüketici davranışlarını anlamak, ilgili alan araştırmacılarının her zaman dikkatle takip ettiği ve ilgilendiği bir konu olmuştur. Yakın gelecekte satın alma gücüne bağlı olarak iktisadi piyasalarda söz sahibi olacağı bilinen Z Kuşağı başta olmak üzere, toplumun genelinin beklenti ve taleplerinde önemli değişimler meydana geldiği görülmektedir. Bu değişimler kapsamında, yakın dönem pazarlama literatüründe adından sıklıkla söz ettiren bir kavram ortaya çıkmaya başlamıştır: Hibrit (melez) tüketici. Bu yeni tüketici tipinin en temel özellikleri; geleneksel pazarlamanın tüketici bölümlendirme kriterlerine uymamaları, davranışlarının önceden yaptıkları tüketimlere bağlı olarak öngörülememesi, tüketim motivasyonlarının değişken olması ve oldukça geniş bir fiyat aralığında ödeme yapma istekliliğine sahip olmalarıdır. Bu çalışmanın temel amacı, hibrit tüketici kavramını turizm literatürüne taşıyarak, hibrit turistin tanımını yapma çabası yürütmek ve hibrit turistlere yönelik turistik destinasyonların özelliklerini Türkiye, Fethiye örneği üzerinden açıklamaktır. Hibrit turistlerin hem seyahat motivasyonlarının hem de seyahate yönelik harcama miktarı aralıklarının sürekli değiştiği düşünülmektedir. Öyle ki, aynı turist bir destinasyona ziyareti esnasında birçok farklı turizm türünü (deniz-kum-güneş, macera, doğa, kültür, inanç vs.) bir arada deneyimlemek isteyebilmektedir. Bu nedenle, hibrit turistlere yönelik destinasyon özelliklerinin ön plana çıkarılması bir gereklilik haline gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hibrit Turist, Destinasyon Pazarlaması, Tüketici Davranışları, Seyahat Motivasyonu, Fethiye-Türkiye.

A Hybrid Aproach to Tourism: A Case Study of Fethiye, Turkey

ABSTRACT

Understanding the consumer, which forms the basis of marketing, and the consumer behavior is a subject that has been carefully followed and interested by the relevant field researchers. It is observed that significant changes have occurred in the expectations and demands of the general society, especially in Generation Z, which is known to have a say in the economic markets due to the purchasing power in a close future. Within the context of these changes, a notion that is frequently mentioned in the recent marketing literature has begun to emerge: Hybrid Consumer. This new consumer type has some main characteristics, such as it cannot be correlated with the consumer segmentation criteria of traditional marketing, its behaviour cannot be predicted depending on its previous consuption, its motivation for consumption is variable and it has the willingness to pay at a very wide price range. The main purpose of this study is to carry out the definition of hybrid tourist by bringing the concept of hybrid consumer to tourism literature and to explain the characteristics of the touristic destinations which have hybrid characteristics through the example of Fethiye, Turkey. It is believed that both the travel motivations and the travel expenditure ranges of hybrid tourists change constantly. Such that the same tourist may want to experience many different types of tourism (sea-sand-sun, adventure, nature, culture, faith, etc.) during his/her travel to a destination. Therefore, it becomes a necessity to highlight destination specialities for hybrid tourists.

Keywords: Hybrid Tourist, Destination Marketing, Consumer Behavior, Travel Motivation, Fethiye-Turkey.

Sağlık Çalışanlarında Çalışma Stresinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Bakırköy İlçesinde Bir Araştırma – 431

Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER
Istanbul Gelisim University, SBYO
gtamer@gelisim.edu.tr

ÖZET

Günümüzde aktif olarak varlıklarını sürdüren işletmelerin bir çoğu, sektörlerinde başarılı bir konuma ulaşmak için büyük bir hırsla çalışarak rekabet içerisine girmektedirler. İşletmelerin verimini arttıran en büyük unsurlardan biri çalışan profilinin başarılı olması ve çalışanların işine karşı sorumluluklarını yerine getirmesidir. Çalışan bireylerin örgüt içerisindeki başarısını etkileyen en büyük faktörlerden biri haline gelen çalışma stresi, işgörenin işinden duyduğu memnuniyet veya memnuniyetsizlik derecelerini değiştirmektedir. İşletme yöneticileri de sektörlerinde firmayı iyi bir konuma getirebilmek ve çalışanlarının iş tatmin düzeylerini arttırmak için olumsuz yönde etkileyen çalışma stresi faktörlerini azaltmaya yönelik çalışmalara önem vermektedirler.
Bu çalışmanın amacı iş yaşamlarında çalışanların yaşadıkları stresin iş tatmini üzerine etkisini incelemektir. Çalışmanın uygulama kısmında ise çalışma stresinin iş tatmini üzerine etkisini belirlemek amacıyla İstanbul ilinin Bakırköy ilçesindeki sağlık çalışanları üzerinde inceleme yapılmıştır.
Araştırmanın amacı: stresinin iş tatmini üzerine etkisini incelemek amacıyla sağlık çalışanlarının demografik özelliklerini, çalışma stresini ve iş tatminini ölçmeye yönelik üç bölümden oluşan anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırma verileri İstanbul ilindeki Bakırköy ilçesinde bulunan 270 sağlık çalışanına uygulanarak elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi için SPSS 22.0 programı kullanılarak, değişkenin tipine göre gruplar arasındaki karşılaştırmalarda Mann Whitney U ve Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Korelasyon ve regresyon analizi yapılarak değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Stres, İş stresi, İş Tatmini, Stresle Başa Çıkma Yöntemler

The Effect Of The Work Stress On Job Satisfaction: A Case Study On The Health Employees In Bakirköy District

ABSTRACT

Many of the enterprises that are still active today, enter into demanding competition to be successful in their sectors. One of the biggest factors that increase the productivity of the enterprises is based on the success of the employees' profile and the fulfillment of the employees' responsibilities at their work. Stress at workplace has become one of the biggest factors affecting the success of the employees in the organization and directly influences employee satisfaction or dissatisfaction. Business executives also pay great attention to reduce work stress factors that adversely affect the firms to improve their job satisfaction.
The aim of this case study is to analyze the effect of the work stress of the employees on their job satisfaction. Health employees in Bakırköy-İstanbul were selected to explore the effect of work stress on job satisfaction.
In accordance with the purpose of the study, a survey method consisting of three sections was used to measure the demographic characteristics, work stress and job satisfaction of bank employees. Research data were obtained from 270 health employees in Bakırköy district of Istanbul province. SPSS 22.0 program was used for the analysis of the research data and Mann Whitney U and Kruskal-Wallis tests were applied for the comparisons between groups according to the type of the variable. Correlation and regression analysis were used to measure the relationships between variables.

Keywords: Stress, Job Stress, Job Satisfaction, Stress Coping Methods.

Sağlık Meslek Mensuplarının Meslekleriyle İlgili Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri – 432

Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER
Istanbul Gelisim University, SBYO
gtamer@gelisim.edu.tr

ÖZET

İnsan sağlılığına katkılarından dolayı, kutsal bir görevi meslek edinmiş olan sağlık meslek mensupları, görevlerini ifa ederken ve hastalarla olan ilişkilerinin bazı durumlarında, kanun, yönetmelik ve tüzüklerlerin kapsamında yasaklanan durumlarla karşılaşmaktadırlar. Sağlık yönetimi dalında eğitimini tamamlamış ve sağlık hukuku konusunda yeterli bilgiye sahip, uzman sağlık yöneticilerinin kontrol ve müdahalesiyle, karşılaşılan sorunların en aza indirlebileceği görüşüyle hazırladığım, ‘’Sağlık meslek mensuplarının meslekleriyle ilgili yasal sorumlulukları ve yükümlülükleri’konusundaki bu çalışmam, sağlık mensuplarının yaşadığı ciddi sorunlar ve sorumlulukların açıklanmasına yönelik eksikliği gidermek ve bu konuda araştırma yapanlar için kaynak oluşturmak amacıyla hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Meslek Mensupları, Yasal sorumluluk, Yükümlülüğünün Kapsamı, Suçluyu Bildirme Yükümlülüğünün Kapsamı.

Legal Responsibilities and Liabilities of Occupational Health Professionals

ABSTRACT

Due to their contribution to human health, healthcare professionals who have been endowed with a noble mission to provide health care to everyone. Unfortunately, when they are performing their duties these professionals sometimes face with conditions which are prohibited under laws, regulations and rules.

However, this problem is an obstacle that can be solved by the contribution of experts who are equipped with healthcare industry administrative methods and public health legislation.

This study on the legal responsibilities and professional liability of the healthcare employees has been prepared to provide a new perspective to the researchers on this subject and nonetheless to provide a future reference for their studies.

Keywords: Health Professionals, Legal Responsibility, Scope of Obligation, Scope of Obligation to Report Criminal.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Pedagogical Basis of Practice Oriented Future Specialists Training – 433

Assoc. Prof. Dr. Mahmut Oguz KUTLU
Cukurova University

Zharylgassova PERUZA
Caspean State university of Technology and Engineering Phd student

ABSTRACT

This article presents the research of a pedagogical experience of Teacher Training on the subject of Professional education, a curricular unit which is part of the degrees on Education taught at National university (Kazakhstan). The foundation of the curricular unit and its characteristics are presented, as well as the analysis of the students' evaluation on its teaching effects as perceived by them. The analysis of the data, based on some contents of a portfolio, shows a considerable positive perception of those effects.

The purpose of the research is to determine and substantiate the methodology of the study and to develop the organizational and methodological support for the professional training of bachelor's education as the basis for the formation of their competence and personal and professional development.

Keywords: Ethics; personal and social development; professional; teacher development; teacher training.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Features of Emotional Intelligence of Future Psychologist Students – 434

Aigul SERIKBAYEVA
Yessenov University
aigul1-9-8-9@mail.ru

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

ABSTRACT

Annotation. In this abstract, an essential characteristic of the concept of "emotional intelligence" is given and the study of the emotional intelligence of future psychologist student studying in different courses is presented. Emotional intelligence is an important component in the development of the future professional psychologist, while understanding his and other emotions, the psychologist will be effective in his professional activities. And the ability to control emotions helps to keep the psychological impact under control. Developed emotional intelligence prevents professional burnout and it is an important tool for the professional development of a psychologist. The authors present a comparative characteristic of the emotional intelligence of future psychologist students of the 1-4 courses, who study under the bachelor's program in this abstract. The study showed that the emotional intelligence on each course of student training has its own characteristics. The obtained results can be used by teachers of higher education to improve bachelor's programs in psychology for the optimal formation of professional competencies.

Keywords: emotional intelligence, understanding of others' emotions, control of other people's emotions.

2. Introduction (the nature of the study, the purpose and questions of the study from what course is going to take, what additional contributions it can provide).

The purpose of our study is to determine the features of emotional intelligence of future psychologist students. The object of study is emotional intelligence. The subject of the research is the peculiarities of emotional intelligence in psychology students. Hypothesis: emotional intelligence of psychology students is manifested as the ability to understand the emotions of others and manage them.

The problem of personality formation is always a key one in humanistic psychology. Socialization is understood as the process by which an individual acquires knowledge, values, social skills and social sensitivity that allow him to integrate into society and behave in it adaptively. However, in order to integrate into such a complex society as the present, each individual needs emotional intelligence-a special set of social skills.

3. Theoretical basis (to summarize the relevant literature on the topic of the study.)

Emotional intelligence includes the following mental abilities:) the ability to accurately perceive, evaluate and Express emotions;) the ability to have access and cause feelings to increase the efficiency of thinking;) the ability to understand emotions, emotional cognition;) the ability to consciously regulate emotions, manage emotions, increase the level of emotional and intellectual development. Prerequisites for the development of emotional intelligence are biological and social factors. People with a high level of development of emotional intelligence have a pronounced ability to understand their own emotions and the emotions of others, can manage their emotional sphere, which leads to their higher adaptability and efficiency in communication, they are easier to achieve their goals in interaction with others.

4. Method (main research approach, bulk, sample, data collection method and scale information).

The methodological basis of our study was the work of J. G. Meyer, p. Saloway, D. Caruso, who are the authors of the original concept of emotional intelligence.

The study was conducted using the following psychodiagnostic techniques: 1. N. Hall's method for determining the level of emotional intelligence; 2. Method "Emotional intelligence" D. V. Lyusin; 3. Technique "Unfinished sentences".

The study was on the base of experiment with the future psychologist students of .Yessenov University – 41 students (31 – 1, 2, 4 course students, 10 – 3 course students), among which 30 girls and 11 boys aged from 17 to 26 years.

5. Conclusions and discussion (data analysis, discussion of the findings obtained in relation to the theoretical basis, and expected conclusions and estimates for those studies that have not yet been completed).

The results of the study were processed statistically: Wilcoxon criterion, U-Mann-Whitney criterion, correlation analysis. As a result of the method of N. Hall, it was revealed that the group of 1 course students is characterized by the following feature: having the ability to analyze the nature of their feelings and the process of their changes, there are difficulties if necessary to move away from their emotions or cause a particular emotion. It is worth noting the following inconsistency of data: the values on the scale of " self-motivation "is much higher than the values on the scale of "Management of their emotions." Perhaps the control of behavior is due to the suppression of feelings. That is, setting themselves the task to show this or that behavior, the subjects do not really control their emotions, but suppress them. This is confirmed by the method of "Unfinished sentences": "When I have a bad mood...": it is better not to touch me; it is better to hide it; does this happen?; "When it is necessary to distance myself from my feelings...": I begin to immerse myself in the emotions of other people; I suppress them with the emptiness of thoughts.

A correlation was found between the scales of "Managing your emotions" and "Emotional awareness", "self-motivation". The same connection was found between the scales "recognition of other people's emotions"and " empathy". Correlations are positive.

6. Conclusions and recommendations (conclusions to be drawn in relation to the theoretical basis of the findings or current findings should include suggestions made by the practitioner and / or researcher for the expected benefit of the study).

Analyzing the data of primary statistical processing, we can conclude that this group is characterized by sensitivity to the internal states of others.

It is assumed that the level of emotional intelligence of psychological students enrolled in the first year, higher than the level of emotional intelligence of psychological students, also recently enrolled in High School.

It is also assumed that psychology students in the first year of study should be different from students of other specialties, namely-have a higher level of emotional intelligence-expressed levels of empathy, communicative competence, control and management of emotions and the general level of emotional intelligence. The importance of studying the emotional intelligence of future psychologists in the course of training identified the problem of our study. By emotional intelligence we mean a group of mental abilities that contribute to the awareness and understanding of one's own emotions and those of others.

Recommendations: first-year students are encouraged to: develop the ability to control their emotions and the ability to observe changes in their emotional states.

Second-year students are recommended to: increase the reduced ability to determine the presence of emotions, their character, the reason that caused the emotion.

Third and fourth year students are recommended to: observe and work with emotional flexibility, with the ability to arbitrarily manage their emotions, with difficulties in activity and communication due to the inability to regulate their emotions, with the inability to understand the emotional state of another person, with the inability to determine the emotional state of another person by external manifestations.

7. Referencess

1. Andreeva I. N. Emotional intelligence: a study of the phenomenon / I. N. Andreeva / / Questions of psychology. – 2006. – No. 3. – S. 78-86.

2. Borodaenko E. A. Emotional intelligence and professional burnout / E. A. Borodaenko / / Scientific search. – 2012. – No. 2. – P. 8-16.

3. Modern ideas about emotional intelligence / D. V. Lucin / / Social intelligence. Theory, measurement, research / ed. Lyusin D. V., Ushakov D. V.-M.: Institute of psychology RAS. - 2004. – No. 3. - S. 29-36.

4. Paraskevova K. G. personality helps professionals with different levels of emotional intelligence / Paraskevova K. G. // Bulletin of the Odessa national University. – 2012. - No. 8(20). P. 425-432.

5. Goleman D. Emotional intelligence / D. Goleman. - M.: ACT, 2009. – 478 with

6. Stepanov I. S. Psychological conditions of formation of emotional intelligence of the person. Thesis. 2010 192 p.

7. Nguyen M. A. the Role of emotional intelligence in the formation of the personality of a professional student / / Professional education. Capital. - "New pedagogical research". No. 5, 2007. C. 137-140.

İngiliz Dili Eğitimi Sınıflarında Multimedya Kullanımı – 435

Lect. Ceylan YILMAZ
Çağ University
ceylanylmz88@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Mahmut Oğuz KUTLU
Çukurova University
okutlu@cu.edu.tr

ÖZET

Birçok teknolojik alet hayatımıza dahil olmaktadır. Gün geçtikçe biz teknolojiye daha çok bağımlı yaşıyoruz. Şu açıktır ki, teknoloji hayatımızın her parçasında etkilidir; mesela öğrenme ve öğretim sürecinde. Bundan dolayı teknolojisiz bir dünya artık hayal edilemez. Teknoloji hem öğretim hem de öğrencilerin öğrenme yolları için birçok etkili metoda sahiptir. Çünkü artık geleneksel yöntemlerle öğretim daha az çekici ve verilmek istenen mesajın aktarılması daha zordur. Bundan dolayı multimedya ve çoklu öğretim tekniklerinin rolü çok değerlidir ve gün geçtikçe daha da büyüyor. Bu çalışmada; araştırmacı multimedya ve çoklu öğretim tekniklerinin etkisini vurgular. Öğrencilerin sosyo-ekonomik koşulları değişebilir. Her ders multimedya materyalleri içermektedir; örneğin, PowerPoint, çevrimiçi oyunlar ….. v.b. Öğrenciler multimedya materyalleri sayesinde öğrenime dahil olmaktadırlar. Araştırmacı, değişik alt yapıya sahip sekiz öğretmeni gözlemlemiştir. Öğrencilerin ve öğretmenlerin multimedyaya yaklaşımları hakkında daha detaylı bilgi elde etmek için, araştırmacı gözlem, röportaj ve anket kullanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Multimedya, Öğrenciler, Teknoloji Tabanlı Materyaller, Multimedyayla Öğretim, Multimedya Yoluyla Öğretim Yöntemleri, Yabancı Dil Öğretimi.

The Use of Multimedia in English Language Teaching Classes

ABSTRACT

A lot of versions of technological devices have been integrated into our daily lives. Day by day, we are living more dependent on technology. It is clear that technology is really effective on every part of our lives such as teaching and learning. Therefore, a world without technology cannot be imagined any longer. Technology has a lot of effective ways for both teaching and the way learners acquire the subject since teaching via traditional methods have become more unattractive and hard to transfer the message. Thus, the roles of multimedia and multimodal teaching are significantly invaluable and it is rapidly growing. In this study, the researcher emphasized the influence of multimedia and multimodal teaching structures. The socio-economic conditions of learners may change. Each lesson included multimedia materials, for instance, songs, PowerPoint, online games, animation etc. The learners were integrated into teaching via multimedia materials. The researcher observed eight teachers coming from different backgrounds. She used observation, interview and questionnaires to catch detailed information about students' and teachers' approaches towards multimedia. The researcher observed eight teachers coming from different backgrounds. She used observation, interview and questionnaires to catch detailed information about the students' and teachers' approaches to multimedia.

Keywords: Multimedia, Learners, Technology Based Materials, Teaching With Multimedia, Teachings Structures Through Multimedia, Teaching Foreign Language.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Muhasebe Meslek Mensuplarının BOBİ FRS Konusundaki Görüşleri: Bir Araştırma – 436

Assoc. Prof. Dr. Osman TUĞAY
Burdur Mehmet Akif Ersoy University, FEAS
otugay@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) Hakkında 30138 Sayılı Tebliğ Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından hazırlanmış ve 29 Temmuz 2017 tarihli Resmi Gazetede yayınlanmıştır. Bu tebliğ ile, bağımsız denetime tabi olup da TMS/TFRS uygulamayan işletmelerin konsolide ve bireysel finansal tablolarının hazırlanmasında BOBİ FRS'yi uygulanma zorunlu getirilmiştir.

Bu çalışmada, 01.01.2018 tarihinde yürürlüğe giren BOBİ FRS konusunda Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliğine kayıtlı ve bağımsız olarak faaliyet gösteren Serbest Muhasebeci (SM) ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM)'lerin; BOBİ FRS'ye geçişin gerekliliği, yeterli eğitimi alıp almadıkları, uygulamaya hazır olup olmadıkları ve uygulamada sorunlarla karşılaşıp karşılaşmayacakları konularında görüşlerini ve önerilerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, BOBİ FRS'yi uygulayacak muhasebe meslek mensuplarının; BOBİ FRS'ye geçişin gerekli olduğu, yeterli eğitimin alındığı, geçiş için hazır oldukları görüşlerine katılmadıkları, BOBİ FRS'ye geçişte önemli sorunlar yaşayacaklarını düşünmedikleri tespit edilmiştir.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma – 438

Asst. Prof. Dr. Pınar ÖZKAN

Inst. Doğu KAYIŞKAN

ÖZET

Son yıllarda ortaya çıkan birçok yeni kavramın en dikkat çekicilerinin başında girişimcilik kavramı gemektedir. İşlemelerin faaliyetlerine başlaması, fikirlerin, ticari mal ve hizmetlerin ortaya çıkması, konularında en az sermaye, iş gücü, teknoloji faktörleri kadar girişimcik faktörünün de önemi bulunmaktadır. Girişimcilik kavramı, ekonomik gelişme ve sosyal kalkınma anlamında, bölgelere, ülkelere ve sektörlere önemli katkı sağlamaya başlamıştır. Bu çalışmada, tüm dünyada kabul görmüş girişimcilik ihtiyacının varlığı ve bireylerin girişimcilik eğilimlerinin hangi yönde olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin demografik faktörler, lise eğitimi, üniversitede almış olduğu dersler ve daha önce herhang bir iş tecrübelereinin olup olmadığının sonucunda girişimcilik eğilimini tespit etmektir. Ayrıca çalışmanın bir amacı da teknik programlar öğrencileri ile iktisadi idari programlar bölümü öğrencileri arasında girişimcilik eğilimleri arasındaki farkları ortaya koyabilmektir. Araştımanın örneklemi Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu öğrencilerinden oluşmaktadır. Örneklem belirlenirken kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır ve bölümlerden 454 adet öğrenci ile yüzyüze anket yapılmıştır. Yapılan anketler SPSS programı ile analiz edilmiş ve bulgular raporlanmıştır.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Üniversite Öğrencilerinin Elektronik Ticarette E-Ödeme Sistemlerindeki Güven Algılarına Dair Bir Çalışma – 439

Inst. Doğu KAYIŞKAN

Inst. Seçkin ŞALVARLI

ÖZET

Bir satıcıya duyulan güvenin, bir çevrimiçi işlemin algılanan riskini azalttığı bilinmektedir. Bununla birlikte, algılanan riskin tüketici güvenine bir engel teşkil ettiğini varsaymanın teorik nedenleri vardır. Ayrıca, mevcut araştırmalar, güvenin satın alma niyetinin önemli bir belirleyicisi olduğunu göstermektedir. İyi güvenliğin güveni arttırdığı bilinmekle beraber iyi güvenlik ve güvenin doğru şekilde algılanmasının elektronik ticaret kullanımını artıracağı düşünülmektedir. Aslında, müşterilerin e-ödeme sistemlerinin güvenliği hakkındaki algıları, pazarlardaki elektronik ticaretin gelişiminde önemli bir faktör haline gelmiştir. Bu çalışmada, e-ödeme güvenliği ve üniversite öğrencilerinin elektronik ticarette güven ile ilgili algılarını incelemekteyiz. Bu çalışma, üniversite öğrencileri tarafından algılanan ödeme sistemlerindeki güvenliğin ve algılanan güveninin belirleyicilerini, algılanan güvenliğin ve algılanan güvenin e-ödeme sistemlerinin kullanımına etkilerini belirleyen unsurları incelemiştir. Araştıma, İzmir'deki 400 üniversite öğrencisinden toplanan veriler ile yapılması planlanmış ama geçerli ve eksiksiz olarak toplanabilen 385 katılımcı ile gerçekleştirilmiş ve analiz edilmiştir. Bu araştırma, elektronik ticarette belli olan katılımcı (üniversite öğrencileri) gruplarının tüketici davranış algılarının nasıl olduğunu anlamaya yardımcı ve ayrıca e-ödeme sistemlerinin güvenlik yönleri ile ilgili servis sağlayıcılar için pratik çözümler sağlamaya yardımcı olacaktır.

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin İnternet kullanım düzeyleri, alışveriş yapma özellikleri, Elektronik ticarete yönelik ödeme sistemlerindeki algı ve yargılarına ilişkin güvenirlik analizi araştırma içersinde yer almaktadır.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bir Psikolojik Sözleşme İhlali Olarak Whistleblowing (Bilgi İfşası) – 440

Inst. Esra BÜDÜN
Kırklareli University, PMYO
esrabudun@klu.edu.tr

Inst. Ahmet AYDIN
Kahramanmaraş Sütçü İmam University, SBMYO
ahmetaydin@ksu.edu.tr

ÖZET

Örgütsel yaşamda işverenler ve çalışanlar arasında yazılı olmayan daha çok algısal boyutta kendini gösteren bir takım psikolojik sözleşmeler bulunmaktadır. Bu psikolojik sözleşmeler işveren ve çalışan arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkiden beklentiyi içerir. Çalışanlara iş, yan haklar, talep edilen ücret gibi konularda garanti verildiğinde çalışanların kendilerini işlerine daha çok verdikleri ve işleri konusunda daha çok fedakârlık girişiminde bulundukları görülmektedir. Ancak bazen her ne kadar çalışanlar iş tatmini yaşasalar da işverenler ile aralarındaki anlaşmazlıklar, beklenti kayıpları, işveren tarafından verilen sözlerin isteksizce yerine getirilmesi gibi sebeplerle whistleblowing (bilgi ifşası) davranışına yönelebilmektedirler. Psikolojik sözleşmenin ihlali daha çok işveren tarafından gerçekleşirken bu durumu bir de çalışan tarafından düşünmek gereklidir. İlgili alan yazında söz konusu sözleşmenin ihlali davranışının işverenlere yüklenmesi çalışanların da bu sözleşmeyi ihlal edebileceklerinin göz ardı edilmesine neden olmuştur. Söz konusu bu çalışma informal bir anlaşma niteliği taşıyan psikolojik sözleşmelerin çalışanlar tarafından ihlalinin bir whistleblowing (bilgi ifşası) olabileceği varsayımından yola çıkmıştır. Dolayısıyla bu yönüyle ilgili literatüre katkı sağlayabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik sözleşme, İfşa, Bilgi İfşası.

Whistleblowing as a Psychological Contract Infringement (Information Disclosure)

ABSTRACT

There are a number of psychological contracts between employers and employees in organizational life that manifest themselves in a more perceptual dimension than written. These psychological contracts include the relationship between the employer and the employee and the expectation from that relationship. When employees are assured of work, benefits, and wages, it is seen that they give more to their jobs and make more sacrifice attempts. However, although employees may experience job satisfaction, they may turn to whistleblowing behavior due to disagreements with employers, loss of expectations, and unwilling fulfillment of promises made by the employer. While the violation of the psychological contract is mostly committed by the employer, it is necessary to consider this situation by the employee. In the relevant literature, the fact that the breach of the contract was attributed to the employers caused the employees to ignore that they could violate the contract. This study is based on the assumption that employee violations of psychological contracts, which constitute an informal contract, may be a whistleblowing. Therefore, it will be able to contribute to the literature related to this aspect.

Keywords: Psychological Contract, Disclosure, Whistleblowing.

Bir Negatif Dışsallık Örneği Olarak Uzay Çöplerinin Durumu – 441

Prof. Dr. Murat ÇAK

Dr. Türksoy EMEN

Giderek daha fazla ülke ve özel şirketin uzayla ilgilenmeye başlaması yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan biri uzay çöpleridir. Genel olarak uzay çöpü diye geçse de aslında tam olarak kastedilen dünya yörüngesinde yer alan çöplerdir. Çünkü örneğin NASA'ya göre uzay çöpü, hem doğal (meteor) hem de insan yapısı çöplerden oluşmaktadır. Ancak dünya yörüngesindeki çöp, insan yapısı olan ve artık işlevini kaybetmiş cisimler olarak tanımlanmaktadır. Birleşmiş Milletler'e göre, bugüne kadar dünya yörüngesine 8608 uydu gönderilmiştir ve bunun 5164'ü hala yörüngede bulunmaktadır. İşlevini yitirmiş, görevini tamamlamış uydular ya da bunların parçaları yörüngede bir çöplük yaratmaktadır. Şu an itibariyle yörüngede, büyüklükleri değişmekle birlikte yaklaşık 300.000 adet çöpün olduğu tahmin edilmektedir. Yörüngede oluşan bu çöplüğün yarattığı en büyük tehlike çöplerin, görevde olan diğer uydu ya da uzay istasyonu gibi araçlarla çarpışma ihtimalidir. Önceleri çok düşük olarak görülen bu ihtimal, yörüngedeki kalabalıklaşmayla birlikte oldukça artmıştır. Gözardı edilemez hale gelen riskin sigorta şirketleri için yeni bir alan yarattığı düşünülmektedir. Zira çarpışma ihtimalinin çok düşük olduğu durumlarda doğal olarak uzay şirketleri sigorta maliyetlerine katlanmak istememektedir. 2017 yılı itibariyle 340 milyar dolara ulaşan küresel uzay ekonomisinde uydu endüstrisi çok önemli bir paya sahip bulunmaktadır. Bu nedenle uzay çöplüğü endüstri için bir risk oluşturmaktadır.

Soruna kamu ekonomisi perspektifinden bakıldığında, dünya yörüngesinin bir kamu malı olduğu ve ortaya çıkan uzay çöplüğünün negatif dışsallık yarattığı söylenebilir. Çünkü 1967'deki Dış Uzay Anlaşması'na göre uzay, insanlığın ortak kullanım alanı olarak kabul edilmektedir. Kamu ekonomisinde, piyasa aksaklığı olarak kabul edilen dışsallıklar için çeşitli çözüm önerileri vardır. Regülasyonlar bunlardan biridir. Örneğin ABD'de hem NASA hem de Federal Aviation Authority üçüncü şahıslara lisans verirken, uzaya fırlatılacak uydu ya da araçların uzay çöplüğü yaratmayacak şekilde tasarlanmış olmasını istemektedir. Diğer bir çözüm vergilerdir. Çevre kirliliği gibi negatif dışsallıkların hafifletilmesinde bir seçenek olan Pigou vergisi yörüngede oluşan çöplük için bir alternatif olarak durmaktadır. Coase Teoremi olarak bilinen yaklaşım ise Pigou vergisinin alternatifidir.

Diğer taraftan, bu konuda devlet müdahalesine gerek olmadığı, sorunun piyasaca çözülebileceğine yönelik yaklaşımlar vardır. Örneğin yörüngede işlevsiz hale gelen çöplüğün başka özel şirketlerce temizlenmesi bunlardan biridir. Bazı şirketlerin bu teknoloji üzerinde çalıştığı bilinmektedir. Böyle bir durum, devlet müdahalesinde olduğu gibi (verginin maliyeti artırması gibi) uzay şirketlerinin maliyetini artıracaktır. Daha önce de bahsedilen, uzaya gönderilecek cisimlerin sigortalanması, piyasanın yarattığı çözümlerinden bir diğeridir. Sigorta, olası bir çarpışmada uzay şirketlerinin zararını karşılayacak ve önemli bir boyuta ulaşan endüstri üzerindeki riski azaltacaktır.

Uzay çöplüğü meselesi ekonomik, hukuki, teknolojik vs. birçok boyuta sahiptir. Bu çalışma temelde, uzay çöplüğü sorununa kamu ekonomisi açısından yaklaşmaktadır. Çalışmanın amacı, dünya için henüz yeni olan ancak giderek ağırlaşan bu sorunun azaltılması/dindirilmesi konusunda, hem kamu ekonomisi bağlamındaki çözüm alternatiflerini, araçlarını, politikalarını hem de piyasa tarafından üretilen çözümleri tartışmaktır. Çalışmaya göre sorunun, devlet müdahalesi olmadan piyasaca çözülmesi oldukça zordur. Çünkü örneğin, yörüngedeki aşırı kalabalıklaşmayla birlikte riskin çok fazla artığı bir durumda, sigorta şirketleri bu riski taşımak istemeyecektir. Bu nedenle çalışma, bir negatif dışsallık olan uzay çöplüğü sorununun azaltılmasında/dindirilmesinde devlet müdahalesinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Osmanlı Devleti'nde Haberleşme ve Postacılık Hizmetleri Üzerine Genel bir Değerlendirme – 442

Inst. Dr. Kazım KARTAL
Mehmet Akif Ersoy University., Ağlasun HS.
kkartal@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Osmanlı Devleti'nde haberleşme devletin ilk kurulduğu dönemden itibaren ulaklar aracılığıyla sağlanmıştır. Ulak kelimesi eski Türkçe 'de ulağ diye geçmekte olup, "Sai, tatar, berid, posta" karşılığında kullanılmıştır. Ulaklar Osmanlılarda devletin resmî haberlerini ulaştırma görevini görmüşlerdir. Devletin önemli ve acele işlerle ilgili haberlerini merkez ile eyaletler arasında götürüp getiren ulakların dürüst, güvenilir ve yol şartlarına dayanıklı olmalarına özen gösterilmiştir. Ulakların genellikle vasıtaları beygir olmakla birlikte ellerinde tuğra emir bulunanlara araba da verilirdi. Devletin sınırlarının genişlemesiyle birlikte merkez ve eyaletler arasında düzenli bir haberleşme ağı kurma ihtiyacı ortaya çıkmış ve XVI. yy. sonlarına doğru menzilhaneler gelişmeye başlamıştır. Posta istasyonları olarak görev yapan menzilhaneler haberleşme hizmetini ulaklar aracılığıyla yerine getirmişlerdir. Menzilhanelerde yeteri kadar menzil beygiri beslenerek ulakların hizmetine sunulmuştur. Ancak 19. Yüzyılın başlarına kadar önemli bir rol oynayan menziller, 19.yüzyılda ihtiyaç karşılamada yetersiz kalınca posta sistemine geçilmesi amacıyla 1834 yılında harekete geçilmiş ve yeni düzenlemeler yapılmıştır. Yapılan düzenlemeler sonucu 1839'da posta teşkilatı kurulmuş ve ulak sistemi ortadan kalkmıştır. Biz bu çalışmamızda Osmanlı devletinde haberleşme ağının nasıl kurulduğunu Başbakanlık Osmanlı Arşivinde bulunan belgeler ışığında kısa bir değerlendirme de bulunacağız.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı, Ulak, Menzil, Posta teşkilatı

Communication and Postal Services in the Ottoman State

ABSTRACT

Communication in the Ottoman State has been provided through the messengers since the first era of the state. The word of the messenger is used as the old Turkish word 'deulağ' and used for "Sai, tatar, berid, posta". Messengers had the duty to bring the official news of the state to the Ottomans. It was emphasized that the messengers who took the state's the news about important and hasty events between the center and the provinces should be honest, reliable and resistant to road conditions. The vehicles of the messengers were usually horsepower, and cars were given to those who had a tugra command in their hands. With the enlargement of the borders of the state, the need to establish a regular network between the center and the provinces emerged, and towards the end of the 16th century, the halting places began to develop. The halting places served as postal stations fulfilled the communication service through the messengers. A sufficient number of horses were fed at the halting places and put at the disposal of the messengers. However, until the beginning of the 19th century, the halting places that played an important role were inadequate in meeting the need in the 19th century, and were moved and new regulations were made in order to move to the postal system in 1834. As a result, the postal organization was established in 1839 and the messenger system has been removed. In this study, we will also give a brief evaluation in the light of the documents in the Ottoman Archives of the Prime Ministry how the communication network was established in the Ottoman state.

Keywords: Ottoman, Ulak, Halting place, Postal system.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Malatya Sancağı Bostancı Mahallesinin İktisadi ve İçtimai Yapısı (1842-1843) – 443

Inst. Dr. Kazım KARTAL
Mehmet Akif Ersoy University, Ağlasun HS
kkartal@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Osmanlı Devleti de kurulduğu dönemden itibaren toprakları üzerinde yaşayan halkın ekonomik durumunu görmek için nüfus ve mal tespiti yapmıştır. Klasik dönemde nüfus sayımları denilebilecek ilk çalışmalar, tahrir şeklinde olmuştur. Bu tahrirler, ülkede mevcut vergi durumu ile vergi mükellef sayısını belirlemek için yapılırdı. Geçmişi Osmanlı'nın ilk dönemlerine kadar uzanan tahrirler, tımar sistemiyle bağlantılı bir şekilde icra edildiği için tımar sisteminin uygulandığı yerlerde tahrir sistemi de uygulanırdı. Klasik dönemde uygulanan tahrir ve avarız sayımlarından sonra Osmanlı'da modern anlamda ilk nüfus sayımı, yeniçeriliğin 1826'da kaldırılmasıyla birlikte 1828-29 yılında yapılmıştır. Ancak Osmanlı Rus savaşlarından dolayı tamamlanamamıştır. Osmanlı-Rus mücadelesinin bitmesi üzerine 1830-31 yılları arasında nüfus sayım işlemleri yeniden düzenlenerek başlatıldı. Bu sayımdaki amaç asker alımı ve vergi gelirlerinin tespiti olduğu için sadece erkek nüfus sayılmıştır. Bu nüfus sayımlarından birisi de 1842/ 1843'de yapılan BOA bulunan 1258 tarihli Nfs kodu 2640 olan Harput eyaleti, (Malatya) sancağı, Malatya, Cubas nahiyesi, İzoli nahiyesi Nüfus defteridir. Bu çalışmamızda bu nüfus defteri kaynak olarak kullanıp Bostancı mahallesinin demografik yapısı ile birlikte Meslekler, kişilerin yaşam şartları ve fiziki yapıları ele alınarak Harput eyaleti Malatya sancağı Bostancı mahallesinin Sosyo-Ekonomik Yapısı üzerine değerlendirme yapılacaktır. Bu çalışmada, 1842/1843 yılında Bostancı mahallesinin nüfusu ve iktisadi yapısı incelenecektir.

Anahtar Kelime: Bostanbaşı Mahallesi, İktisadi, İçtimai yapı.

Economic and External Structure of Bostanci District in Malatya Sanjak (1842-1843)

ABSTRACT

Since the establishment of the Ottoman Empire, population and property were determined to see the economic status of the people living on their lands. In the classical period, the first studies that could be called censuses were in the form of records. These records were made to determine the current tax situation and the number of taxpayers in the country. Since the records, which date back to the early periods of the Ottoman Empire, were carried out in connection with the manorial system, the record system was also applied at the places where the manorial system was applied. The first modern census in the Ottoman Empire was carried out in 1828-29, with the abolition of janissary in 1826, following the record and avariz censuses applied in the classical period. However, it could not be completed due to the Ottoman-Russian wars. After the end of the Ottoman-Russian struggle, census procedures were reorganized and started between 1830 and 1831. Since the aim in this census was to determine the recruitment and tax revenues, only the male population was counted. One of these censuses is the population book of Malatya sanjak, Harput province, Malatya, Cubas township, İzoli township with the NFS code 2640 dated 1258 with the BOA in 1842/1843. In this study, this population book will be used as a resource and the socio-economic structure of the Bostancı District of Malatya sanjak of Harput province will be evaluated by considering the demographic structure of Bostancı district, occupations, living conditions and physical structures of the people. In this study, the population and economic structure of Bostancı district in 1842/1843 will be examined.

Keywords: Bostanbaşı District, Economic, Social structure.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Content Analysis of Entrepreneurship Journals: Trends for Intrapreneurship Research – 444

Inst. Dr. Burcu TOSUN
Atılım University
Faculty of Management, Department of Management, Ankara
burcu.tosun@atilim.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Şule ERDEM TUZLUKAYA
Faculty of Management, Department of Management, Ankara
sule.tuzlukaya@atilim.edu.tr

ABSTRACT

In recent years, research focusing on entrepreneurship has focused on innovation and change issues and highlight the actors who make the changes. In the early studies of entrepreneurship mostly individual and environmental factors have been prioritized; nowadays the actions of individuals, groups, and organizations are included more in the literature. While most of them focus on entrepreneurs who develop a new venture outside an existing organization and their entrepreneurial behaviors; lately, some of the studies concentrate on intrapreneurs who develop a new venture within an existing organization by exploring a new opportunity and creating economic value. Since intrapreneurship renews the businesses, help managers to innovate, and develop the overall business performance; research on intrapreneurship has been rapidly increasing in high impact academic journals. It seems substantial to elaborate detail concerning intrapreneurship research to provide details in this field. Furthermore, the research tendencies in terms of conceptual and methodological dimensions of intrapreneurship within the related literature have not been identified clearly. Therefore, this study aims to; look for trends in intrapreneurship as a field of study via entrepreneurship research, visualize general tendencies of the conducted research, and so to reveal methodological and conceptual aspects. A descriptive content analysis research design was used for delving into the intrapreneurship concept. Comprehensive databases were searched to find high impact entrepreneurship journals, and two of these journals were selected purposively. In journals' web pages, the keyword "intrapreneur" was searched, and articles from these high impact journals were selected and analyzed. Each study was inquired based on the subject area, research approach, method utilized, sampling/participants, data collection tools, variables, analysis-findings, and many other criteria.
Results indicate that intrapreneurship literature is underexplored in many aspects. Our work-in-progress attempts hope to address many other issues and provide valuable recommendations for further studies.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Eğitim 4.0 Çağında Üniversite Performansı: VZA ve Malmquist İndeks ile Bir Araştırma – 445

Ress. Assist. Serkan DERİCİ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
serkanderici@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Dördüncü sanayi devriminin etkilerinin hızla arttığı ve hayatımıza hemen hemen her alanda dahil olduğu bir dönemde ortaya çıkan Eğitim 4.0 kavramı, eğitimde modernleşmeyi ve yeni yapılanmaları zorunlu kılmaktadır. Ülkemizde eğitim çağında yer alan öğrencilerin gelişim gösterdiği sosyal çevre, teknolojik ürünler ve uzaktan öğrenmeyi içeren eski klasik metotların varsayımlarını yok sayan bir durumdadır. Bu noktadan hareketle, ülkemizde eğitim 4.0 dönüşümü yapılırken dikkat edilmesi gereken hususların varlığından dolayı üniversitelerin etkinliklerinin ölçülmesi ve malmquist toplam verimlilik indeksi ile verimliliğin ölçülmesi konusu araştırma problemi olarak ele alınmıştır. 2012 – 2018 dönemi arasında ülkemizde kurulan devlet üniversiteleri için kapsamlı bir literatür taraması ile girdi çıktı değişkenleri belirlenmiş ve üniversitelerin ilgili yıllardaki faaliyet raporlarından yararlanarak veriler toplanmış, toplanan veriler ise Veri Zarflama Analizi ile değerlendirilerek yıllara göre etkinlikleri birbirlerine göre belirlenmiştir. Ardından ilgili yıllar arasında verimlilik değişimleri Malmquist toplam verimlilik indeksi ile tespit edilmiştir. Ardından elde edilen sonuçlar değerlendirilerek Eğitim 4.0'a dönüşüm sürecinde hazırlıkların yapılması gereken noktalar belirtilmiştir. Bu kapsamda üniversitelerin etkin faaliyetler göstermesi dönüşüm sürecine hazır olmalarını ifade etmektedir. Eğitim 4.0'a bağlı gelişmeler yaşandıkça değişkenler daha net ortaya çıkacaktır. Değişkenler daha net belli olduğunda söz konusu kullanılan yöntemler ile doğrudan eğitim 4.0 dönüşüm sürecinin ve yeni dizayn edilmiş sistemin performansı ölçülebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Eğitim 4.0, Performans Değerlendirme, Çok Kriterli Karar Verme, Veri Zarflama Analizi, Malmquist Toplam Verimlilik İndeksi.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bulanık AHP ve Klasik AHP Yöntemlerinin Karşılaştırmalı Uygulaması: Lojistik 4.0 Temelli Bir Tedarikçi Seçimi – 446

Ress. Assist. Serkan DERİCİ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
serkanderici@nevsehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN

ÖZET

Lojistik 4.0, dördüncü sanayi devrimi sonucunda lojistik sektöründe ortaya çıkmıştır. Lojistik 4.0 temelli tedarikçi seçiminde rol oynayan değişkenler ve operasyonel süreçlerin farklılığından dolayı klasik tedarikçi seçimlerini kapsayan literatüre göre lojistik 4.0 temelli uygulamaların azlığı bu çalışmayı tasarlama nedenimiz olmuştur. Bu bağlamda endüstri 4.0 ve lojistik 4.0 literatüründen yararlanarak elde edilen değişkenler lojistik sektöründe faaliyet gösteren endüstri personelleri ve akademisyenler ile görüşmeler sonucunda sınıflandırılarak söz konusu kişiler tarafından hem Bulanık AHP hem de Klasik AHP yöntemlerine göre birbirlerine karşı üstünlükleri belirlenerek ikili karşılaştırmalar matrisleri iki ayrı formatta da doldurulmuştur. Devamında elde edilen veriler ile Bulanık AHP ve Klasik AHP yöntemleri ile değişkenlerin önem sıraları belirlenmiş ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. Lojistik 4.0 kavramının sektörde daha yaygınlaşması ile bu yöntemler ile daha kapsamlı bir sektör araştırması tasarlanabilir. Bu noktada, bu çalışma ana kaynak görevi üstlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Lojistik 4.0, Çok Kriterli Karar Verme, AHP, Bulanık AHP.

II. Meşrutiyet Döneminde Tercan Kaymakamları – 447

Inst. Nurullah NEHİR
Mehmet Akif Ersoy University. MAE UAM.
nnehir@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Osmanlı Devleti'nde II.Mahmud zamanında başlayan ve tanzimat dönemiyle beraber hızını artıran taşra teşkilatlanması, süreç içerisinde farklı evreler geçirmiştir. Osmanlı taşra idaresinde önemli bir yeri bulunan Kaymakamlık makamı da 1842 yılında yapılan düzenlemeyle Osmanlı idari tarihindeki yerini almıştır. Eski teşkilatlanma usülüne göre kaza yöneticisine karşılık gelen kaymakamlık makamının temsil edildiği yerlerden biri de Tercan'dır. Bu çalışmamızda 1908-1916 yılları arasında Tercan kaymakamlığı görevine atanan yöneticilerin kimliği, çalışma dönemlerinde yaşanan olayların genel çerçevesi, nereden geldikleri ve nereye atandıkları gibi ana başlıklar incelenecektir. Tercan idare tarihi için önemli bir kaynak olacak çalışmanın amacı, tarihi olayların incelenmesi esnasında önemli noktalardan olan yer, zaman ve kişi üçlemesinden birisi konumundaki "kişi"leri tarihi bütünlük içerisinde incelemektir. Prosopoğrafik bir çalışma örneği olarak bu makale ileriki zamanlarda Tercan tarihi için yapılacak dönemsel çalışmalara rehber nitelikte olacaktır. Çalışmanın kaynakları olarak Cumhurbaşkanlığı Arşiv Başkanlığı bünyesinde bulunan ve başta Dahiliye olmak üzere çeşitli fonlar ve bu fonlara ait alt fonlar kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tercan, kaymakam, idare,

Kaymakams of Tercan in the Second Constutitional Period

ABSTRACT

Provincial organization of Ottoman Empire had been developed within various phases which began at the reign of Mahmud II and accelarated in the Tanzimat era. Kaymakamlık office (Ottoman district administry) which is an important part of Ottoman provincial ruling system, took place in Ottoman administrative history with a regulation made in 1842. Tercan was one of the districts where had been represented the Kaymakamlık office which corresponded the governor of kaza (administrative district) in the older system of administrative organization. This study basically focuses on main titles such as identities of the governors who were appointed to the Kaymakamlık office in Tercan between 1908-1916 and general framework of events happened within their working periods and where those governors came from and to which positions they were appointed then. This study which is to be a significant source for researches about administrative history of Tercan, aims to examine the 'individuals' within a historical integrity as one part of the triad consisting of location, time and person which are crucial points in searching historical events. This study being an example of prosopography will be a guide for historical researches on history of Tercan. Resources used in this study are the ones belonging to mainly Interior Ministry collection and some other collections and sub-divisions of those collections at Turkish Presidency State Archives of the Republic of Turkey.

Keywords: Tercan,kaymakam,administration

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

II. Meşrutiyet Döneminde Tefenni Kaymakamları – 448

Inst. Nurullah NEHİR
Mehmet Akif Ersoy University. MAE UAM.
nnehir@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Osmanlı Devleti'nde II.Mahmud zamanında başlayan ve tanzimat dönemiyle beraber hızını artıran taşra teşkilatlanması, süreç içerisinde farklı evreler geçirmiştir. Osmanlı taşra idaresinde önemli bir yeri bulunan Kaymakamlık makamı da 1842 yılında yapılan düzenlemeyle Osmanlı idari tarihindeki yerini almıştır. Eski teşkilatlanma usülüne göre kaza yöneticisine karşılık gelen kaymakamlık makamının temsil edildiği yerlerden biri de Tefenni'dir. Bu çalışmamızda 1908-1919 yılları arasında Tefenni kaymakamlığı görevine atanan yöneticilerin kimliği, çalışma dönemlerinde yaşanan olayların genel çerçevesi, nereden geldikleri ve nereye atandıkları gibi ana başlıklar incelenecektir. Tefenni idare tarihi için önemli bir kaynak olacak çalışmanın amacı, tarihi olayların incelenmesi esnasında önemli noktalardan olan yer, zaman ve kişi üçlemesinden birisi konumundaki "kişi"leri tarihi bütünlük içerisinde incelemektir. Prosopoğrafik bir çalışma örneği olarak bu makale ileriki zamanlarda Tefenni tarihi için yapılacak dönemsel çalışmalara rehber nitelikte olacaktır. Çalışmanın kaynakları olarak Cumhurbaşkanlığı Arşiv Başkanlığı bünyesinde bulunan ve başta Dahiliye olmak üzere çeşitli fonlar ve bu fonlara ait alt fonlar kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tefenni, kaymakam, idare

Kaymakams of Tefenni in the Second Constutitional Period

ABSTRACT

Provincial organization of Ottoman Empire had been developed within various phases which began at the reign of Mahmud II and accelarated in the Tanzimat era. Kaymakamlık office (Ottoman district administry) which is an important part of Ottoman provincial ruling system, took place in Ottoman administrative history with a regulation made in 1842. Tefenni was one of the districts where had been represented the Kaymakamlık office which corresponded the governor of kaza (administrative district) in the older system of administrative organization. This study basically focuses on main titles such as identities of the governors who were appointed to the Kaymakamlık office in Tefenni between 1908-1916 and general framework of events happened within their working periods and where those governors came from and to which positions they were appointed then. This study which is to be a significant source for researches about administrative history of Tefenni, aims to examine the 'individuals' within a historical integrity as one part of the triad consisting of location, time and person which are crucial points in searching historical events. This study being an example of prosopography will be a guide for historical researches on history of Tefenni. Resources used in this study are the ones belonging to mainly Interior Ministry collection and some other collections and sub-divisions of those collections at Turkish Presidency State Archives of the Republic of Turkey.

Keywords: Tefenni, kaymakam, administration,

Üniversite Öğrencilerinin Kopya Çekmeye Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Ahi Evran Üniversitesi Örneği – 449

Turan ÇETİNKAYA

Delal KARADEMİR

ÖZET

Giriş ve Amaç: Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin kopya çekmeye yönelik tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesidir. **Kapsam:** Yapılan bu araştırmanın evrenini Ahi Evran Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemini ise bu öğrenciler arasından rasgele yöntemle seçilmiş 473 katılımcı oluşturmaktadır. **Sınırlıklar:** Araştırma yüksek maliyet ve zaman gerektirdiğinden, ahi evran üniversitesinin bazı bölümleriyle sınırlandırılmıştır. **Yöntem:** Katılımcıların Kopya çekmeye ilişkin tutumlarının belirlenmesi için Ay ve Çakmak (2015) tarafından geliştirilen kopya çekmeye yönelik tutum ölçeği kullanılmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik bir anket kullanılmıştır. Araştırmada Basit Rassal Yöntem uygulanmıştır. Araştırmaya toplam (N=473) birey katılım gerçekleştirmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 20 istatistik programı ile analiz edilmiş, güvenirlilik geçerlilik sağlanmıştır. Cronbach's Alpha kat sayısında ölçeğin toplamı için 0,918 değeri elde edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde betimleyici istatistikler, güvenilirlik analizi, t-testi analizi, Varyans analizi (ANOVA) test teknikleri uygulanarak araştırma genişletilmiştir. **Bulgular:** İstatistiksel analizler sonucuna katılımcıların kopya çekmeye yönelik tutum puanları cinsiyet, bölüm ve dindarlık değişkenlerine göre farklılık göstermezken, sınıf değişkenine göre farklılaşmıştır. **Sonuç:** Çalışma sonunda, katılımcılara ait bazı değişkenlerin (sınıf) katılımcıların kopya çekmeye yönelik puanları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencileri, Kopya Çekmeye Yönelik Tutum

Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımına Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Ahi Evran Üniversitesi Örneği – 450

Turan ÇETİNKAYA

Delal KARADEMİR

ÖZET

Giriş ve Amaç: Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin internet kullanımına yönelik tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesidir. **Kapsam:** Yapılan bu araştırmanın evrenini Ahi Evran Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemini ise bu öğrenciler arasından rasgele yöntemle seçilmiş 535 katılımcı oluşturmaktadır. **Sınırlıklar:** Araştırma yüksek maliyet ve zaman gerektirdiğinden, ahi evran üniversitesinin bazı bölümleriyle sınırlandırılmıştır. **Yöntem:** Araştırmada Tavşancıl ve Keser (2002) tarafından geliştirilen '' İnternet Kullanımına Yönelik Tutum Ölçeği'' kullanılmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik bir anket kullanılmıştır. Araştırmada Basit Rassal Yöntem uygulanmıştır. Araştırmaya toplam (N=535) birey katılım gerçekleştirmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 20 istatistik programı ile analiz edilmiş, güvenirlilik geçerlilik sağlanmıştır. Cronbach's Alpha kat sayısında ölçeğin toplamı için 0,891 değeri elde edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde betimleyici istatistikler, güvenilirlik analizi, t-testi analizi, Varyans analizi (ANOVA) test teknikleri uygulanarak araştırma genişletilmiştir. **Bulgular:** İstatistiksel analizler sonucuna katılımcıların İnternet Kullanımına Yönelik Tutum puanları cinsiyet, bölüm ve yaş değişkenlerine göre farklılık göstermezken, sınıf değişkenine göre farklılaşmıştır. **Sonuç:** Çalışma sonunda, katılımcılara ait bazı değişkenlerin (sınıf) katılımcıların İnternet Kullanımına Yönelik Tutum puanları puanları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencileri, İnternet Kullanmaya Yönelik Tutum.

Nöropazarlama Yaklaşımının Turistlerin Davranışları Üzerindeki Etkisi: Turizm Sektörü Örneği – 453

Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN
Cyprus Social Sciences University
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI
Kıbrıs Batı University, FEAS
cizrelioglu.necati@gmail.com

Inst. Tuğba ALTINTAŞ
Cyprus Social Science University
tugba.altintas@kisbu.edu.tr

ÖZET

Teknolojik gelişmelerin en çok kullanıldığı alanlardan biri olan turizm sektörü, hizmet üreten ve müşteri ihtiyaçlarına ve memnuniyetine bağlı bir sektör olduğundan sürekli olarak kendini geliştirmekte ve değiştirmektedir. Teknoljik yenilikler insanları tüketim konusunda bilinçlendiriken bir yandan da tüketimi hızlandırmaktadır. Tüketim hızını artıran en büyük etkenlerden birisi, şüphesiz pazarlama yöntemleridir. Günümüzde pazarlamanın boyutu bir hayli değişikliğe uğramış ve hergeçen gün pazarlamaya yön kazandıracak yeni yöntemler ortaya çıkmaktadır. Günümüzde büyük bir öneme sahip olan ve birçok farklı markanın kullanmış olduğu yeni yöntemlerden biri olan nöropazarlama, etkili bir yöntem olarak kullanılmakta ve tüketici davranışlarını anlama ve yorumlamada pazarlamacılara ışık tutmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, nöropazarlama yaklaşımının turizm sektörünün tüketicileri olan turistlerin davranışları üzerindeki etkisini incelemek ve tüketicilerin nöropazarlama hakkında düşüncelerini belirlemektir. Çalışmanın analizin de, SPPS 22. ve AMOS 22. istatiksel programlarından faydalanılacaktır. Nöropazarlama henüz çok yeni bir araştırma alanı olmasından dolayı mevcut çalışmada kapsamlı ve detaylı inceleneceğinden, ileride yapılacak olan akademik çalışmalara örnek olması ve ışık tutması yönünden katkı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Nöropazarlama, Tüketici, Turist, Turizm.

The Effect of Neuromarketing Approach on Tourist Behavior: The Case of Tourism Sector

ABSTRACT

Technological developments are used mostly in the tourism sector. Tourism sector is that produces services and depends on customer needs and satisfaction. Technological innovations make a people aware of consumption while accelerating consumption. One of the biggest factors that increase the consumption rate is undoubtedly the marketing methods. Nowadays, the size of marketing has changed considerably and new methods are emerging that will give direction to marketing day by day. Today, neuromarketing, which is one of the new methods used by many different brands, is used as an effective method and sheds light on marketers in understanding and interpreting consumer behavior. The aim of the study is to investigate the effect of neuromarketing approach on the behavior of tourists who are consumers of tourism sector and to determine consumers' opinions about neuromarketing. SPPS 22 and AMOS 22 statistical programs will be utilized in the analysis of the study. Since neuromarketing is a very new field of research, it is thought that it will contribute to shed light on the future academic studies as an example and will be examined in detail in the present study.

Keywords: Marketing, Neuromarketing, Consumer, Tourist, Tourism.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, İstanbul

Kırsal Gençliğin Girişimcilikle İmtihanı: Genç Çiftçi Desteği Uygulaması Üzerine Bir İnceleme – 454

Muhsin Arif AKKAYA
Ankara University
maakkaya@ankara.edu.tr

Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK
Ankara University
gulcubuk@agri.ankara.edu.tr

ÖZET

Son 20 yıllık süreç içerisinde kırsal alanlar hızlı bir dönüşüm sürecine girmiştir. Kentsel alanlarda yakalanan teknolojik ilerlemenin kırsal alanlarda yakalanamamış olması kırsal alanlardan kentlere hızlı bir göç akışına neden olmuştur. Kırsal alanlarda yaşanan bu göçün arkasında sağlık, eğitim ve ulaşım gibi fiziki altyapının yetersiz olması, birincil tarım ürünlerin katma değere dönüşeceği kırsal sanayilerin yeterince gelişmemiş olması, üretici birlikleri ve derneklerinin kurumsal yapılarının çok zayıf olması, kırsal alanlarda finansa erişimin güç olması ve yeni iş girişimlerini destekleyici teknik eleman yetersizliği gelmektedir. Ülke kırsalında yaşanan bu sorunları çözmek ve kırsal alanlarda sürdürülebilirliğin sağlanması için özellikle gençlerin kırsalda iş olanaklarına ulaşıp hayat kurmalarının desteklenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, Tarım ve Orman Bakanlığı 2016-2018 yılları arasında uyguladığı Genç Çiftçi Desteği hibe programı ile; tarımda sürdürülebilirliğin sağlanması, genç çiftçilerin girişimciliğinin desteklenmesi, gelir düzeyinin yükseltilmesi, alternatif gelir kaynaklarının oluşturulması ve genç kırsal nüfusun istihdamına katkı sağlayacak kırsal alandaki tarımsal üretime yönelik projeleri desteklemeyi amaçlamıştır. Destek kapsamında Türkiye genelinde toplamda 48.000'den fazla genç çiftçiye toplam 1 milyar TL'yi aşan hibe desteği verilmiştir.

Bu bildiride genç çiftçilere verilen bu desteğin kırsal alanlarda girişimcilik ve göç üzerindeki etkisini değerlendirmektir. Bunun için Ankara ili Polatlı ilçesinde genç çiftçi desteğinden yararlanan çiftçilerle yapılan bir anket çalışmasının sonuçları hakkında bilgiler verilip, analitik değerlendirmelerde bulunulacaktır. Bildiride Polatlı ilçesinde destekten yararlananlar 60 genç çiftçinin tamamıyla yapılan veriler sunulacaktır. Elde edilen bulgulara göre; Polatlı'da ikamet eden ve destekten yararlanan genç çiftçilerin % 80'i kendisini girişimci olarak görmekte, % 76,1'i ise muhasebe kaydı tutmamaktadır. Ankete katılanların % 95'i girişimcilik konusundaki en önemli eksiklerinin sermaye olduğunu söylerken, destekten yararlanan hiçbir genç çiftçinin kendi ürünlerine ait markasının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Genç çiftçilerin %36,7'si bulunduğu yerden göç etmek istiyorken, gençlerin kırsalda kalması için ne gerekir sorusuna ise katılımcıların % 45,7'si devletin maddi desteği yanıtını vermiştir.

Kırsal Alanlarda Girişimciliğin Artmasında ve Geliştirilmesinde Aile Çiftçiliği – 455

Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK
Ankara University
gulcubuk@agri.ankara.edu.tr

Muhsin Arif AKKAYA
Ankara University
maakkaya@ankara.edu.tr

ÖZET

Dünyada giderek artan sağlıklı ve dengeli beslenme kaygısı geçmişe yeniden hızlı bir dönüş arayışını da beraberinde getiriyor. Dünya telaş içinde, çünkü gıda güvencesi ve gıda güvenliği alarm veriyor. İnsanlığın geleceği, gıda üretimi ve gıda güvencesi ve de tüm canlıların geleceği için tarım toprakları önemli bir doğal varlıktır, kaynaktır. Gelecek yüzyıllara toprağına sahip çıkan koruyan ülkeler daha güvenli bir ortamda geçeceklerdir. İşte bunun için aile çiftçiliğine önem veren ülkeler, bunu yaşatan ülkeler gıda güvencesi ve toprak-su kaynaklarının, biyolojik çeşitliliğin koruması açısından geleceğe daha güven içinde bakıyorlar. Dünyada baş döndürücü bir toprak ve gıda hareketliliği var. Herkes telaş içinde bir yerlerden toprak kapma, satın alma, işleme telaşında. Bu girişimler tarımın, gıdanın bugün ve gelecek için ne kadar önemli bir silah olduğunu gösteriyor. Ülkeler artık tarım topraklarına daha fazla önem veriyor, korumak için daha radikal çözümler arıyor. Bazen de az önce belirtildiği gibi başka ülkelerin toprağını satın alarak gelecek güvencesini inşa etmeye çalışıyor. Küresel iklim değişikliği, küresel neoliberal şirketler gittikçe daralan tarım alanları için ciddi sorunlar getiriyor. Çözüm su, toprak ve enerji kaynaklarını akılcı, sorumlu ve geleceğe de taşıyabilecek biçimde kullanmaktan geçiyor. Bunu kim kullanacak sorusu burada belirleyicidir. Kırsalda yaşamını sürdürecek, tarımsal uğraşıyı çalışma kültürü haline getirmiş, doğaya karşı duyarlılığı olan "aile çiftçiliği" bu sorunun en akılcı cevabı olarak ortaya çıkmaktadır.

Her şeyden önce aile çiftçiliği bir hobi değildir. Aile çiftçiliği tarımın temel yapıtaşlarındandır. Bu ülkemiz için de böyledir, dünya için de. Aile çiftçiliği gerçek bir üretim faaliyetidir, hayata tutunma yolu ve iş kapısıdır. Bundan hareketle; var olan koşullar altında tarımsal üretimden vazgeçmeyen veaileişgücünü yoğun kullanarak tarım ile bağlantılı olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin tamamı aile çiftçiliği olarak tanımlanır. Aile çiftçiliği, aile-temelli tüm tarımsal faaliyetleri kapsar ve kırsal kalkınmanın birçok alanı ile bağlantılıdır. Bir aile tarafından yönetilen ve gerçekleştirilen, çoğunlukla kadın ve erkekler dâhil, ailesel işgücüne dayalı tarım, ormancılık, balıkçılık, seracılık, el sanatları ve su ürünlerine yönelik üretim faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu haliyle aile çiftçiliği kırsal alanda girişimciliğin artması ve geliştirilmesi için en önemli araçlardan birisi olacaktır. Bu bildiride aile çiftçiliği hakkında genel bilgiler verildikten sonra, kırsal alanda yeni istihdam alanlarının açılması, katma değeri yüksek ürünler için girişimciliğin geliştirilmesinde aile çiftçiliğinin önemi üzerinde durulacaktır.

Tarımda Coğrafi İşaretler Aracılığıyla Katma Değeri Yüksek Girişimciliğin Geliştirilebilme Olanakları – 456

Prof. Dr. Bülent GÜLÇUBUK
Ankara University
gulcubuk@agri.ankara.edu.tr

Huriye ÖZENER
huriyeozener@hotmail.com

ÖZET

Özellikle 2000'li yıllardan sonra güncel bir kavram olarak "Avrupa tarımsal gıda coğrafyası" ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu coğrafya gıda üretiminde kalite kavramı ve yerel ürünlerin değerlendirilmesi gibi çeşitli stratejiler ile şekillenmiştir. Bu iyi şekillendirilmiş yaklaşımında öne çıkan "Coğrafi İşaret" kavramıdır. Bunun ile bir anlamda sanayileşme ve yoğun üretim işleminin arttığı dünyada konvansiyonel gıda üretim sistemine karşı alternatif gıda ekonomisi gelişmeye başlamıştır. Son yıllarda birçok ürünün nereden geldiği ve nasıl üretildiği bilgilerinin yer aldığı marka ve etiketler ile pazarlandığı görülmektedir. Bu ürünün kaynağını gösteren pazarlama üretici ve tüketici arasındaki bağı güçlendirmiş, ürüne katma değer katmış ve yerel bilgi ve kültürün korunmasına da yardımcı olmuştur. Türkiye tarımında, kırsal alanında önemli sorunlardan birisi tarımsal ürünlerin düşük katma değer ile satılmasıdır. Bundan da en çok küçük üreticiler etkilenmektedir. Yerel ürünlerin korunması ve bu ürünlerin kaynağı olan dezavantajlı alanlarda yaşayan insanların bunun avantajından yararlanmasını sağlamak için "Coğrafi İşaretler" önemli bir kavram haline gelmiştir. Kendine has özellik taşıyan yerel ürünler konusunda önemli bir potansiyele sahip Türkiye'de coğrafi işaretler yerel kalkınma çalışmaları için önemli bir avantaj niteliğindedir. Tarımsal alanda organik tarım gibi yerel ürünlerin ve yerel pazarların bir kırsal kalkınma aracı olarak kullanılması önem kazanmaya başlamıştır. İşte bu süreçte coğrafi işaretler belirgin olarak öne plana çıkmaktadır. Coğrafi işaretler açısından yüksek bir potansiyele sahip ülkemizde coğrafi işaretli ürünlerin üretici örgütleri aracılığıyla pazarlanması ve sahiplenilmesi kırsal alanda girişimcilikte farklı yeni alanlar açabilir ve böylece yüksek katma değerli ürünler sunulabilir. Bundan da öncelikle üreticiler daha fazla yararlanabilir. Bu bildiride coğrafi işaretler ve Türkiye'nin potansiyeli hakkında bilgiler verildikten sonra, tarımsal ürünlerde katma değerin yükseltilmesinde coğrafi işaretlerin rolü ele alınacak ve üreticilerin örgütleme yoluyla süreçten daha fazla nasıl pay alabileceği konusunda tartışmalarda ve önerilerde bulunulacaktır.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, İstanbul

Avrupa'daki Üç Seçime Uluslararası ve Ulusal Basının Yaklaşımının Karşılaştırılı Analizi – 457

Dr. Zeliha OÇAK
Nişantaşı University
ocak.zeliha@gmail.com

ÖZET

Bir ay içerisinde Avrupa'da doğudan batıya doğru bir seçim maratonu gerçekleşti. 23 Haziran 2019 günü İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimleri, 7 Temmuz 2019'da Yunanistan genel seçimleri ve 23 Temmuz 2019 tarihinde İngiltere'de başkanlık seçimi uluslararası basının dikkatindeydi. Uluslararası gazetecilik konusunda öncü basın organlarının seçimlere değerlendirmede yaklaşımı farklılık gösterdi. İstanbul'daki Büyük Şehir Belediye başkanlığı seçimlerinde yarışın rakiplerinden ziyade Cumhurbaşkanı Erdoğan haber metinlerinin ana konusunu oluştururken, İngiltere'de Johnson'ın Yunanistan'da Miçotakis'in kazandığı seçimlerin haber metinleri seçimlerin kazananı üzerine kuruldu. Rakiplerden neredeyse hiç bahsedilmedi.

Uluslararası basının bir ay içerisinde gerçekleşen üç seçimlere yaklaşımının farklılık göstermesine karşın, seçim gerçekleşen ülkelerin ulusal basınlarında öne çıkan gündem maddelerinin uluslararası basınınkinden oldukça farklı olması, uluslararası siyasal iletişimde basının rolü konusunu bu çalışmanın odak noktası haline getirmiştir. Ulusal basının politik gündemin önemliliklerine göre haber içeriği üretmesi ve dolaşıma sokması yerel okuyucular açısından olağandır. Diğer taraftan uluslararası ağa sahip fakat aynı zamanda ulusal basın işlevi gören BBC gibi uluslararası haber kuruluşlarının faaliyet gösterdikleri ülkedeki gündemi, diğer ülkelerin gündemine göre daha çok önceliklendirmesi, küresel ölçekte tüketilen bu haberlerin diğer ülkelerin okurlarının da gerçeği olmasını sağlamaktadır. Post modern çağda basının yumuşak güç olarak uluslararası ilişkilerin kol bükme taktiği olarak kullanılması, haberlerin içeriğini iletişim disiplininin olduğu kadar uluslararası ilişkilerinde konusu haline getirmektedir.

İstanbul seçimleri ile Avrupa'nın diğer iki ülkesinde yapılan seçimlere basının yaklaşımı çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında bir ay içerisinde Avrupa'da gerçekleşen üç seçime uluslararası basının ve ulusal basının nasıl yaklaştığı incelenecektir. İstanbul seçimlerine uluslararası basının nasıl yaklaştığı konusu uluslararası ağa sahip BBC, The Guardian, NY Times, Financial Times, Reuters ve Washington Post gibi gazetelerin dijital gazetelerinin yayınladığı haberlerin incelenmesi ile yapılacakken, bu gazetelerin hem ulusal hem de uluslararası nitelik taşıması ulusal medyaların seçim sonuçlarına yaklaşımı kısmında tartışmak için veri sunacaktır. 23 Haziran İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerine ilişkin ilk 24 saat içerisinde çıkan haberler toplanırken, İngiltere ve Yunanistan seçimleri için seçimleri takip eden ilk üç günde çıkan haberler toplanmıştır.

İngiltere ve Türkiye gibi seçim süreci geçiren ülkelerin ulusal basınlarının birbirlerine yaklaşımı incelenirken, incelemeye ABD basının dahil edilmesiyle uluslararası basın ve ulusal basının haber biçimleri arasında daha anlamlı bir karşılaştırma yapılması sağlanmıştır. Ulusal medyada Türkiye'den 16 gazete, İngiltere'de 2, ABD'den 1 gazetenin yaptığı haberler incelenecektir. Haberler başlıkları, spotları ve içerikleri açısından incelenecektir. İngiltere, ABD ve Türkiye'nin, Yunanistan, İngiltere ve Türkiye seçimlerine ilişkin haberleri taranabilirken dil bariyeri sebebi ile Yunanistan'ın Türkiye ve İngiltere seçimlerine ilişkin basın yansımaları çalışmanın dışında bırakılmıştır. Bu sebeple Yunan basınının politik yaklaşımı hakkında bir yorum yapılamayacaktır.

Eğitimde Yalınla Müfredat Geliştirmeyi Yeniden Düşünmek – 458

Assoc. Prof. Dr. Filiz Yalçın TILFARLIOĞLU
Gaziantep University
fyalcin@gantep.edu.tr

ÖZET

Tamamlanmayan müfredat, tamamlanmamış üründür. Bu durum, araba sipariş edip söz verildiği zaman arabayı teslim alamamaya veya bir arabayı aldığımızda da sipariş verdiğinizden, eksik parçaları olmasına benzer. İyileştirmelerin bütüne hizmet edebilmesi için 'tüm sistem' ele alınmalıdır. Ardışık düzenlenen değer yaratan adımların kullanılarak kesintisiz bir iş akışının sağlanmasıyla, karar sürecinde paylaşımların arttığı okullarda problem çözme becerisi gelişmiş öğrencilerin sayısı artacaktır.

Her derse özgü 'standart iş' planlarıyla, gerek öğretmen gerekse öğrencilerin hazırlık zamanlarının azaltıldığı, yöneticilerin sürekli desteklendiği, ekip çalışmalarını etkin şekilde yapıldığı, okullarda gereğinden fazla stoğun ve hataların önlendiği, temel gelişimin ve değişimin odak noktasının insan olduğu gerçeğine dayanan yalın kültürünün yayılmasının sağlandığı eğitim kurumlarındaki yalın okul çalışmaları, mükemmellik arayışının, şekil uygunluk ve işlev açısından ne tür yeniliklere ihtiyacımız olduğunu gösterecektir.

KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığı Bakanlık Üst Yönetim Kadrosunda Yer Alan Bakanlık Yöneticilerinin Değişim ve Değişim Dirençleri ile İlgili Metafor Tanımlarının Değerlendirilmesi – 459

Exp. Nazmiye HAZAR
nazmiyehazar86@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Behcet ÖZNACAR

ÖZET

Bu araştırmada KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığı'na bağlı bakanlık üst yönetim kadrosundaki yöneticilerin değişim ve değişim dirençleri ile ilgili tanımlamalarının metaforik olarak nasıl olduğu araştırılmıştır.
Dünyamız hızla gelişmekte ve değişimi her an her dakika yaşamımızda hissediyoruz. Küreselleşen dünyaya uyum sağlamak için ülkeler her geçen gün kendilerini rekabetin ivme kazandığı sermaye kültürü ile geliştirmeye çalışırken değişim süreçlerinde değişime ayak uydururken değişim dirençleri ile karşılaşabilmektedirler. İnsanoğlu değişimde bir takım stratejileri yönetim süreçlerine dahil ederken, etkili olabilmek için uğraşlar sergilemektedir. Eğitimde de küreselleşmenin insan yaşamına ve eğitim kurumlarına olan etkilerinde gelişimi hızlandırdığını söyleyebilmek mümkündür. Ancak değişimde gelişen yeniliklere uyum sağlamak ile ilgili sorunlarla karşılaşılabilmektedir. Eğitim kurumlarında değişim ve değişimin sağlanma sürecinde değişimi yönetecek olan liderlerin iç ve dış faktörleri göz önünde bulundurarak etkili lider olma çabasında bir takım güçlüklerle karşılaştıklarını vurgulamak gerekmektedir. Eğitimde yenilik ve gelişmeleri takip etme sürecinde değişim faktörünün nasıl değerlendirildiği ve nasıl algılandığı çok önemlidir. Değişim ile ilgili uygulamaların yönetim süreçlerini olumlu veya olumsuz yönde etkilemesinde yöneticilerin değişimi doğru tanımlamasının, yani değişimi uygulayacak olduğu kitleye değişimi doğru anlatma becerisinin önemli olduğunu söyleyebiliriz. Etkili lider çalışanlarına yön verirken değişimi doğru izah edebilmelidir. Çalışanların değişim uygulamalarında doğru adımlarla ilerleyebilme becerisini kazanmalarında yönetim süreçlerinde değiştirilecek olan durumlar göz önünde bulundurularak doğru adımlarla yol alınmalıdır. Yaşanan her anın farklı olması insanın değişim ile sürekli bir etkileşim halinde olduğunu göstermektedir. Değişim ve gelişim her geçen gün daha da bir hızlanmaktadır. Dolayısıyla 21. yy. şartlarında çağa ayak uydurabilen insanlar yetiştirmede öğrencilere hizmet sağlayan eğitim kurumlarında okul yöneticileri ve öğretmenlere eğitim hizmeti verecek oldukları alanlardan her daim önde olmalarını gerektiren çağın getirdiği ve gerekli kıldığı büyük bir baskı vardır. Bu bağlamda öğretmenlerin bağlı bulundukları kurumlardaki yöneticilere çok daha büyük sorumluluklar yüklenmektedir. Farklılıklara ayak uyduran, yenilikleri takip edebilen, gelişen ve değişen dünyaya uyum sağlayan, girişken ruhlu ve sosyal anlamda iyi iletişim becerileri olan yöneticiler eğitimde de çağın gerekliliklerini rahatlıkla yerine getirebilecekken, bunun aksinin olması halinde geri kalanlar zamanla gelişim ve yenilikleri takip edememenin getirisi olarak kaybolmaya mahkumdur. Değişim ile ilgili çevremizde iklimlerin, ülkelerin, insanların, mesleklerin, tabiatın, nesillerin, yaşam şartlarının, yönetimlerin vb. pek çok şeyin farklılaştığını fark edebiliyoruz. Bu nedenle eğitim kurumlarında hizmet vermekte olan eğitimcilerin etkili liderlikte değişim kavramı ile ilgili temel bilgileri doğru kazanmaları eğitim faaliyetlerini kolaylaştırıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir.
Araştırma nitel boyutta olgubilim (fenomenoloji) deseni ile desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu; 2018-2019 eğitim- öğretim yılında KKTC Milli Eğitim ve kültür Bakanlığı'na bağlı üst yönetim kadrolarında yönetici olarak görev yapmakta olan bakanlık üst yönetiminde görevli 13 bakanlık yöneticisinden oluşmaktadır. Araştırmada araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi, araştırma kapsamına uygun, yapı bakımından standartlaştırılmış açık uçlu sorulardan oluşturulan görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada kullanılan veri toplama araçlarından, görüşmede nitel veri analizi uygulanmıştır. Araştırmada "NVivo 12 Plus Original Lisansanslı Program" kullanılmış ve betimsel analiz için bir çerçeve olarak ilk analiz sürecinde belirlenmiştir.
Araştırma sonucunda, bakanlık üst yönetim kadrosunda yer alan yöneticilerin değişim ile ilgili farkındalık bilinçlerinin literatür ile uyumlu olduğu, ancak " değişim" ,"gelişim" ve "yenilik" kavramlarını birbirine karıştırdıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin değişim kavramını ileriye doğru gelişme olarak değerlendirdikleri, değişim ile ilgili dirençlerde, değişimi olumsuz etkileyen faktörlerde insan boyutunun önemli bir unsur olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır. Bakanlık üst yöneticilerinin birer eğitim lideri olarak görev yapmakta oldukları düşünüldüğünde, bu görevlerde yer alan yöneticilerin etkili liderlik özelliklerinin geliştirilmesi amacıyla değişim kavramı ve değişim dirençleri ile ilgili farkındalık ve bilinçlerinin bilgi olarak yeterli düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişim ve değişim direnci hakkında kavram olarak tanımlama becerileri oldukça yüksek olan katılımcıların benzeşimlerde somut ve soyut varlıklardan yararlandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak yöneticilerin değişim ve değişim dirençleri hakkında değişim ve değişim engellerini daha doğru tanımlamalarına yardımcı olabilecek hizmetiçi eğitim programlarında değişim yönetimi kapsamında workshop çalışmalarına yer verilmesinin bakanlık üst yöneticilerine olumlu bir katkı sağlayacağı önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetici, lider, etkili lider yenilik, gelişim, değişim, insan, direnç

Future Issues in Media, Communications and Technology – 460

Assoc. Prof. Dr. Elira TURDUBAEVA
American University of Central Asia
eliraturdubayeva@gmail.com

ABSTRACT

This keynote speech explores the future legal and ethical issues that might emerge as media and communications adapt new technologies and major technological and social changes that are likely to affect media and communication practices. It will touch on concepts such as Artificial Intelligence, Blockchains, virtual reality and augmented reality and their likely impact on media and communications policy, law and professional ethics. The platforms distributing news content are reluctant to address the problem of misinformation, trolling and salacious content. Will the technology on the horizon not only help combat the spread of misinformation, but also offer creative solutions to funding quality news?
This keynote speech will address this question and present the latest industry-specific reports such as The Future Today Institute's annual trend reports that will help organizations to see opportunity as they plan for the future. They can factor these trends into their strategic thinking for the coming year, and adjust their planning, operations and business models accordingly. So far many leadership teams all around the world have been using these trends as part of a formal, ongoing process to reduce risk, harness new opportunities and drive change within their fields.

Cultural Transmission as the Basis For Successful Psychological and Pedagogical Adaptation of Students – 461

Tadzhibayeva Zh.A., Nagibina N.L.
Caspian State University of Technology and Engineering named after Sh.Yessenov
(Yessenov University)

ANNOTATION

This article discusses the problems of intercultural adaptation of repatrate students, foreign students at the university. The cultural transmission is analyzed as a process through which culture is transmitted from previous generations to subsequent ones through training.
Interest in the problems of intercultural adaptation arose in world science at the beginning of the twentieth century. In the culturological aspect of the study of cultural translation, the term cultural transmission (as well as the term transmission of culture is synonymous with it) is used to refer to the transmission and preservation of cultural heritage, mainly with an emphasis on the didactic component, as, for example, in the definition given by A. I. Kravchenko: “The process by which culture is transmitted from previous generations to the next through learning” transmission as a synonym for the concepts of “social learning”, “social transmission” [Understanding Cultural Transmission in Anthropology: A Critical Synthesis. Ed. by R. Ellen, S.J.Lycett, and S.E. Johns. New York, Oxford: Berghahn Books, 2013. 392 p.]; подчеркивается роль коммуникации в этом процессе [Morin O. What does communication contribute to cultural transmission? // Social Anthropology. 2013. № 21 (2). P. 230-235.].
Due to the cultural transmission, each subsequent generation gets the opportunity to start with where the previous one stopped. The younger generation adds new knowledge to already accumulated wealth. Accumulation takes place where more elements are added to the cultural heritage than old ones are discarded; this is the process of enriching the existing culture with new elements: the emergence of new patterns, differentiation, integration of old ones and borrowing from other cultures. As we mentioned above, the cultural transmission includes the processes of inculturation and socialization, in this regard, it is a mechanism by which a certain ethnic group inherits its main features and characteristics to the descendants.
The result of psychological and pedagogical adaptation of repatrate students will be the achievement of psychological satisfaction within the framework of the "host" culture. This is expressed in well-being, psychological health, in a clearly defined sense of personal or cultural identity. Given that cultural transmission is a mechanism by which an ethnic group “inherits” its new members, primarily children, we can say that the adaptation and integration of young repatriates are completely dependent on the quality of cultural transmission, its essential and meaningful characteristics that we must also model in society of Kazakhstan.

Keywords: Adaptation, intercultural adaptation, cultural transmission, acculturation, education, psychological-pedagogical adaptation.

Örgütlerde Otantik Lider Karşılaştırması ve Çalışanların Cinsiyete Yönelik Otantik Lider Davranış Algılamalarına Dair Bir Uygulama*-462

Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL
Anadolu University
ackirel@anadolu.edu.tr

Müge ÜNAL
Anadolu University
mugeunal@anadolu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, üretim sektöründe faaliyet gösteren bir örgütteki liderlerin cinsiyete yönelik lider davranışlarının otantik liderlik unsurları açısından incelenerek karşılaştırması ve de çalışanların da yöneticilerinin otantik liderlik açısından algılamalarını ortaya koymaktır. Bu amaçla farklı dönemlerde ve farklı çalışan kapasitelerindeki fabrikalarda yapılan araştırma bulgularının benzerliklerini ve farklılıklarını saptamayı hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda üretim sektöründe faaliyet gösteren orta çalışan kapasiteli bir fabrikanın liderleri ve onlara bağlı çalışanlar ile büyük çalışan kapasiteli bir fabrikanın liderleri ve onlara bağlı çalışanlarla karşılaştırmalı nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Günümüzdeki en güncel ve popüler olan liderlik tiplerinden olan otantik liderlik detaylı bir şekilde incelenmeye çalışılmış, cinsiyet bağlamında liderlik davranışları ele alınarak, otantik lider davranışları açısından farklılıkları irdelenmiş, ayrıca örgütteki çalışanların kadın ve erkek liderleri otantik liderlik davranışları açısından nasıl algıladıkları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Betimsel analizler ile kadın ve erkek liderlerin otantik davranış açısından eğilimleri tespit edilmiş, davranış farklılıkları ortaya koyulmuş ve çalışanların algılamaları ile sonuçlar karşılaştırılarak analiz yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Otantik Liderlik, Kadın Lider, Erkek Lider, Kadın Erkek Otantik Davranış ve Algılamaları

Authentic Leader Comparison in Organizations and An Applicatıon on The Gender Authentic Leader Behavior Perceptions of Employees

ABSTRACT

The aim of this study is to examine and compare the leadership behaviors of leaders in an organization operating in the production sector in terms of authentic leadership elements and to reveal the perceptions of employees' managers in terms of authentic leadership. For this purpose, it is aimed to determine the similarities and differences of the research findings made in the factories in different periods and with different employee capacities. In line with this objective, a comparative qualitative study was conducted with the leaders and subordinates of a medium-capacity factory operating in the manufacturing sector and the leaders and subordinates of a large-capacity factory. Authentic leadership, which is one of the most current and popular leadership type, is examined in detail, leadership behaviors in gender context are analyzed and differences in terms of authentic leader behaviors are examined, and how employees perceive female and male leaders in terms of authentic leadership behaviors are evaluated comparatively. With descriptive analysis, the tendencies of male and female leaders in terms of authentic behavior were determined, behavioral differences were revealed, and employee perceptions and results were compared and analyzed.

Key Words: Leadership, Authentic Leadership, Female Leader, Male Leader, Female Male Authentic Behavior and Perceptions

***** Bu çalışma 2017 yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Yüksek Lisans Tezinin bulguları ile karşılaştırmalı yapılarak uygulanmıştır.

Doğal Afetlerde Sosyal Medya ve Algı Yönetimi – 463

Inst. Yeliz ALBAYRAK
İstanbul Aydın Üniversitesi
yelizalbayrak@aydin.edu.tr

ÖZET

Amaç: Son yıllarda gelişen teknoloji ve buna paralel olarak hızla artan sosyal medya kullanımı ile algı yönetimi kavramı büyük önem kazanmıştır. Bu çalişmada doğal afetlerde sosyal medyanın algı oluşturmak için kullanımı ve algı yönetimindeki rolünü incelemek amaçlanmaktadır.

Yöntem : 26 Eylül 2019 tarihinde, merkez üssü Istanbul Silivri açıkları olan , 5.8 büyüklüğündeki orta şiddetli depremin ardından oluşan kaos ortamının sosyal medyadaki yansıması ve twitterda sosyal medya hesapları bulunan farklı görüşlerdeki gazetelerin haber akişları karşilaştırılarak doğal afet sonrası oluşturulmaya çalişilan algı değerlendirilmiştir. Farklı söylemler kullanılarak,incelenen sosyal medya yayın organının hedef kitle üzerinde oluşturmaya gayret ettikleri algı gösterilmeye çalişilmiştır.İnceleme yapılırken, A haber, 24 tv ve muhalefet kanadına yakınlığı ile bilinen Oda Tv, Fox Tv ve Halk tv twitter hesaplarında 26 Eylül itibarı ile yapılan doğal afet haberleri karşilaştırılmıştır. Her bir yayın organına ait twittter hesaplarının aynı zaman aralığında ve aynı doğal afet durumunda olayları sunuş bakımından farkları değerlendirilerek yapılan algı yönetimi incelenmiştir.

Bulgular: 26 Eylül itibarı ile A haber twitter hesabından mevcut duruma istinaden negatif yönde herhangi bir tweet atılmadiği görülmektedir. Afet sonrası genel bilgi verilmesi, uzman görüşleri ve sokak röportajları haricinde, muhalefet partisine üye olan belediye başkanın söylemleri hakkında tweetler yayınlanmiştır. 24 tv de ise 27 Eylül tarihde afet sonrası, genel durum bilgilendirmesi, ve devletin yetkili birimlerinin afete hazırlıklı olduğuna,arama kurtarma ekiplerinin, toplanma yerlerinin yeterli olduğuna dair haberler yayınlanmıştır.Halk tv, Fox tv ve Oda tv twitter hesaplarında ise aynı tarihlerde, genel bilgilerin haricinde deprem vergileri, toplanma alanları, çöken iletişim ağı ve genel hazırlık yeterliliği ile ilgili eleştirilerin yanısıra, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanın gerekli toplantılara kasıtlı olarak davet edilmediği ile ilgili twitler yayınlanmiştır.

Sonuç: İncelenen twitter sosyal medya hesaplarında her haber kanalının afet sonrasında kendi görüşü doğrultusunda bir algı oluşturmak için belli haberleri öne çikardığı, belli görüşerle yer verdiği ve istenilen yönde bir algı oluşturmak için destekleyici söylemlerde bulunup karşıt görüşlerde ki eleştirileri çürütmek için savunma ve hedef kitleye sadece seçilen bilgileri sunma yoluna giderek algı yönetimi yapıldığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Algı, Algı yönetimi, Sosyal Medya, Twitter, Doğal Afet.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, İstanbul

Hizmetkar Liderliğin İşe Gömülmüşlük Üzerindeki Etkisi – 464

Assoc. Prof. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
dmbickes@nevsehir.edu.tr

Şıh Mehmet BÜYÜKBAŞ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
sih_mehmet@hotmail.com

ÖZET

Küreselleşmenin sonucu rekabetin artması ve teknolojideki değişimler iş şartlarında karmaşıklaşmaya neden olmuştur. Bu şartlarda işletmelerin verimliliklerini devam ettirmek için sahip oldukları insan kaynaklarından etkili bir şekilde yararlanmaları gerekmektedir. Örgütler büyük yatırımlar yaptıkları insan kaynaklarına; onlara değer verdiklerini ve çıkarları lehine uygulamalar gerçekleştirdiklerini göstermeli ve çalışanların bu yöndeki algılarını yüksek tutmaya gayret etmelidirler. Böylelikle onlardan etkin bir şekilde faydalanabilecek ve onları örgütte tutabileceklerdir. Örgütün varlığını ve desteğini arkasında hisseden çalışanlar işlerine daha çok sahip çıkacak, beklentilerinin daha çok karşılanmasıyla da performanslarını artıracaklardır (Şanlı, 2016: 1).

Toplumları geliştirecek liderler onlar arasından çıkan ve onlara hizmet etmeyi esas alan çoğunluğun ihtiyaçlarını karşılamaya e onları desteklemeye odaklanan liderler özlenmektedir. Bu anlayışla liderlik özellikleri üzerine tartışmalar ve arayışlar devam ederken 1970'li yıllarda Robert Greenleaf tarafından geliştirilen "hizmetkâr liderlik" kavramı ve ortaya çıkmıştır. (Akyüz, 2012: 2-3). Greenleaf 'a (1977) göre hizmetkâr lider olmak için gereken hizmet eden olma şartının yanısıra bir hizmetkar lider olmak için; girişken olma, dinleme ve anlama, hayal etme, geri çekilme, kabullenme ve empati kurma kabiliyeti, sezgi, öngörü, farkındalık ve takım kurma özelliklerine sahip olmak gerekir (Akyüz, 2012: 20). Hizmetkar lider örgütün amaçlarının gerçekleşmesi için örgüt üyelerini ihmal etmez ve onların ihtiyaçlarını ve isteklerini asla gözardı etmez. Liderin hizmetkar vasfı çalışanlara verdiği önemle doğru orantılı olarak artar (Balay, Kaya, Geçdoğan Yılmaz, 2014; 231-232). Hizmetkâr liderlik anlayışının temel işlevlerinden biri de bencilliği bir tarafa bırakarak başkalarının gelişimine odaklanmaktır (Akyüz, 2012: 4; Akyüz ve Eren, 2013: 198).

Algılanan örgütsel destek ile işe gömülmüşlük arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır (Şanlı, 2016: 67). Çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde etkisi olan işe gömülmüşlük kavramı insanların neden örgütlerinde kaldıklarını açıklamak üzere Mitchell ve diğerleri tarafından geliştirilmiştir. İşe gömülmüşlük çalışanların örgütlerini bırakmalarını zorlaştıran bağlantı ağları olarak tanımlanmaktadır (Mitchell vd., 2001: 1102-1103). Çalışanların örgütlerinde kalmaya devam etmelerini sağlayan tüm faktörleri ifade eden işe gömülmüşlük kavramı çalışanların gönüllü olarak işten ayrılmalarının önüne geçen önemli bir faktördür (Şanlı, 2016: 1).

Hizmetkar liderlik ile tükenmişlik arasında negatif yönlü anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir (Cerit, 2008: 547). Sektördeki iş fırsatları ve örgütteki uygulamaların yanı sıra çalışanların kişilik özellikleri de işe gömülmüşlük üzerinde etkili olmaktadır (Akgündüz, Güzel ve Harman, 2016: 351). İşe gömülmüşlük düzeyi iş güvencesi ile de ilişkilidir. Gerçekleştirilen bir çalışmada işe gömülmüşlüğün iş güvencesizliğinin işten ayrılma niyeti üzerindeki pozitif etkisini ortadan kaldırıcı tam aracı etkisi olduğu tespit edilmiştir (Murphy vd., 2013).

Liderlik davranışlarının çalışanların işe gömülmüşlük düzeyini etkileyeceği öngörülmektedir. Gerçekleştirilen bir araştırmaya göre güçlendirici lidelik ile ile gömülmüşlük arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Erkutlu ve Chafra, 2015: 8), Ayrıca gerçekleştirilen başka bir çalışmada otantik liderliğin işe gömülmüşlük üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir (Erkutlu ve Chafra, 2017: 420). Yöneticiye güven işe gömülmüşlük üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir (Akgündüz, Güzel ve Harman, 2016: 357). Böylelikle çalışanlara yardımcı olmayı, onlara hizmet etmeyi ve onları geliştirmeyi hedefleyen hizmetkar liderliğin işe gömülmüşlük düzeyi üzerinde olumlu yönde bir etkiye sahip olacağı öngörülmektedir.

Bu çerçevede temel araştırma sorusu "sanayi sektörü örnekleminde hizmetkar liderliğin, işe gömülmüşlük üzerinde ne düzeyde ve ne yönde etkili olmaktadır?" şeklinde belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacı: Kayseri ilinde sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde hizmetkar liderliğin işe gömülmüşlük üzerindeki etkisinin analiz edilmesidir. Hizmetkar liderlik ve işe gömülmüşlük ilişkisi üzerine ulusal ve uluslararası yazında çalışmaya rastlanmaması nedeniyle bu araştırma ile hem hizmetkar liderlik ve işe gömülmüşlük ilişkisinin çalışılması konusunda araştırmacıların dikkatini çekmek hem de gelecekte hizmetkar liderlik ve işe gömülmüşlük çalışma gerçekleştirecek araştırmacılara yol gösterici bir rol oynamak hedeflenmektedir. Ayrıca yöneticilere yönelik öneriler ile yazına ve uygulayıcılara ***katkı*** sağlanacağı düşünülmektedir.

METODOLOJİ

Araştırmanın örneklemini, Kayseri ilinde faaliyet gösteren sanayi sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılacaktır.

Araştırmada; etik iklimi ölçmek için Dennis ve Bocernea (2006) tarafından, geliştirilen ve Aslan ve Özata (2011) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ölçek kullanılacaktır. Bu ölçek; beş boyut ve toplam 14 ifadeden oluşmakta olup; Beşli Likert tipidir (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).
İşe gömülmüşlük ise Crossley vd. (2007) tarafından geliştirilen ve Akgündüz, Güzel ve Harman (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Global İşe Gömülmüşlük Ölçeği kullanılarak ölçülecektir. Bu ölçek tek boyut ve toplam yedi ifadeden oluşmakta olup; Beşli Likert tipi ölçek kullanılacaktır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Araştırmanın Hipotezi
Araştırmanın bağımsız değişkeni: Hizmetkar liderlik
Araştırmanın bağımlı değişkeni: İşe gömülmüşlük
Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.
H: Hizmetkar liderlik işe yabancılaşma üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahiptir.

Veri Analiz Yöntemi
Araştırmanın amacı doğrultusunda korelasyon ve regresyon analizleri yapılacaktır. Ayrıca tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılacaktır.

KAYNAKÇA

1. Akgündüz, Y., Güzel, T., & Harman, S. (2016). Yöneticiye Güven ve Dağıtımsal Adalet Çalışanların İşe Gömülmüşlüğünü Nasıl Etkiler?. *Ege Academic Review*, *16*(2).
2. Akyüz, B. (2012). Hizmetkâr liderlik davranışlarının örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlık davranışları ve performans üzerine etkisi: Eğitim sektörü üzerine bir araştırma. *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
3. Akyüz, B., & Eren, M. Ş. (2013). Hizmetkâr liderlik davranışlarının eğitim sektörü üzerindeki etkisine yönelik teorik bir çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *8*(2).
4. Aslan, Ş., & Özata, M. (2011). Sağlık Çalışanlarında Hizmetkâr Liderlik: Dennis-Winston ve Dennis-Bocernea Hizmetkâr Liderlik Ölçeklerinin Geçerlik ve Güvenirlik Araştırması. *Journal of Management & Economics*, *18*(1).
5. Balay, R., Kaya, A., & Geçdoğan Yılmaz, R. (2014). Eğitim yöneticilerinin hizmetkâr liderlik yeterlikleri ile farklılıkları yönetme becerileri arasındaki ilişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *4*(1), 229-249.
6. Cerit, Y. (2008). İlköğretim okulu müdürlerinin hizmet yönelimli liderlik davranışlarının öğretmenlerin tükenmişliklerine etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, *56*(56), 547-570.
7. Erkutlu, H., & Chafra, J. (2015). Empowering leadership and organizational job embeddedness: The moderating roles of task interdependence and organizational politics. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *210*, 3-10.
8. Erkutlu, H., & Chafra, J. (2017). Authentic leadership and organizational job embeddedness in higher education. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (HU Journal of Education)*, *32*(2), 413-426.
9. Mitchell TR, Holtom BC, Lee TW, Sablynski CJ, Erez M (2001) Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of Management Journal* 1(44): 1102-1122.
10. Murphy, W. M., Burton, J. P., Henagan, S. C., & Briscoe, J. P. (2013). Employee reactions to job insecurity in a declining economy: A longitudinal study of the mediating role of job embeddedness. *Group & Organization Management*, *38*(4), 512-537.
11. Şanlı, S. C. (2016). İşgören avukatlığı ve algılanan örgütsel desteğin çalışanların işe gömülmüşlük ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisi: Otel çalışanları üzerine bir araştırma. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin*.

Etik İklimin İşe Yabancılaşma Üzerindeki Etkisi – 465

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN
Nevşehir Hacıbektaş Veli University
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Şıh Mehmet BÜYÜKBAŞ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
sih_mehmet@hotmail.com

ÖZET

Örgütlerin uzun dönemde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmesinde etik iklimin önemli bir pay sahibi olduğu ve birçok iş çıktısını etkilediği ve böylelikle örgütün diğer örgütleri kapsayacak faaliyetlerini de etkilediği kabul edilmektedir (Çalışkan ve Pekkan, 2017: 4-5). İklim, örgütlerde hem amaçların hem de amaca ulaşılacak uygun bir yolun göstergesi olan bir kavramdır (Kaplan, 2010: 5). Örgütsel açıdan değerlendirildiğinde etik iklim çalışanların genellikle neyin doğru neyin yanlış olduğuna ilişkin kararları nasıl verdiklerine atıfta bulunmaktadır (Victor ve Cullen, 1988: 102). Etik iklim genellikle, örgüt içerisinde etik olan davranışın ne olduğu ile ilgili birey algılarının toplamına dayalı psikolojik bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Aslında etik iklim genel olarak grup tarafından tanımlanır ve gruplar ve bireyler için etik olmayan davranışın ne olduğunu ve etik konuların nasıl yönetildiğini açıklar. (Malloy ve Agarwal, 2001: 40). Etik iklimin düzeyinin çalışanlar tarafından yüksek algılanmasının örgüt içerisinde birçok olumlu etkisi olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur (Ballı ve Ballı, 2017: 59). Bu doğrultuda etik iklimin örgütlerde olumsuz etkileri de bertaraf edeceği öngörülmektedir.
Rekabetin sürekli arttığı günümüzde işletmelerin başarılı olabilmeleri ve hayatta kalabilmeleri için öncelikle kendilerini rakiplerinden farklı yapan değerlerin neler olduğunu bilmeleri gerekir. Bu da özellikle örgütlerin sahip olduğu insan kaynaklarının farkına varmalarıyla mümkün olmaktadır. Bunu gerçekleştirebilmek için de örgütlerin etik davranışların şekillendirdiği güven iklimine sahip olması gerekmektedir. (Büte, 2011: 171). Etik liderliğin işe yabancılaşma üzerinde etkisine yönelik araştırmada etik liderliğin işe yabancılaşmayı olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir (Kesen, 2016: 118).
Yabancılaşma kavramı kişinin kendini bütün olarak hissedememesine ve bilincine yönelik bölünmelere sebep olan faaliyetler ve deneyimler olarak tanımlanmaktadır (Bonjean ve Grimes, 1970: 366). Blauner (1964) ve Shepard (1971) işe yabancılaşmayı çalışanın organizasyon içinde özgürlük ve kontrol sahibi olamaması olarak tanımlamışlardır (Kanungo, 1992: 415). Seeman 'a göre (1959) yabancılaşma; kişiler arası, kurumsal veya toplumsal sorunların kişi üzerinde oluşturduğu etkiye bağlı olarak meydana gelen anlamsızlık, yalıtılmışlık, güçsüzlük, kendine yabancılaşma ve kuralsızlık duygularının ortaya çıkardığı bir durum olarak ifade etmektedir (Hırlak, Çiçeklioğlu ve Taşlıyan, 2018). İşe yabancılaşma, insanların yapılarına uymayan işlerde çalışmaları ya da sürekli iş değiştirmeleri vb. nedenlerle oluşmaktadır. Sürekli yarış halinde olma ve yaratıcılığı yok eden işlerle uğraşma da işe yabancılaşmaya neden olan faktörlerdendir. Yapılan bu işlerde düşük ücret alma düşüncesi de yabancılaşmayı tetiklemektedir. Örgütlerde olumsuz iş çıktılarına olması çalışanların sosyal durumunu ve refah düzeyini olumsuz etkilemesi vb. nedenlerle işe yabancılaşmanın engellenmesi gerektiğinin üzerinde gerçekleştirilen çalışmalarda genelde durulmaktadır (Şimşek, Balay ve Şimşek, 2012: 56).
Etik iklimin işe yabancılaşma üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik, sağlık işletmelerinde (Naktiyok ve Yıldırım, 2018), bankacılık sektöründe (Babadağ ve İşcan, 2017), ve otel işletmelerinde (Tuna ve Yeşiltaş, 2014) çalışmalar gerçekleştirilmiş olup, Türkçe literatürde sanayi işletmeleri üzerine bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma ile hem kavramlar arasındaki ilişkiler ortaya konacak ve literatürdeki bu yöndeki eksikliğin kapatılmasına katkı sağlamaya çalışılacaktır.

Bu çerçevede temel ***araştırma sorusu*** "sanayi sektörü örnekleminde etik iklimin, işe yabancılaşma üzerinde ne düzeyde ve ne yönde etkili olmaktadır?" şeklinde belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacı: Kayseri ilinde sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde etik iklimin işe yabancılaşma üzerindeki etkisinin analiz edilmesidir. Etik iklim ve işe yabancılaşma ilişkisi üzerine ulusal ve uluslararası yazında sınırlı sayıda araştırma olması nedeniyle, bu araştırma sonuçlarının gelecekte etik iklim ve işe yabancılaşma ilişkisi üzerine çalışma gerçekleştirecek araştırmacılara yol gösterici bir rol oynayacağı ve yöneticilere yönelik öneriler ile yazına ve uygulayıcılara ***katkı*** sağlayacağı düşünülmektedir.

METODOLOJİ

Araştırmanın örneklemini, Kayseri ilinde faaliyet gösteren sanayi sektöründe çalışanlar oluşturmaktadır. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılacaktır.

Araştırmada; etik iklimi ölçmek için Schwepker (2007) tarafından, geliştirilen ve Çiçek (2016) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ölçek kullanılacaktır. Bu ölçek; tek boyut ve toplam 7 ifadeden oluşmakta olup; Beşli Likert tipidir (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).
İşe yabancılaşma ise Nair and Vohra (2010) tarafından geliştirilen ve Toklu (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılarak ölçülecektir. Bu ölçek tek boyut ve toplam 10 ifadeden oluşmakta olup; Beşli Likert tipi ölçek kullanılacaktır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Araştırmanın Hipotezi
Araştırmanın bağımsız değişkeni: Etik iklim
Araştırmanın bağımlı değişkeni: İşe yabancılaşma
Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.
H: Etik iklim işe yabancılaşma üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahiptir.

Veri Analiz Yöntemi
Araştırmanın amacı doğrultusunda korelasyon ve regresyon analizleri yapılacaktır. Ayrıca tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılacaktır.

KAYNAKÇA

1. Babadağ, M., & İşcan, Ö. F. (2017). Dönüştürücü liderlik ile işe yabancılaşma arasındaki ilişkide algılanan etik iklimin aracı rolü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *6*(4), 399-428.
2. Ballı, E., & Ballı, A. İ. K. (2017). Otel çalışanlarının örgtsel etik iklim algılarının incelenmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, *9*(2), 49-64.
3. Bonjean, C. M., & Grimes, M. D. (1970). Bureaucracy and alienation: A dimensional approach. *Social Forces*, *48*(3), 365-373.
4. Büte, M. (2011). Etik iklim, örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *25*(1), 171-192.
5. Çalışkan, A., & Pekkan, N. Ü. (2016). Örgütsel sessizliğin iş performansına etkisi: Etik iklimin aracılık rolü. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, *2*(1), 1-19.
6. Çiçek, B. (2016). Değer merkezli liderliğin etik iklim ve çalışan sesi üzerindeki etkisi. *İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Malatya*.
7. Hırlak, B., Çiçeklioğlu, H., & Taşlıyan, M. (2018). İşe Yabancılaşma ile Örgütsel Sağlık İlişkisi: Sağlık Sektöründe Bir Alan Araştırması. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *22*(2), 245-267.
8. Kanungo, R. N. (1992). Alienation and empowerment: Some ethical imperatives in business. *Journal of Business Ethics*, *11*(5-6), 413-422.
9. Kaplan, M. (2010). *Otel İşletmelerinde Etiksel İklim ve Örgütsel Destek Algılamalarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Kapadokya Örneği.* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya.
10. Naktiyok, S., & Yıldırım, F. (2018). Etik iklimin iş tatmini ve işe yabancılaşma düzeyine etkisi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *3*(6), 57-71.
11. Hirschfeld, R. R., Feild, H. S., & Bedeian, A. G. (2000). Work Alienation as an Individual-Difference Construct for Predicting Workplace Adjustment: A Test in Two Samples 1. *Journal of Applied Social Psychology*, *30*(9), 1880-1902.
12. Kesen, M. (2016). Öğretim elemanlarının işe yabancılaşmasının etik liderlik ve demografik değişkenler açısından incelenmesi: Uygulamalı bir çalışma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *4*(22), 118-134.
13. Malloy, D. C., & Agarwal, J. (2001). Ethical climate in nonprofit organizations: Propositions and implications. *Nonprofit Management and Leadership*, *12*(1), 39-54.
14. Şimşek, H., Balay, R., & Şimşek, A. S. (2012). İlköğretim sınıf öğretmenlerinde mesleki yabancılaşma. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *2*(1), 53-72.
15. Toklu, A. T. (2016). Çalışanlarda İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık, İşe Yabancılaşma ve İş Performansına Olan Etkisinin İncelenmesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi). *Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze*.
16. Tuna, M., & Yeşiltaş, M. (2014). Etik iklim, işe yabancılaşma ve örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *25*(1), 105-117.
17. Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative science quarterly*, 101-125.

Gelişim Kuramları Bağlamında Bir Kitap İncelemesi: Benim Olağanüstü Akıllı Arkadaşım – 466

Filiz KALKAVAN
kalkavanfiliz@hotmail.com

ÖZET

Bireyin akademik bilgiye ulaşması gelişim psikolojisi görevlerindendir. Gençler ve yetişkinler için çağın bilimsel bilgisine sahip olmak ve bilimsel bir dünya görüşü oluşturmak bir gelişim görevidir**.** Hayatımızın her alanına eleştirel gözle bakmak kişisel gelişimimiz için katkı sağlamaktadır. Okuduğumuz romanlara bu gözle baktığımızda bizim için öğreti halini alabilir.
Romanlarda kişilerin ruhsal ve fiziksel özellikleri, duyguları, düşünceleri, davranışları, alışkanlıkları, tavır alışları, tepkileri, hayata bakışları, dünya görüşleri, giyinişleri başta olmak üzere pek çok özelliklerine ayrıntılı olarak yer verilir. Romanlardaki karakterlerin hayatındaki kimlik ve kişilik krizleri ve büyük iç trajedileri incelenmeye çalışılmaktadır. **Buradan yola çıkarak** şu sıralar gündemde bulunan **Elene Ferrante'nin Napoli Romanları**nın ilki olan ***Benim Olağanüstü Akıllı Arkadaşım*** farklı bir bakış açısıyla incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca roman kahramanlarının daha derinlikli bir değerlendirmesinin yapılması hedeflenmiştir. Roman; bilişsel gelişim kuramları, Erikson ve Blos'un gelişim kuramları, bağlanma kuramı, duygu düzenleme, psikolojik dayanıklılık ve ebeveyn kabul-red kuramı ışığında incelenecektir. Kitapta bir ömür süren iniş çıkışlarla dolu arkadaşlık işlenmektedir. Bu çalışmanın aynı zamanda psikoloji ile edebiyat arasındaki sıkı ilişkinin bir göstergesi olarak, psikolojik çözümlemeler için örnek oluşturacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: gelişim kuramları, bilişsel gelişim, bağlanma kuramı, psikolojik dayanıklılık

A Book Review in Terms of Development Theories: ‘’My Brilliant Friend’’

ABSTRACT

Individual's reaching the academic knowledge is one of the tasks of developmental psychology. It is a developmental task for young people and adults to have scientific knowledge of the age and to build a scientific worldview. Looking at every aspect of our lives with a critical approach contributes to our personal development. When we look at the novels we read in this way, it can become a teaching for us.
In novels, many characteristics of people, including psychological and physical characteristics, emotions, thoughts, behaviors, habits, attitudes, reactions, views of life, worldviews, clothing are given in detail. It is attempted to analyse identity and personality crises and major internal tragedies in the life of the characters in the novels. Based on this, it is intended to analyse the first of Elene Ferrante's Naples Novels, *My Brilliant Friend*, which is currently on the agenda, from a different perspective. It is also intended to make a deeper assessment of the heroes of the novel. The novel will be analysed in the light of cognitive development theories, Erikson and Blos's development theories, attachment theory, emotion regulation, psychological resilience and parental acceptance-rejection theory. The book discusses a lifelong friendship full of ups and downs. This study is also thought to serve as an example for psychological analysis as an indicator of the tight relationship between psychology and literature.

Keywords: developmental theories, cognitive development, attachment theory, psychological, resilience

Eğitim 4.0 Çerçevesinde Sosyal Bilimlerde Bir Girişimcilik: OTSİMO – 467

Ress. Assist. Mehmet Emin ASLANLI
Nişantaşı University
mehmetemin.aslanli@nisantasi.edu.tr

ÖZET

4. sanayi devrimi olarak tanımlanan Endüstri 4.0 sessiz devrimi sanayi alanında dijitalleşme, akıllı teknoloji ve insansız üretim sunarken; bu değişimler diğer bütün alanlarda da baş göstermeye başlamıştır. Bu 4.0 devrimine muhatap olan alanlardan biri de Eğitim-Öğretim sürecidir. Bu süreç eğitim-öğretime çoktan adapte olan akıllı teknolojiler ile devam etmekte ve gelişmektedir. Bu bağlamda yeni eğitim metotlarının, materyallerinin ortaya çıktığı ve eğitim materyali olarak piyasaya sürülmemiş aletlerin de çeşitli inovatif reformlar ile eğitim materyaline dönüştüğü görülmektedir. Eğitimde inovatif reformlar teknolojik aletlerin kullanım alanlarını geliştirmekle kalmayıp eğitim kalitesini de yükseltmektedir. Eğitmen-Öğrenci iletişimi, eğitim materyallerine ulaşım kolaylığı ve çeşitliliği, eğitim sürecinin kontrol ve düzenlenebilirliği gibi faydalar sağlayan reformlar, eğitime yeni bir soluk getirmiştir.

Otizmli çocukların, akıllı telefon ve tabletlerde çalışan bir uygulama (application) ile eğitim görmelerini, bu eğitimlerin aileleri tarafından dizayn ve kontrol edilmesini sağlayan OTSİMO, Otizmli çocukların eğitim seanslarına katılımlarını 5-10 dk'dan 40-45 dk'ya kadar çıkarmıştır. Bu girişim ile Eğitim 4.0'ın sahadaki karşılıklarından biri, tüm yönleri ile görülmektedir. Bu çalışmada eğitimde sosyal inovasyon ve inovasyon örneklerinden biri olan OTSİMO araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: OTSİMO, Sosyal İnovasyon, Girişimcilik, Eğitim 4.0, Endüstri 4.0

An Entrepreneurship in Social Sciences in the Context of Education 4.0: OTSIMO

ABSTRACT

Industry 4.0, which is defined as the fourth industrial revolution, offers digitalization, intelligent technology and unmanned production in the field of industry. Although these changes started in the industrial sector, they started to spread to other fields in time. One of these fields is Education process. This process continues and develops with intelligent technologies that have already adapted to education. Owing to Industry 4.0, new training methods and materials have emerged. Moreover, non-market tools as educational material is also transformed into educational material through various innovative reforms. Innovative reforms in education, not only improves the usage of technological tools but also enhances the quality of education. Reforms as instructor-student communication, accesibility to educational materials, diversity of materials and control and editability of the educational process, have brought a new breath to education.

OTSIMO, which enables children with autism to be educated with an application that works on smartphones and tablets, increased the participation of children with autism to education sessions from 5-10 minutes to 40-45 minutes. OTSIMO also includes families in the design and control of the application. This enterprise is seen as one of the field equivalents of Education 4.0. In this study, the concept of social innovation in education and OTSIMO which is an important product of entrepreneurship in this field were investigated.

Keywords: OTSIMO, Social İnovation, Entrepreneurship, Eğitim 4.0, Industry 4.0.

Ötenazinin İntihar Olmayışı: Tetraplejik Örnek Olarak "İçimdeki Deniz (Mar Adentro)" Film Analizi – 468

Res. Assist. Mehmet Emin ASLANLI
Nişantaşı University, FEAS
mehmetemin.aslanli@nisantasi.edu.tr

ÖZET

'Dezavantajlı birey' kavramı gün geçtikçe daha çok anılmakta, Sosyal Hizmet Biliminin odak noktası olarak da çeşitli dezavantajlar çerçevesinde değişkenlik göstermektedir. Bu dezavantaj çeşitlerinin her birine ayrı müdahale ve tedavi yöntemi uygulanmakta iken bazı durumlarda herhangi bir müdahale veya tedavi olumlu sonuç vermemektedir. Çoğunlukla müracaatçı diye adlandırılan dezavantajlı birey, müracaat sonucunun olumlu sonuçlanması adına müdahale biçimini kabul etmeli ve tedaviye de olumlu bir bakış açısıyla etkin katılım sağlamalıdır. Bu bağlamda müdahale biçiminin faydasızlığını düşünen, tedaviye katılım sağlamaktan geri duran kimi müracaatçılara verilen hizmet, hangi yaklaşım çerçevesinde olursa olsun olumlu sonuçlar doğuramamakta ve müracaatçıya verilen hizmet bireyde değişim yaratamamaktadır. Bu müracaatçı tiplerinden olan 'Tetraplejik Hastalar'da (boyun omurlarında meydana gelen hasar sonrası hastanın kolları, bacakları ve gövdesi dahil vücudunu oynatamaması-felç) tedaviye katılım çok düşük seviyelerde kalmaktadır. Bu araştırmada tetraplejik bir bireyin ötenazi sürecini anlatan "İçimdeki Deniz" filminin analizi ile, tam felçli hastalarda 'Ötenazi istenci'nin İntihar olmayışı, Sosyal Hizmet biliminde bir müdahale biçimi olabileceği tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İçimdeki Deniz, Tetrapleji, Ötenazi, İntihar, Sosyal Hizmet, Müdahale Biçimi.

The Non-Suicide of Euthanasia: Film Analysis of "The Sea Within Me (Mar Adentro)" As A Tetraplegic Example

ABSTRACT

The concept of the disadvantaged individual is increasingly mentioned. The focus of Social Work Science is also summarized as various disadvantages. Separate intervention and treatment methods are applied to each of these disadvantage types. However, in some cases, any intervention or treatment does not yield positive results. The disadvantaged individual, often referred to as "the applicant", should accept the form of intervention in order to ensure a positive outcome of the application and actively participate in treatment with a positive point of view. If the applicants think that the given intervention is ineffective, the service provided to them can not give positive results. Therefore, this service cannot create a change on the individual. "Tetraplegic Patients" (the patient's inability to move his/her body including arms, legs and body after an injury to the neck vertebrae) are one of these types of applicants and their participation is very low. In this study, the film named "The Sea Within Me (Mar Adentro)" which describes the euthanasia process of a tetraplegic patient, was anaylzed. It is argued that the desire for euthanasia in patients with complete paralysis is a suicide or not. It is concluded that euthanasia should be mentioned as a form of intervention in the Science of Social Work.

Keywords: The Sea Within Me, Tetrapleji, Euthenasia, Suicide, Social Work, Type of Intervention

Akademisyenlerin Paylaşılan Liderlik ve İşte Üretkenlik ile İlgili Görüşlerinin İncelenmesi – 469

Inst. Tuğba ALTINTAŞ
Cyprus Social Science University
tugba.altintas@kisbu.edu.tr

Inst. Kudret İSPİR

Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN
Cyprus Social Science University
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

ÖZET

Gelişen dünya ile birlikte, sorumluluklar ve zorluluklar şekil değiştirmiştir. Gelişen bu düzene uyum sağlamak ve başarı oranını artırmak için de yeni yönetim ve çalışma stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu ihtiyaç doğrultusunda kurumlarda görevleri paylaşmanın, eşit söz hakkı sahibi olamının ve motivasyonu destekleyici olmanın yadsınamaz bir etkisi bulunmaktadır (Buckmaster, 2004; James, 2011). Litaratürdeki tanımı doğrultusunda paylaşılan liderlik kavramını incelediğimizde, tek bir bireyin liderliğinden ziyade tüm bireylerin aktif olarak liderlikten sorumlu olmaları, tüm bireylerin birbirleriyle güçlü iletişimini ve işbirliğini içermektedir. Paylaşılan liderlikte liderlik bireye değil gruba aittir(Kocolowski, 2010; Bostancı, 2012). İşte üretkenlik kavramına bakıldığında ise bireyler arasındaki iletişimsizlik, zamanı verimsiz kullanma, fazla iş yükü gibi değişkenlerden negatif yönde etkilendiği görülmektedir(Demirel, 2009). Bu bağlantı doğrultusunda liderlik algısının ve becerilerinin artması üretkenliği de pozitif yönde etkileyebilir. Litaratürdeki bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı akademisyenlerin paylaşılan liderlik algısı ve işte üretkenlik ile iligili görüşlerinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örneklem grubunukolay ulaşılabilir olması amacıyla kartopu örneklem yöntemiyle ulaşılmış 15 akademisyen oluşturmaktadır. Örneklem grubuna araştırmacılar tarafından litaratüre bağlı kalarak hazırlanan demografik bilgi formu ve görüşme formu ve bilgilendirilmiş onam formu sunulmuştur. Hazırlanan görüşmen formu için üç uzman görüşüne başvurulmuştur. Görüşme formu katılımcılıra sunulmadan önce, katılımcılara araştırmanın amacı ile ilgili bilgilendirme yapılmış, gizlilik ilkeleri hatırlatılmış ve bilgilendirilmiş onam formu sunulmuştur. Araştırmanın bulguları doğrultusunda litaratüre liderlik ve üretkenlik değişkenleri ile ilgili yeni veriler eklenecek olması ve güncel bir konu üzerinde yürütülüyor olması sebebiyle önem taşımaktadır. Elde edilen bulgular doğrultusunda yeni araştırmalara veri sağlanabilir, üniversitelerde liderlik becerileri üzerine eğitim programları düzenlenebilir ve araştırma farklı bir örneklem grubu ile farklı okul düzeylerinde ve ya kurumlarda yürütülebilir.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Liderlik Becerileri Üretkenlik,Akademisyenler.

ABSTRACT

With the developing world,the shape of responsibilities and challenges have changed . In order to have an adapt to today's conditions and to increase the success rate, new management and work strategies need to be developed. According to these requirements ,it has undeniable effect to share tasks in instutitions,to have an equal rights to say and to support motivation.(Buckmaster, 2004; James, 2011). When we examine the concept of shared leadership in line with its definition in literature, all individuals are actively responsible for leadership rather than the leadership of an individual, which includes strong communication and cooperation among all individuals. In a shared leadership model, leadership belongs to the group, not the individual(Kocolowski, 2010; Bostancı, 2012). When the concept of productivity at work is observed, it is seen that there is a negative effect on the variables such as lack of communication between individuals, using time inefficiently, and excessive workload(Demirel, 2009). In this context, increased leadership perception and skills may also affect productivity positively. The aim of the study was to examine the views of academicians about shared leadership perception and productivity at work. The sample group of the study consist

of 15 academicians who were reached by snowball sampling method in order to be easily accessible. The demographic information form, interview form and informed consent form was prepared by researchers and presented to the sample group. Three experts were consulted for the interview form. Before the interview form was given to the participants, the participants were informed about the purpose of the research, confidentiality principles were reminded and after that information ,informed consent form was presented. In line with the findings of the research, it is important that new data about the leadership and productivity variables will be added to the literature and it is being carried out on a current issue. According to the findings, data can be provided for new research, educational programs on leadership skills can be organized in universities and the research can be conducted with a different sample group at different school levels or institutions.

Keywords: Leadership,Leadership Skills Productivity, Academics.

Kıbrıs'ta Özel Eğitim Öğretmenlerinin Kaynaştırma Eğitimine Yönelik Görüşlerinin ve Önerilerinin Değerlendirilmesi – 470

Inst. Tuğba ALTINTAŞ
Cyprus Social Science University
tugba.altintas@kisbu.edu.tr

Inst. Kudret İSPİR
kudretispir@gmail.com

ÖZET

Gelişen bilgi birikimi ve değişen eğitim sistemiyle beraber öğrenme stillerinin bireylere göre değişiklik gösterdiği bilinmektedir. Bireylerin kişilik özellikleri, aile yapıları, sağlık konusundaki durumları gibi faktörler öğrenme süreçlerini etkileyebilmektedir(Güven, 2004). Bu bilgiler ışığında her bireyin barındırdığı özelliklere göre alacakları eğitimin şekillenmesinin gerekliliğinden bahsedilebilir(Güven, 2004). Günümüzde sıkca karşımıza çıkan kaynaştırma kavramı bu eğitim şekillerinden birisidir. Bu eğitim şekli Atipik ve Tipik gelişim gösteren bireyleri birarada barındırır ve doğru uygulamayla çift taraflı fayda sağlar(Balaban, 2009). Kaynaştırma eğitiminin gelişebilmesi ve yaygınlaşabilmesi için en büyük görev de alanın uzmanlarına düşmektedir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda araştırmanın amacı özel eğitim öğretmenlerinin kaynaştırma eğitimine yönelik görüş ve önerilerinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın verilerine kolay ulaşılabilmesi amacıyla kartopu örneklem yöntemi kullanılmış ve örneklem seçimi öğretmenlerin aktif olarak çalışıyor olması ile sınırlandırılmıştır. Yürütülecek çalışmanın örneklem grubu 15 kişi olarak belirlenmiştir. Örneklem grubuna litaratür ışığında hazırlanan demografik bilgi ve görüşme formu sunulmuştur. Bu çalışma Kuzey Kıbrıs'ta Özel Eğitim Öğretmenleri ile kaynaştırma konusunda yürütülen ilk çalışma olması sebebiyle önem taşımaktadır. Araştırmanın bulguları doğrultusunda kaynaştırma eğitimini geliştirmeye yönelik öneriler sunulabilir ve litaratüre konuya ilişkin yeni veriler eklenebilir.

Anahtar Kelimeler: Kaynaştırma, Atipik ,Tipik.

ABSTRACT

With the developing knowledge and changing education system, it is known that learning styles vary according to individuals(Güven, 2004). Based on this information, it is possible to talk about the necessity of shaping the education according to the characteristics of each individual. The concept of mainstreaming is one of these forms of education. This form of education combines an atypical and typical developmental individuals and provides benefits on both sides with proper practice. Experts have an important role in improving inclusive education. In line with all these information, the aim of the study was to examine the opinions and suggestions of special education teachers about mainstreaming education. Snowball sampling method was used for collect data of the study easily and the selection of the sample was limited to the active working of the teachers. The sample group of the study was determined as 15 people. Demographic form and interview form prepared in the light of literature were presented to the sample group. This study is important as it is the first study conducted in the field of mainstreaming with Special Education Teachers in Northern Cyprus. In line with the findings of the research, suggestions can be made to improve inclusion education and new data can be added to the literature.

Keywords: Mainstreaming , Atypical, Typical.

Banka Çalışanları Arasında Yaşanan Rekabet Algısı ile İş Etiği Algısının Etkileşimi – 471

Asst. Prof. Dr. Tahir YEŞİLADA
Lefke European University, FEAS
tahiryesilada@eul.edu.tr

İlknur YENİÇERİ
Lefke European University, FEAS
iyeniceri@gmail.com

ÖZET

Küreselleşme, gelişen teknoloji, değişen istek ve ihtiyaçlar ile birlikte özellikle örgütlerde yaşanan dönüşüm, son yıllarda iş gücü profilinin de değişmesine neden olmuştur. Şirketlerin kâr ve verimlilik amaçlarına odaklı çalışan tipi yaratmaları, çalışanlar arasındaki rekabeti körüklemiştir. Bu çalışmada, finans sektörünün en önemli unsurlarından olan bankaların çalışanları arasında yaşanan rekabetçi tutum algısı ile rekabetçi ortamlarda çalışanlarda ve yöneticilerde iş etiği algısının ilişkisi araştırılmıştır. Araştırmadan elde edilen bilgilere göre, sağlıklı ve iyi yönetilen rekabetin çalışanlara ve bankaya fayda sağladığı, aşırı rekabetin ise takım ruhunun bozulmasına, verimsiz çalışanlara ve dolayısıyla da verimsiz bankaya neden olduğu görüşünün hâkim olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Bankacılık Sektörü, Çalışanlar Arası Rekabet, İş Etiği, Rekabet

The Interaction between Competition Perception and Business Ethics Perception among Bank Staff

ABSTRACT

Globalization, new technologies, changing human desires and needs have contributed to a transformation in organizations, resulting in a change of work force profile in recent years. The emergence of a profit and efficiency focused organizational setting has fueled competition among employees. In this study, the direction of perception of business ethics in the employees and managers was investigated with the perception of competitive attitude among the employees of the banks which are the most important elements of the financial sector. Research has suggested that a healthy and well-managed competition is beneficial both for the employees and for the banks although excessive competition causes deterioration of team spirit, inefficient employees and thus inefficiencies in bank performance.

Keywords: Competition, Competition among Employees, Business Ethics, Banking Sector

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Algılanan İş Stresinin Çalışanların Yaratıcılıklarına ve İş Tutkularına Etkilerinin İncelenmesi – 472

Irem KUCUKOGLU
Istanbul Medipol University, Medipol Business School
ireemkckglu@gmail.com

Asst. Prof. Zafer ADIGUZEL
Istanbul Medipol University, Medipol Business School
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Yapılan araştırmalar kapsamında örgütler, çalışanların aktif yönlerini dinamik tutacak ve performanslarına yansıyacak şekilde kültür oluşturulduğunda, çalışanların yaratıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesine katkı sağlanabileceği açıklanabilmektedir. Ancak örgütlerde çalışanların yaratıcılık aktivitelerini geliştirici kültür oluşturalamadığında ve baskıcı bir yönetim anlayışı olduğunda mobbing davranışları da ortaya çıkmaktadır. Örgütler, değişen ortam koşullarına uyum sağlayabilmek için yaratıcılığa önem vermeleri gerekmektedir. Özellikle de, Örgütlerin birbirileri ile rekabet edebilmesi için müşterilerden gelen talepleri daha iyi karşılayabilmeli ve kaliteli hizmetler sunabilmeleri için yaratıcılık yetenekleri sergilemelidirler (West vd., 2014). Yaratıcılık, bir topluluğun gelişimini, ilerlemesini ve kültürel anlamda da çeşitli yönlerden katkı sağlayan etkendir (Tang ve Chang, 2010). Araştırmacılar, eğitim ve öğretim yoluyla yaratıcılığı olumlu yönde etkileyen çeşitli çalışmaları desteklemektedirler. Yaratıcılık, bireysel olarak kişilerde farklılık göstermektedir (Gough, 1979). Yaratıcılık, çalışan kişinin bilişsel olarak fonksiyonları ile ilişkili olduğu savunulmaktadır (George, 2007). Çalışanların rolleri ve sorumlulukları bulundukları konum gereği, hem psikolojik hem de fiziksel açıdan çeşitli şekillerde strese maruz kalmalarına neden olmaktadır (DeJoy vd., 2017). Çalışma koşulları bireyleri en fazla etkileyen faktör olarak değerlendirilebilmektedir. Bireyin kendisini çalışma ortamında rahat ve güvende hissetmesi yaptığı işte hem başarılı olmasını hem de verimli olmasını sağlamaktadır (Smith ve DeJoy, 2014). Bu nedenle örgütlerin sürdürülebilirlik ve verimlilik ilkeleri açısından, çalışanların rahat ve huzurlu bir ortamda çalışmasını sağlamaları gerekmektedir. Strese maruz kalan çalışanlar tükenmişlik hissi yaşamaktadırlar. Tutku, bireylerin önemli olarak kabul ettikleri ve değer vererek yaptıkları çalışmalarında bulunma eğilimidir (Vallerand vd., 2003). Bireylerin çalışmalarını tutkulu olarak sürdürmeleri, kendi kimliklerinin oluşmasını sağlamaktadır (Vallerand vd., 2003). Bireyin kendi iradesiyle ve duygularıyla yürüttüğü çalışmalar, bireyin kendi yaşamında merkezi bir konumda yer almaktadır (Forest vd., 2011). Bireylerin tutku ile yürüttükleri çalışmalarda, özerklik, yeterlilik ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması önem taşımaktadır (Vallerand vd., 2003). Mobbing'in olduğu durumlarda, kontrolü kaybeden bireyler, görevlerini yerine getirirken kendilerini baskı altında hissetmekte ve zorla çalışmaktadırlar. Bu durum çalışanların işlerine olan tutkularını da yok etmektedir. Psikolojik şiddet algısının olmadığı örgütlerde, çalışanların işlerine olan tutkunlukları hem işten ayrılma niyetini ortadan kaldırmakta hem de yaratıcılık performanslarını arttırmaktadır. Araştırma modeli kapsamında hizmet sektöründe faaliyet de bulunan 325 çalışandan veriler toplanarak; Algılanan iş stresi, çalışmaya tutkunluk ve yaratıcılık performansı arasındaki ilişkiler ve etkiler incelenmiştir. Anket soruları 3 değişkeni temsil eden sorulardan oluşmaktadır. Algılanan İş Stresi ölçeği; Baltaş ve diğerleri (1998), Revicki ve diğerleri (1991), Bayar ve Öztürk (2017), House ve Rizzo (1972), tarafından yapılan çalışmalardaki ölçeklerden faydalanılmıştır. Çalışmaya Tutkunluk ölçeği; Schaufeli ve diğerleri (2006), Balducci ve diğerleri (2010), Fong ve Ng (2012), tarafından yapılan çalışmalardaki ölçeklerden faydalanılmıştır. Isaksen ve diğerleri (1999), Tsai ve diğerleri (2015); Çiftçi (2014); Kendir (2019); Kerse ve Karabey (2014); Richards (2011); Robinson ve Beesley (2010); Akdoğan ve Kale (2011); Duran ve Saraçoğlu (2009), tarafından geliştirilen sorularda faktör analizinde en yüksek çıkan sorular kullanılarak ölçülmüştür. Bu ifadeler 5'li Likert ölçek üzerinden sınıflandırılmıştır. 5'li ölçekte tüm değişkenler için en olumsuz şık 1-Kesinlikle Katılmıyorum, en olumlu şık 5-Kesinlikle Katılıyorum ile kodlanmıştır. Araştırma sonucunda, çalışanların algıladıkları iş stresi, çalışmaya tutkunluk ve yaratıcılık faaliyetlerini negatif yönde etkilemektedir. Bu durum çalışanların yoğun tempo karşısında performanslarının altında çalıştıklarını göstermektedir. İşlerine tutkuyla bağlı olan çalışanların da yaratıcılık faaliyetlerinin olumlu yönde gerçekleştiği açıklanabilmektedir. Örgütlerin gerçek anlamda amaç ve hedeflerini gerçekleştirebilmeleri için çalışma şartlarının stres den uzak oluşturulması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, Algılanan İş Stresi, Çalışmaya Tutkunluk, Performans

Examining of the Effects of Perceived Work Stress on the Creativity and Passions of Employees

ABSTRACT

Within the scope of the researches, it can be explained that the culture can be contributed to the development of the creativity activities of the employees when the culture is created to reflect the active aspects of the employees and their performance. However, mobbing behaviors also emerge when employees cannot create a culture that improves their creativity activities and when there is a repressive management approach. Organizations need to pay attention to creativity in order to adapt to changing environmental conditions. In particular, organizations must be able to better meet the demands of customers in order to compete with each other and exhibit their creative abilities to provide quality services (West et al., 2014). Creativity is a factor that contributes to the development, progress and cultural aspects of a community (Tang and Chang, 2010). Researchers support various studies that positively influence creativity through education and training. Creativity varies in individuals individually (Gough, 1979). Creativity is argued to be related to the cognitive functions of the working person (George, 2007). The roles and responsibilities of employees lead to stress in various ways, both psychologically and physically (DeJoy et al., 2017). Working conditions can be considered as the most affecting factor. Feeling comfortable and safe in the work environment makes the individual both successful and productive (Smith & DeJoy, 2014). Therefore, organizations should ensure that employees work in a comfortable and peaceful environment in terms of sustainability and productivity principles. Employees exposed to stress experience a feeling of burnout. Passion is the tendency of individuals to work in what they consider to be important and value them (Vallerand et al., 2003). Individuals continue to work passionately, their identity provides the formation (Vallerand et al., 2003). The studies carried out by the individual's own will and emotions are central to the individual's own life (Forest et al., 2011). In the studies carried out with passion, it is important to meet autonomy, competence and psychological needs (Vallerand et al., 2003). In cases of mobbing, individuals who lose control, feel themselves under pressure while performing their duties and work hard. This also destroys employees' passion for their jobs. In organizations where there is no perception of psychological violence, employees' passion for their work both eliminates the intention to quit and increases their creative performance. Within the scope of the research model, data were collected from 325 employees who were active in the service sector; Relationships and effects between perceived work stress, work passion and creativity performance were examined. The questionnaire consists of 3 variables. Perceived Work Stress Scale; Baltaş et al. (1998), Revicki et al. (1991), Bayar and Öztürk (2017), House and Rizzo (1972). Passion to study scale; Schaufeli et al. (2006), Balducci et al. (2010), Fong and Ng (2012) used the scales in the studies. Isaksen et al. (1999), Tsai et al. (2015); Farmer (2014); Hemp (2019); Kerse and Karabey (2014); Richards (2011); Robinson and Beesley (2010); Akdogan and the Castle (2011); Duran and Saraçoğlu (2009), the questions developed by factor analysis was measured using the highest questions. These expressions were classified on a 5-point Likert scale. 5-scale scale for all variables the most negative stylish 1-Strongly Disagree, the most positive stylish 5-Strongly Agree is coded with. As a result of the research, the perceived work stress of the employees negatively affects their passion for work and creativity. This situation shows that employees work below their performances in the face of intense tempo. It can be explained that the creativity activities of the employees who are passionate about their work are realized in a positive way. In order for organizations to achieve their real goals and objectives, working conditions should be free from stress.

Keywords: Creativity, Perceived Stress, Passion to Work, Performance

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Çalışanların Yaşadıkları Mobbing ve Rol Belirsizliğinin Performanslarına Etkilerinin İncelenmesi – 473

Irem KUCUKOGLU
Istanbul Medipol University, Medipol Business School
ireemkckglu@gmail.com

Asst. Prof. Zafer ADIGUZEL
Istanbul Medipol University, Medipol Business School
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Örgütler, rakipleri karşısında bulundukları sektörde tutunabilmek ve sürdürülebilirliği sağlayabilmek için kar elde etmenin yanında, çalışanların yaptıkları işlerde yüksek verimlilik ile çalışmalarına önem vermesi gerekmektedir. İnsan kaynaklarının, örgütlerin sürdürülebilir bir yapıda olması konusunda kaliteli bir işgücü temin etme gibi özelliği bulunmaktadır (Orr ve Orr, 2014). Örgütler çalışan performansını geliştirebilmek ve işten ayrılma niyetini ortadan kaldırabilmek için çalışan odaklı yönetim anlayışı içinde olmaları gerekmektedir. Çalışan odaklı yönetim anlayışında ise çalışanların memnuniyeti ön plandadır. Çalışanların kendilerini huzurlu ve rahat bir çalışma ortamında hissetmeleri sayesinde işlerine ve örgüte bağlılıkları da artmaktadır. Aynı zamanda örgütler rakiplerin gerisinde kalmamak için kullandıkları teknolojik alt yapıyı sürekli yenilemeli ve geliştirmelidir. Bunu yaparken çalışanların kendilerini rahat hissetmeleri ve herhangi bir belirsizlik içine düşmemeleri gerekmektedir. Teknolojik yeniliklerle birlikte çalışanlar örgütlerden her an gönderilecekmiş gibi olumsuz yönde etkilenebilmektedirler. Ancak örgütlerin kendilerini geliştirmesiyle birlikte emek gücünden de aynı şekilde yararlanılması gerekmektedir. Çalışanların da sürekli kendilerini geliştirmeleri ve aldıkları eğitimlerle yeni gelişmelere uyum sağlamaları sonucunda örgütlerine daha verimli olabileceklerdir (Baskerville vd., 2017). Örgütsel değişimler rakiplerin gerisinde kalmamak için gerekmektedir. Ancak araştırmacılar örgütsel değişimin işgücünü olumsuz etkilediğini savunmaktadırlar (Hoag vd., 2002; Oreg, 2006; Thomas ve Hardy, 2011). Bunun da sebebi teknoloji odaklı değişimler de örgütlerin iş gücü azaltımına gitmesinde yatmaktadır. İş gücünün yapmakta olduğu işleri teknoloji sayesinde yazılım tabanlı makinelere/robotlara bırakmak mümkün hale gelmiştir. Bu durumda çalışanların kendilerine yeni iş fırsatları yaratmaları durumunda rol belirsizliği ortaya çıkabilmektedir. Çalışanların, örgüte uyumlandırıldığında işteki performansları ve katılımları artmaktadır. Bununla birlikte çalışanların işe karşı yaratıcı düşünceleri desteklendiğinde, yaptıkları işteki tükenmişlikleri azalmakta, işten ayrılma niyetleri ortadan kalkmaktadır (Wrzesniewski ve Dutton, 2001). Çalışanların performansına etki eden üç farklı eylem bulunmaktadır; yöneticilerden beklenilen geribildirimin olumlu yada olumsuz olma durumu, ekstra sorumluluk verilmesi durumu ve yerine getirilmesi gereken görevde farklı bir yol izlenmesi durumu, çalışanların örgüte dair olumlu yada olumsuz düşüncelerini netleştirmektedir (Demerouti ve Peeters, 2017; Petrou vd., 2012). Çalışanların örgütlerinde yaşadıkları olumsuz durumlar sonucunda daha fazla örgüt de bulunmak istememeleri sonucunda, işten ayrılma niyetine giren bireyler, başka bir iş arayışında bulunmaktadırlar. Araştırmanın amacı kapsamında 340 çalışan ile anket çalışması yürütülmüştür. Analizlerin bir kısmı SPSS 25 Programı kullanılarak, bir kısmı ise AMOS programı ile yapılmıştır. 5'li Likert ölçeğinin kullanıldığı sorularda faktör analizi ve güvenirlilik analizi yapılmıştır. Faktör analizinin sonuçları AMOS da yapılan doğrulayıcı faktör analizi ile kontrol edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde korelasyon analizi; hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi yapılmıştır. Anket soruları, Psikolojik Şiddet Algısı, İşten Ayrılma Niyeti, Çalışan Performansı ve Rol Belirsizliği ile ilgili ölçek sorularından oluşmaktadır. Anket soruları 4 değişkeni temsil eden sorulardan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, bireylerin demografik bilgilerine ve iş ile ilgili bilgilerine yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise 4 değişkeni temsil eden sorular bulunmaktadır. Mobbing ölçeği, Leymann (1993), Leymann (1996), Leymann ve Gustafsson (1996), Leymann ve Zapf (1996), Aydın ve Öcel (2009), Einarsen ve Raknes, (1997), Einarsen ve diğerleri (2009), tarafından geliştirilen sorular kullanılmıştır. İşten Ayrılma Niyeti ölçeği için Mobley ve diğerleri (1978), Örücü ve Özafşarlıoğlu (2013), Polat ve Meydan (2010), Sökmen ve Mete (2015), tarafından geliştirilen sorular kullanılmıştır. Çalışan Performansı ölçeği; Rahman ve Bullock (2004), Şehitoğlu ve Zehir (2010), yıllarında yapmış oldukları çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Rol Belirsizliği; Rizzo ve diğerleri (1970), Erigüç (1994), yılında yapmış oldukları çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçeklerde; "kesinlikle katılmıyorum", "kesinlikle katılıyorum" arasında değişen 5'li likert ölçeği kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mobbing, Rol Belirsizliği, İşten Ayrılma Niyeti, Çalışan Performansı

Examining of The Effects of Employees on Performance of Mobbing and Role Uncertainty

ABSTRACT

In order to maintain their sustainability and maintain sustainability in the face of their rivals, organizations need to make sure that employees work with high efficiency in their jobs. Human resources have the feature of providing a qualified workforce for the sustainability of organizations (Orr and Orr, 2014). Organizations need to have an employee-oriented management approach in order to improve employee performance and eliminate the intention of quitting. Employee satisfaction is at the forefront in employee-oriented management. As employees feel themselves in a peaceful and comfortable working environment, their loyalty to their jobs and organization increases. At the same time, organizations should constantly renew and develop the technological infrastructure they use to avoid lagging behind competitors. In doing so, employees should feel comfortable and not fall into any uncertainty. With technological innovations, employees can be adversely affected as if they were sent from organizations at any time. However, with the development of organizations themselves, labor power should be utilized in the same way. Employees will also be more productive to their organizations as a result of continually improving themselves and adapting to new developments through the training they receive (Baskerville et al., 2017). Organizational changes are necessary to avoid lagging behind competitors. However, researchers argue that organizational change negatively affects the workforce (Hoag et al., 2002; Oreg, 2006; Thomas and Hardy, 2011). The reason for this is that technology-oriented changes also lead to the reduction of labor force of organizations. With the help of technology, it is possible to leave the work force to software-based machines / robots. In this case, role uncertainty may arise if employees create new job opportunities for themselves. Employees' performance and participation in the work increases when they are adapted to the organization. However, when the employees' creative ideas are supported, their burnout decreases and their intention to quit is eliminated (Wrzesniewski and Dutton, 2001). There are three different actions that affect employee performance; The positive or negative feedback from the managers, the extra responsibility to be given and the different way in which the task should be performed clarify the positive or negative thoughts of the employees about the organization (Demerouti and Peeters, 2017; Petrou et al., 2012). Individuals who intend to quit as a result of their unwillingness to have more organizations as a result of the negative situations experienced by their employees, seek another job. Within the scope of the aim of the research, a survey was conducted with 340 employees. Some of the analyzes were performed using SPSS 25 Program and some of them were performed with AMOS program. Factor analysis and reliability analysis were used for the questions using 5-point Likert scale. The results of factor analysis were checked by confirmatory factor analysis in AMOS. Correlation analysis; regression analysis was used to test hypotheses. Questionnaires consist of scale questions related to Psychological Violence Perception, Intention to Leave, Employee Performance and Role Uncertainty. The questionnaire consists of four variables. In the first part of the questionnaire, demographic information and job-related information of the individuals are given. In the second part of the questionnaire, there are questions representing 4 variables. The mobbing scale was developed by Leymann (1993), Leymann (1996), Leymann and Gustafsson (1996), Leymann and Zapf (1996), Aydın and Öcel (2009), Einarsen and Raknes, (1997), and Einarsen et al. (2009). developed questions were used. The questions developed by Mobley et al. (1978), Örücü and Özafşarlıoğlu (2013), Polat and Meydan (2010), Sökmen and Mete (2015) were used for the Intention to Leave Scale. Employee Performance Scale; Rahman and Bullock (2004), Şehitoğlu and Poison (2010) were created by making use of their studies. Role Uncertainty; Rizzo et al. (1970), Erigüç (1994), was created by making use of their work. Scales; A 5-point Likert scale was used, ranging from "strongly disagree" to "strongly agree".

Keywords: Mobbing, Role Uncertainty, Intention to Leave, Employee Performance

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sosyal Çevre Faktörünün Üniversiteli Gençler de Başarı İhtiyacı, Yenilikçilik ve Girişimcilik Seçimi Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 474

Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU
Istanbul Medipol University, School of Humanities and Social Sciences
n.musluhittin@gmail.com

Asst. Prof. Zafer ADIGUZEL
Istanbul Medipol University, Medipol Business School
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik literatürde eski bir kavram olmasına rağmen, birçok ülkenin ekonomik gelişimi için önemli olduğu kabul edilmektedir (Kuratko vd., 2015). Birçok araştırmacı girişimciliğin farklı tanımlarını belirtmelerine rağmen girişimcilik konusundaki ilk fikirlerin üzerinden 200 yıldan fazla bir süre geçmiş olsa da, hala ortak tek bir tanımı bulunmamaktadır (Iversen vd., 2008). Araştırmacılar tarafından yapılan tanımlar, yapılan araştırmanın odağına ve yazarın bakış açısına göre değişmektedir (Bula, 2012). Ancak, diğer bilim adamları tarafından sıkça belirtilen ve onaylanan bir tanım Howard Stevenson tarafından yapılan; girişimciliğin, doğrudan kontrol edilen kaynaklardan bağımsız olarak, bireylerin ve kuruluşların iş fırsatlarını belirleme, takip etme ve kullanma süreci ile ilgili olduğunu belirtmektedir (Fayolle, 2007). Girişimci tutum ve davranışlar üzerindeki sosyal etki hem makro düzeyde hem de mikro düzeyde uygulanmaktadır (Morris ve Schindehutte, 2005). Sosyal çevre etkisi, mikro, makro veya yakın çevre; aile, arkadaş veya tanıdıklarla olan bağlantılar yoluyla ortaya çıkmaktadır (Uphoff, 2000). Bununla birlikte, sosyal çevre, toplum tarafından paylaşılan sosyal değerlerden ve bulunulan ortamdaki kültürden oluşur (Thornton vd., 2011). Girişimcilik temelli toplum, girişimciliğin sosyal statüsü ya da girişimcilere yönelik duyulan büyük bir hayranlık şeklinde kendini göstermektedir (Begley ve Tan, 2001; Busenitz vd., 2000). İnovasyon yani yenilikçilik latince kökenli bir kavram olup, "nova" sözcüğünden türetilmiştir. Girişimciler için yenilikçilik kavramı rekabet ortamında başarılı olabilmek için merkezi bir nokta ve sahip olunması gereken önemli bir karakteristik özelliktir. Aynı zamanda yenilikçilik kavramı yaratıcılığın ticari boyutu olarak kabul edilmektedir. Başarma ihtiyacı, girişimcilerin mantıklı kabul edebileceği riskleri sahiplenerek yönetebilmek, karşılaşılan sorunlarla baş edebilme yeteneğinin geliştirilmesi, girişimci olmak isteyenlerin teşvik edilmesi ve belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesinde yardımcı olabilme adına katkılar sağlamaktadır (Akkaya vd., 2014). Seçtikleri işler riskli, zorlu olsa da performanslarını değerlendirebilecekleri işlerdir. Bu kişiler istikrarlı bir şekilde kendilerini geliştirmek isteyeceklerdir (Tikici ve Aksoy, 2009). Bu amaç doğrultusunda Lent ve ark. (1994), girişimciliğe yönelik erken çekim modellerinin insanları girişimcilik kariyerlerine doğru çekmesi, girişimcilik ilgisinin daha yüksek olduğu öğrencilerin girişimci bir kariyer seçmeleri ve erken yaşta girişimci davranış sergilemelerinin daha olası olduğunu savunmaktadırlar. Dahası, girişimcilik kariyer seçiminde, farklı disiplinlerdeki mezunların farklı düşünceler göstermesi beklenmektedir, çünkü, çeşitli meslek alanlarındaki, farklı akademik geçmişe sahip bireylerdeki farklı ilgi alanları, girişimcilik alanında kendini göstermektedir (Almeida vd., 2014; Flores vd., 2010; Sheu vd., 2010). Araştırma modeli kapsamında, girişimcilik lisans bölümünün olduğu üniversitelerde eğitim görmekte olan öğrencilere yönelik geliştirilen çalışmada, öğrencilerden toplanan anketlerdeki verilerin girişleri yapıldıktan sonra, sosyal çevrenin, hem yenilikçiliği hem de başarıyı nasıl etkilediği ve bununla birlikte girişimcilik kariyer seçimi üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. 550 öğrenciden toplanan veriler, spss 25 ve amos programlarında analizleri yapılmıştır. Anketin oluşturulmasında kullanılan ölçekler, daha önce araştırmacılar tarafından yapılan faktör ve güvenirlilik analizleri test edilen çalışmalardaki ölçeklerden yararlanılmıştır. Sosyal Çevre Ölçeği, 2018 yılında Gavurová ve arkadaşlarının yapmış oldukları çalışmadan, aynı zamanda 2018 yılında Luc tarafından yapılan çalışmadaki ölçek den yararlanılmıştır. Yenilikçilik Ölçeği, Mueller'in 2014 yılında yaptığı çalışmadan, aynı zamanda Mueller ve Thomas'ın 2001 yılında birlikte yaptıkları çalışmadaki ölçekden yararlanılmıştır. Başarı İhtiyacı ölçeği, Kaish ve Gilad (1991), Kristiansen ve Indarti (2004), tarafından yapılan çalışmalardaki ölçeklerden yararlanılmıştır. Girişimci Kariyer Seçimi ölçeği, Kolvereid (1996), McGee ve arkadaşları (2009), Soutaris ve arkadaşları (2007), çalışmalardaki ölçeklerden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin sosyal çevrenin etkisinde kaldıkları, bu doğrultuda hem başarıya olan ihtiyaçları hemde yenilikçilik üzerinde etkisinin olduğu görülmektedir. Sosyal çevrenin girişimcilik seçimindeki etkisi de analizler sonucunda açıklanabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci kariyer seçimi, Başarı İhtiyacı, Sosyal çevre, Yenilikçilik

Examining the Effects of Social Environment Factor on Success Needs, Innovation and Entrepreneurship Selection in University Students

ABSTRACT

Although entrepreneurship is an old concept in the literature, it is accepted that it is important for the economic development of many countries (Kuratko et al., 2015). Although more than 200 years have passed since the first ideas on entrepreneurship, although many researchers have stated different definitions of entrepreneurship, there is still no single definition of it (Iversen et al., 2008). Definitions made by researchers vary according to the focus of the research and the author's point of view (Bula, 2012). However, a definition often mentioned and endorsed by other scientists made by Howard Stevenson; It states that entrepreneurship is related to the process of identifying, monitoring and using business opportunities of individuals and organizations, regardless of directly controlled sources (Fayolle, 2007). Social impact on entrepreneurial attitudes and behaviors is applied at both macro and micro levels (Morris and Schindehutte, 2005). Impact of social environment, micro, macro or close environment; family, friends or acquaintances through the connection occurs (Uphoff, 2000). However, the social environment consists of the social values shared by the society and the culture in the environment (Thornton et al., 2011). Entrepreneurship-based society manifests itself as the social status of entrepreneurship or the admiration of entrepreneurs (Begley and Tan, 2001; Busenitz et al., 2000). Innovation is a Latin-derived concept and is derived from the word “nova.. For entrepreneurs, the concept of innovation is a central point and an important characteristic that must be possessed in order to be successful in the competitive environment. At the same time, the concept of innovation is accepted as the commercial dimension of creativity. The need for success contributes to the ability to manage and manage risks that may be considered reasonable by entrepreneurs, to develop the ability to cope with the problems encountered, to encourage entrepreneurs who want to become entrepreneurs, and to assist in the achievement of set goals (Akkaya et al., 2014). The jobs they choose are risky and challenging, but they can assess their performance. They will want to develop themselves consistently (Tikici and Aksoy, 2009). For this purpose, Lent et al. (1994) argue that early attraction models for entrepreneurship attract people towards entrepreneurship careers, students with higher entrepreneurship interest are more likely to choose an entrepreneurial career and exhibit entrepreneurial behavior at an early age. Moreover, graduates from different disciplines are expected to show different ideas in entrepreneurship career choice, because different interests in different occupational fields and individuals with different academic backgrounds are manifested in the field of entrepreneurship (Almeida et al., 2014; Flores et al., 2010; Sheu et al., 2010). 2010). Within the scope of the research model, the study, which was developed for the students studying at universities where there is a bachelor's degree in entrepreneurship, analyzed the social environment, both innovation and success, and the impact on entrepreneurship career choice after entering the data in the surveys collected from the students. Data collected from 550 students were analyzed in spss 25 and amos programs. The scales used in the creation of the questionnaire, factor and reliability analyzes conducted by the researchers were used in the scales in the studies tested. The Social Environment Scale was used in the study conducted by Gavurová et al. In 2018, and also in the study conducted by Luc in 2018. The Innovation Scale was used in the study conducted by Mueller in 2014, as well as in the study conducted by Mueller and Thomas in 2001. The Need for Success scale was used in the studies conducted by Kaish and Gilad (1991), Kristiansen and Indarti (2004). Entrepreneur Career Selection Scale, Kolvereid (1996), McGee et al. (2009), Soutaris et al. (2007), were used in the studies. As a result of the research, it is seen that the students are affected by the social environment and in this direction, they have an impact on both their needs for success and innovation. The effect of social environment on entrepreneurship selection can also be explained as a result of analysis.

Keywords: Entrepreneurial career choice, Need For Achievement, Social Environment, Innovativeness.

The Impact of External Migration in Kyrgyzstan on the Family Institute – 475

Aziza TURDUEVA
Candidate of historical sciences
(Ph. Doctor),
expert of the Foundation for Historical and Cultural
Heritage of Kyrgyzstan "Muras" under the Office
President of the Kyrgyz Republic
Azizast@mail.ru

ABSTRACT

Since independence, since 1991 in Kyrgyzstan, as a whole in the Central Asian region and the CIS, a strong external migration has begun. Most of the migrants were sent to Russia. The high level of migration, which was forced, was associated with changes in the political and economic systems of post-Soviet Kyrgyzstan, a sharp deterioration in the economic situation in the republic, and a lack of jobs for the population.

Despite the fact that more than a quarter of a century has passed, the level of external migration in Kyrgyzstan has not decreased. According to the latest data from the State Migration Service under the Government of the Kyrgyz Republic, about 650 thousand citizens of Kyrgyzstan work in Russia. According to unofficial data, more than 1 million Kyrgyz people work in Russia. According to the latest data from the Statistics Committee of Kyrgyzstan, 2.36 million people have jobs in the republic (the population of the Kyrgyz Republic is 6.27 million people). 22.4% of the population (1 million 429 thousand) live below the poverty line.

The Kyrgyz economy is heavily dependent on labor migrants; their remittances to the republic make up more than a third of the country's gross domestic product. Many families in Kyrgyzstan exist due to the receipt of funds from children and relatives who have left to work in Russia, Turkey or other countries.

However, external migration in Kyrgyzstan has a strong negative impact on the institution of the family, which, as you know, is the most important social value of society. Many families are forced to leave to work, leaving their children to relatives. Most families are forced to accept the fact that the spouse is a migrant worker abroad for a long time. Thus, the family is deprived of the opportunity to exist fully, to live together, to raise children.

According to the latest data from the Ministry of Social Development of the country, the number of children left by labor migrants in the care of relatives is more than 102 thousand, and according to UNICEF, the total number of children living without one or both parents is about 500 thousand. Studies show that children of labor migrants become victims of violence, are deprived of appropriate supervision, education and upbringing, and are in a depressed moral and psychological state. They lose the environment in which the conditions for physical, emotional and intellectual development are formed.

External migration leads to the breakup of the family, an increase in the number of orphans, degradation of moral relations, a deterioration in the quality of education and child abuse, exploitation of child labor, an increase in crime among migrant children, an increase in the number of social orphans in boarding houses of the republic, and commercialization of relations within the family, and also has a number of other negative actions.

At present, it is necessary to pay close attention to the development of a policy for regulating migration processes both in general, in the context of overcoming the existing and possible negative consequences in the future, and in the context of its negative impact on the institution of the family, in particular. One of the urgent problems is the issue of developing measures to minimize the negative impact of external migration in Kyrgyzstan on the family and family values.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Çevresel Yönelim ve Yeşil Özümseme Kapasitesi: Yeşil Dönüşümcü Liderliğin Moderatör Rolü Üzerine Bir Model Önerisi[1] - 476

Prof. Dr. Cemal ZEHİR
Yıldız Teknik University
czehir@ytu.edu.tr

Burcu ÖZGÜL
Yıldız Teknik University
burcuozgul20@hotmail.com

ÖZET

Hem kişisel ihtiyaçları karşılarken hem de işletmeler operasyonlarını yürütürken çevreye verilen ve telafisi olmayan zararlar; doğal kaynakların tükenmesine, iklim değişikliğine ve çevresel felaketlere sebep olmaktadır. Bu olumsuz faktörlerin etkilerini azaltabilmek için, yeşil teknolojilere ve tasarımlara dayanan yeşil inovasyon felsefesi ve uygulaması işletmelere eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Bir işletmenin inovasyonda başarılı olabilmesi ise, o işletmenin iç ve dış bilgileri tanıma, özümseme ve uygulama yeteneğine bağlanmaktadır (Cohen & Levinthal, 1990). Bu durumda yeşil özümseme kapasitesi önem kazanmaktadır. Yeşil özümseme kapasitesi, bir işletmenin "çevre bilgisini tanımlama, absorbe edebilme ve kullanma becerisi olup" (Cohen & Levinthal, 1989), ar-ge kaynakları, etkileşim mekanizmaları ve yönetim süreçleri ile yakından ilişkilidir (García-Morales vd., 2007). Diğer yandan, bir işletmenin yeşil özümseme kapasitesini geliştirebilmesi için çevresel yönelime sahip olması gerektiği düşünülmektedir. Çok sayıda işletme yönetici, iç çevresel yönelimi bir tür çevre kültürü olarak görmektedir (Chan, 2010; Gabler vd., 2015). İç çevresel yönelim, bir örgütsel kültür kaynağı olarak bilginin yaratılmasını ve paylaşılmasını teşvik edebilir (Gupta & Govindrajan, 2000). Dış çevresel yönelim ise, dış kurumsal güçlerin çevresel taleplerine cevap verme ihtiyacının yönetsel algısı olarak tanımlanmaktadır (Chan,
2010). Dış çevresel yönelimi yüksek olan işletmeler dış kurumsal güçlerin taleplerine yanıt verebilmek için, daha çok dış bilgiyi absorbe edebilirler, uzmanlaşabilirler ve kullanabilirler. Buradan hareketle, iç ve dış çevresel yönelimin, yeşil özümseme kapasitesinin gelişimini destekleyebileceği veya engelleyebileceği tahmin edilmektedir. Doğal kaynakların kısıtlılığına dayalı yeni kapasite ve kaynaklar elde etmenin bir yolu da işletme için, sürdürülebilir bir vizyon geliştirmektir (Hart, 1995). Mumford
(2000), dönüşümcü liderlerin takipçilere vizyon, motivasyon ve entelektüel uyarım sağlayarak, yeni fikirlerin ortaya çıkmasını kolaylaştırabileceklerini savunmaktadır. Shin ve Zhou (2007), da dönüşümcü liderlerin ar-ge ekiplerinin yaratıcılığını artırabileceklerine işaret etmektedirler. Araştırmalar, dönüşümcü liderin, grup yaratıcılığına olumlu etkisinin olduğunu göstermektedir (Gümüşlüoğlu & Ilsev 2009; Wang & Rode 2010; Cheung & Wong 2011). Tüm bu bilgiler ışığında yeşil dönüşümcü liderlik davranışının, yeşil özümseme kapasitesini güçlendirebileceği söylenebilir. Buradan hareketle bu çalışma, paydaş, kurumsallaşma ve kaynak tabanlı teoriye dayanarak; çevresel yönelim, yeşil özümseme kapasitesi ve yeşil dönüşümcü liderlik arasındaki nedensellik ilişkisine yönelik bir araştırma modeli tasarlamayı amaçlamaktadır. Çalışma, üç ana değişkenin birbirleri arasındaki ilişkileri incelemekte ve yeşil dönüşümcü liderliğin, çevresel yönelim ve yeşil özümseme kapasitesi arasındaki nedensellik ilişkisinde moderatör etkiye sahip olabileceğini öngörmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Yönelim, Yeşil Özümseme Kapasitesi, Yeşil Dönüşümcü Liderlik

ABSTRACT

Damages to the environment and irreparable damage both in meeting personal needs and in carrying out operations; it causes depletion of natural resources, climate change and environmental disasters. In order to mitigate the effects of these negative factors, the green innovation philosophy and application based on green technologies and designs offer unique opportunities to businesses. The success of an enterprise in innovation depends on its ability to recognize, absorb and apply internal and external information (Cohen & Levinthal, 1990). In this case, green absorptive capacity gains importance. Green absorptive capacity is an organization's ability to, identify, absorb and use environmental information (Cohen & Levinthal, 1989), closely related to R&D resources, mechanisms of interaction, and management processes (García-Morales et al., 2007). External environmental

[1] Bu çalışma ikinci yazarın doktora tezinden hazırlanmıştır.

orientation is defined as the administrative perception of the need to respond to the environmental demands of external institutional forces (Chan, 2010). Enterprises with high external environmental orientation can absorb, specialize and use more external information to respond to the demands of external institutional powers. Thus, it is estimated that internal and external environmental orientation can support or hinder the development of green absorptive capacity. One way to obtain new capacity and resources based on the limitation of natural resources is to develop a sustainable vision for the enterprise (Hart, 1995). Mumford (2000) argues that transformational leaders can facilitate the emergence of new ideas by providing vision, motivation and intellectual stimulation to followers. Shin & Zhou (2007) point out that transformational leaders can increase the creativity of their R & D teams. Research shows that the transformational leader has a positive effect on group creativity (Gümüşlüoğlu & Ilsev 2009; Wang & Rode 2010; Cheung & Wong 2011). In the light of all this information, it can be said that green transformational leadership behavior can strengthen green absorptive capacity. From this point of view, this study is based on stakeholder, institutionalization and resource based theory; It aims to design a research model for the causal relationship between environmental orientation, green absorptive capacity and green transformational leadership. The study examines the relationships between the three main variables and predicts that green transformational leadership may have a moderator effect on the causal relationship between environmental orientation and green absorptive capacity.

Keywords: Environmental Orientation, Green Absorptive Capacity, Green Transformational Leadership.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kamusal Harcamalardan Personel Giderlerinde Gönüllülük Esası – 477

Nermin SARİSİNOGLU
Bolu Defterdarlığı Bolu TÜRKİYE

ÖZET

GİRİŞ-AMAÇ: Kamusal harcamaların büyük bir bölümü personel harcamalarına ayrılmaktadır. Ülkemdeki kamusal harcamalarda personel harcamalarının son beş yıllık artışlarını baz alarak harcama maliyetlerini düşürmek için gönüllülük esasının da katkı sağlayabileceğini aynı zamanda kamusal personel harcamalarının ekonomiye girişimci ruha etkisini izah etmek isterim.

GEREÇ-YÖNTEM: 2006-2015 yılları arasında, Hazine ve Maliye Bakanlığı Mali istatistikleri çalışmaya alınmış, yıllar itibariyle değer değişiklikleri dikkate alınarak artışın önlenmesi gönüllülük esası açısından araştırılmıştır.

BULGULAR: 2006-2015 arasındaki kamu harcamalarını baz alındığında yıllar itibariyle artış mevcuttur. 2006-2015 arasındaki personel giderlerine bakıldığında ise yıllar itibariyle yine artış saptandı. Toplam kamu harcamaların gönüllülük esasıyla değerlendirdiğimizde planladığımız yılda dokuz günle sınırlı en fazla on günülük bir gönüllü çalışmayı kapsamaktadır ki ilk başlangıçta %2.5 oranında bir azalış sağlanacaktır. Bu toplam ekonomide yatırımlara toplam ekonomiden %2.5 oranında katkı payı sağlayacaktır.

SONUÇ : Gönüllülük esasıyla yapılan ekonomik katkı ekonomik sistemdeki personel maliyetlerini düşürüp ekonomiyi hızlandıracaktır. Gönüllülük esasıyla sadece sistemi hızlandırmakla başladığımız bu anlayışta sistemin devamlılığını sağlamak için öncelikle kamunun personel harcamalarının önüne geçmemiz gerekmektedir. Ancak kamusal personel harcamalarını ekonomiye aktardığımızda yeni bir kaynak yaratmış oluruz ki girişimci ruhun yeni alanlar açtığını ve daha yaşanılır bir dünya için çalıştığını görebileceğiz.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Yapay Zeka Bileşenleri ve Pazarlama Uygulamalarında Yapay Zeka Kullanımının İşletmelere Sağladığı Avantajlara İlişkin Bir Değerlendirme – 478

Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENIZ
Beykent University, FEAS.
bakideniz@beykent.edu.tr

ÖZET

En yalın tanımıyla yapay zeka; makinenin bilinç sahibi olmasını ve karar alarak harekete geçmesini ifade etmekte veya;"bir bilgisayarın veya bilgisayar kontrolündeki bir robotun çeşitli faaliyetleri zeki canlılara benzer şekilde yerine getirme kabiliyeti"olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde, bir çok sektör gibi pazarlama sektörü de yapay zekâdan yararlanmaya başlamıştır; özellikle, müşteri ilişkileri, fiyatlandırma, tanıtım, hedef pazar, marka iletişimi gibi alanlarda yapay zekanın katkıları daha net bir şekilde görülmektedir. Weber shandwick'in 2016 yılında yayınladığı rapora göre cmo'ların % 55'i yapay zekanın pazarlama ve iletişim alanında sosyal medyadan bile daha önemli bir etkiye sahip olacağını düşünmektedir. Forbes araştırmasına göre; pazarlama kuruluşlarının %84'ü 2018 yılında yapay zeka ve makine öğrenimi teknolojilerini kullanarak müşterilerine daha iyi çözümler sunarak, daha başarılı kullanıcı deneyimleri tasarladılar ve yatırımlarından da daha kazançlı sonuçlar elde ettiler. Yapılan bir diğer araştırmaya göre ise, pazarlamacıların yüzde 80'i yapay zekanın pazarlama sektörünü kökten değiştireceğine inanmaktadır.. Google, apple, yahoo ve intel gibi devler, özellikle son yıllarda çok sayıda yapay zeka şirketini bünyelerine katmış durumdalar. 2015 yılında 2.5 milyar dolar olan yapay zeka pazarının 2019 yılında 12.5 milyar dolara çıkması öngörülmektedir. Yapay zekanın kapsamında yer alan bazı kavram ve alanlar; davranışsal analitik, öngörüsel analitik, veri madenciliği, veri işleme, büyük veri ve veri bilimi ile algoritmaları, kural tabanlı kişiselleştirme. Yapay zekanın bileşenlerini ise: makine öğrenimi, derin öğrenme; müşteriyi anlama, kullanıcıya öneriler sunan yazılımlar, programlanabilir reklamlar, sesli ve yazılı içeriğin algılanması. Başlıca yapay zeka uygulamaları arasında; konuşkan ara yüzler, yapay zeka tabanlı üretilmiş içerikler, kişileştirilmiş reklamlar. Bu uygulamalarla**;** müşterilerle daha verimli etkileşim, büyüyen pazar hacminin daha bilimsel ve hızlı analizi,pazar ve müşteri bilgilerinin işlenmesinin hızlandırılması, tüketici karar verme sürecinin etkilenmesi ve müşteri ilişkilerinin sürekliliğini sağlamak amaçlanmaktadır. Yapay zeka uygulamalarının işletmelere sağladığı başlıca katkı ve avantajlar ise; bilgi toplama ve işlemedeki verimlilik artışı, pazarlama ve satışta daha hızlı- etkin ve bilimsel yaklaşım, otomasyon ile sürekli yeni fırsatlar ve yeniliklere ulaşmak ve daha tatmin edici müşteri deneyimleri yaratmak olarak belirtilebilir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Makine Öğrenimi, Derin Öğrenme, Konuşkan Ara Yüzler

An Evaluation on the the Components of Artificial Intelligents and the Advantages of Using Artificial Intelligence in Marketing Applications

ABSTRACT

In its simplest definition, artificial intelligence (AI); expresses the consciousness of the machine and the decision to take or;"the ability of a computer or a computer-controlled robot to perform various activities in the same way as intelligent creatures". The AI abbreviation of "artificial intelligence english is often used in informatics. Today, like many sectors, the marketing sector has started to benefit from artificial intelligence; the contribution of artificial intelligence is seen more clearly in areas; such as customer relations, pricing, promotion, target market and brand communication. According to the report published by Weber shandwick in 2016, 55% of cmo's think that artificial intelligence will have a more significant impact on marketing and communication than social media. According to the Forbes research, 84% of marketing organizations provided better solutions to their customers by using artificial intelligence and machine learning technologies in 2018, designing more successful user experiences and gaining more profitable results from their investments. According to another study, 80 percent of marketers believe that artificial intelligence will fundamentally change the marketing sector. Giants such as Google, Apple, Yahoo and Intel have incorporated many artificial intelligence companies, especially in recent years. Some concepts and areas within the scope of artificial intelligence; behavioral analytics, predictive analytics, data mining, data processing, algorithms with big data and data science, rule-based personalization. The components

of artificial intelligence are: machine learning, deep learning; understanding of the customer, software that offers advice to the user, programmable advertisements, perception of audio and written content \ “speech based trading. Among the main artificial intelligence applications; chatty interfaces, artificial intelligence-based content, targeted \ personalized advertising. With these applications are aimed at; faster and more efficient interaction with customers, more scientific and faster analysis of the growing market and sales volume, further accelerating the processing of sales, market and customer information, influencing the consumer decision-making process and ensuring the continuity of customer relations. Among the main contributions and advantages of artificial intelligence applications to businesses; increase in the efficiency of collecting and processing information, faster and more effective and scientific approach in marketing and sales, automation and continuous new opportunities and innovations to reach and create more satisfactory customer experiences.

Keywords: Artificial Intelligence, Machine Learning, Deep Learning, Chatty Interfaces.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Hizmet İçi Eğitimlerin İş Verimliliği Üzerine Etkisi: Konya Sanayi Sektöründe Bir Araştırma – 479

Prof. Dr. Adnan ÇELİK
Selcuk University, İİBF
adnancelik@selcuk.edu.tr

Ertuğrul TEKİN
Selcuk University, SBE
ertugrultekin42@gmail.com

Hande ULUKAPI YILMAZ
Selcuk University, FEAS
handeulukapi@selcuk.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı sanayi sektöründe çalışanların aldıkları hizmet içi eğitimlerin iş verimliliği üzerine etkisi araştırılmıştır. Bilim ve teknolojinin hızlı gelişmesiyle beraber işletmeler yoğunlaşan rekabet ortamında nitelikle çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışanların eğitim ve öğrenme becerileri geliştirmek tüm organizasyonlarda aktif rol almaları eğitim ile mümkün olmaktadır. İşletme sahipleri ve yöneticiler değişimleri yakalamayan ve yenilikleri takip edemeyen organizasyonlar çalışma hayatında olan personelin yeteneklerini yetersiz kılmaktadır. Bu olumsuzluğu ortadan kaldırmak ve mesleki bilgilerin yenilenmesi için hizmet içi eğitime gereksinim duyulmaktadır. Bu anlamda hizmet içi eğitim, çalışan personelin değişimi ve yeniliklere karşı sağlanması, nicelik ve nitelik yönünün artırılması, uyum sürecini başarılı bir şekilde eğitsel yöntem ve donanımlarla destekleyebilmesi adına oldukça önemlidir. Çalışanların verimli hale gelmesi için onlara eğitim ve gelişim programları uygulanarak aktif olmaları sağlanmalı, öğrenme istekleri ortaya çıkarılmalıdır. Aldıkları eğitimle beraber iş verimliliğindeki artışın sürekli kılınması, bunun neticesinde daha çok üretim yapabilme, daha kaliteli mal ve hizmet üretebilme avantajı sağlanmaktadır. Çalışmada Konya ilinde organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 7 sanayi sektörü işletmesinde hizmet içi eğitimin personelin iş verimliliğine etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın istatistiksel analizleri SPSS 23 ve AMOS programları yardımıyla değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet içi eğitim, Verimlilik, Organizasyon, Teknoloji

The Effect of In-Service Training on Business Efficiency: A Research in Konya Industry Sector

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the effect of in-service trainings received by employees in industry sector on work efficiency. With the rapid development of science and technology, there is a need for highly qualified employees in a competitive environment. It is possible for employees to take active role in all organizations to improve their education and learning skills. Business owners and managers are not able to catch up with changes and do not follow the innovations that make the skills of working staff inadequate. In order to eliminate this negativity and to renew professional knowledge, in-service training is needed. In this sense, in-service training is very important in order to ensure the change of employee personnel and to ensure innovation, to increase the quantity and quality direction and to successfully support the adaptation process with educational methods and equipment. In order for employees to become efficient, training and development programs should be implemented and active. As a result of the training they receive, the increase in work efficiency is ensured, and as a result, it is possible to produce more goods and to produce higher quality goods and services. In the study, the effect of in-service training on the work efficiency of 7 industrial sector enterprises in the organized industrial zone of Konya was investigated. The statistical analysis of the study was evaluated with the help of SPSS 23 and AMOS programs.

Keywords: In-service training, Productivity, Organization, Technology

Sosyal Medyanın Marka İletişimine Etkilerinin Araştırılması – 480

Prof. Dr. Mahmut TEKİN
Selcuk University, FEAS
mahtekin@selcuk.edu.tr

Aydan AKMAN ANDAÇ
Selcuk University, SBE

ÖZET

Sosyal medya internet ağı üzerinden insanlara arasında iletişim kurmayı sağlayan önemli bir araçtır. Sosyal medya iletişimi mobil uygulamalarla işlemler online olarak anlık yapılabiliyor. Sosyal medya bizim müdahalemiz olmaksızın otomasyona bağlı olarak ve otonom şekilde mesajlar ve bilgiler sayfamıza gelerek sistemi ve bizi yönetiyor. Bizi de kararın bir parçası olarak ağa katıyor. Bu bağlamda her geçen gün networking organizasyonları hızla gelişerek dijital pazarlamada öne çıkıyor… Başta sosyal medya organizasyonları olan; Facebook, Twitter, Instagram ve WhatsApp gibi tekno-girişimci şirketlerin network iş ağı organizasyonları gibi. Sosyal medyanın marka iletişimiyle marka vaadiyle markaların sahip oldukları duygusal, işlevsel ve özgün değerler sunulur. Bu bağlamda rekabetçi, yenilikçi ve güçlü markalar ortaya çıkar. Marka iletişimiyle markanın müşteriye sunduğu vaadiyle yararı öne çıkıyor.
Sosyal medyanın marka iletişimine etkilerini belirlemeyi amaçlayan bu araştırma nicel verilere dayalı ilişkisel tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırmanın çalışma evreni Selçuk Üniversitesi Alâeddin Keykubat Kampüsünde öğrenim gören önlisans, lisans, lisansüstü öğrencilerinden 396 kişiye anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak sosyal medya ve marka iletişimi ölçeği kullanılmıştır. Araştırma genelinde öğrencilerin sosyal medya ve marka iletişimi düzeyleri yüksek çıkmıştır. Sosyal medya ile marka iletişimi arasında pozitif, anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki çıkmıştır. Sosyal medyanın marka iletişimi üzerinde yüksek ve anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda genel bir değerlendirme yapılarak önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Marka İletişimi, Sosyal Medyada Marka İletişimi

Research of The Effects of Social Media on Brand Communication

ABSTRACT

Social media is an important tool that enables people to communicate across the internet. With social media communication mobile applications, transactions can be done instantly online. Social media manages the system and us without intervening in our automated and autonomous messages and information page. He's making us into the network as part of the decision. In this context, every day networking organizations are developing rapidly and come to the forefront in digital marketing. Like network networking organizations of techno-entrepreneur companies like Facebook, Twitter, Instagram and WhatsApp. Through the brand communication of social media, the brand promises the emotional, functional and original values of brands. In this context, competitive, innovative and powerful brands emerge. The benefit of the brand stands out with the promise of the brand to the customer through brand communication.
This research, which aims to determine the effects of social media on brand communication, is a relational survey model based on quantitative data. The study population of the research was applied to 396 undergraduate, graduate and graduate students studying at the Alaeddin Keykubat Campus of Selçuk University. Social media and brand communication scale was used as data collection tool in the research. Social media and brand communication levels of the students were found to be high throughout the research. There was a positive, significant and high relationship between social media and brand communication. It was concluded that social media has a high and significant effect on brand communication. At the end of the research, a general evaluation was made and suggestions were made.

Keywords: Social Media, Brand Communication, Brand Communication in Social Media

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İşyeri Nezaketsizliğinin Psikolojik İklim Üzerindeki Etkisi – 481

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Aynur KARAGÖZ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
kercinaynur@hotmail.com

Yeşim TÜM KILIÇ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
yesim.9444@gmail.com

ÖZET

İş dünyasında hızlı bir şekilde artan ve gelişen küreselleşme, bilgi teknolojileri ve acımasız rekabet ortamı bireyler ve gruplar arası ilişkileri de giderek karmaşık hale getirmiştir. Böylesi bir ortamda dengenin sağlanabilmesi bireylerin birbirine karşı göstereceği saygı, sevgi ve nezaket gibi kavramların gerekliliğine bağlıdır. Bu duygulara olan ihtiyacın gün geçtikçe artmasına rağmen günümüzde bu duygulardan kaynaklı sorunlarda gittikçe fazlalaşmaktadır. Örgüt ortamlarındaki tüm çalışanların birbirine karşı nezaketsiz davranışları bireyler üzerinde fiziksel ve psikolojik etkiler yaratabilmektedir. Bu nedenle işyeri nezaketsizliği olgusu günümüz iş dünyasında irdelenmesi gereken önemli konulardan biri haline gelmiştir. Bununla birlikte işyeri nezaketsizliğinin bireylerin işyeri ortamı ile ilgili algı ve tutumlarını içeren psikolojik iklimi de etkileyebileceği düşünülmektedir.

Literatürde işyeri nezaketsizliği ve psikolojik iklim arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, işyeri nezaketsizliğinin psikolojik iklim üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın örneklemini, Malatya 1. Organize Sanayi Bölgesi'ndeki tekstil fabrikalarında çalışanlar oluşturmaktadır. İşyeri nezaketsizliğinin bağımsız değişken, psikolojik iklimin bağımlı değişken olarak kabul edildiği araştırma modelinde veriler, Cortina vd. (2001) tarafından geliştirilen işyeri nezaketsizliği ölçeği, Brown ve Leigh (1996) tarafından geliştirilen psikolojik iklim ölçeği ile elde edilecektir. Ölçekler 5'li Likert tipinde olup, 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir. Son olarak araştırmanın bazı kısıtları olduğu vurgulanmış, hem işletmeler ve çalışanlara yönelik önerilerde bulunulmuş, hem de gelecekte benzer konularda yapılacak araştırmalara ilişkin birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İşyeri Nezaketsizliği, Psikolojik İklim.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Aile İşletmelerinde Yönetim Devir Sürecinde Örgüt Kültürü, Değer, Strateji Ve Yeteneklerinin Yeni Kuşağa Aktarimi Üzerine Nitel Bir Çalişma – 482

Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL
Social Sciences Institute Hacı Bayram University
aykut.goksel@hbv.edu.tr

Damla GÖRGÜLÜ
Master's Degree Student Social Sciences Institute Hacı Bayram University
damla.gorgulu@turktelekom.com.tr

ÖZET

Aile işletmelerinde, yönetim devir sürecinde, örgüt kültürü, değer, strateji ve yeteneklerinin yeni kuşağa aktarımı sürecinin analizini amaçlayan bu çalışmada, 8 aile işletmesinin, öncülleri ve ardılları ile derinlemesine yapılan görüşmeler yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemi olarak, nitel araştırma yöntemlerinden, gömülü teori yaklaşımı ve araştırma deseni olarak da sistematik desen tercih edilmiştir. Handler (1989), Cadieux (2007), Göksel ve Aydıntan (2012) ve Nonaka ve Takeuchi (1995)' nin yapmış oldukları çalışmalardan ilham alınarak, yönetim devir sürecinde, aileye ve aile şirketine özgü kültür, değer, strateji ve yetenekler gibi örtük bilgilerin, nesiller arası aktarım süreci betimlenmeye çalışılmıştır. Süreç boyunca, öncüllerden ardıllara doğru gerçekleşen örtük bilgilerin transfer sürecini kolaylaştırıcı ve hızlandırıcı faktörlere ulaşılmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin çözümlenmesi ile elde edilen bu faktörler; öncüllerin ve ardılların sahip olduğu kişisel yetenekler, motivasyon dürtüleri, idealleri, benlik özellikleri, öncüllerin ve ardılların aralarındaki etkili iletişim ve güven düzeyi, ardılların, yaşam döngülerinin erken dönemlerine denk gelen çocukluk çağlarında, işe dahil olmaları ve aldıkları akademik ve teknik eğitimlerdir. Ayrıca, araştırma sonunda elde edilen bir diğer sonuç da yönetim devir sürecindeki, nesiller arası başarılı ve etkin örtük bilgi aktarımının, aile işletmelerinde, ailesellik, aile saygınlığı, aile şirketinin devamlılığı ve sürekliliği, öncüllerin, ardılların ve diğer aile işletmesi üyelerinin işe bağlılık düzeylerini, nesiller arasındaki işbirliği düzeyini ve aile birliğini etkilediğidir. Araştırma sonuçlarının, aile işletmelerinin karşılaştığı en büyük problem olan devam edememe, sürdürülememe risklerini azaltmak için öncüllere ve ardıllara faydalı bilgiler sunacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Aile işletmeleri, Öncül, Ardıl, Örtük bilgi transferi, Gömülü teori

A Qualitative Study on the Transfer of Organizational Culture, Values, Strategies and Skills to the New Generation in the Succession Process

ABSTRACT

This study was conducted by analyzing the process of transferring organizational culture, values, strategies and abilities to new generations in the family business, management transfer process and in-depth interviews with 8 family business pioneers and successors. As a research method, one of the qualitative research methods, the grounded theory approach and the systematic design as the research design were preferred. Inspired by the research of Handler (1989), Cadieux (2007), Göksel and Aydıntan (2012) and Nonaka and Takeuchi (1995), the implicit knowledge of culture, values, strategies and abilities specific to the family and family business during the management transfer process, intergenerational transfer process is tried to be described. During the process, the factors that facilitate and accelerate the transfer process of implicit knowledge from predecessors to successors have been reached. These factors obtained by analyzing the data obtained from the interviews; personal abilities, motivation impulses, ideals, self-characteristics, effective communication and trust between predecessors and successors, the involvement of successors in the early childhood of their life cycles, and their academic and technical training. Another result obtained from the research, the transfer of successful and effective implicit information transfer between the generations, continuity of the family business, predecessors, successors and other family business members' level of commitment to work, generations and family unity. It is considered that the results of the research will provide useful information to the predecessors and successors in order to reduce the risks of non-continuation, the biggest problem faced by family businesses.

Keywords: Family businesses, Predecessors, Successors, Tacit knowledge transfer, Gorunded theory

KAYNAKÇA

Cadieux, L. (2007). Succession in small and medium-sized family business: toward a typology of predecessor roles during and after ınstatement of the successor. *Family Business Review, 20*(2), 95-109.

Göksel, A., Aydıntan, B. (2012). *5. aile işletmeleri kongresi kongre kitabı,işletmelerde kuşaklararası yönetim değişim sürecinde önceki kuşağın gösterdiği davranış modelleri ve bu davranış modellerinin takipçinin cinsiyetine göre farklılaşmasının niteliksel analizi.* İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.

Göksel, A., Aydıntan, B., Bingöl, D. (2013). Örgütlerde kişilerarası yetenek transferi ve yöntemleri: müfettişlik alanında nitel bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 19-36.

Handler, W. C. (1989). *Managing the family firm succession process: the next-generation family member's experience.* Yayımlanmamış Doktora Tezi, School of Management Boston University, Boston.

Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995). *The knowledge creating company.* New York: Oxford University Press, 20-105

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Hizmetkâr Liderliğin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Adaptasyonuna Etkisi: Algılanan Çevresel Belirsizliğin Düzenleyici Rolü – 483

Ümmügülsüm BOZKURT
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
glsm_tkc@hotmail.com

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
sozgener@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Yöneticilerin ve liderlerin çevresel belirsizliği algılamalarının işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarını etkileyebileceği düşünülmektedir. Ancak bu konuda henüz yeterli sayıda ampirik araştırma bulunmamaktadır. Bu çalışma bu alandaki araştırma eksikliğini gidermeye odaklanmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın amacı, hizmetkâr liderliğin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerindeki etkisinde algılanan çevresel belirsizliğin düzenleyici rolünü ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini, Kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinin çalışanları (n= 151) oluşturmaktadır. Araştırmada Matanda ve Freeman (2009) tarafından geliştirilen algılanan çevresel belirsizlik ölçeği, Maignan ve Ferrell (2000) tarafından tasarlanan kurumsal sosyal sorumluluk ölçeği ve Lytle, Hom ve Mokwa (1998) tarafından geliştirilmiş olan hizmetkâr liderlik ölçeğinden oluşan anket tekniği yardımıyla toplanan veriler, düzenleyici değişkenli hiyerarşik regresyon analizi ve basit doğrusal regresyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre; hem hizmetkâr liderlik hem de algılanan çevresel belirsizlik kurumsal sosyal sorumluluğu pozitif etkilemektedir. Buna ilaveten gerek algılanan çevresel belirsizlik gerekse boyutlarının (pazar dalgalanması, çevresel değişkenlik ve rekabet yoğunluğu) hizmetkâr liderlik ile kurumsal sosyal sorumluluk ilişkisinde düzenleyici rolü oynadığı tespit edilmiştir. Yine araştırma bulguları, hem hizmetkâr liderliğin hem de algılanan çevresel belirsizliğin kurumsal sosyal sorumluluğun hukuki, ekonomik, ahlâki ve gönüllü boyutları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca algılanan çevresel belirsizliğin boyutlarından pazar dalgalanması ve rekabet yoğunluğunun bir bütün olarak kurumsal sosyal sorumluluğu pozitif etkilediği saptanmıştır. Öte yandan bulgulara göre algılanan çevresel belirsizliğin rekabet yoğunluğu boyutu, kurumsal sosyal sorumluluğun hukuki, ekonomik ve ahlaki boyutlarını pozitif etkilerken; pazar dalgalanması boyutu ise sadece kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik ve ahlâki boyutlarını pozitif etkilemektedir. Buna karşın çevresel değişkenlik boyutunun, kurumsal sosyal sorumluluk ve boyutlarını etkilemediği saptanmıştır. Son olarak, araştırmanın bazı sınırlılıkları olduğu belirtilmiş, sektöre yönelik öneriler ve gelecekteki araştırmalar konusunda bir takım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hizmetkâr Liderlik, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Algılanan Çevresel Belirsizlik,

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kurumsal İmaj ve Etik Algıların Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisinde İlişki Kalitesinin Düzenleyici Rolü: Havayolu Taşımacılığı Örneği – 484

Yeşim TÜM KILIÇ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
yesim.9444@gmail.com

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
sozgener@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Hızlı küresel değişim ve dönüşümün yaşandığı iş yaşamında teknoloji kadar insan ilişkilerinin gitgide karmaşık bir hal alması nedeniyle güven ve algılar da önemli olmaktadır. İşletmelerin böylesi bir ortamda hem nitelikli çalışanları hem de müşterileri kendine çekebilmesi ve elde tutabilmesi olumlu etik algılar, ilişki kalitesi ve beraberinde gelen etkili bir kurumsal imaj ile mümkün kılınabilir. Bu nedenle insan ilişkilerinin yoğun olduğu bir sektör olan havacılık sektöründe de bu değişkenler arası ilişkilerin irdelenmesi önceliklerden biridir. Ayrıca bugüne kadar kurumsal imaj ve etik algıların yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkileri ve bu ilişkilerde ilişki kalitesinin düzenleyici rolünü inceleyen herhangi bir çalışmaya henüz rastlanmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma gerek havacılık sektörü gerekse örgütsel davranış yazınındaki bilgi eksikliğini gidermede bir katkı olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışmanın amacı, ilişki kalitesinin çeşitli düzeylerinde kurumsal imaj ve etik algıların yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini, 2018 yılı Kasım ayı içinde Antalya havalimanı iç hatlar terminalinde seyahat eden yolcular oluşturmaktadır (n=333). Araştırmada veriler, Flavian, Guinalíu ve Torres (2005) tarafından geliştirilen Kurumsal İmaj Ölçeği; Power ve Lundsten (2005) tarafından tasarlanan Etik Algılar Ölçeği; Kuo, Wu ve Deng (2009) tarafından geliştirilen Yeniden Satın Alma Niyeti Ölçeği ve Cater ve Cater (2010) tarafından uyarlanan İlişki Kalitesi Ölçeğini kapsayan soru formu ile elde edilmiştir. Bu ölçekler 5'li Likert tipindedir (1=Kesinlikle Katılmıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum). Araştırmada ilişki kalitesinin farklı düzeylerinde kurumsal imaj ve etik algıların yeniden satın alma niyetine etkilerini ortaya koymak için veriler düzenleyici değişkenli regresyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, kurumsal imaj ve ilişki kalitesinin yeniden satın alma niyetine pozitif etki ederken; olumsuz etik algıların yeniden satın alma niyetine negatif etki ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca olumsuz etik algıların boyutlarından sadece karmaşık iş sorunları ve personel sorunları boyutlarının yeniden satın alma niyeti üzerinde negatif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yine yalnızca ilişki kalitesinin düşük ve orta düzeyde olumsuz etik algılar ile yeniden satın alma niyeti ilişkisinde düzenleyici etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Son olarak araştırmanın bazı kısıtları olduğu vurgulanmış, havayolu taşımacılığı işletmeleri ve yöneticilerine uygulamaya dönük önerilerde bulunulmuş, gelecekte benzer konulardaki araştırmacılar için bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İmaj, Etik Algılar, Yeniden Satın Alma Niyeti, İlişki Kalitesi.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Ekonomik Daralma Dönemlerinde KOBİ'ler ve Uygulanan Destekler: Türkiye Örneği – 485

Gonca DEMİREL
Trakya University , Institute of Social Sciences, Graduate Student in Entrepreneurship Department
gonca_demirel_hotmail.com

Assoc.Prof.Dr. İlknur KUMKALE
Trakya University Faculty of Economics &Administrative Sciences, Department of Business Management, Management and Organisation Department, ilknurkumkale@trakya.edu.tr

ÖZET

Geçmişten günümüze kadar dünya üzerindeki ülkeler birçok ekonomik durgunluk ya da krizlerle mücadele etmek zorunda kalmışlardır. Karşılaşılan bu durgunluk ve krizler küreselleşme ile birlikte ortadan kalkan sınırlarla tüm ülkelerin ortak sorunu halini almaya başlamıştır. Ülkelerin ekonomisinde büyük yere sahip olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler(KOBİ) bu gibi ekonomik problemlerden en çok zararı gören oluşumlar olmaktadır. KOBİ'ler ekonomide üstlendikleri dengeli sosyal kalkınma, istihdam yaratma, vergi getirisi sağlama, kendilerine oranla daha büyük olan işletmelere sundukları girdilerle, katma değer sağlamalarıyla bir ülkenin vazgeçilemez parçalarını oluştururlar. Ancak KOBİ'ler yeterli sermaye birikimine, teknoloji ve altyapıya sahip olmamaları gibi nedenlerden dolayı bu tür ekonomik durgunluk ya da krizlerden kolaylıkla etkilenmektedirler. Karşı karşıya kalınan ekonomik durgunluk dönemlerinde devletler KOBİ'lere pek çok destek paketleri açıklamış ve bu güç durumların en az zararla atlatılabilmesi için desteklerde bulunmuşlardır. KOBİ'ler için "Can Suyu ", Ekonomik Canlanma Paketi " vb destek paketleri bu ekonomik durgunluktan/krizden kurtulmak için atılan adımlardan bazıları olmuştur. KOBİ'lere verilen destekler bazı durumlarda hayat kurtarırken, bazı durumlarda ise yeterli desteği sağlayamamıştır. Tüm dünyada etkisini hissettiren ve küresel nitelikli olarak son büyük boyutlu 2008 krizi sonrası ülkeler ciddi boyutlarda bu durgunluktan etkilenmişlerdir. Bu çalışmada 2008 krizine kadar yaşanan krizler ele alınmış ve 2008'den günümüze kadar geçen süreçte yaşanan ekonomik daralmalara değinilmiştir. Bu daralmalar karşısında KOBİ'lere verilen destekler incelenerek desteklerin KOBİ'lere ne derecede katkıda bulunduğu incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Durgunluk, Kriz, KOBİ, Ekonomik Daralma, Türkiye

SMEs in Economic Contraction Period and Supports Applied: The Case of Turkey

ABSTRACT

From the past to the present day, countries around the world have had to deal with many economic recessions or crises. These recessions and crises have become common problems of all countries with the borders that disappeared with globalization. Small and medium-sized enterprises (SMEs), which have a great place in the economy of the countries, are the ones that suffer the most from these economic problems. SMEs are indispensable parts of a country with their balanced social development, employment creation, tax return, input to larger enterprises and providing added value in the economy. However, SMEs are easily affected by such economic recession or crises due to lack of sufficient capital accumulation, insufficient technology and lack of adequate infrastructure. In times of economic recession, governments have announced many support packages to SMEs and have provided support to overcome these difficult situations with minimal damage. Support packages such as "Can Water of Life", "Can Economic Revival Package" vb etc. for SMEs have been some of the steps taken to overcome this economic recession. While the support given to SMEs saved lives in some cases, it did not provide sufficient support in some cases. After the last large-scale crisis of 2008, the countries that were influential all over the world and globally, were seriously affected by this recession. In this study, the crises experienced until the 2008 crisis were discussed and the economic contraction experienced in the period from 2008 to the present is mentioned. In the face of these constrictions, the support given to SMEs was examined and the contribution of these supports to SMEs was examined.

Keywords: Recession, Crisis, SME, Economic Contraction

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Dış Borçların Ekonomik Büyüme ile Olan İlişkisinde Yolsuzlukların Rolü Nedir? – 486

Inst. Hikmet AKYOL
Gümüşhane University, Şiran HS
hikmetakyol76@gmail.com

Inst. Kübra KARAKUŞ
Muş Alparslan University, SSHS
k.karakus@alparslan.edu.tr

Res. Assit. Harun CAN
Erzurum Teknik University, FEAS
haruncan@etu.edu.tr

ÖZET

Gelişmekte olan ülkelerde,tasarrufların arzu edinilen seviyede olmaması, döviz sıkıntısı ve iç kaynakların yetersiz kalması gibi çeşitli faktörlerden dolayı dış borçlanma önemli bir finansman kaynağı olarak görülmüştür. Bununla birlikte, bu ülkelerde alınan dış borçların verimli alanlarda kullanılıp kullanılmadığı ve önemli alt yapı projelerinin finansmanın da ne ölçüde kullanıldığı, özellikle ekonomik büyüme ile nasıl bir ilişki içerisinde olduğu önemli bir tartışma konusudur. Dış borçların sürdürülebilir bir büyümeyi destekleyip desteklemediği birçok araştırmacı tarafından sorgulanmıştır.Bunun yanı sıra gelişmekte olan ülkelerde yolsuzluklar ciddi bir sorun olmayı sürdürmektedir. Bu araştırmada, seçili ülkelerde dış borçların ekonomik büyüme ile olan uzun dönem ilişkisi incelenmiştir. Aynı zamanda, dış borçların ekonomik büyüme ile olan ilişkisinde yolsuzların rolünün ne olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, 1985-2016 dönemi panel veri analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Panel veri analizi hem birim boyutunun hem de zaman boyutunun birlikte kullanılmasına imkân tanıdığı için zaman serisi analizlerine kıyasla daha kullanışlıdır. Araştırma bulgularına göre, gelişmekte olan ülkelerde dış borçlar ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde ilişki bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, yolsuzluklar dış borçlar ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkide önemli bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dış Borçlar, Ekonomik Büyüme, Yolsuzluk, Gelişmekte Olan Ülkeler.

What is The Role of Corruption in The Relationship of ExternalDebttoEconomicGrowth

ABSTRACT

In developing countries, extrenaldebt has beenseen as an importantsource of financingduetovariousfactorssuch as lack of savings at desirablelevels, shortages of foreigncurrency and insufficientdomesticresources.However, it is a matter of debatewhethertheexternaldebtsreceived in thesecountries is used in productiveareas and towhatextentthefinancing of importantinfrastructureprojects is used, especially how it relatestoeconomicgrowth.Whetherexternaldebtsupportssustainablegrowth has beenquestionedbymanyresearchers.Inaddition, corruptionremains a serious problem in developing countries. Inthisstudy, thelong-termrelationship of external debtwitheconomicgrowth in selectedcountrieswasexamined.At thesame time, therelationshipwitheconomicgrowth of externaldebt has triedtodeterminewhatthe role of corruption.For thispurpose, theperiod 1985-2016 wasanalyzedby panel data analysismethod.Panel data analysis is moreusefulthan time seriesanalysisbecause it allowsbothunit size and time size to be usedtogether.Accordingtothefindings, there is a relationshipbetweenlong-termexternaldebt and economicgrowth in developing countries.Inaddition, corruptionplays an important role in therelationshipbetweenexternaldebts and economicgrowth.

Keywords: External Debt, EconomicGrowth, Corruption, Developing Countries.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Turizm ve Karbon Emisyonları Arasındaki İlişkinin Heterojenliğinin İncelenmesi – 487

Inst. Kübra KARAKUŞ
Muş Alparslan University, SSHS
k.karakus@alparslan.edu.tr

Inst. Hikmet AKYOL
Gümüşhane University, Şiran HS
hikmetakyol76@gmail.com

Inst. Mehmet GÜL
Muş Alparslan University, SSHS
m.gul@alparslan.edu.tr

ÖZET

İkinci Dünya Savaşı sonrasında turizm faaliyetleri bütün dünyada önemli bir sektör haline dönüşmüştür. Artan turist sayısı ve destinasyon çeşitliliği, turizm sektörünün önemli bir finansman kaynağı olarak görülmesine neden olmuştur. Bunun yanı sıra, turizm faaliyetleri bölgesel kalkınmanın sağlanmasına katkı sağlamıştır. Bu bakımdan, turizm konusu hem gelişmiş ülkeler için hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir meseledir. Bununla birlikte, artan turizm faaliyetleri ve bu faaliyetler sonucunda ortaya çıkan ekonomik gelişmenin çevresel sorunları nasıl etkilediği ciddi birtartışma konusudur. Bu araştırmada seçilmiş ülkelerde turizm faaliyetleri ve karbon emisyonları arasındaki ilişki incelenmiştir. Başka bir ifadeyle, artan turizm faaliyetlerinin karbon emisyonlarını ve aynı zamanda çevresel kirlenmeyi uzun dönemde nasıl etkilediği görülmek istenmiştir. Bunun yanı sıra, turizm faaliyetleri ve karbon emisyonları arasındaki ilişkinin ülkelere göre farklılaşma gösterip göstermediği sorgulanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 1990-2016 dönemi panel veri analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Panel veri analizleri, zaman serileri ve yatay kesit analizlerine kıyasla daha geniş ve karmaşık testlere imkân tanıdığı için daha avantajlı bir yöntemdir. Araştırma sonuçlarına göre, turizm faaliyetlerinin gelişimi ile karbon emisyonları arasında uzun dönemde ilişki vardır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Karbon Emisyonları, Çevresel Kirlenme, Heterojen Panel Veri Analizi.

Research of Heterogeneity of The RelationshipbetweenTourism and CarbonEmissions

ABSTRACT

Afterthe Second World War, tourismactivitiesbecame an importantsectorthroughouttheworld.The increasingnumber of tourists and variety of destinations has ledtothetourismsectorbeingseen as an importantsource of funding.Inadditiontothis, tourismactivitieshavecontributedtotheestablishment of regionaldevelopment.Inthisrespect, theissue of tourism is an importantissueboth for developedcountries and for developing countries.However, increasedtourismactivities and how theresultingeconomicdevelopmentaffectsenvironmentalissuesare a matter of seriousdebate.Thisstudyexaminedtherelationshipbetweentourismactivities and carbonemissions in selectedcountries.Inotherwords, how increasedtourismactivitiesaffectcarbonemissions as well as environmentalpollution in thelongterm has beensoughtto be seen.Furthermore, it has beenquestionedwhethertherelationshipbetweentourismactivities and carbonemissionsshowsdifferentiationbycountries.For thispurposetheperiod 1990-2016 wasanalyzedby panel data analysis.Panel data analysis is a moreadvantageousmethod as it allows for wider and morecomplexteststhan time series and cross-sectionanalyses.Accordingtotheresearchresults, there is a long-termrelationshipbetweenthedevelopment of tourismactivities and carbonemissions.

Keywords: Tourism, CarbonEmissions, EnvironmentalPollution, Heterogeneous Panel Data Analysis.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Desteklerle KOBİ: Bankalar Üzerine Bir Araştırma – 488

Ebru ÖDEN
Trakya University
ebruoden94@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. İlknur KUMKALE
Trakya University, FEAS
ilknurkumkale@trakya.edu.tr

ÖZET

Geçmişe bakıldığında ülkeler birçok krizle karşılaşmış ve dolayısıyla ülke ekonomileri sıkıntıya düşmüştür. Ülke ekonomilerinin yapı taşı diyebileceğimiz Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ)'lerin büyük çoğunluğu bu krizleri atlatmayı başaran, ekonomiye tekrardan can veren işletmeler olmuşlardır. Ancak bu krizleri atlatabilmeleri için desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. Küçük olmaları krizlerden daha kolay çıkabilmelerini sağlarken, finansal anlamda da zorluklara dayanıklılığını azaltmaktadır. Finansal konuda devlet desteklerinden faydalanmakta ancak bunun yeterli olmadığı görülmektedir. Bu durumda KOBİ'ler finansal kaynaklara erişimin farklı yollarını aramak zorunda kalmaktadır. Kalkınma ajansları bölgesel destekleri oluşturmaktadır. Ticaret Bakanlığı, "Kolay Destek" uygulaması ile küresel anlamlılık kazanmak isteyen KOBİ'lere destek sağlamaktadır. Gerek devletin yaptığı anlaşmalar gerekse banka kredileri bu durumda diğer kurtuluş yolunu oluşturmaktadır. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) KOBİ'lerin en büyük destekçisi durumundayken, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) araştırma ve geliştirme (AR-GE) çalışmalarına katkı sağlamaktadır. Devletin en büyük desteği ise bankalar ile anlaşma imzalayarak Kredi Garanti Fonu (KGF) uygulamasını hayata geçirmek olmuştur.
Türkiye'deki bankaların da KOBİ'lere özel kredi fırsatları bulunmaktadır. Bu araştırmada Edirne ilindeki KGF ile anlaşmalı olan ve olmayan bankalarla görüşme yapılarak belli sorulara cevap alınmıştır. Edinilen bilgiler bu araştırma ile paylaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'ler, KOBİ'lere Destekler

With SME Supports: A Research on Banks

ABSTRACT

In retrospect, countries have faced many crises and consequently the economies of the country have suffered. The majority of the Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), which can be called the building blocks of the national economies, have succeeded in overcoming these crises and have given life to the economy again. However, they need support to overcome these crises. Their small size makes it easier for them to get out of crises while reducing their resilience to financial difficulties. It makes use of state subsidies in financial matters, but it is not enough. In this case, SMEs have to look for different ways of accessing financial resources. Development agencies constitute regional support. With the "Easy Support eyen application, the Ministry of Commerce provides support to SMEs who want to gain global significance. Both the agreements made by the state and bank loans constitute the other way of salvation in this case. Small and Medium Enterprises Development and Support Administration (KOSGEB) which state the biggest supporters of SMEs, Turkey Scientific and Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) research and development (R & D) is to contribute to the study. The biggest support of the government was the signing of an agreement with banks to implement the Credit Guarantee Fund (KGF).
There are special deals on credit to SMEs by banks in Turkey. In this research, certain questions were answered by interviewing banks with and without agreement with KGF in Edirne. The information obtained is shared with this research.

Keywords: SMEs, Support to SMEs

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İngiliz Dili Eğitimi Bölümlerinde Görevli Öğretim Elemanlarının Bilgisayar Destekli Dil Öğretimine Yönelik Tutumları (Türkiye Devlet Üniversiteleri) – 489

Inst. Sezer Alper ZEREYALP
Çukurova University
alperzereyalp@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Neşe CABAROĞLU
Çukurova University
ncabar@cu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Mahmut Oğuz KUTLU
Çukurova University
okutlu@cuedu.tr

ÖZET

Dil öğretiminde teknoloji kullanımı özellikle de bilgisayarların kullanımı son yıllarda oldukça popüler olmuştur. Bu çalışma, Türkiye'de devlet üniversitelerinde İngiliz Dili Eğitimi Bölümlerinde görevli Öğretim elemanlarının Bilgisayar Destekli Dil Öğretiminin (BDÖ) kullanımı ile ilgili tutumlarını belirlemeyi ve onları öğretim sırasında BDÖ'nin ya da bilgisayar teknolojilerini kullanmaktan alıkoyan faktörleri belirlemeyi amaçlamıştır Bu çalışma, Türkiye'de 13 farklı devlet üniversitesinin İngiliz dili Eğitimi bölümlerinde görevli 80 öğretim elemanı ile uygulanmıştır.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak öğretim görevlilerinin tutumlarını belirlemek için anketler ve katılımcıların BDÖ kullanımı ile ilgili bariyerlerini belirlemek için görüşmeler kullanılmıştır. Görüşmeler anketlerde belirlenen tutum sonuçlarına göre seçilen Çukurova Üniversitesi İngiliz Dili Eğitimi bölümünde görevli 6 öğretim elemanı ile yapılmıştır. Öğretim elemanlarının cinsiyetleri ve yaşlarıyla BDÖ'nin kullanımına yönelik tutumları arasındaki ilişki de incelenmiştir.

Anket verileri SPSS programı ile analiz edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler üzerinde içerik analizi yapılmış veriler üzerinde gerekli noktalarda gruplamalar ve kodlamalar yapılmıştır.

Elde edilen sonuçlar Öğretim elemanlarının öğretim sırasında BDÖ kullanımı ile ilgili oldukça olumlu tutumlara sahip olmalarına rağmen, BDÖ kullanımı ile ilgili bazı bariyerleri olduğunu ortaya koymuştur. En çok sözü edilen bariyerler donanım eksikliği, zaman eksikliği, teknik yetersizlik, idari destek yetersizliği ve insanların tutumları ve fikirleri olarak ortaya çıkmıştır. Öğretim elemanlarının cinsiyetleri ve BDÖ' ne ilişkin tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunamadığı gibi yaş ve BDÖ'ne yönelik tutumlar arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgisayar Destekli Dil Öğretimi, Tutumlar, Öğretmen yetiştirme

EFL Teacher Educators' Attitudes towards Call: Case Of Turkish State Universities

ABSTRACT

Use of technology, especially use of computers, in language education has been very popular recently. This study aimed at identifying teacher educators' attitudes towards use of CALL (Computer Assisted Language Learning) and revealing their barriers (if any) to the use of CALL or computer technologies in their teaching in state universities in Turkey. This study was carried out with 80 teacher educators from English Language Teaching departments of 13 Turkish state universities.

Data for this study were collected through questionnaires which were used to find out the participants' attitudes and interviews which were used to identify the participants' barriers to the use of CALL. 6 participants for the interviews were chosen from Çukurova University according to their attitude points. The relationship between the gender and the attitudes towards computers was investigated as well as the relationship between age and attitudes towards the use of CALL.

The data from the questionnaires were analyzed through SPSS (Statistical Package for Social Sciences). The interview data were analyzed through content analysis.
The results indicated that teacher educators had such barriers as lack of hardware, lack of time, technical and administrative support and people's opinions or ideas although they had strong positive attitudes towards the use of CALL in their instruction. A statistically significant difference
between the gender and the educators' attitudes towards the use of CALL could not be found. The relationship between teacher educators' ages and their attitudes towards CALL was not statistically different either.

Keywords: CALL, Attitudes, EFL teacher education.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Why does Gamification Work in Marketing? A Literature Review on Consumer Psychology – 490

Dr. Ali Erhan ZALLUHOĞLU
Ege University, FEAS
erhan.zalluhoglu@gmail.com

Dr. Ayşe KARAÇİZMELİ
aysekaracizmeli@gmail.com

ABSTRACT

This theoretical study aims to put forward the functionality of "gamification" concept which becomes more popular within Turkey and all over the world in the case of studies related to human psychology.
Gamification is a term which is defined as "the broad trend of employing game mechanics to non-game environments such as innovation, social change and transport" (Buningh et al., 2014) or "the process of game-thinking and game mechanics to engage users and solve problems" (Zichermann and Cunningham, 2011) in more inclusive terms.
Within the study, historical development and theoretical framework of gamification concept is discussed. In this section, the historical development of gamification is investigated both as in conceptual and practical area. Then gamification examples on marketing field are given. In theoretical framework, this study focuses the relationship between Social Cognitive Theory and Self-determination Theory. Finally this literature review aims to find answers to the question "why gamification which is used extensively on promotion, tourism marketing and service marketing is an effective method" in the light of the studies on evolutionary psychology.

Keywords: *Gamification, consumer behaviour, evolutionary psychology*

REFERENCES

Buningh, S., Martijnse-Hartikka, R., & Christiaens, J. (2014, April). Mobi-modal shift through gamification. In *Transport Research Arena (TRA) 5th Conference: Transport Solutions from Research to Deployment*.

Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. " O'Reilly Media, Inc.".

Kadın Çalışanların Kariyer Engelleri: Otomotiv Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma – 492

Emine Şeyma ÜNLÜ
Kocaeli University, SBE
seymaaunlu@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS
Kocaeli University, FEAS
minehalis@gmail.com

ÖZET

Dünya nüfusunun yaklaşık yarısı, Türkiye nüfusunun ise yarıdan fazlası kadın nüfusundan oluşmaktadır. Artan kadın nüfusuna rağmen kadınların işgücüne katılım sayısı oldukça düşüktür. Bu durumun sebeplerinden biri kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları kariyer engelleridir. Bu çalışmada kadın çalışanlar gözünden yaşanan kariyer engelleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmayı benzerlerinden ayıran özellik uygulamanın yapıldığı alanın erkek egemen otomotiv sektörü olmasıdır. Otomotiv sektöründe görev yapmakta olan 12 adet kadın çalışan ile yapılandırılmış mülakat gerçekleştirilerek bu sektördeki kadın çalışan kariyer engelleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada daha önce yapılan çalışmalarda kullanılan anket sorularından uygun olanları uzman görüşü alınarak 6 adet görüşme sorusu oluşturulmuştur. Mülakat bulguları; kadınların erkek egemen toplumda olmalarının getirdiği zorluklarla beraber, kadınların iş hayatının yanı sıra evde de sorumluluklarının olması, kadınlara güvenin az olması, uzun çalışma saatleri, kadınların kendilerine olan güven eksikliği, eğitim almada fırsat eşitliği yaşayamamaları gibi çeşitli sebeplerden dolayı kariyer engelleri ile karşılaşmasının kaçınılmaz olduğunu fakat bu engellerinin kaldırılması için çeşitli çözüm önerilerinin varlığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Çalışanlar, Kariyer Engelleri, Otomotiv Sektörü

ABSTRACT

Nearly half the world's population, while more than half of Turkey's population consists of women. Despite the increasing female population, the number of female labor force participation is quite low. One of the reasons for this situation is the career barriers that women face in working life. In this study, it was tried to put forward the career barriers in the eyes of female employees. What distinguishes the study from its peers is that the area where the application is made is the male dominated automotive sector. A structured interview was conducted with 12 female employees working in the automotive sector to identify career barriers for female employees in this sector. In the study, 6 interview questions were formed by taking expert opinion among the survey questions used in previous studies. Interview findings; It is inevitable for women to face career barriers due to various reasons such as having difficulties in being in the male dominated society, having responsibilities at home as well as working life, lack of confidence in women, long working hours, lack of confidence in women, and lack of equal opportunity in education. It reveals the existence of various solutions for the removal of these barriers.

Keywords:Women Employees, , Career Barriers, Automotive İndustry.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İşletmelerin AR-GE Kabiliyetlerinin Sektörel Belirsizliklerle Başa Çıkmadaki Rolü – 493

Role of Firms' R&D Capabilities to Cope with Sectoral Uncertainities

Dr. Ali Erhan ZALLUHOĞLU
Ege University, FEAS
erhan.zalluhoglu@gmail.com

Prof. Dr. Ayla Özhan DEDEOĞLU

ÖZET

Globalleşmenin etkisiyle artan rekabet koşullarında işletmeler, çok sayıda parametrenin etkili olduğu belirsizlik koşullarında faaliyetlerini sürdürmektedirler. İşletmelerin dinamik pazar koşullarında faaliyetlerine devam edebilmeleri, karşılaştıkları belirsizliklere uyum sağlamalarını ya da değişim gösterebilmelerini gerektirir. Reaktif stratejiler uyuma odaklanırken, proaktif stratejiler değişimi tetikleyerek koşullar üzerinde etki yaratmaya odaklanır. Bu bağlamda Ar-Ge faaliyetleri, belirsizlik koşullarına karşı yürütülen proaktif stratejilerden biri olarak öne çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında, Ar-Ge faaliyetlerinin sektör koşullarını değiştirme gücünden hareketle, işletmelerin sahip oldukları bu kabiliyetlerinin belirsizliklerin azaltılmasındaki rolünün açıklanması amaçlanmaktadır. Türkiye'de son on yılda yükselen bir ihracat ivmesine sahip olan balıkçılık sektörünün kültür balıkçılığı alanında yapılan Ar-Ge çalışmaları incelenecektir. Kültür Balıkçılığı, ekosistemi itibariyle çevresel belirsizliklerin sıklıkla ortaya çıktığı ve Ar-Ge etkisinin rahatça gözlenebileceği bir alandır. İzmir'de faaliyet gösteren ve çiftlikten satış noktasına kadar tedarik zinciri yönetimi gerçekleştiren balık üreticisi firmalar incelemeye alınmıştır. Belirsizliğin soyut ve algıya dayalı olma özelliğinden hareketle nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme yönteminin uygulanmasına karar verilmiştir. Toplamda yedi firmanın karar alıcı düzeyinde üst düzey yöneticileri ile görüşülmüş, karşılaşılan belirsizliklere üretilen Ar-Ge çözümleri ve tetikleyici olaylar tartışılmıştır. Belirsizlik boyutu tedarik zinciri boyunca incelendiğinden ayrıca zincir boyunca etkin rolü bulunan zincir üyeleri de araştırmaya dahil edilmiş ve toplanan verilerin güvenilirliği üçgenleme metoduyla test edilmiştir. Elde edilen bulgular Ar-Ge kabiliyetinin firmanın sahip olduğu kaynakları ve esneklik becerisine bağlı olarak şekillendiğini, ayrıca tepki verebilme gücünü arttırdığını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Sektörel Belirsizlik, Ar-Ge, Kültür Balıkçılığı.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Giresun İli Özel Hastane Çalışanlarında Açık Etme (Whistleblowing) ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi – 494

Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF
Giresun University, FEAS
aysen.wolff@giresun.edu.tr

Inst. Murat AYAR
Giresun University, SBE
murat.ayar@giresun.edu.tr

ÖZET

Açık etme (whistleblowing) kavramı, kurumlarda etik/ahlaki olmayan ve yasa dışı davranışların kurum içinde ve/veya kurum dışında duyurulması olarak ifade edilmektedir. Örgütsel bağlılık ise çalışanların işletmenin hedef ve değerlerine yüksek seviyede inanması ve kabul etmesi anlamına gelmektedir. Bireysel, örgütsel ve toplumsal fayda düşünüldüğünde, açık etme kavramı çok önem arz etmektedir. Hastanelerde insan hayatı söz konusu olduğundan hataların asgari düzeye indirilmesi ve alınacak önlemler konusunda açık etmenin yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma Giresun ili merkezinde hizmet vermekte olan 2 özel hastane çalışanları üzerinde anket yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmada açık etme ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya toplam 196 hastane çalışanı katılmıştır. Bu çalışmanın amacı, açık etme ve örgütsel bağlılık kavramının aralarındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Açık Etme, Örgütsel Bağlılık, Özel Hastaneler

The Relationship Between Whistleblowing and Organizational Commitment Amoung Giresun Private Hospital Employees

ABSTRACT

Whistleblowing is defined as reporting non-ethical, immoral and/or unlawful behaviour inside and/or outside an institution. Organizational commitment implies a worker's high level of belief and acceptance of the institution's goals and values. When we think of the individual or organizational and social benefits the whistleblowing function is very important. When it comes to hospitals, human life is the main concern. Whistleblowing can help in preventing bad outcomes.

This study is conducted by surveying workers of two private hospitals located in central Giresun. This study examines the relationship between whistleblowing and an organizations commitment to its' values. 196 hospital workers participated in this survey. This study hopes to uncover the relationship between whistleblowing and organizational commitment.

Keywords: Whistleblowing, Organizational Commitment, Private Hospitals

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sağlık Hizmetlerinde Kalite Algısı ve Beklentilerin, Tatmin, Sadakat ve Tavsiye Davranışı Üzerindeki Etkisi: Ankara Kamu ve Özel Hastaneler Karşılaştırması – 496

Asst. Prof. Dr. Berrin Arzu EREN
Ufuk University
berrinarzu.eren@ufuk.edu.tr

ÖZET

Tüketiciler satın alma davranışı sonrasında hizmete ilişkin olarak bir sonuca ulaşırlar. Bu sonuç hizmetin sonuç başarısına ilişkin bir yargı ifadesidir. Tüketicinin bir işletmenin mükemmelliği veya üstünlüğüne ilişkin yargısı algılanan kalite olarak ifade edilmektedir (Zeithaml, 1987). Tıpkı diğer hizmet alanlarında olduğu gibi, hastalar da sağlık kuruluşlarından hizmet aldıktan sonra hizmete ilişkin bir kalite algısına ulaşırlar. Tüketiciler satın aldıkları hizmeti değerlendirirken belirli ölçütleri göz önünde bulundururlar. Alan yazında tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirirken kullandıkları temel ölçütler on boyutta incelenmektedir. Bunlar fiziksel olanaklar, inanılırlık, sorumluluk, ulaşılabilirlik, güvenilirlik, gizlilik, yetkinlik, nezaket, müşteriyi anlama/tanıma ve iletişim (Parasuraman, Zeithaml & Berry 1985, s. 47). Bu ölçütlerden herhangi birinde yaşanacak olumlu ya da olumsuz deneyimler ise hizmetin algılanan kalitesini şekillendirmektedir.

Hizmet satın alan müşterilerin satın alma davranışı öncesinde hizmete ilişkin birtakım beklentileri vardır. Hizmet sunumunun ağırlıklı olarak çalışan performansına dayalı olduğu hizmet sektöründeki işletme yönetimlerinin, hizmeti her zaman müşteri beklentisine yüzde yüz uygun sunmaları mümkün olamayabilir. Hizmeti tüketen bireyler ise kendi beklentileri içerisinde hizmetle ilk karşılaşmalarını gerçekleştirirler.

Sağlık hizmetleri teknolojik gelişmelerle birlikte günümüzün en hızlı değişim gösteren alanlarından biridir. Konu insan sağlığını geliştirmek ve sürdürülebilir sağlık hedefine ulaşmak olduğunda sağlık hizmetlerinde önemli konulardan birisi sağlık hizmetlerinin kalitesidir. Bununla birlikte sağlık hizmetlerini alan hastaların da hastaneye ilişkin kalite yargısını belirleyen önemli konu hizmete ulaşmadan önceki beklentileridir. Bu noktada çalışmanın amacı kamu ve özel hastanelerden sağlık hizmeti alan hastaların sağlık hizmetini satın aldıkları hastaneden beklentileri, hastaneden aldıkları hizmeti değerlendirirken kullandıkları kalitenin belirlenmesi ve algılanan kalitenin hastaların tatmin, sadakat ve tavsiye davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymak ve iki grup arasındaki farklılıkları aktarmaktır.

Bu amaçlar doğrultusunda öncelikle güncel literatürden yararlanılarak sağlık hizmetleri, sağlık hizmetlerinin kalitesini belirleyen ölçütler ve hizmete ilişkin beklentiler açıklanacaktır. Çalışmanın uygulama alanını Ankara' da hizmet gösteren kamu ve özel hastaneler oluşturmaktadır. Çalışmada anket yöntemi ile Mart 2019- Haziran 2019 tarihleri arasında veri toplaması tamamlanmıştır. Katılımcı sayısı Ankara' da bulunan kamu ve özel hastanelerden hizmet alan 551 kişidir.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Pan-Turanizm İdeolojisi ve Uluslararası İlişkiler Teorisi Olarak Türk Milliyetçiliği Fikrinin Doğuşu – 497

Assoc. Prof. Dr. Elnur Hasan MİKAİL
Kars Kafkas University
emikail@turansam.org

ÖZET

Bu çalışmada, Türk Milliyetçiliği Uluslararası İlişkiler Teorisi olan Milliyetçilik açısından ele alınmış ve her yönüyle incelenmiştir. Onları, milliyetçilik ideolojisinin etkisi altında üretilen ve milliyetçiliğin gelişimine katkıda bulunmaya katkıda bulunan ya da hedeflenen ilk çalışmalardan ayıran, tartıştıkları konuyu derinlemesine açıklamak ve karşılaştırmalı bir bakış açısıyla açıklamaktı. Daha sonraki yıllarda, sömürgecilik imparatorluklarının parçalanmasının etkisiyle Milliyetçilik üzerine artan sayıda çalışma, farklı etkenleri vurgulasa da, milliyetçiliği modernleşme sürecinin bir parçası ya da ürünü olarak algılamaya başladı. Modernleşme okulunun etkisi, 1960'lı yıllardan bu yana birçok sosyal bilimler alanında etkisi hissedilir.
Çalışmada Türk Şamanizmi teorik alanda tek sınırlı bir durum olarak araştırılmaktadır. Genel olarak, eğer Türk Birliği projesi uygulanırsa, Türk halkı adına çok iyi sonuçlar alınacağı açıktır. Bu çalışmada Milliyetçi Ekonomik Politika, Türkiye'de neredeyse hiçbir akademik araştırmanın bulunmadığı ve incelenmesi gereken son derece önemli bir konu olduğu incelenmiştir. Pratik düzeyde, bu ekonomi politikasının izlenmesi durumunda, bu ekonomi politikasının ülke ekonomisi üzerindeki olumlu etkileri araştırılmıştır. Milliyetçi Ekonomi Politikası, ithalat ve ihracat arasındaki dengeyi koruyan ve dış ticaret talebi yerine, yerli mal tüketim ilkelerini benimseyen, ulusal prensiplere dayalı bir ulusal üretim modeline dayanmaktadır. Alman, Japon ve İsrail devletleri bu tür ekonomi politikalarını izleyerek belirtilenlere örnek olarak çalışılıyor ve bazı varsayımsal tezler öneriliyor. Bu önerilerin uzun vadede ekonomik istikrar ve kalkınmayı sağlamayı amaçlayan Türkiye'de uygulanması önerilmektedir. Farklı bakış açılarıyla ele alınan bu çalışmada esas olarak Pan Turanizm ideolojisinin gerçeğe dönüşmesi için gerçekçi politikanın uygulanması varsayımı üzerinde durularak, Türk Birliğinin kuruluşuna giden yolda bize esasen ütopyanın yani hayal edilen olgunun gerçeğe dönüşmesi yani realize edilmesi irdelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şamanizm, Türk Materyalizmi, Uluslararası İlişkiler Teorileri, Türk Milliyetçiliği, Milliyetçi Ekonomi Politikası, Pan Turanizm İdeolojisi.

Pan-Turanism Ideology and The Birth of Turkish Nationalism Thoughts' As A Theory of An International Relations

ABSTRACT

In this study, Turkish Nationalism was examined in terms of Nationalism Theory and its all aspects. What distinguishes them from the early works, which were produced under the influence of the ideology of nationalism and contributed or targeted to contribute to the development of nationalism, was to try to explain the subject they discussed in depth and to explain them from a comparative perspective. In later years, the increasing number of studies on Nationalism, with the effect of the disintegration of colonial empires, began to perceive Nationalism as a part or product of the modernization process, even though emphasizing on different factors. There is also the role of the modernization school, the influence of which was felt in many fields of social sciences since the 1960s.
In this study, Turkish Shamanism is being investigated as a single limited case in the theoretical field. In general, if the Turkish Union project is implemented, it is obvious that very good results will be taken for the name of the Turkish people. In this study Nationalist Economic Policy is scrutinized, about which there is almost no academic research made in Turkey and which is also an extremely important topic to be examined. At the practical level, the positive effects of this economic policy on the country's economy in case this economy policy was pursued, were investigated. The Nationalist Economy Policy is based on a national production model based on national principles, keeping the balance between imports and exports and adopting the principles of consumption of domestic goods instead of foreign trade aspiration. The German, Japanese and Israeli states are studies as examples of stated pursuing such economy policies and some hypothetical theses are suggested. These proposals are advised to be implemented in Turkey aiming at ensuring economic stability and development in the long term. This study, which is dealt with in different perspectives, focuses on the realization of realistic policy for the realization of Pan Turanism ideology.

Keywords: Shamanism, Turkish Materialism, Theories of International Relations, Turkish Nationalism, Nationalist Economic Policy, Pan Turanism Ideology.

Turizm Sektöründe Açık İnovasyonun Önemi ve Sağlayacağı Faydalar – 498

Inst. Derya YÜCEL
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
deryayucel@ibu.edu.tr

Prof. Dr. Muhsin HALİS
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
muhsinhalis@ibu.edu.tr

ÖZET

Temel bir hizmet sektörü alanı olarak turizmde üretilen mal ve hizmetler üretildikleri yerde müşteriler tarafından tüketilirler. Bu nedenle müşteri hizmet inovasyonunun önemli bir kaynağı olarak kabul edilir. Turizm sektöründe benzersiz ve akılda kalıcı müşteri deneyimleri sunmak, rekabetçi kalmak için büyük önem taşır. Benzersiz bir deneyim sunmak, hem müşterinin katılımını, hem de müşteriyi deneyime bağlayan bir bağlantıyı içerir. Restoran, otel, havayolları, seyahat acenteleri, alış-veriş mağazaları gibi birçok farklı işletme türünü içeren bir sektör olan turizm sektörü homojen olmayan ürünlerin üretildiği ve üretim sürecinde oldukça farklı teknolojilerin kullanıldığı bir sektör olması nedeni ile de yenilik süreçlerinde çok farklı bakış açılarını gerektirir. Turizm ayrıca girişimcilerin, müşterilerin, çalışanların ve tedarikçilerin değişken uluslararası çevreleri nedeni ile küresel bağlantılar gerektiren bir yapı sergiler. Bu nedenle turizm sektöründe inovasyon, turizm organizasyonlarının rekabetçiliğinde, özellikle turizm endüstrisini derinden dönüştüren bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin sonucu olarak kökten değişen bir ortamda kritik bir rol oynamaktadır.
Bu açıdan hızla değişen çevresel koşullar nedeniyle şirketlerin veya kurumların inovasyonu hem iç hem de dış süreçler yardımıyla oluşturması gerekli hale gelmiş ve bu durum açık inovasyon olarak tanımlanmıştır. Açık inovasyonda yer alan dış süreçler; firmanın rekabet içinde olduğu diğer firmalar, tedarikçiler ve kitle kaynak kullanımı ile ortak bilgi ve teknoloji paylaşımı şeklinde olabileceği gibi, firma olarak oluşturacakları ortak bir platfom aracılığı ile müşterilerinin inovasyon önerilerini toplamaları şeklinde de tanımlanabilir. Firmalar bu sayede hem dış inovasyon kaynaklarını kullanarak, hem de kendi inovasyon imkanlarını başka firmalar ile paylaşarak çok daha etkin şekilde yeni ürün ve hizmetler geliştirebilirler.
Bu çerçevede hazırlanan çalışmada bugüne kadar üzerinde yeteri kadar durulmayan açık inovasyonun geleneksel inovasyon yaklaşımına göre turizm sektörü için sahip olduğu önem ile sağlayacağı fırsat ve faydalar karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Açık inovasyon, turizm, kapalı inovasyon

Importance of Open Innovation in Tourism Sector and Its Benefits

ABSTRACT

As a basic service sector area, goods and services produced in tourism are consumed by customers at the place of production. Therefore, the customer is considered as an important source of service innovation. Providing unique and memorable customer experiences in the tourism sector is of great importance for staying competitive. Providing a unique experience includes both customer engagement and a link that connects the customer to experience. As a sector that includes many different business types such as restaurants, hotels, airlines, travel agencies, shopping stores, tourism sector requires very different perspectives in innovation processes as it is a sector where non-homogenous products are produced and different technologies are used in the production process. Tourism also exhibits a structure that requires global connections due to the changing international environment of entrepreneurs, customers, employees and suppliers. Therefore, innovation in the tourism sector plays a critical role in the competitiveness of tourism organizations, particularly in a radically changing environment as a result of advances in information and communication technologies that have deeply transformed the tourism industry.
In this respect, due to rapidly changing environmental conditions, it has become necessary for companies or institutions to create innovation with the help of both internal and external processes and this situation is defined as open innovation. External processes involved in open innovation; It can be defined as sharing information and technology with other firms with which the company is competing, suppliers and crowdsourcing usage as well as collecting the innovation proposals of its customers through a common platform to be formed as a company. In

this way, companies can develop new products and services much more effectively both by using external innovation sources and by sharing their own innovation opportunities with other companies.
In this study, open innovation, which has not been sufficiently emphasized so far, is evaluated comparatively with the importance it has for the tourism sector according to the traditional innovation approach.

Keywords: Open innovation, tourism, closed innovation

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

TR-71 Bölgesindeki KOBİ'lerde Kosgeb Proje Giderlerinin Markalaşma Bilincine Etkisi – 499

Tayfur EGE
Kastamonu University
tayfur.ege84@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı proje bazlı KOSGEB Desteklerinden faydalanan TR-71 bölgesindeki KOBİ'lerin faydalandıkları proje giderlerinin markalaşma bilincine olan etkisini analiz etmektir. Bu kapsamda öncelikle KOBİ ve markalaşma kavramları açıklanacaktır. Daha sonra KOSGEB destekleri incelenerek markalaşma kavramına yönelik destekler belirlenecektir. Sonraki bölümde çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi ve faktör analizi yapılacaktır. Ardından SPSS programı ile kurulan hipotezleri analiz edilecektir. Böylece KOSGEB desteklerinin markalaşma bilincine olan etkisi incelenecektir. Yapılan analizler sonuçlarına göre KOSGEB destekleri kapsamında pazarlama elemanı istihdam eden ve etmeyen işletmeler arasında markalaşma bilinci farklılık göstermektedir. KOSGEB destekleri öncesi reklam çalışması yapan ve yapmayan KOBİ'lerde markalaşma bilinci farklılık göstermezken, KOSGEB destek süreci sonrasında reklam çalışması yapan ve yapmayan KOBİ'lerde markalaşma bilincinin farklılık göstermektedir. KOSGEB destek süreci öncesi web sayfası olan ve olmayan KOBİ'lerde markalaşma bilincinin farklılık göstermezken, KOSGEB destekleri ile web sayfası için destek alan ve almayan KOBİ'lerde markalaşma bilincinin farklılık göstermektedir. Dijital pazarlama faaliyetine KOSGEB destekleri ile başlayan ve başlamayan KOBİ'lerde markalaşma bilinci farklılık göstermektedir. Sonuç olarak KOSGEB destekleri KOBİ'lere sadece maddi anlamda destekler vermenin dışında markalaşma bilincini olumlu olarak etkilediği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kobi, Kosgeb, Markalaşma

The Role Of Kosgeb Supports On Instıtutıonalızatıon Process Of Smes In Tr-71 Region

ABSTRACT

The aim of this study is analyzing the effects of KOSGEB Project expense on brand knowledge of SMEs in Tr-71 Region. In the first part, the concept of SME and branding have explained. Then KOSGEB supports have analyzed and the types of support programs given for the concept of branding have determined. In the last part, factor analysis and reliability analysis have done for the scale used in the research. Then statistical analyzes have done with the SPSS program to analyze the established hypotheses. According to the results of the analyzes, brand knowledge differs in SMEs which utilize KOSGEB supports for marketing personal, advertising work, web page develop and digital marketing. As a result KOSGEB supports are not only financial but also positively affect brand knowledge.

Keywords: SME, KOSGEB, Brand Knowledge

KKTC'de Uygulanmakta Olan Okul öncesi Eğitim Programı'nın Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi – 500

Arzu Dolmaz
Gaziköy Anaokulu
dolmazarzu@gmail.com

ÖZET

Okul öncesi eğitim çocuğun en değerli dönemidir. Çocuğun yaşamının ilk basamaklarını oluşturan, gelişiminin, öğrenmesinin en hızlı ve yoğun olduğu dönemdir. Bundan dolayı hem zihinsel gelişiminin hem de kişilik gelişiminin büyük bir kısmı bu dönemde kazandırılmaktadır. Okul öncesi eğitimin kaliteli ve çağdaş yaklaşımlara uygun olarak yapılması büyük önem taşımaktadır. Nitelikli bir okul öncesi eğitim alan çocuk ilkokula ve yaşama daha avantajlı olarak başlar. Kaliteli ve nitelikli bir eğitim ise nitelikli bir programla mümkündür. Okul öncesi eğitimde uygulanacak programların çocuğu bütüncül gelişimini yani fiziksel, duygusal, bilişsel ve dil gelişimini tam anlamıyla desteklemelidir.
Bu araştırmanın amacı KKTC 'de uygulanmakta olan okul öncesi eğitim programın öğretmen görüşlerine göre değerlendirmesinin yapılmasıdır. Programın yeterliliği, avantajları, dezavantajları, uygulamadaki zorluklar, değerlendirme ve öğretmen eğitimleri konusunda öğretmenlerle görüşmek üzere 13 açık uçlu sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat soruları hazırlanıp mülakat gerçekleştirilmiştir.
Araştırmanın analizi için betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Mülakatlar KKTC MEB'e bağlı ana okul ve ana sınıflarda görev yapan 15 okul öncesi öğretmenleri ile gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi Eğitim, Program, Ana okul, Ana sınıf

Evaluation of Pre-school Education Program Implemented by the Teachers in TRNC

ABSTRACT

Preschool education is the most valuable period of the child. It is the most rapid and intense period of learning. Therefore, a great part of both mental development and personality development is gained in this period. It is of great importance that pre-school education is carried out in accordance with quality and contemporary approaches. Children who receive a qualified pre-school education start primary school and life more advantageously. Quality and qualified education is possible with a qualified program. The child of the programs to be implemented in pre-school education should fully support the holistic development of physical, emotional, cognitive and language development.
The aim of this study is to evaluate the pre-school education program implemented in TRNC according to the opinions of teachers. Semi-structured interview questions consisting of 13 open-ended questions to discuss with teachers about the adequacy, advantages, disadvantages, difficulties in implementation, evaluation and teacher training were prepared and the interview was conducted.

Descriptive analysis method was used for the analysis of the research. Interviews were conducted with 15 preschool teachers who work in primary schools and main classes in the TRNC.

Keywords: Preschool education, program, Nursery School, Kindergarten.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Okul öncesi Kurumlarında Oyun Temelli Öğretim Yöntemi ile Dış Mekânın Yapılandırılması – 501

Özlem ALKAN
Şht. Mehmet Eray İlkokulu
ozlemalkansimsek1981@gmail.com

Arzu DOLMAZ
Gaziköy Anaokulu
dolmazarzu@gmail.com

ÖZET

Okul öncesi eğitim erken çocukluk eğitimi olarak bilinen, çocuğun büyümesi gelişmesi ve bakımının yapılması ile ilgili olarak bütünü kapsayan bir eğitimdir. Okul öncesi eğitim programında özbakım, dil gelişimi ,bilişsel gelişim,sosyal-duygusal gelişim ve psikomotor gelişim alanları bulunmaktadır. Bu alanlarla becerilerinin kazandırılması ve ilköğretime hazır bulunuşluklarının tamamlanması amaçlanmaktadır. Bu eğitim çocukların bireysel ve gelişimsel farklılıklarına uygun olarak uyarıcı bir çevre fırsatları sağlayan, gelişimlerini içinde bulunduğu toplumun değer ve özelliklerine göre en iyi şekilde yönlendiren bir eğitimdir. Bundan dolayı okul öncesi dönem çocuğun yaşamının temelini oluşturur. Oyun da bu dönemde çocuklar için en uygun öğrenme yöntemidir. Oyun, çocuğun gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden oyun okul öncesi gelişim alanlarını da destekler. Çocuk oyunla öğrenir, dünyayı keşfeder, özgür olur, zevk alır böylece ruhu beslenir.
Bu çalışma Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'n de okul öncesi bir kurum olan Gaziköy Anaokulu'nda 2016-2018 yılında yapılan AB hibe programı kapsamında eğitime katkı projesi ile desteklenmiştir. Proje kapsamında okul öncesi eğitim kurumunun bahçesi çocukların gelişim özelliklerine uygun materyallerle donatılmıştır. Fiziksel gelişimlerinin desteklenesi için yaşlarına uygun basketbol ve futbol sahası yaptırılmıştır. Çocukların bilişsel gelişimleri için de bahçede oynayabilmeleri için büyük boy satranç takımı kurulmuştur. Eğlenmeleri ve mutlu olmaları için çocuk oyun parkı, ahşap ev, kum havuzu vs. gibi elemanlarla oyun alanı düzenlenmiştir.
Projenin ve araştırmanın bulguları sonucunda öğrencilerin, velilerin ve öğretmenlerin görüşleri alınmış ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi eğitim kurumu, Okul öncesi eğitim, oyun alanı, Hibe

Outdoor Configuring with Game-Based Teaching Methods in Preschool Institutions

ABSTRACT

Pre-school education is known as early childhood education is an education as a holistic development related to the construction of a child's growth and maintenance. My self-care in pre-school education programs, language development, cognitive development, social-emotional development and psychomotor development areas. to acquire the skill of the art and is aimed at completing primary readiness. The education of children and a stimulating environment that provides opportunities according to individual developmental differences, in which the development of training is the best way forward based on the values and features of the society. Therefore form the basis of the preschool child's life. The game is the most appropriate learning methods for children in this period. The game has an important place in the child's development. So the game also supports the development of pre-school area. Children learn to play, you explore the world, she is free, so take pleasure feeds the soul.
This work was supported by the Turkish Republic of Northern Cyprus, which is an institution in the Gaziköy kindergarten preschool program conducted in 2016-2018 under the EU grant contributions to education projects. Under the project of pre-school educational institutions are equipped with materials appropriate to the developmental characteristics of children in the garden. according to the age of physical development to be supported basketball and football field was built. for children's cognitive development it has been established oversized chess sets to be able to play in the garden. children's playground to have fun and be happy, wooden house, sandpit etc. playground was arranged with such elements.
As a result of the findings of the research project and students, taken the views of parents and teachers and suggestions are presented.

Keywords: pre-school, pre-school education, playground, Grant

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Turizm Sektöründe Girişimcilik Üzerine Nitel Bir Araştırma – 502

Assoc. Prof. Dr. Aydın YILMAZER
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
yilmazer@subu.edu.tr

Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
hasan.seyhanlioglu@ogr.sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Said KINGIR
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
saidkingir@sakarya.edu.tr

ÖZET

Bir bölgede ekonomik kalkınma için turizmin ve girişimciliğin arttırılması oldukça önemlidir. Çünkü bölgedeki döviz girdisi, istihdamın artmasına makro açıdan ise ülke ekonomisine olumlu katkısı olacaktır. Böylece ekonomik refah arttıkça toplumun gelişimi de artacaktır. Çalışmanın amacı, Bodrum yöresinde ve turizm sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin girişimcilik niteliği hakkındaki görüşleri ve önerileri ortaya çıkarmaktır. Bununla birlikte gerekli verilerin elde edilmesi için girişimcilerle yüz yüze görüşmeler sağlanmıştır. Elde edilen görüşmeler içerik analizi ile detaylandırılmıştır. Sonuç olarak girişimciler eğitim ve girişimcilik kültürüne gelecek nesillerin hazırlanması gerektiğini ve gençlerin turizm sektöründe girişimcilik konusunda bilişim, ekonomi, finans ve yönetim alanlarında ağırlıklı yetişmeleri gerektiğini vurgulamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Turizm Sektörü, Girişimci.

A Qualitative Research on Entrepreneurship in Tourism Sector

ABSTRACT

Increasing tourism and entrepreneurship is crucial for economic development in a region. Because the foreign exchange input in the region will contribute positively to the national economy in terms of macro employment. Thus, as economic welfare increases, so does the development of society. The aim of this study is to reveal the opinions and suggestions about entrepreneurship quality of entrepreneurs operating in Bodrum region and tourism sector. In addition, face-to-face interviews were conducted with entrepreneurs in order to obtain the necessary data. The interviews were detailed with content analysis. As a result, entrepreneurs emphasized that future generations should be prepared for education and entrepreneurship culture and that young people should be educated mainly in the fields of tecnology, economy, finance and management in entrepreneurship in tourism sector.

Keywords: Entrepreneurship, Tourism Sector, Entrepreneur.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Tüketicilerin Organik Yumurta Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli İle Belirlenmesi – 503

Asst. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ
Bolu Abant İzzet Baysal University
niyazigumus@ibu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ebru ONURLUBAŞ
Trakya University
ebruonurlubas@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Şükran KARACA
Sivas Cumhuriyet University
sukrankaraca@gmail.com

ÖZET

Tüketicilerin karşılamaları gereken temel ihtiyaçlarının başında sağlıklı beslenme gelmektedir. Çok sayıda tüketici sağlıklı beslenebilmek için yoğun çaba içine girmektedir. Çeşitli haber programlarında ortaya çıkan olumsuz haberler tüketicilerin sağlıklı beslenme konusunda ki hassasiyetlerinin ne kadar haklı olduğunu göstermektedir. Yumurta tüketimi de son dönemde özellikle çocuklu ailelerin üzerinde çok fazla kafa yorduğu gıda ürünlerinin başında gelmektedir. Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin organik yumurta satın alma niyetini etkileyen faktörleri tespit etmektir. Araştırmanın verileri kolayda örnekleme yöntemiyle 220 tüketiciye yapılan yüz yüze anket ile toplanmıştır. Verilerin analizinde, Cronbach Alpha yöntemi, Normallik testi, Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulayıcı Faktör Analizi, Yapısal Eşitlik Modeli kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, tüketicilerin organik yumurta satın alma niyetinde, Gıda güvenliği, besin değeri ve sağlık bilincinin istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Organik yumurta, satın alma niyeti, tüketici davranışları.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Tüketicilerin Online Yorum ve Değerlendirme Puanlarına Yönelik Algılarının Online Satın Alma Davranışlarına Etkisi – 504

Assoc. Prof. Dr. Şükran KARACA
Sivas Cumhuriyet University
sukrankaraca@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ
Bolu Abant İzzet Baysal University
niyazigumus@ibu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde tüketicilerin alışveriş kararları giderek zorlaşmaktadır. Alternatiflerin artması, ürünlerin birbirine giderek daha çok benzemesi, marka ve ürünlerle ilgili yapılan reklamların çoğalması tüketicilerin satın alım kararlarını zorlaştırmaktadır. Tüketici bu yoğun karmaşa içinde çıkış yolunu satın almak istediği marka ve ürünlerle ilgili diğer kullanıcıların yorumlarında bulmaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin alışveriş kararlarını ticari reklamlardan daha çok diğer tüketicilerin yapmış olduğu yorum ve puanlamalar etkilemektedir denilebilir. Bu nedenle marka ve firmalar tüketicileri mümkün olduğunca yapmış oldukları alışverişler ile ilgili görüş ve düşüncelerini bildirmeye davet etmektedirler. Bu araştırma ile tüketicilerin online yorum ve değerlendirme puanlarına yönelik algılarının online alışveriş kararlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda online ortamda elde edilen 240 anket ile veriler toplanmış ve analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Online alışveriş, tüketici yorumları, değerlendirme puanları, tüketici davranışları.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kafka'nın Dönüşüm Eserinde Yabancılaşma Olgusu – 505

Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Hitit University Sungurlu HS.
gamzeebruciftci@hotmail.com

ÖZET

Daha önceki yıllarda genellikle psikolojik ve felsefi bir kavram olarak kullanılan, Marx'ın ekonomik ve felsefi el yazmalarında ise "emeğin yabancılaşması" olarak ifade edilen "yabancılaşma" kavramı 1970'li yıllarda iş dünyasında da kendini göstermiştir. Marx "1844 El Yazmaları" eserinde kapitalist düzene getirdiği eleştirilerle birlikte insanın varoluş amacından saparak emeğine nasıl yabancılaştığını anlatmıştır. Aslında iş dünyasındaki kapitalist düzene getirilen eleştireler ve yabancılaşma olgusunu daha önceki yıllarda 1883 yıllarında doğmuş olan Kafka'nın eserlerinde rastlamak mümkündür. Özellikle modern çağın ve aşırı bürokrasinin gölgesinde yetişen yabancılaşmanın insanda nasıl tezahür ettiği, Kafka'nın eserlerinde şaşırtıcı bir şekilde ifade edilmiş ve bireyin kendine nasıl yabancılaştığı çarpıcı metaforlarla anlatılmaktadır. Kafka'nın bu farklı metaforlara başvurarak bireyin yabancılaşma serüvenini anlattığı önemli çalışmalardan biride "Dönüşüm" adlı eseridir. 1916 yılında ilk baskısı çıkarılan bu eserin yabancılaşmanın oluşumunu ve bireydeki etkilerini iyi bir betimleme yolu ile anlatımından yola çıkılarak, eserdeki yabancılaşma olgusu incelenmeye çalışılacaktır. Bu inceleme neticesinde iş yaşamının etkisiyle artan ve soyut bir kavram olan yabancılaşma olgusunun, metaforlar eşliğinde edebi eserlerle bilincimizde nasıl somutlaştırıldığı ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kafka, Yabancılaşma, Dönüşüm, Roman.

Alienation in Kafka's Transformation Novel

The concept of "alienation ", which was generally used as a psychological and philosophical concept in the previous years and which was referred to as the yabancı alienation of labor alarında in Marx's economic and philosophical manuscripts, also appeared in the business world in the 1970s. In his "Manuscripts of 1844, Marx Marx explained how he became alienated from man's labor by deviating from his purpose of existence with his criticism of the capitalist order. In fact, it is possible to see the criticisms and alienation brought to the capitalist order in the business world in the works of Kafka, who was born in 1883 in previous years. In particular, how the alienation in the shadows of the modern era and extreme bureaucracy manifests in human beings is expressed in a surprising way in Kafka's works and how the individual becomes alienated to himself is explained with striking metaphors. One of the important works in which Kafka refers to the individual's adventure of alienation by applying these different metaphors is his work called" Transformation ". In this work, the first edition of which was published in 1916, it will be tried to examine the phenomenon of alienation in the work by giving a good description of the formation and effects of alienation on the individual. As a result of this study, the concept of alienation, which is an abstract concept increased with the effect of business life, will be revealed in our consciousness concretized with literary works accompanied by metaphors.

Keywords: Kafka, Alienation**,** Transformation, Novel.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Çalışanların Kitap Okuma Alışkanlıkları ile Duygusal Zeka Düzeyleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma – 506

Gaye ZORLU
İbni Haldun University SBE
gaye.zorlu@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Melahat ÖNEREN
Kırıkkale University FEAS
melahatoneren@kku.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Hitit University Sungurlu HS
gamzeebruciftci@hotmail.com

ÖZET

Okuma alışkanlığının önemi ve insanlar üzerindeki sonuçları yıllarca gerek bilim insanları gerekse tüm eğitimciler tarafından önemle vurgulanmaktadır. Hatta gelişmişlikle okuma oranları arasındaki ilişki, okumanın bir ülkenin gelişmesindeki katkısını bize göstermektedir. Bireyler için okuma eylemi içinde çok farklı faaliyetleri barındırır. Örneğin, bilgi edinme, hayal gücü geliştirme, yorumlama yeteneği, ana dilin düzgün kullanımı gibi. Okuma aynı zamanda yaşadığımız çevreyi, doğayı ve kendimizi tanımamıza yardım olan önemli bir eylemdir. Bu tanıma sürecinde insanlar sosyal ilişkilerinde daha yetkin olacaktır. Duygusal varlık olan insan okuma ile edindiği bilgiler sayesinde sosyal yaşamda karşılaştığı duygusal durumları yönetebilme yetisini de kazanabilmektedir. Özellikle iş yaşamındaki profesyonel olma zorunluluğu düşünüldüğünde, yaşamamız muhtemelen olan öfke, stres, tükenmişlik, kızgınlık gibi duygu durumları ile baş etmenin de duygularımızı yönetme açısından ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Bu nedenle okuma alışkanlığının çalışanların duygularını tanımada bunları yönlendirme de önemli bir bilgi ve katkı sağladığından yola çıkılarak, Bu çalışma ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile orantılı olduğu söylenen kitap okuma alışkanlığının çalışanlar açısından incelenmesi ve çalışanların kitap okumu alışkanlıkları ile duygusal zeka ve düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespiti amacıyla tasarlanmıştır. Bu bağlamda yaklaşık 270 çalışana anket form uygulanarak veri elde edilmiş ve veriler SPSS 22. Programında çeşitli analizleri tabi tutulmuştur. Uygulanan anket formda araştırmacı tarafından hazırlanmış çalışanların kitap okuma alışkanlıklarını tespite yönelik 6 soru, Chan (2004) tarafından geliştirilen, 12 ifadeden oluşan ve dört boyutlu Duygusal Zeka Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirmesi sonucunda çalışanların kitap okuma alışkanlıkları ile duygusal zeka düzeyi arasında bazı anlamlı farklılıklar bulunmuştur. En son kitap okunulan zaman ile empatik duyarlılık ve duyguların olumlu kullanımı; kitap seçiminde dikkat edilen konu ile empatik duyarlılık arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Anahtar Kelimeler: Çalışanlar, kitap okuma, duygusal zeka.

A Research on the Relationship Between Emotional Intelligence Levels and Employee Reading Habits

ABSTRACT

The importance of reading habit and its consequences on people have been emphasized for years by both scientists and all educators. Even the relationship between development and reading rates shows us the contribution of reading to the development of a country. It includes many different activities for individuals in reading action. For example, acquiring knowledge, developing imagination, the ability to interpret, the proper use of the mother tongue. Reading is also an important action that helps us to know the environment, nature and ourselves. During this recognition process, people will be more competent in their social relations. The human being, who is an emotional being, will gain the ability to manage the emotional situations he / she encounters in social life through the information acquired through reading. Especially considering the necessity of being a professional in the business life, it is seen how important it is to manage our emotions such as anger, stress, burnout, anger that are likely to live. Therefore, it is important to note that reading habits provide an important information and contribution in guiding them in recognizing the emotions of the employees. detection. In this context, data were obtained by applying a questionnaire to approximately 270 employees and the data were subjected to various analyzes in SPSS 22nd Program. In the questionnaire form, a four-dimensional Emotional Intelligence Scale,

developed by Chan (2004), consisting of 12 expressions, was used to determine the reading habits of the employees prepared by the researcher. As a result of the evaluation of the obtained data, some significant differences were found between the reading habits of the employees and the level of emotional intelligence. Empathic sensitivity and positive use of emotions with time read in the latest book; significant differences were found between empathic sensitivity and the subject of attention in book selection ($p < 0.05$).

Keywords: Employees, habit of reading books, emotional intelligence.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bazı Sosyal Medya Değişkenleri Açısından Ergen ve Genç Yetişkinlerin FOMO Düzeylerinin İncelenmesi – 507

Vahide UZUN
Toros University
vahde.96@gmail.com

Edanur GÖZÜKARA
Toros University
ednrgzkra@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Mehmet BİLGİN
Çukurova University
mbilgin@cu.edu.tr

ÖZET

GİRİŞ-AMAÇ: FoMO (fear of missingout), genel anlamıyla gündemi kaçırma korkusuyla karakterize edilmiş sosyal kaygı olarak tanımlanabilmektedir. Bu araştırma ergen ve genç yetişkinlerin bazı sosyal medya kullanımıyla ilgili değişkenleri (takipçi sayısı, beğeni sayısı) ve yaşam doyum algıları ileFoMO(fear of missingout) düzeylerini karşılaştırmak amacıyla yapılmıştır.

GEREÇ-YÖNTEM: Araştırma karşılaştırma türü betimsel bir araştırmadır. Araştırmanın örneklemini,14-25 yaş aralığındaki toplam 432 kişiden oluşan ergen ve genç yetişkinler oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama aracı olarak Gelişmeleri Kaçırma Kaygısı Ölçeği (FoMO) ile yaşam doyumları ve sosyal medya kullanımıyla ilgili sorulardan oluşan bir anket kullanılmıştır.

BULGULAR: Çalışmaya katılan 405 kişinin 262'si (%64,7) kadın, 143'ü (%35,3) erkektir. Bu kişilerin 81'i (%20) sadece instagram, 7'si (%1,7) sadece twitter, 10'u (%2,5) sadece youtube, 307'si (%75) tüm sosyal medya hesaplarını kullanmaktadır. Araştırma sonucunda cinsiyet, yaş, sosyal medya hesabı ve sosyal medya paylaşımlarına gelen beğeni sayıları ile FoMO (fear of missingout), düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısı ve yaşam doyum algısı ileFoMO (fear of missingout), düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

SONUÇ: Çalışmamızda sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısı ve yaşam doyum algısı ile FoMO (fear of missingout) düzeyleri arasında çıkan anlamlı farklılıklar sosyal medyatakipçi sayısı faktörünün önemini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Takipçi sayısı, FoMO (fear of missingout), ergen, genç yetişkin.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Vergi Hatalarının Düzeltilmesi ve Şikâyet Yolu ile Müracaatların Reddine İlişkin İşlemlerde Yetkili Yargı Merciinin Tespiti – 508

Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
yasarayyildiz@ibu.edu.tr

ÖZET

Vergi hataları, "vergiye ilişkin hesaplarda veya vergilendirmede yapılan hatalar yüzünden haksız yere fazla veya eksik vergi istenmesi veya alınmasıdır" şeklinde tanımlanmaktadır. Kapsamı Vergi Usul Kanunu (VUK) ile belirlenmiş olan vergi hatalarının düzeltilmesi talebi yerinde görülürse düzeltilir; yerinde görülmezse 30 günlük dava açma süresi içerisinde işlemi yapan dairenin bulunduğu yerdeki vergi mahkemesinde dava açılabilir. Dava açma süresi geçtikten sonraki düzeltme taleplerinin reddine ilişkin ise Maliye Bakanlığına şikâyet yolu ile müracaat edilebilir.

Çalışmanın amacı, "Vergi hataları, türleri, düzeltme yöntemi ve düzeltme taleplerinin reddine ilişkin gidilebilecek yargı mercileri" konularında mevzuatın incelenmesi olarak belirlenmiştir. Çalışmada, dava açma süresi geçip geçmemesi sonucuna bağlı olarak vergi davasının açılacağı yetkili yargı merciinin tespiti detaylı olarak ele alınmıştır.

Çalışmanın sonucunda, şikayet yoluyla düzelteme talebinin Maliye Bakanlığınca da reddi halinde yetkili yargı merciinin, yaygın kanaatin aksine Danıştay değil, yine işlemi yapan vergi dairesinin bulunduğu yer vergi mahkemesi olduğu tespiti yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Vergi Hatası, Vergi Hatalarında Düzeltme, Yetkili Yargı Mercii.

JEL Kodları: K34.

Correction in the Tax Errors and Determination of the Competent Jurisdiction in the Process of Rejection of Applications with Complaint

ABSTRACT

Tax errors are defined as "due to mistakes made in taxation or tax-related accounts, requesting or receiving tax more or less unfairly". According to the scope that is determined by the Tax Procedure Law (VUK), if the request for correction of tax error is justified, it is corrected. If the claim is not justified, it is rejected. In the case of refusal of the request, within 30 day of the term of litigation, a tax case can be filed in the tax court where the transaction office is located. A complaint can be filed with the Ministry of Finance regarding the refusal of the correction requests after the term of litigation.

The purpose of the study is to examine the legislation on these issues: "Tax errors, types, methods of correction, and if the request for error correction is rejected, which court is in charge". In the study, the determination of the competent court of jurisdiction, in which the tax case will be opened, is discussed in detail.

As a result of the study, it has been determined that, in case of refusal of the request for correction by the Ministry of Finance, contrary to common opinion, it is not the Council of State, the tax court is the place where the competent tax authority is located.

Keywords: Tax Errors, Correction in the tax Errors, Governing Jurisdiction.

JEL Codes: K34.

Muhasebe Meslek Mensuplarının Uzlaşma Kurumuna İlişkin Görüşleri: Türkiye Alan Araştırması *- 509

Assoc. Prof. Dr. Yunus DEMİRLİ
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
demirli_y@ibu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
yasarayyildiz@ibu.edu.tr

ÖZET

Türk vergi mevzuatına 1963 yılında giren ve elli yılı aşkın bir süredir uygulanan uzlaşma kurumunun amacı; vergi uyuşmazlıklarının sayısının azaltılması yoluyla tahsilata hız kazandırılması ve vergi yargısının iş yükünün hafifletilmesidir. Vergi uyuşmazlıklarının çözümünde sıkça başvurulan bu kurum günümüzde, temel vergileme ilkeleri ve işleyişi bakımından zaman zaman eleştirilmektedir.

Çalışma, kamuoyunda zaman zaman tartışılmakta olan uzlaşma kurumunun yeniden düzenlenmesine katkı sağlamak amacını taşımaktadır. Bu katkının boyutunun tespitinde hukuki altyapı kadar, uygulama sonuçlarını da bilen muhasebe meslek mensuplarının görüşleri önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışma kapsamında muhasebe meslek mensuplarının görüşlerine başvurulmuştur. Türkiye genelinde İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) kapsamında 12 bölgede ankete dayalı olarak yapılan bu çalışma ile 650 muhasebe meslek mensubuna ulaşılmıştır. Alınan görüşler doğrultusunda uzlaşma kurumu; vergileme ilkeleri, işleyişi, kapsamı, niteliği ve komisyonların verdiği kararlar bakımından değerlendirilmiştir.

Ulaşılan temel sonuçlar meslek mensuplarının, uzlaşma kurumunu vergileme ilkelerine aykırı görmedikleri, aksine uyuşmazlıkların çözümünde etkili bir araç olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Ancak uzlaşma komisyonları; kararlarının sübjektifliği ve benzer durumlarda farklı kararlar verildiği noktasında eleştirilmektedir. Çalışmada elde edilen sonuçlardan yola çıkarak, doğru politikaların oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla; uzlaşma kurumunun yeniden düzenlenerek kapsamının genişletilmesi, komisyonların yetkilerinin kanunla belirlenerek bağımsızlığını sağlayacak tedbirlerin alınması ve kararlarının gerekçelendirilerek kamuoyu ile paylaşılması önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Uzlaşma Kurumu, Muhasebe Meslek Mensupları, Alan Araştırması.

JEL Kodları: K34, H83.

Opinions of Professional Accountants About Reconciliation Institution: A Field Research in Turkey

ABSTRACT

The purpose of the "reconciliation institution", which entered the Turkish tax legislation in 1963 and has been implemented for more than fifty years is to accelerate tax collection by "reducing the number of tax disputes" and to reduce the workload of tax jurisdiction. This institution, which is frequently used in the settlement of tax disputes, is sometimes criticized in terms of basic taxation principles and functioning.

The study aims to contribute to the reorganization of the reconciliation institution which is being discussed from time to time in public. In determining the extent of this contribution, the opinions of professional accountants who are aware of the implementation results as well as the legal infrastructure are important. For this reason, the opinions of professional accountants were consulted. Through this survey, across the Turkey, in 12 regions covered by Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS), 650 professional accountants were reached. In the light of these received opinions, reconciliation institution examined in terms of principles of taxation, operation, scope, quality and decisions of commissions.

The main conclusions reached show that professional accountants do not see the reconciliation institution as contrary to the principles of taxation, but rather think that it is an effective tool for the resolution of disputes. However, reconciliation commissions are criticized that their decisions are subjective and that they make different decisions in similar situations. Based on the results obtained by the study, in order to contribute to the establishment of the right policies; reorganization of reconciliation institution, expanding its scope, determination of the powers of the commissions by law, taking measures to ensure the independence of the commissions, and sharing with the public by "justification for decisions" is recommended.

Keywords: Reconciliation Institution, Professional Accountants, Field Research.

JEL Codes: K34, H83.

Rekortmenlerin Vergi Hasılatına Katkısı: Kurumlar Vergisi Örneği (2000-2017) – 510

Assoc. Prof. Dr. Yunus DEMİRLİ
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
demirli_y@ibu.edu.tr

ÖZET

Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB), her yıl gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerini tahakkuk tutarlarına göre sıralayıp, en büyük 100 mükellefi vergi rekortmeni olarak açıklamaktadır. İlgili açıklamalarda, mükellefler o yıl için tahakkuk tutarlarına göre büyükten küçüğe sıralanmakta ve mükelleflerin ticaret unvanı, faaliyet türü ve bağlı olduğu vergi dairesi bilgilerine de yer verilmektedir. Vergi mahremiyeti gereği mükelleflerin izni ile açıklanan listelerde, adını açıklamak istemeyen mükelleflerin sıralamadaki bilgileri boş bırakılmaktadır.
Bu çalışmanın amacı; kurumlar vergisi rekortmenlerinin, 2000 yılından günümüze kadar olan dönemde kurumlar vergisi tahsilatına sağladığı katkıyı tespit etmektir. Elde edilecek bulguların, kurumlar vergisinin tabana yayılması ve güncellenmesine yönelik politikalara katkı sağlaması beklenmektedir. Bu amaçla, 2000-2017 döneminde kurumlar vergisi rekortmenleri üzerine tahakkuk eden kurumlar vergisinin, tüm kurumlar vergisi mükelleflerinin tahakkuk tutarlarına oranı yıllar itibariyle hesaplanmıştır. Cari yıl verileri ile yapılan bu hesaplamalar, ilgili yılların mükellef sayıları ve rekortmenlerin sektör bilgileri ile karşılaştırılmıştır.
Çalışmada elde edilen sonuçlara göre; 2000 yılından 2017 yılına kadar kurumlar vergisi mükelleflerin sayısının %42,6 oranında artmasına rağmen, toplam vergi gelirleri içindeki kurumlar vergisi payının düzensiz seyir izlediği ve ortalama %9,5 dolaylarında kalarak ciddi bir artış eğilimi göstermediği tespit edilmiştir. Bu dönemde kurumlar vergisi rekortmenlerinin, kurumlar vergisi hasılatına sağladığı katkı 2000-2005 döneminde ortalama %50 civarında iken, son beş yılda bu oran %40'ın altına gerilemiştir. Bu durum, kurumlar vergisi yükünün zamanla tabana yayılması beklentisi oluşturmaktadır. Ancak hala, rekortmenler içinde bankacılık faaliyetinde bulunan kurumların ağırlığı devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Tahakkuku, Vergi Rekortmenleri, Kurumlar Vergisi.
Jel Kodları: H20, H25.

Contribution of Tax Record Holders to Tax Revenue: Example of Corporate Tax (2000-2017)

ABSTRACT

Turkish Revenue Administration (GIB) annually determines the income and corporate tax payers according to their tax accrual amounts and announces them as the top 100 tax record holders. In the related announcements, the taxpayers are ranked from big to small according to the accrued amounts for the year and the trade name, type of activity and tax office of the taxpayers. In the lists announced with the permission of taxpayers due to tax privacy, the information of taxpayers who do not want to reveal their name is left blank.
The aim of this study; to determine the contribution of corporate tax record holders to the collection of corporate tax in the period from 2000 to the present. The findings are expected to contribute to policies to the dissemination and update of the corporate tax. For this purpose, the ratio of the corporate tax accrued by the tax record holders to the total accrual amounts in the 2000-2017 period is calculated over the years. These calculations based on the current year data are compared with the number of taxpayers of the relevant years and the sector information of the tax record holders.
According to the results of the study; Although the number of corporate taxpayers increased by 42.6% from 2000 to 2017, it was found that the share of corporate tax in total tax revenues followed an irregular course and did not show a significant upward trend by staying around 9.5%. If this period is examined, while the contribution of corporate tax record holders to the corporate tax revenue was around 50% in the 2000-2005 period, this rate decreased to less than 40% in the last five years. This constitutes the expectation that the general acceptance of corporate tax paid by certain taxpayers will decrease over time. This constitutes an expectation that the corporate tax burden will spread to the base over time. However, the weight of the institutions operating in the banking sector among the tax record holders still continues.

Keywords: Tax Accrual, Tax Record Holders, Corporate Tax.
Jel Codes: H20, H25.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Malatya Sancağı Nüfus Defterlerinin Tanıtımı – 511

Inst. Dr. Kazım KARTAL
Mehmet Akif Ersoy University., Ağlasun HS.
kkartal@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Osmanlı Devleti klasik dönemde bir bölge veya coğrafyayı ele geçirdikten sonra vergi kaynaklarının tespiti ve tımar sisteminin gereği olarak fethedilen yerin tespit edilmesi için çalışmalar yapmıştır. Bu işleme tahrir bu işlemler sonrasında tutulan kayıtların bulunduğu defterlere ise Tapu Tahrir Defterleri adı verilmiştir. Tahrir defterlerinde yer alan kayıtlar, özellikle yerel tarih araştırmalarında ana kaynak niteliğindedir. Yerel tarihçilik konusunda birçok konuda bilgiler vermektedir. 17.ve 18. Yüzyıllarda ise hem yerel tarih araştırmaları konusunda hem de nüfus tespiti konusunda önem arz eden arşiv kaynakları avarız ve cizye defterleri olmuştur. Cizye ve avarız defterleri sadece cizye ve avarız vergisine tabi olan haneleri hakkında bilgi vermektedir. Vergiden muaf olanlar çoğu zaman kayıt dışı tutulmuştur. Bu nedenle sadece cizye ve avarız defterleri kullanarak bir bölgenin sosyo-ekonomik yapısı ve demografik yapısını ortaya koymak mümkün değildir. 19. Yüzyılda ise bir bölgenin sosyo-ekonomik yapısı ve demografik yapısını ele almak için başvurulan bir diğer arşiv kaynağı Nüfus defterleri olmuştur. Bu çalışmamızda Malatya'da yapılan ilk sayım olan 1250/1835 tarihli Nüfus defterinden başlanarak 1261/1845 tarihine kadar olan Nüfus defterlerinin tanıtımı yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Nüfus defterleri, Osmanlı Devleti, yerel tarih.

Presentation of Population Books from Malatya Sanjak

ABSTRACT

After the Ottoman Empire seized a region or geography in the classical period, it carried out studies to determine the tax sources and to determine the conquered place as a requirement of the manorial system. This process is referred to as the records, records held after these transactions are called Land Registry Books. The records in the cadastral record books are the main sources of research especially in local history studies. It provides information on many issues related to local historiography. In the 17th and 18th centuries, archival resources, which are important for both local history research and population determination, have been avarız (a special kind of tax in the Ottoman Empire) and jizya books. Jizya and avarız books only provide information about families subject to jizya and avarız tax. Tax exempt people are often unregistered. Therefore, it is not possible to reveal the socio-economic structure and demographic structure of a region by using only jizya and avariz books. In the 19th century, another archive resource used to address the socio-economic structure and demographic structure of a region was the Population books. In this study, the first census held in Malatya, starting from the 1250/1835 dated Population book, will be introduced until the date of 1261/1845.

Keywords: Population books, Ottoman Empire, local history.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

II. Meşrutiyet Döneminde Bayburd Kaymakamları – 512

Inst. Nurullah NEHİR
Mehmet Akif Ersoy University
nnehir@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Osmanlı Devleti'nde II.Mahmud zamanında başlayan ve tanzimat dönemiyle beraber hızını artıran taşra teşkilatlanması, süreç içerisinde farklı evreler geçirmiştir. Osmanlı taşra idaresinde önemli bir yeri bulunan Kaymakamlık makamı da 1842 yılında yapılan düzenlemeyle Osmanlı idari tarihindeki yerini almıştır. Eski teşkilatlanma usülüne göre kaza yöneticisine karşılık gelen kaymakamlık makamının temsil edildiği yerlerden biri de Bayburd'dur. Bu çalışmamızda 1908-1916 yılları arasında Bayburd kaymakamlığı görevine atanan yöneticilerin kimliği, çalışma dönemlerinde yaşanan olayların genel çerçevesi, nereden geldikleri ve nereye atandıkları gibi ana başlıklar incelenecektir. Bayburd idare tarihi için önemli bir kaynak olacak çalışmanın amacı, tarihi olayların incelenmesi esnasında önemli noktalardan olan yer, zaman ve kişi üçlemesinden birisi konumundaki "kişi"leri tarihi bütünlük içerisinde incelemektir. Prosopoğrafik bir çalışma örneği olarak bu makale ileriki zamanlarda Bayburd tarihi için yapılacak dönemsel çalışmalara rehber nitelikte olacaktır. Çalışmanın kaynakları olarak Cumhurbaşkanlığı Arşiv Başkanlığı bünyesinde bulunan ve başta Dahiliye olmak üzere çeşitli fonlar ve bu fonlara ait alt fonlar kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bayburd, Kaymakam, idare,

Kaymakams of Bayburd in the Second Constutitional Period

ABSTRACT

Provincial organization of Ottoman Empire had been developed within various phases which began at the reign of Mahmud II and accelarated in the Tanzimat era. Kaymakamlık office (Ottoman district administry) which is an important part of Ottoman provincial ruling system, took place in Ottoman administrative history with a regulation made in 1842. Bayburd was one of the districts where had been represented the Kaymakamlık office which corresponded the governor of kaza (administrative district) in the older system of administrative organization. Bayburd as one of the central location of Eastern Anatolia was also governed with the office of kaymakamlık. This study basically focuses on main titles such as identities of the governors who were appointed to the Kaymakamlık office in Bayburd between 1908-1916 and general framework of events happened within their working periods and where those governors came from and to which positions they were appointed then. This study which is to be a significant source for researches about administrative history of Bayburd, aims to examine the 'individuals' within a historical integrity as one part of the triad consisting of location, time and person which are crucial points in searching historical events. This study being an example of prosopography will be a guide for historical researches on history of Bayburd. Resources used in this study are the ones belonging to mainly Interior Ministry collection and some other collections and sub-divisions of those collections at Turkish Presidency State Archives of the Republic of Turkey.

Keywords: Bayburd, Kaymakam, administration,

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

A Qualitative Study on the Analysis of Accumulation and Transfer Process in Family Businesses – 513

Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL
Social Sciences Institute Hacı Bayram University
aykut.goksel@hbv.edu.tr

Damla GÖRGÜLÜ
Master's Degree Student Social Sciences Institute Hacı Bayram University
damla.gorgulu@turktelekom.com.tr

ABSTRACT

In today's knowledge-based economy, one of the most important sources of competitive advantage is the ability of businesses to have tacit knowledge and effectively transfer it. Family businesses are the building blocks of national economies and must be sustained. Tacit knowledge has strategic importance for family businesses. In this study, we aimed to the accumulation and transfer process of tacit knowledge between generations in family businesses and what the factors are affecting them. The preferred method of study is the semi-structured interview method, which is one of the qualitative research methods.

Keywords: Family businesses; tacit knowledge; successor; predecessor.

Aile Şirketlerinde Örtük Bilginin Birikim ve Transfer Sürecinin Analizine Yönelik Nitel Bir Çalışma

ÖZET

Günümüzde, bilgi temelli ekonomide, rekabet avantajı sağlayan en önemli kaynaklardan biri, şirketlerin örtük bilgiye sahip olması ve onu etkin bir şekilde aktarabilme yetenekleridir. Aile şirketleri, ülke ekonomilerinin yapı taşlarıdır ve süreklilikleri sağlanmalıdır. Aile şirketleri için stratejik öneme sahip örtük bilginin, birikim ve nesiller arası aktarım süreci ve bu süreçleri etkileyen faktörler, bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Çalışmada tercih edilen yöntem, nitel araştırma yöntemlerinden, yarı yapılandırılmış görüşme yöntemidir.

Anahtar Kelimeler: Aile şirketleri; örtük bilgi; ardıl; öncül.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Havayolu Pilotlarının Emniyet ve Mahremiyet Görüşlerine Yönelik Araştırma – 515

Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ
Eskişehir Technical University, HUBF
ssates@eskisehir.edu.tr

Mertali ÇAKMAK
Anadolu University, HUBF
mertalicakmak@anadolu.edu.tr

ÖZET

Günümüz modern toplumlarında insan hakları anayasal ve uluslararası düzenlemelerle güvence altına alınmıştır. İnsan haklarının en önemli ve kapsamlılarından bir tanesi ise mahremiyet hakkıdır. 10 Aralık 1948'te Birleşmiş Milletler tarafından ilan edilen İnsan Hakları Beyannamesi'nin 12. Maddesi hiç kimsenin özel hayatının keyfi olarak ihlal edilemeyeceğini açıkça belirtir.
Ulusal Ulaştırma Emniyeti Kurulu(NTSB), ABD'de havacılık kazalarını incelemek ve vardığı sonuçlara yönelik emniyet önerisi yapmakla görevli federal bir kuruluştur. Yaptığı emniyet önerilerini ABD'de havacılık otoritesi olan Federal Havacılık İdaresi'ne(FAA) hitaben yayınlar ve bu önerilerin düzenlemeye dönüşmesini bekler. NTSB, 2000 yılında birden fazla kazaya atıf yaparak yayınladığı bir emniyet önerisinde havayolu taşımacılığında kullanılan uçaklara kokpit görüntüleme sistemi yerleştirilmesini istemiştir. Bunun sebebi olarak da kokpit görüntülerinin olmayışının bir çok kaza araştırmasını sekteye uğrattığını, birkaçını ise sonuçsuz bıraktığını söylemiştir. Bu öneri, iş yeri mahremiyetini ihlâl edeceği düşüncesiyle pilot sendikaları tarafından olumsuz tepki görmüş; önerinin potansiyel yararı, maliyeti ve uygulanabilirliği sorgulanmıştır. Gelişen teknolojinin getirdiği büyük veri analizi, nesnelerin interneti, bulut bilişim ve siber-fiziksel nesneler ışığında mal ve hizmet üretim süreçlerine ve günlük hayata kendi kendine karar alabilen ve otonom işlev gösterebilen cihazların hakim olacağı bir gelecek çizmektedir.
Bu araştırmada kokpit görüntüleme cihazı uygulaması fikrinin pilotlarda emniyet, mahremiyet ve teknoloji ekseninde yarattığı tepkiler öğrenilmeye çalışılmıştır. Kokpit görüntüleme cihazının incelenmesi, uygulamadan en çok etkilenecek grup olan havayolu pilotlarının görüşleri anket yoluyla toplanarak histogram analizleri ile birlikte sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Örgütsel Güven, Üniversite, Eğitim.

Keywords: Organizational Justice, Organizational Citizenship Behavior, Organizational Trust, University, Education.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Unemployment Anxiety of University Students: Application on Students Studying in Aviation Related Departments – 516

Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ
Eskişehir Technical University, HUBF
ssates@eskisehir.edu.tr

Özge ŞENCAN
Anadolu University, HUBF
mertalicakmak@anadolu.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this study is to determine whether university students experience unemployment anxiety and to explain the sub-dimensions that cause unemployment anxiety. Psychological negative effects of unemployment anxiety such as stress symptoms, state-trait anxiety, and sub-dimensions causing unemployment anxiety were examined. Working, studying applied in aeronautics section was administered to all students in Turkey and 2,401 students in total. In the first part of the study, anxiety and stress literature were investigated. The second part concerns in unemployment in the unemployment situation in Turkey and the world by taking college students evaluated. In the third part, a questionnaire analysis was conducted to measure the unemployment anxiety of students studying in aviation departments.

The research data collection form consists of two sections and 30 questions. In the first part prepared by the researchers, sociometric questions regarding the unemployment anxiety, which consisted of 18 questions about demographic characteristics and 12 questions in the second part, were asked.

Keywords: Anxiety, stress symptoms, unemployment, unemployment anxiety

Pazarlama Tersine Mi Dönüyor?: Pazarlama(ma) – 517

Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI
Bilecik Şeyh Edebali University, SBF
inci.erdogan@bilecik.edu.tr

ÖZET

Öngörülemeyen bir talep artışı karşısında oluşan fazla talebi karşılayacak arzı yaratamayan bir marka için önemli olan başarılı bir De-Marketing yani "Pazarlamama" stratejisi geliştirmektir. Karşı Pazarlama ya da Tersine Pazarlama olarak da bilinen Pazarlamama, sadece pazarlama yapmaktan vazgeçmek değil, aynı zamanda piyasada ciddi boyutlara ulaşan fazla talebin bilinçli olarak azaltılmasıdır. Burada önemli olan husus, Pazarlamama Stratejisi ile hedeflenenin talebin tamamen ortadan kaldırılması olmadığını ve talebin yok edilmesi ile sonuçlanacak boyutlara gelinmemesi gerektiğinin unutulmamasıdır. Dolayısı ile Pazarlamama da Pazarlama gibi yönetilmesi gereken bir kavramdır.

Son yıllarda tüm mal ve hizmetlere erişimin kolay olması ve bu anlamda doyuma ulaşmış müşterileri tatmin etmenin gittikçe zorlaşması, aynı zamanda rakip ürünler ile farklılıkların gün geçtikçe azalması işletmelerin pazarlamama stratejilerini yeni bir pazarlama silahı gibi kullanmaya başlamalarına neden olmuştur. Markalar, uyguladıkları Pazarlamama Stratejileri ile marka imajlarını güçlendirmekte ve ürünün ulaşılmaz olduğu algısını yaratarak ürünlerini konumlandırmaktır. Karşılaşılan diğer bir durum ise, ayrıcalıklı ürünleri için belirli bir niş pazarı hedef alan markaların bu niş pazarın dışındakilerin hedef pazarlarına sızmalarını önlemek için Pazarlamama Stratejilerine yönelmeleridir. Böylece bir yandan hitap edilen kitlenin davranışlarına yönelik pazarlama stratejileri gerçekleştirilirken diğer yandan da karlı olmayan müşterilerden kaçınılmış olmaktadır.

Bu çalışmada tüketicilerin Pazarlamama uygulamalarına yönelik algılarını ve bu uygulamaların tüketici satın alma davranışlarına etkilerini belirlemek amacıyla Eylül 2019 döneminde Ankara'da ikamet eden katılımcılar ile nitel bir odak grup çalışması yapılmıştır. Bulguların analizinde ve yorumlanmasında Pazarlamama stratejileri Genel Pazarlamama, Seçici Pazarlamama ve Görünürde Pazarlamama olarak üç ayrı başlık altında ele alınmıştır. Çalışma bulguları, tüketicilerin Pazarlamama uygulamalarına yönelik davranışlarını ortaya koymakta ve uygulamaların marka sadakati ve marka imajı üzerinde yaratacağı potansiyel risklere işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlamama, Tüketici Davranışları, Marka İmajı, Marka Sadakati.

Is Marketing Reversal?: De-Marketing

ABSTRACT

It is important to develop a successful De-Marketing strategy for a brand that cannot create the supply to meet the excess demand arising from an unforeseen demand increase. De-marketing, also known as Contra-Marketing or Contrarian Marketing, is not only giving up on marketing but also deliberately reducing the excess demand in the market, which has reached serious dimensions. What is important here is that it is not forgotten that the aim of the De-Marketing Strategy is not the elimination of the demand and that it should not be reached to the dimensions that will result in the elimination of the demand. Therefore, De-marketing is a concept that should be managed like Marketing.

In recent years, it is easy to access all goods and services, and in this sense, it is becoming more and more difficult to satisfy the satiated customers, and at the same time, the decrease in the differences with competing products has caused the enterprises to start using their De-marketing strategies as a new marketing weapon. Brands are strengthening their brand image with their De-marketing strategies and positioning their products by creating the perception that the product is inaccessible. Another issue encountered is that brands that target a specific niche market for their privileged products turn to De-Marketing Strategies to prevent infiltration into the target markets of those outside the niche market. Thus, on the one hand, marketing strategies for the behaviors of the addressed audience are realized and on the other hand, non-profitable customers are avoided.

In this study, a qualitative focus group study was conducted with the participants residing in Ankara in September 2019 in order to determine the perceptions of consumers about De-marketing practices and their effects on consumer buying behaviors. In the analysis and interpretation of the findings, De-marketing strategies are discussed under three headings as General De-Marketing, Selective De-Marketing and Apparent De-Marketing. The findings of the study reveal the behavior of consumers towards De-marketing practices and indicate the potential risks posed by the practices on brand loyalty and brand image.

Keywords: De-Marketing, Consumer Behavior, Brand Image, Brand Loyalty.

Ürün Geri Çağırma (!) – 518

Asst. Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI
Bilecik Şeyh Edebali University, SBF
inci.erdogan@bilecik.edu.tr

ÖZET

Müşterilerin patron olduğu ve itibarın en değerli varlık olarak kabul edildiği küresel rekabet ortamında ürün geri çağırma vakaları, marka imajı ve markaya duyulan güven konusunda işletmeleri kaygılandıran bir durumdur. Ürün geri çağırma konusunda geçmiş dönemlerde yapılmış oldukça kısıtlı sayıda çalışma bulunmakta ve bu çalışmalarda ürün geri çağırmanın firmanın değerinde düşüşe neden olacağı vurgulanmaktadır. Ancak, günümüzde bilinçlenen ve daha fazla araştıran tüketici profili işletmeleri uyguladıkları yöntemlerde değişikliklere zorlamakta ve işletmelerden daha fazla şeffaflık beklemektedir. İşletmeler de değişen tüketici beklentilerine cevap verebilmek için yaşanılan krizleri fırsata çevirecek yeni stratejiler geliştirmeye başlamışlardır. Böylece tüketici algıları, uygulanacak doğru kriz sonrası stratejileri ile olumsuzdan olumluya çevrilebilmekte, yaşanılan dezavantajlı durumlar etkili iletişim yöntemleri ile avantaja dönüşebilmektedir.

Günümüz tüketicilerinin bilinç düzeyi markaları hataları karşısında daha samimi olmaya itmekte ve markaların uygulayacakları telafi yöntemleri tüketicilerin marka imajı algılarında ve marka sadakatinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu nedenle markalar artık hatalarını saklamak yerine gidermek yoluna gitmektedirler. Kusurlu ürünlerin itiraf edilmesi ve ürün geri çağırma, artık marka imajını zedeleyen bir unsur olarak görülmemekte, aksine markaya duyulan güveni arttırıcı bir etki yaratmaktadır. Markaların, kusurlu ürünlerine yönelik özeleştiri yaparak ürün geri çağırma yöntemiyle sergiledikleri samimiyetin gücü, markanın müşterilerine duyduğu saygının ve kusurunu kabul edecek kadar özgüven sahibi olmanın bir göstergesi olarak algılanmakta ve müşteri çekim gücünü arttırmaktadır.

Bu çalışmada, ürün geri çağırmanın tüketici davranışları üzerinde yarattığı etkinin belirlenmesi amacıyla Eylül 2019 döneminde Bilecik ilinde ikamet eden katılımcılar ile derinlemesine mülakat yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, tüketicilerin ürün geri çağırma hakkındaki düşüncelerini, markaya duydukları güvenin ve marka imajına yönelik algılarının ürün geri çağırma sonrası ne yönde değiştiğini ve algıların ürün grupları bazında değişip değişmediğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ürün Geri Çağırma, Tüketici Davranışları, Marka İmajı, Marka Güveni.

Product Recall (!)

ABSTRACT

In a global competitive environment where customers are bosses and reputation is regarded as the most valuable asset, product recalls are a matter of concern to businesses about brand image and brand trust. There are very few studies on product recall in the past and it is emphasized that recalling products will cause a decrease in the value of the firm. However, today's consumer profile, which is becoming more aware and more researching, forces companies to change the methods they apply and expects more transparency from enterprises. In order to meet the changing consumer expectations, enterprises have started to develop new strategies to turn the crises experienced into opportunities. Thus, consumer perceptions can be transformed from negative to positive with the correct post-crisis strategies to be implemented, and disadvantageous situations can be turned into advantages by effective communication methods.

The awareness level of today's consumers pushes brands to be more sincere in the face of their mistakes, and the compensation methods to be applied by brands play a decisive role in consumers' perception of brand image and brand loyalty. For this reason, brands are now going to fix their errors instead of storing them. Admission of defective products and product recall is no longer seen as a factor damaging the image of the brand, on the contrary it creates an effect that increases the trust in the brand. The strength of the sincerity that brands exhibit through product recall by making self-criticism for their defective products is perceived as an indication of the brand's respect for its customers and self-confidence to accept its defect and increases customer attraction.

In this study, in order to determine the effect of product recall on consumer behavior, an in-depth interview was conducted with participants residing in Bilecik province in September 2019. The findings of the research reveal consumers' opinions about product recall, how their trust in the brand and their perception of brand image change after product recall and whether perceptions change on the basis of product groups.

Keywords: Product Recall, Consumer Behavior, Brand Image, Brand Trust.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sosyal Medya Fenomenleri ile Kurulan Parasosyal Etkileşimin Online Tüketici Davranışlarına Etkisi – 519

Asst. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ
Bolu Abant İzzet Baysal University
niyazigumus@ibu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Şükran KARACA
Sivas Cumhuriyet University
sukrankaraca@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Ebru ONURLUBAŞ
Trakya University
ebruonurlubas@hotmail.com

ÖZET

Sosyal medya sahip olduğu özellikler nedeniyle her geçen gün yeni gelişmelere neden olmaktadır. Son olarak geleneksel medya kanallarındaki kurgusal karakterler ile kurulan parasosyal etkileşimin sosyal medya fenomenleri ile de benzer ilişkilerin kuruluyor olması ile yeni bir araştırma alanına konu olmuştur. Marka ve firmalar tarafından yoğun biçimde pazarlama iletişim çalışmalarında yararlanılan sosyal medya fenomenleri takipçileri ile kurulan parasosyal etkileşimler nedeniyle takipçileri üzerinde ki etkilerini daha da arttırmaktadırlar. Bu araştırma ile tüketicilerin sosyal medya fenomenleri ile kurdukları parasosyal etkileşimin online satın alma davranışlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda sosyal medya ünlülerini takip eden 235 sosyal medya kullanıcısından elde edilen veriler üzerine SPSS ve Amos programları aracılığı ile analizler yapılmıştır.

Anahtar kelimeler: Parasosyal etkileşim, sosyal medya fenomeni, online alışveriş, tüketici davranışları

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Hava Kargo Şirketlerinde Konteynır Palet Takip Sistemi: BEWELLTECH Teknoloji A.Ş. Çözüm Önerisi – 520

Asst. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ
Eskişehir Technical University, HUBF
ssates@eskisehir.edu.tr

Taşkın KIZIL
BEWELLTECH Teknoloji AŞ
taskin@bewelltech.com.tr

Ayşe Bihter GÜRSES
Anadolu University, HUBF
abg@anadolu.edu.tr

ÖZET

Hava Kargo herhangi bir malın hava aracı ile bir yerden başka bir yere taşınması olarak tanımlanmaktadır. Hava kargo alanında çalışan uzmanlara göre hava kargo pazarının geleceği teknolojinin gelişimi, devletlerin bu alandaki rolleri ve pazarda kullanılan hizmetlerin artışına bağlıdır. Hava kargo işletmeleri genel olarak pazarlama, operasyon ve idari hizmetler olarak organize olmaktadırlar. Operasyonel olarak iyi organize olmak hava kargo faaliyetlerinde başarının anahtarı durumundadır. Operasyonel olarak işlemleri kolaylaştıran yapılardan biri konteyner kullanımıdır.

Konteyner ve paletler uluslararası standartlara sahip taşımacılık sistemi içinde verimli, güvenli ve hasarsız bir şekilde malzeme taşıması için üretilmiş, yeniden kullanılabilir çelik kutu şeklinde yapılardır. Konteyner, içindeki malzeme boşaltılmaksızın farklı taşımacılık şekilleriyle taşınabilir. Fakat hava kargo şirketlerinin konteyner ve palet envanterlerini istenen noktalarda hazır bulundurmaları algoritma ve teknoloji çözümlerini gerektirmektedir. Dünya'da sivil havacılık sektöründeki hava kargo şirketlerinde palet otomasyonu oldukça önem kazanmıştır. GPS Teknolojisi, Bluetooth Teknolojisi ve RFID Teknolojisi palet takibinde yaygın kullanılan teknolojilerdir.

Bu çalışmada Dünya'da ve Türkiye'de hava kargo şirketlerinin kullandığı palet takip sistemleri araştırılmıştır. Elde edilen veriler ışığında Türkiye'de faaliyet gösteren bir hava kargo şirketinin operasyon yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Literatür ve görüşme verileri analiz edilerek Bluetooth Teknolojisi kullanan bir Palet Takip Sistemi (PTS) prototipi üretilmiş ve palet takip algoritması geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hava Kargo, RFID, GPS, Palet Takip Sistemi.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

KOSGEB Desteklerine Yönelik Bir Farkındalık Araştırması: Kâhta İlçesi Örneği – 521

Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK
Adiyaman University
gkirpik@adiyaman.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Adıyaman Kahta ilçesinde faaliyet gösteren esnafların KOSGEB girişimcilik desteği, laboratuvar desteği, işletme geliştirme, büyüme destek programı, teknolojik ürün pazarlama ve destek programı, proje destek programı ve finansman desteklerine yönelik genel farkındalık düzeylerinin ölçülmesidir. Ayrıca, KOSGEB desteklerine yönelik genel farkındalık düzeylerinin esnafların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının da araştırılması çalışmanın diğer bir amacıdır.

Kahta Esnaf ve Sanatkarlar Odası Başkanlığı ile yapılan görüşmeler neticesinde, 2019 Ekim ayı itibariyle Kahta ilçesinde Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı 2004 esnafın olduğu belirlenmiştir. Basit tesadüfi yöntemle seçilen 84 esnaf bu çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Çalışmada kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 81,6'dır. Veri setinin analiz edilmesinde SPSS 16.0 istatistiki paket programından ve Microsoft Excel programından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında frekans analizi ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ayrıca, çalışmanın hipotezlerinin test edilmesinde ise Mann-Whitney U ile Kruskal Wallis H testlerinden yararlanılmıştır. KOSGEB girişimcilik desteği, laboratuvar desteği, işletme geliştirme, büyüme destek programı, teknolojik ürün pazarlama ve destek programı, proje destek programı ve finansman desteklerine yönelik genel farkındalık düzeyinin düşük (2,44<2,61) olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, araştırmaya katılan esnafların KOSGEB desteklerine yönelik farkındalık düzeylerinin cinsiyet, yaş düzeyi, medeni durum, eğitim düzeyi ve iş deneyimi açısından farklılaşıp farklılaşmadığı non-parametrik testler ile ölçülmüştür. Analiz sonucunda, esnafların sosyo-demografik özelliklerine göre KOSGEB desteklerine yönelik farkındalık düzeylerinin istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır (p>0,05).

Anahtar Kelimeler: KOSGEB Destekleri, Farkındalık Düzeyi, Sosyo-Demografik Özellikler, Kahta

Awareness Research on KOSGEB Supports: The Case of Kâhta District

ABSTRACT

The aim of this study is to measure the level of awareness of KOSGEB entrepreneurship support, laboratory support, business development, growth support program, technological product marketing and support program, project support program and financial support of tradesmen operating in Kahta district of Adıyaman. In addition, it is another aim of this study to investigate whether general awareness levels of KOSGEB supports differ according to socio-demographic characteristics of tradesmen.

As a result of the negotiations with the Presidency of Kahta Chamber of Tradesmen and Craftsmen, it was determined that there were 2004 tradesmen registered to the Chamber of Tradesmen and Craftsmen in Kahta district as of October 2019. The sample of this study consists of 84 tradesmen selected by simple random method. The Cronbach's Alpha value of the scale used in the study was 81.6. SPSS 16.0 statistical package program and Microsoft Excel program were used to analyze the data set. Frequency analysis and reliability analysis were performed. In addition, Mann-Whitney U and Kruskal Wallis H tests were used to test the hypotheses of the study. Overall awareness of KOSGEB's entrepreneurship support, laboratory support, business development, growth support program, technological product marketing and support program, project support program and financial support was low (2.44 <2.61). In addition, it was measured by non-parametric tests whether the awareness level of the tradesmen participating in the research for KOSGEB support differed in terms of gender, age, marital status, education level and work experience. As a result of the analysis, it was concluded that awareness levels of KOSGEB supports did not show statistically significant differences according to socio-demographic characteristics of tradesmen (p> 0.05).

Keywords: KOSGEB Supports, Awareness Level, Socio-Demographic Characteristics, Kahta

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Denetçi Girişimciliğinin Bağımsız Denetçilerin Hata Hile Algıları Üzerindeki Etkisi – 522

Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
yucel_r@ibu.edu.tr

ÖZET

Mali tabloların çok fazla kullanıcısının olması ve işletmelerin özellikle dış bilgi kullanıcılarını formel bilgilendirme aracı olmaları nedeni ile muhasebe literatüründe bu araçlar yoluyla sunulan bilgilerin doğruluk ve güvenilirliğinin sağlanması konusunda yapılmış çok sayıda çalışma mevcuttur. Bağımsız denetim mekanizması bu konuda en yaygın ve en önemli araçlardan birisidir. Bu noktada her geçen gün giderek yaygınlaşan bağımsız denetim mekanizması işletme yönetiminin mali tablolarda sunduğu bilgilerin önceden belirlenmiş ölçütlere göre doğruluğu hakkında kullanıcılara bağımsız görüş sunar. Bağımsız denetim fonksiyonunu yerine getiren bağımsız denetçilerin girişimcilik özellikleri denetim firmalarının yeni müşteriler bulmasında önemli bir rol oynar.

Bu nedenle denetçilerin denetime konu olaylara ilişkin hata/hile algıları ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkilere dönük algı ve davranışlarını anlamak, denetimde ortaya çıkabilecek olası istenmeyen durumların ve denetim etiğine aykırı olayların engellenmesi ile denetim etkinliği ve başarısı için önemlidir.

Bu kapsamda hazırlanan çalışmada bağımsız denetçi olarak denetim görevini yerine getiren denetçilerin girişimcilik algılarının denetimle ilgili potansiyel hata ve hile algılarına olan etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada 81 bağımsız denetçiden anket aracılığıyla elde edilen veriler yapısal eşitlik analizi ile incelenmiştir. Bulgulara göre denetçilerin girişimci özelliklerindeki artış hata/hile potansiyeli olan durumlara ilişkin algıları üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Denetçi girişimciliği, hata algısı, hile algısı, bağımsız denetim.

JEL Kodları: M40, M42, M49

The Effect of Auditor Entrepreneurship on Error and Fraud Perceptions of Independent Auditors

ABSTRACT

Due to the fact that there are many users of the financial statements and the fact that the enterprises are a formal information tool especially for the external information users, there are many studies on the accuracy and reliability of the information presented in the accounting literature through these tools. Independent audit mechanism is one of the most common and most important tools in this regard. At this point, the independent audit mechanism, which is becoming more and more widespread day by day, provides independent opinion to the users about the accuracy of the information presented in the financial statements by the business management according to predetermined criteria. Entrepreneurship characteristics of independent auditors performing the independent audit function play an important role for the audit firms in finding new customers.

For this reason, it is important to understand the perceptions and behaviors of auditors regarding the relationship between perceptions of error and fraud related to audited events and entrepreneurship characteristics, and to prevent possible undesired situations and unethical events in auditing, and for the effectiveness and success of auditing.

In this study, it is aimed to examine the effects of the auditors' perceptions of entrepreneurship as independent auditors on potential error and fraud perceptions. In the study, the data obtained from 81 independent auditors through the questionnaire were examined by structural equation analysis. According to the findings, the increase in the entrepreneurial characteristics of the auditors has a positive and significant effect on the perceptions of the situations with the potential of error and fraud.

Keywords: Auditor entrepreneurship, error perception, fraud perception, independent audit.1

JEL Codes: M40, M42, M49

KAYNAKÇA

- AICPA Professional Ethics Executive Committee: Conceptual Framework for AICPA Independence Standards. (22 Ocak 2004).

- Akışık, O. (2002). Denetimde Bağımsızlık İlkesinin Yeri. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(31), 97-111.
- Arens, A. ve Loebbecke J. (2000) Accounting : An Integrated A Approach (Eight Edition). Prentice Hall International Inc.
- Atağan, H. (2007). *Uluslararası Gelişmeler Çerçevesinde Denetçinin Bağımsızlığı*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimiler Enstitüsü.
- Asunakutlu, T. ve Avcı, U. (2010). Aile İşletmelerinde Nepotizm Algısı ve İş Tatmini İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 2(15), 93-109.
- Bodur, İ. (2007). *Denetimin Bağımsızlığı*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bozkurt, N. (2006). *Muhasebe Denetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.
- Bozkurt, N. (2000). İşletme Çalışanları Tarafından Yapılan Hileleri Doğuran Nedenler. *Yaklaşım Dergisi*. 92, 63-68.
- Bozkurt, N. (2000). İşletmede Hile Yapan Çalışanların Karakteristik Özellikleri. *Yaklaşım Dergisi*. 93, 57-62.
- Bozkurt, N. (2000). Mali Tablolarda İsletme Yönetimleri Tarafından Yapılan Muhasebe Hileleri. *Muhasebe Finansman Dergisi*, 12, 15-22.
- Büte, M. (2011). Nepotizm Ve İş Tatmini İlişkisinde İş Stresinin Aracı Rolü Var mıdır ?. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 29, 175-184.
- Civelek, M. ve Durukan, B. (1998). *Günümüz Koşullarında Muhasebe Mesleği ve Meslek Ahlak'ı.* III. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu'nda sunulan bildiri (30 Nisan – 4 Mayıs, Alanya, ss. 130-139), İstanbul: İSMMMO Yayınları.
- Craig, JR, ve James L. (1999). The CPA and Independence Illusion o Reality. *The CPA Journal*, 69(3), 14 -23.
- Dalak, G. (2000). Denetim ve Kalite Denetimi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 65-79.
- Dumanoğlu, S. (2005). Hata ve Hile Ayrımı: Hile Denetimi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(XX), 347-358.
- Ertekin, Y. (1998). Çagdas Yönetim ve Denetim. *Türk İdare Dergisi*, 421, 493-515.
- Gürbüz, H. (1995). *Muhasebe Denetimi* (4. Baskı). İstanbul: Bilim Teknik Yayınları.
- Güredin, E. (2008). *Denetim ve Güvence Hizmetleri SMMM ve YMM'lere Yönelik İlkeler ve Teknikler.* İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Hatipoğlu, B. (2011). Nepotizm; Verimlilik mi Yapar, Verimsizlik mi ? http://www.aksekininsesi.net/haberdetay.asp?ID=635, 22.10.2011 tarihinde erişildi.
- Hesap Uzmanları Derneği (2004). *Denetim İlke ve Esasları 1.Cilt* (3.Baskı). İstanbul: Yıldız Ofset.
- IFAC (2006). *Handbook of International Auditing, Assurance, and Ethics Pronouncements* (2006 Edition). New York.
- İyiişleroğlu, S. C. (2006). *Aile Şirketleri: Adana Ve Çevresinde Faaliyet Gösteren Aile Şirketlerinde Nepotizm Uygulamasının Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kasapoğlu, A. G. (2008). *Müşteri Firmanın Yolsuzluk Eylemi Karşısında Bağımsız Denetçinin Tutumu Ve Denetim Firmalarına Yönelik Bir Araştırma.* Yüksek Lisans Tezi, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Karakoç, Y. (1997). *Türk Vergi Yargılaması Hukukunda Delil Denge*. İzmir: YMM AS Yayınları.
- Kaval, H. (2008). *Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (IFRS/IAS) Uygulama Örnekleri İle Muhasebe Denetimi* (3. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kirik, Z. (2007). *Muhasebe Hata Ve Hileleri İle Muhasebe Mesleğinde Etik Afyonkarahisar'da Muhasebeciler Üzerine Bir Araştırma.* Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Krogstad, J. R. ve Rittenberg L. (1999). Where We're Going? (http://findarticles.com/p/articles/miİm4153/isİ6İ56/aiİ58451910/, 12 Nisan 2011 tarihinde erişildi).
- Küçük, İ. (2008). *Finansal Raporlamada Hile -Manipülasyonlar Ve Önlenmesi*. Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mednick, R. ve Previts, G. J. (1987). The Scope of CPA Services A View of The Future From The Prospective of A Century of Progress. *Journal of Accountancy*, 163, 220-238.
- Messier, Jr W. F. (1997). *Auditing: A Systematic Approach.* New York: The McGraw-Hill Companies, Inc

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Muhasebe Meslek Mensuplarının Elektronik Muhasebe Uygulamalarına İlişkin Tutumlarında Yenilik Güvenlik ve Maliyet Algılarının Rolü – 523

Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
yucel_r@ibu.edu.tr

Fatih EROĞLU
Bolu Abant İzzet Baysal University, SBE

ÖZET

Teknoloji tüm alanlarda olduğu gibi muhasebe alanında da iş ve işlem süreçlerini etkileyerek pek çok değişimin yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu durum muhasebe meslek mensuplarının da çalışma şekillerini ve davranışlarını etkileyerek değiştirmelerine sebep olmaktadır. Bu çalışmada muhasebe alanında çalışan meslek mensuplarının kullandıkları e-uygulamalara yaklaşımları onların bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Bu uygulamalar hakkında bilgisi olan meslek mensubu çalışanlarının oluşturduğu örneklemde, e-uygulamalara karşı tutumları uygulamaya konulan e uygulamalara ilişkin yenilik, güvenlik ve maliyet algıları ile karşılıklı ilişkileri bakımından incelenmiştir.

Bu kapsamda hazırlanan çalışmada 254 muhasebe meslek mensubundan anket aracılığıyla elde edilen veriler yapısal eşitlik analizi ile teknoloji kabul modeli çerçevesinde incelenmiştir. Bulgulara göre muhasebe meslek mensuplarının e uygulamalara ilişkin tutumları yenilik ve güvenlik algılarından pozitif ve anlamlı şekilde etkilenirken, maliyet algısının tutum üzerinde doğrudan anlamlı bir etkisi gözlenmemiştir.

Anahtar Sözcükler: Teknoloji kabul modeli, e uygulama, tutum, muhasebe, meslek mensubu.

JEL Kodları: M40, M42, M49

The Role of Innovation, Security and Cost Perceptions in The Attitudes of Accounting Professionals 'Attitudes About Electronic Accounting Applications

ABSTRACT

As in all other fields, technology affects business and transaction processes and causes many changes. This situation causes accounting professionals to change the way they work and change their behaviors. In this study, the approaches of the professionals working in accounting to the e-applications used are evaluated from their point of view. The attitudes towards e-applications were examined in terms of their innovation, security and cost perceptions and their relationship with e-applications.

In this study, the data obtained from 254 professional accountants through a questionnaire were examined within the framework of structural equation analysis and technology acceptance model. According to the findings, while attitudes of professional accountants about e-practices were affected positively and significantly by innovation and security perceptions, there was no direct significant effect of cost perception on attitude.

Keywords: Technology acceptance model, application, attitude, accounting, professional member.

JEL Codes: M40, M42, M49

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Günümüz Basını ve Yeni Medyasının Kutsal Metinlerdeki Ahlak İlkelerine Göre Değerlendirilmesi – 524

Evaluation of Contemporary Media and New Media According to Moral Principles in Sacred Texts

Prof. Dr. Muhsin HALİS
Bolu Abant İzzet Baysal University
muhsinhalis@ibu.edu.tr

Res. Assist. Sadullah M. BAĞ
Bolu Abant İzzet Baysal University
sadullahbag@ibu.edu.tr

ÖZET

Medya ve iletişim araçlarının kullanımı geçmişten günümüze artarak devam etmiştir. Sermaye sahipleri, kanaat önderleri, şirketler ve medya patronları yayın organlarının gidişatını kendi menfaatleri ve ideolojileri doğrultusunda yönlendirmişlerdir. Ayrıca medya, gücünün keşfedildiği zamanlardan beri bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Bunun yanında kapitalizmin vazgeçilmez öğelerinden olan reklamcılık için büyük bir fırsat ortamı doğmuştur. Bütün bunlar; yalan haberleri, etik sorunları ve sansasyonel bir etki yaratılabilmesi adına hak ihlallerini de beraberinde getirmiştir. Doğruluğu kanıtlanmamış haberler sırf haber değeri taşıdığı için yayınlanmaktadır. Magazinsel haberler her ne kadar bazı insanların reklamını yapsa da bu tür içerikler genel itibariyle dedikodu ve gıybet alışkanlıklarının yaygınlaşmasına ve meşrulaşmasına ön ayak olmaktadır. Yalanın toplum içinde sıradanlaşmasına ve verilere dayalı medya anlayışının yerini taraflı haberciliğe bırakmasına neden olan bu anlayış günümüzde en etkili şekliyle sosyal medyaya yansımaktadır. Bireyler kitle iletişim araçlarıyla edindikleri bilgileri hiç sorgulamadan kabul etmenin yanında internette gördükleri herhangi bir içeriği de muhakeme etmeden paylaşmakta ve diğer insanların görmesini sağlamaktadır. İftira, dedikodu, gıybet, yalan ve kişi hakkı gibi kavramlar tarih boyunca belli başlı ahlak ilkeleri olarak kabul edilmektedir. Medyanın sıkça içerisine düştüğü bu yanlışlıklar gün geçtikçe daha da yaygınlaşmakta ve toplumun ortak değerlerini yok etmektedir. Elbette bu gibi meseleler, insanların inanç sistemlerini şekillendiren kutsal metinlerdeki ahlak ilkelerine, emirlere ve öğretilere ters düşmektedir. Dolayısıyla günümüz basın ve yeni medya ortamlarının etik ihlallerini; Tevrat, Zebur, İncil, Kur'an-ı Kerim ve Hadis-i Şeriflerde geçen ahlak ilkelerine göre değerlendirmek kutsal metinlerin bu konularda koyduğu sınırları anlamaya yardımcı olacaktır. Bu kutsal kitapların yanında Budizm, Konfüçyüsçülük, Hinduizm ve Taoizm gibi inanışların öğretilerinden de bu araştırma için faydalanabileceğimiz birçok ahlak ilkesi karşımıza çıkacaktır.

Bu çalışmada Tevrat, Zebur, İncil ve Kur'an-ı Kerim'in yanında Hadis-i Şerifler ve uzak doğu inançlarının öğretileri incelenmektedir. Bu inceleme sırasında metinlerde yalan, dedikodu, gıybet, iftira ve kul hakkı gibi kavramların nasıl geçtiği ve hangi konular içerisinde işlendiği güncel kaynaklar vasıtasıyla kıyaslanmakta ve değerlendirilmektedir. Medyanın hangi kitle iletişim araçlarını kapsadığı ve yeni medyanın hangi ortamları kapsadığına dair genel bilgilerin yanı sıra inançların ahlak ilkelerine göre iletişimin nasıl sağlanması gerektiği konuları bu çalışmada değerlendirilmektedir.

Anahtar kelimeler: Basın, medya, yeni medya, Tevrat, Zebur, İncil, Kur'an, Hadis, dedikodu, gıybet, hak, kutsal metinler, yalan haber.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Metin Madenciliği ve Bilimsel Haritalama Yöntemi Kullanarak Sosyal Girişimcilik Kavramının İncelenmesi – 525

Asst. Prof. Dr. Tayfun YILDIZ
Ardahan University, FEAS
tayfunyildiz@ardahan.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ali Kemal ÇELİK
Ardahan University, FEAS
alikemalcelik@ardahan.edu.tr

Zafer AYKANAT
Ardahan University, FEAS
zaferaykanat@ardahan.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma, dünya genelinde 1989'dan 2018'e kadar "sosyal girişimcilik" alanındaki bilimsel çalışmaların nasıl bir yönde ilerlediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, bu araştırmaların metin madenciliği, bilimsel haritalama ve bibliyometrik analiz gibi karma yöntemlerin kullanarak nasıl geliştiğini ve sonuçların nasıl yorumladığını inceleme amacı taşımaktadır. Metin madenciliği olarak da adlandırılan metin incelemesi, genel olarak metin analitiğine eşdeğer bir yöntem olarak metinden yüksek kalitede bilgi elde etme işlemidir. Çalışmada önce metin madenciliği yöntemi kullanılmış, daha sonradan bilimsel haritalama yöntemi ile elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Bilimsel haritalama analizi, bir bilimsel alanın sınırlandırılmış araştırma alanları ile ve bu alanların evrimsel gelişimini saptamak için odaklanmış bir yöntemdir. Başka bir deyişle, bilimsel haritalamanın amacı bilimsel araştırmanın yapısal ve dinamik görüntüsünü göstermeyi amaçlamaktadır. Sosyal girişimcilik ile ilgili 1989-2018 döneminde SCOPUS veri tabanında kaç makale yayımlandığı gösterilmiş ve bu makalelerin, dergi konu başlıklarına göre, anahtar kelimeler esas alınarak konulara göre dağılımlarının ne olduğu ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada ayrıca bilimsel haritalama analizi yönteminden faydalanılmış ve bu analiz için öncelikli olarak SciMAT programı kullanılmıştır. Bu program veri düzenleme seçenekleri açısından zengin ve farklı analiz yöntemlerini tek başına yapabilen bilimsel haritalama programı olması sebebiyle seçilmiştir. Metin madenciliği için ise VOSviewer programından da faydalanılmıştır. Böylelikle sosyal girişimcilik konusundaki SCOPUS veri tabanındaki dergilerdeki çalışmaların gelişimine etki eden konulardaki farklılıkları ortaya konulabilecektir. Araştırmada en fazla yayının 2018 yılında yapılığı (300 yayın), 2007 yılından beri kademeli bir artış olduğu gözlenmektedir. Sosyal girişimcilik kavramına ülkeler bazında bakıldığında, 624 yayın ile ABD birinci sırada, 223 yayın ile İngiltere ikinci sırada iken Avusturalya 105 yayın ile üçüncü sıradadır. Türkiye ise toplam 18 yayın ile 28. sırada ve dünya yayın sayısının %0,09'unu oluşturmaktadır. Üç farklı döneme ayrılarak yapılan bilimsel haritalama ile özellikle 2010-2018 dönemine bakıldığında tematik değişimin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu tematik değişim, genel olarak birbirleriyle ilişkili çalışma alanlarını bazılarının öne çıkması bazılarının ise gerilemesi suretiyle gerçekleşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Metin Madenciliği, Bilimsel Haritalama, Sosyal Girişimcilik, İnovasyon, Yönetim
JEL Kodları: M10, M14, M16

Examining The Concept of Social Entrepreneurship Studies Using Text Mining And Scientific Mapping Method

ABSTRACT

This study aims to examine the direction of scientific studies in the field of girişim social entrepreneurship inde from 1989 to 2018 worldwide. This study is to examine how these studies develop using mixed methods such as text mining, scientific mapping and bibliometric analysis and how the results are interpreted. Text mining, is the process of obtaining high-quality information from text as a method roughly equivalent to text analytics. In the study, the text mining method was used first and then the results obtained with the scientific mapping method were interpreted. Scientific mapping analysis is a focused method to determine the evolutionary development of a scientific field with limited research areas. In other words, the aim of scientific mapping is to show the structural and dynamic view of scientific research. The number of articles published in the SCOPUS database of social

entrepreneurship studies in the period 1989-2018 has been shown and the distribution of these articles according to the subjects of the journal, based on keywords has been revealed. The research was carried out using scientific mapping analysis and the program (SciMAT) was used primarily for this analysis. This program has been chosen because it is a scientific mapping program which is rich in data editing options and can perform different analysis methods alone. VOSviewer program was also used for text mining. Thus, the differences in the issues affecting the development of the studies in the journals in the SCOPUS database on social entrepreneurship will be revealed. It is observed that the highest publication structure (300 publications) in 2018 and a gradual increase since 2007 have been observed. When the concept of social entrepreneurship is analyzed by countries, the USA ranks first with 624 publications and the UK ranks second with 223 publications while Australia ranks third with 105 publications. Turkey is ranking 28. with a total of 18 publications and constitute 0.09% of the number of world publications. It is seen that the thematic change has emerged especially when the 2010-2018 period is examined with scientific mapping divided into three different periods. This thematic change occurs in general by the fact that some of the related fields of study come to the fore and others decrease.

Keywords: Text mining, science mapping analysis, social entrepreneurship, innovation, management.
JEL Codes: M10, M14, M16

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kök Hücre ve Kök Hücre Bağışına Yönelik İnsanların Görüşlerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma – 526

Asst. Prof. Dr. Burhanettin UYSAL
Bilecik Şeyh Edebali University
Faculty of health sciences
Healthcare management
burhanettin.uysal@bilecik.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Mehmet YORULMAZ
Selçuk University
Faculty of Health Sciences
Healthcare Management
mtroulmaz@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışma, kök hücre bağışına karşı insanların ne tepki vereceğinin incelenmesi amacıyla Konya ilinde tanımlayıcı olarak yapılan kesitsel bir araştırmadır. Bu çalışmada demografik özelliklerin kök hücre bağışları üzerinde farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu çalışmada araştırmacılar tarafından geliştirilen ve 20 sorudan oluşan Kök Hücre Bağışı Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından gönüllülük esası çerçevesinde, basit tesadüfi örneklem yöntemi seçilerek anketler Mart-Nisan 2019 tarihleri içerisinde 250 kişiye uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, SPSS 21 paket programında %95 güven aralığında ve %5 hata payı ile analiz edilmiştir. Testlerdeki istatistiksel anlamlılık değeri 0,05 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin Cronbach's alfa değeri α=0,801, KMO değeri ise 0,751 olarak bulunmuştur. Araştırmada beş hipotez geliştirilmiştir. Analizler, parametrik test teknikleri kullanılarak yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistiklerin yanında ikili karşılaştırmalar için Bağımsız Örneklem t testi, ikiden fazla grup karşılaştırmaları için ise One-way ANOVA testi kullanılmıştır. Katılımcıların genel anlamda kök hücre bağışına olumlu baktıkları ve ılımlı düşündükleri görülmüştür. Toplumun eğitim düzeyinin artmasının, kök hücre bağışının artması üzerinde olumlu bir etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Kök hücre bağışı ve kan bağışı gibi toplum yararını gözetecek hizmetlerin zorunlu eğitime konulması, gelecek kuşakların daha bilinçli bir şekilde yetişmesine katkıda bulunabilecektir. Özel gün ve haftalarda kamu kurum ve kuruluşları (valilikler, belediyeler, Sağlık Bakanlığının ilgili kuruluşları, Kızılay, vb.) tarafından düzenlenecek etkinliklerde halka açık şekilde eğitim verilmesi ve sosyal sorumluluk projelerinin geliştirilmesi, daha büyük örneklem kitlesi ile benzer çalışmalar yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kök Hücre, Bağış, Görüş.

A Research on the Analysis of People's Views On Stem Cell And Stem Cell Donation

ABSTRACT

This study is a cross-sectional study that was conducted as a descriptive study in Konya province to examine how people react to stem cell donation. In this study, it was examined whether demographic characteristics differ on stem cell donations. In this study, stem cell donation scale that was developed by researchers, which was consisted of 20 questions, was used. In accordance with the volunteerism basis of the participants, simple random sampling method was selected by the researchers and the questionnaires were applied to 250 people between March and April 2019. Data from surveys were analyzed in the SPSS 21 package program with a 95% confidence interval and a margin of error of 5%. The statistical significance value in the tests was determined as 0.05. Cronbach's alpha value of the scale was found as α=0.801 and the KMO was 0.751. Five hypotheses were developed in the research. The analysis was conducted using parametric testing techniques. In addition to descriptive statistics, Independent Samples t test for binary comparisons and one-way ANOVA test were used for more than two group comparisons. Looking at the results, it was seen that they viewed stem cell donation positively and thought moderately in general. It is thought that increasing the level of education of the community may have a positive effect on the increase in stem cell donation. Compulsory education of community-benefit services such as stem cell donation and blood donation will contribute to the more conscious upbringing of future generations. Public

institutions and organizations (governorships, municipalities, relevant organizations of the Ministry of Health, Red Crescent, etc.) in special days and weeks to provide public education and development of social responsibility projects, carrying out similar studies with a larger sample mass are recommended.

Keywords: Stem Cell, Donation, View.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Banka Kârlılığına Etki Eden Mikro Değişkenler: Türk Bankacılık Sektöründeki Yerli ve Yabancı Bankalar Üzerine Bir Araştırma[2] - 527

Res. Assist. Serkan ÇELİK
Bolu Abant İzzet Baysal University, SBE
srkn.clk@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Ferudun KAYA
Bolu Abant İzzet Baysal University
kayaferudun@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; 2009-2017 döneminde Türk faaliyet gösteren yerli ve yabancı mevduat bankalarının kârlılığını etkileyen, banka düzeyindeki içsel faktörleri belirlemektir. Çalışmada mevduat bankalarının kârlılık ölçüsü olarak varlık karlılığı değişkeni kullanılmıştır. Klasik panel veri analiz yöntemi kullanılarak elde edilen bulgulara göre, yerli mevduat bankalarının varlık karlılığı; banka yaşı, kredi-mevduat oranı, finansal varlık oranı gibi değişkenlerden anlamlı bir şekilde etkilenmektedir. Panel veri analizinden elde edilen bulgular analize dahil edilen yabancı bankalar açısından ele alındığında, bankaların varlık karlılığının ana belirleyicilerinin sırasıyla mevduatlardaki büyüme, mevduat-kredi oranı, sermaye yeterlilik oranı, net ücret ve komisyon gelirleri ve personel giderleri gibi içsel değişkenler olduğu tespit edilmiştir. Buna ilaveten çalışmada yerli bankaların yer aldığı örneklem ve yabancı banlardan oluşan örneklem dikkate alındığında, kredi-mevduat oranı ile mevduat bankalarının karlılık ölçüleri arasında ters-U şeklinde doğrusal olmayan bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kârlılık, Kredi Mevduat Oranı, Bankacılık Sektörü, Türkiye, Panel Veri Analizi.

Micro-Variables that Affect Bank Profibility: A Research on the Domestic and Foreign Banks in Turkish Banking Sector

ABSTRACT

The aim of this study is; to determine empirically the internal variables at bank level that affect the profitability of domestic and foreign Turkish deposit banks for the period of 2009–2017. In the study, return on asset variable is employed as a measure of profitability of deposit banks. According to the findings obtained from the classical panel data analysis method, asset profitability of domestic deposit banks; significantly affected by variables such as age, loan-to-deposit ratio and financial asset ratio. Additionally, main determinants of the asset profitability of Foreign banks included in the analysis; growth in deposits, deposit-loan ratio, capital adequacy ratio, net fees and commission income and personnel expenses. In addition, when the sample of domestic banks and the sample of foreign banks are taken into consideration, it is determined that there is an inverted U-shaped association between the loan-to-deposit ratio and the profitability of deposit banks.

Keywords: Profitability, Loan-to-Deposit Ratio, Banking Sector, Turkey, Panel Data Analysis.

[2] Bu çalışma Doç. Dr. Ferudun KAYA danışmanlığında yürütülen Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir

Kayıt Sildiren Üniversite Öğrencilerinin Veri Madenciliği Yöntemleriyle Sınıflandırılması – 528

Res. Assist. Sümeyye ÇELİK
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji University
sumeyyecelik@atu.edu.tr

Prof. Dr. Adnan KALKAN
Burdur Mehmet Akif Ersoy University
adnankalkan@mehmetakif.edu.tr

ÖZET

Veri madenciliği yöntemleri günümüzde oldukça fazla kullanılan ve her bölüme uyarlanabilen bir çalışma konusudur. Birçok alanda olduğu gibi eğitim alanında da yapılan veri madenciliği çalışmaları önemlidir çünkü eğitim nesillerin yetiştirilmesinde ve kariyer planlarının yapılmasında bir dönüm noktası oluşturmaktadır. Özellikle Yükseköğretim, öğrencilerin meslek hayatı ile ilişkilendirildiği en önemli aşamadır. Bu sebepten dolayı üniversitelerde ki planlamalar yeni teknolojiler ile entegreli bir şekilde oluşturulmalı ve teknolojik alt yapılar ile desteklenmelidir. Üniversitelerde planlanan çoğu süreçler öğrenci sayıları ile ilişkilidir. Bu açıdan öğrenimine devam etmekten vazgeçerek kaydını sildiren öğrencilerin incelenmesi bir araştırma konusudur. Bu çalışmada, lisans öğrencilerinin cinsiyet, bölüm, başarısız ders sayısı, giriş yılı, yerleştirme türü, yerleşilen puan türü, tercih sırası ve sınıf bilgisi kullanılarak kayıt sildiren öğrenciler sınıflandırılmıştır. Lisans eğitimi veren bir yüksekokulun üç bölümünden 6094 adet öğrenci kullanılmıştır. Öğrencilerin öğrenim sürelerini sonlandırıp sonlandırmadığını belirlemek amacıyla veri madenciliği yöntemlerinden Naive Bayes, Yapay Sinir Ağı, Lojistik Regresyon ve Karar ağaçları kullanılmıştır. Yöntemlerin başarı oranları hesaplanırken 10 kat çapraz doğrulama yöntemi tercih edilmiştir. Sonuçlara bakıldığı zaman kullanılan dört yönteminde başarı oranlarının %90 üzerinde olduğu ve gelecek çalışmalar için umut vadettiği görülmekle birlikte detaylara bakıldığı zaman en yüksek başarının % 95.06 oranında Karar Ağaçları yöntemi ile sağlandığı görülmektedir. Aynı zamanda 0.2044 değeri ile en düşük root mean squared error değeri yine Karar ağaçları yöntemi ile elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Veri Madenciliği, Sınıflandırma, Öğrenci Verileri

Clasification of University Students Who Cancel Their Registrations with Data Mining

ABSTRACT

Data mining methods are widely used today and can be adapted to each department. As in many other fields, data mining studies in the field of education are important because education is a turning point in the development of generations and career plans. Higher education, in particular, is the most important stage in which students are associated with their professional life. For this reason, planning in universities should be created in integration with new technologies and supported with technological infrastructure. Most of the processes planned in universities are related to the number of students. In this respect, it is a research subject to examine the students who discontinue their studies and discontinue their education. In this study, the students who cancel their registration were classified with data mining using gender, department, failed course numbers, entry years, placement types and placement type scores, order of preference and class information. 6094 students from 3 departments were used. Naive Bayes, Artificial Neural Network, Logistic Regression and Decision trees were used to determine whether the students terminated their education period. The 10-fold cross-validation method was preferred when calculating the success rates of the methods. When the results are examined, it is seen that the success rates of the four methods used are over 90% and promises hope for future studies. When the details are examined, it is seen that the highest success rate is achieved by the Decision Trees method in 95.06%. At the same time, the lowest root mean squared error value with 0.2044 value was obtained by the decision trees method again.

Keywords: Data Mining, Classification, Student Data.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Deneyime Açıklık, Sosyal Risk Alma ve Finansal Risk Alma Etmenlerinin Yenilikçilik Üzerindeki Etkileri: Startup Trakya Örneği – 529

Inst. Yasin AKKUŞ
Trakya University, Uzunköprü VS
yasinakkus@trakya.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik ekosisteminin temel taşı olan startuplar, sürdürülebilir kalkınmada önemli rol üstlenmektedir. Startupları geleneksel girişimcilikten ayıran özellikleri ise yeni iş modellerini ve yenilikçiliği odak noktalarına almalarıdır. Startupa başlangıç komutunu veren kurucunun kişilik özellikleri ve risk alma davranışlarının yenilikçilik üzerinde etkilerinin bulunduğu düşünülmektedir. Bu muhtemel etkilerin incelenmesi için TR21 Marmara Alt Bölgesinde (Tekirdağ, Edirne Kırklareli) faaliyet gösteren ve hiçbir resmi kuruluş ile organik bağı bulunmayan Startup Trakya oluşumu katılımcıları üzerinde nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada Startup Trakya oluşumunun aktif katılımcılarının deneyime açıklık, sosyal risk alma, finansal risk alma ve yenilikçilik etmenleri yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Analiz sonucunda deneyime açıklı ile finansal risk alma ve sosyal risk alma arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu gözlenmiştir. Sosyal risk alma ile yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki gözlenirken finansal risk alma ile yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Yine deneyime açıklı ile yenilikçilik arasında sosyal risk alma aracılığı ile dolaylı etkilerin bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Startup, Girişimcilik, Yenilikçilik, Deneyime Açıklık, Risk Alma

The Effect of Openness to Experience, Social Risk and Financial Risk Taking Factors on Innovation: Startup Trakya Sample

ABSTRACT

As the cornerstone of the entrepreneurship ecosystem, startups play an important role in sustainable development. Startups distinguish from traditional entrepreneurship because they focus on new business models and innovation. It is thought that the personal traits and risk-taking behaviours of the startup founder have effects on innovation. In order to investigate these possible effects, a quantitative study was conducted on the participants of the Startup Trakya, which operates in TR21 Marmara Sub-region (Tekirdağ, Edirne Kırklareli) and has no organic ties with any official institutions. This research examined the factors of openness to experience, social risk taking, financial risk taking and innovation of the active participants of the Startup Trakya with the model of structural equality. As a result of the analysis, it is observed that there is a significant correlation between openness to experience and financial and social risk-taking. While there was a significant correlation between social risk-taking and innovation, there was no significant correlation between financial risk-taking and innovation. In addition, it has been found that there are indirect effects between openness to experience and innovation through social risk-taking.

Keywords: Startup, Entrepreneurship, Innovation, Openness to Experience, Risk-taking

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Türkiye'de Organik Tarım Pazarlaması ve Bir E-Ticaret Girişimcilik Uygulaması – 530

Dr. Güzide Öncü EROĞLU PEKTAŞ
İstanbul University-Cerrahpaşa
guzide.pektas@istanbul.edu.tr

ÖZET

Dünya nüfusunun hızla artması ile dünyadaki besin kaynakları da hızla yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalmıştır. İnsan sağlığı ve beslenmesinde önemli bir yer tutan tarımın geleceği ve sürdürülebilir olmasında organik tarım çok önemli bir yer tutmaktadır. Organik tarım sağlıklı bir beslenmesi şekli olması yanında kırsal bölgelerin korunması, turizm faaliyetleri, ülke tanıtımı açısından da önemli fonksiyonları barındırmaktadır. Sağlık problemlerinin her geçen gün daha da artış gösterdiği günümüz Dünyasında insanlar daha sağlıklı yaşamak için yollar aramakta ve faaliyetler geliştirmektedir. Bu faaliyetlerden biri olan organik tarım faaliyetlerindeki artış ve pazardaki hareketlilik rekabeti de beraberinde getirmiş ve insanların bunlara erişmesi konusunda da farklı alternatif dağıtım kanalları ile pazarda kendini göstermiştir. Bu çalışmada Türkiye'deki organik tarım faaliyetleri ve büyüklükleri incelenmiş, özellikle coğrafi işaret almış tarım ürünlerinin hangi beşeri ve ekonomik faaliyetlere konu olduğu, bu ürünlere insanların erişimi konusunda geçerli bir pazarlama yöntemi olan e-ticaretin uygulanması, yaygınlaştırılması ve benimsetilmesi konuları bir örnek işletme bazında araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Organik Tarım, E-ticaret, Pazarlama, Türkiye, Girişimcilik

Organic Agriculture Marketing and its E-Commerce Applications in Turkey

ABSTRACT

With the rapid increase in the world population, food resources in the world are also faced with the dangers of being extinct. Organic agriculture is on the rise and has a very important place in the future of sustainable agriculture. That is valuable for human health and adequate nutrition. In addition to offering a healthy diet, organic agriculture also has important functions in terms of the protection of rural areas, tourism activities, and the promotion of a country. In today's world where health problems are increasing day by day, people are searching for ways to sustain a healthy life bursting with activities. One of these activities is the increased organic agricultural products, enjoying the mobility in the market place, the accompanying competitiveness, and having access to them employing alternative distribution channels in the market.

In this study, the size of organic farming activities in Turkey is the subject of examination. Attention will be focused on: the effect of geographical indicators on the production of brand name agricultural products as a subject of human and economic activities Also, the implementation of e-commerce will be tested as valid marketing tools for promoting these products, Finally, Case studies for the dissemination and adoption of such topics will be performed.

Keywords: Organic Farming, E-commerce, Marketing, Turkey, Entrepreneurship

Planlanmış Davranışlar Teorisinin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları Örneği – 531

Berkant USLAN
Akdeniz University, FEAS
berkantuslan48@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Nuray ATSAN
Akdeniz Üniversitesi, FEAS
atsan@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Niyet, bireyin belirli bir hedefe ulaşma istekliliğine işaret eder ve insan davranışını açıklamada önemli bir rolü vardır (Krueger vd., 2000). Girişimcilik davranışının ortaya çıkması girişimcilik niyetinin varlığına bağlıdır (Ajzen, 1991). Bu bakımdan girişimcilik faaliyeti, niyet edilerek yapılan planlanmış bir davranış olarak ifade edilmektedir (Kalkan, 2011). Dolayısıyla girişimcilik niyetini etkileyen faktörler tespit edilebilirse girişimcilik davranışı hakkındaki bilgimiz de artacaktır. Literatürde girişimcilik niyetini açıklama çabası olan farklı model ve teoriler yer almaktadır.

Bu teorilerden Planlanmış Davranışlar Teorisine göre, bireylerin toplumsal ve bir faaliyetle ilgili (örneğin iş kurmak) davranışları niyet edilmiş eylemlerdir ve çeşitli faktörlerin etkisi altındadır. Teoriye göre, bir davranış olumlu olarak algılanırsa (kişisel tutum), bireylerin önem verdikleri kişilerin bir davranışa karşı tutumu (öznel norm) olumlu ise ve bireysel algıların kişinin davranışı üzerinde etkisi varsa (algılanan davranış kontrolü) bireyin o davranışı gerçekleştirme ihtimali artacaktır (Kalkan, 2011). Planlanmış davranışlar teorisinin girişimcilik davranışını açıklama gücü olduğu iddia edilmektedir (Ferreira *vd*., 2012). Bu nedenle bu çalışmada planlanmış davranışlar teorisinin girişimcilik eğitimi alan bir grup yetişkin girişimci adayının girişimcilik niyetini açıklamadaki rolünün incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışma nicel bir çalışma olarak kurgulanmıştır. Geliştirilen bir soru formu yoluyla veri toplanmıştır. Soru formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik sorular yer almıştır. İkinci bölümde ise Planlanmış Davranış Teorisine dayalı olarak geliştirilen Linan ve Chen'in (2009) "Girişimcilik Niyeti" ölçeği kullanılmıştır. Soru formu Akdeniz Üniversitesinde KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan 289 kursiyere uygulanmıştır. Soru formu vasıtasıyla elde edilen veriler SPSS 25 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik testi için Cronbach's Alpha değerlerinden yararlanılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri frekans analizi ile ve ölçeklerin alt boyutları arasındaki ilişkileri korelasyon analizi ile incelenmiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olmaları nedeniyle, hipotez testleri için linear regresyon analizi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin güvenilirliği (Cronbach Alpha değerleri) 0.70'in üzerindedir. Araştırmanın bulguları, girişimciliğe yönelik tutum ve girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrolü ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Araştırma bulguları, Linan ve Chen'in (2009) ve Tung'un (2011) araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Ancak çalışmada girişimciliğe yönelik öznel norm algısının girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı bulgulanmıştır. Literatürde bu bulguyu destekleyen araştırmalar vardır (Krueger vd., 2000; Autio vd., 2001; Peterman ve Kennedy, 2003). Öznel norm algısının kültürle yakından ilişkili olduğu ve toplumdan topluma farklılık gösterebildiği belirtilmektedir (Lee-Ross, 2017: 1187).

KAYNAKÇA

Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G., Hay, M. (2001). "Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA". *Enterprise and Innovation Management Studies, 2*(2), 145-160.

Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., Paço, A. d. (2012). "A Model of Entrepreneurial Intention: An Application of the Psychological and Behavioral Approaches". *Journal of Small Business and Enterprise Development, 19*(3), 424-440.

Kalkan, A. (2011). "Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*(14), 189-206.

Krueger, J., Norris, F., Michael , R. D., Alan, L. C. (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions.". *Journal of business venturing,*(15), 411-432.

Lee-Ross, D. (2017). "An Examination of the Entrepreneurial Intent of MBA Students in Australia". *Journal of Management Development, 36*(9), 1180-1190.

Linan, F. ve Chen, Y. W. (2009). "Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 593-617.

Peterman, N. E. ve Kennedy, J. (2003). "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice, 28*(2), 129-144.

Tung, L. C. (2011). "The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of Engineering Students". *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Çin: Cıty University of Hong Kong, 1-282.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Çocuklarda Akademik Başarı ve Aile Yapısı Arasındaki İlişki – 532

Neslihan ASLIHAN
Üsküdar University
neslihanaslihan@gmail.com

ÖZET

Öğrencilerin akademik başarıları aile yapısı ve cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir. Çağımızda kişi içinde bulunduğu ortamın etkisinde gelişen bir varlıktır ve kişinin içten gelen uyarılar duygu ve isteklerle dıştan gelen baskılar arasında bir denge kurabilmesi için dikkatler öncelikle aile ortamına çevrilir.

Bebeğin anneden ayrılığına dikkat çeken kuramcılara göre en temel güven duygusu olarak adlandırılan dönemi sağlıklı geçiren insanlar ileriki yaşamlarında karşılaştıkları güçlüklerle başa çıkabilecek yetenekte olduğu inancını taşırlar. Bu inanç günümüz akademik yaşamında çocuğun yeni bilgileri almasına, sınanmaya ve sınanma kaygısıyla başa çıkmasında önemlidir. Çocuğun ruhsal gelişiminden babanın rolüne ilişkin çalışmalar ise bebeklerin yaşamların ilk yıllarında her ikisiyle de bağ kurduğunu göstermiştir. Anne babalarına güvenle bağlanan bebekler yaşıtlarına göre karmaşık ve kritik durumlarda daha sabırlı ve istekli olarak bulunmuştur. Buna dayanarak boşanmanın çocuk ebeveyn ilişkisini yıprattığını öne süren araştırmalarla çocuklar üzerinde olumsuz etkiler yarattığı varsayılabilir. Anne baba ayrılığına karşı çocukların yaşlara bağlı gösterdiği değişiklikler arasında baştan atılmışlık, korku, bebeksileşme, uyku bozuklukları sayılabilir. Ayrıca babasız çocukların zeka testi sonuçları anlamlı derecede düşük ve babasız bazı çocukların düşük performans gösterdikleri bulunmuştur.

Okul başarısını ölçmeye yarayan beklentiler göstermiştir ki küçük çocuklar boşanma ile baba kaybını bir tutmuş ve önemli bir rol modelden eksik kalarak okul başarısızlığı zamanla ortaya çıkacak olumlu bir müdahale olmaz ise muhtemelen çocuğun başarısızlığı bütün okul yaşamına taşınacak ve yeni kuralların beklentilerin olduğu iş yaşamı da bundan etkilenecektir.

Kişinin hayat amacı daraldığında özgüvensizlik ve değersizlik duyguları artar. Moral ve motivasyon anlamsızlık karşısında yenik düşer ve kaybolur. Dağılmış ve boşanmış ailelerde ekonomik duygusal, psikolojik değişimler olur ve bu değişikliklerle beraber çocuklar yeni rolleri yeni düzeni, yeni çevreyi anlayamaz okulu ve okul arkadaşlarının yaşamlarını anlayamaz ve uyum sağlamada güçlük çekerler. Ailenin parçalanmasından dolayı yalnızlık terk edilme ve dışlanma duygusu yaşayan ergenler bunu okul çevrelerine yansıtırlar. Yurt içi ve yurt dışı literatür çalışmaları çocukların akademik problemler olarak getirdikleri sorunların altından ailevi problemler çıktığını göstermektedir. Bu çalışmada akademik başarı ve aile yapısı arasındaki ilişki teorik değerlendirme yapılarak analiz edilecektir.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Eczacılık İşletmeciliği Kapsamında Eczacılık Mesleğine İlişkin Kariyer Açısından Sorun Belirleme ve Öneri Geliştirme: Dar Kapsamlı Bir Çalışma – 533

Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK
Adiyaman University
gkirpik@adiyaman.edu.tr

Dr. Med. Erkan YILMAZ
erkanyilmaz77@yahoo.com

ÖZET

Ülkemizde Eczacılık İşletmeciliği henüz yeni bir anabilim dalı olduğu için konuya yönelik araştırmaları içeren ulusal /uluslararası bildiri, makale, kitap bölümü / kitap gibi bilimsel çalışmaların ve ilgili ders kitaplarının henüz yok denecek kadar azlığı dikkat çekmektedir. Alan yazın incelendiğinde, Türkiye'de serbest eczanelerin bazı mesleki uygulama ve sorunları ile ilgili ve Ecza Kooperatiflerinde karşılaşılan sorunlar ile ilgili çalışmalara rastlanılmıştır. Ancak, eczacılık işletmeciliği bağlamında eczacılık mesleğinin kariyer ve istihdam sorunlarına yönelik bilimsel çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu çalışmada, kendinden önceki çalışmalardan farklı olarak eczacılık işletmeciliği bağlamında, eczacılık mesleğinin tercih edilmesinde düşüş, serbest eczane işleten eczacıların ve kamuda çalışan eczacıların bazı sorunları, eczacılık işletmeciliğine ilişkin ders kitaplarının azlığı ve genel olarak eczacılık mesleğinde kariyer ve istihdam sorunlarına değinilmiştir. Bu bağlamda, eczacılık mesleğinde kariyer ve istihdam açısından elde edilen sorunlara yönelik verilere Türk Eczacılar Birliği, yürürlükteki eczacılık mevzuatı, eczacılıkla ilgili dergilerdeki yazılar ve ilaç sanayisinin önde gelen bazı ilaç firmalarının internetteki yayınları aracılığıyla ulaşılmıştır.
Araştırma sonucuna göre, nüfusa göre eczane açabilme kriterinden dolayı Eczacılık Fakültesi'nden mezun olacak eczacılar serbest eczane açamama sorunu yaşayacaklardır; her yıl ortalama olarak 3000 eczacı mezun olmasına rağmen kamu kurum ve kuruluşlarında ilan edilen eczacı kadroları yıllık toplamda 100 civarındadır ve bu durum kamu sektöründe eczacıların istihdam olanağının çok sınırlı olduğunu göstermektedir; Türkiye ve diğer ülkelerin ilaç sanayinin önde gelen firmalarındaki istihdam dağılımı incelendiğinde, çalışan sayısının yaklaşık sadece %4'ünün eczacı olduğu görülmüştür. Araştırmada ortaya çıkan bu sorunlar ve diğer bazı sorunlar eczacılık mesleğinde kariyer ve istihdam endişesini ortaya koymuştur.
Çalışma kapsamında elde edilen sorunlar tarafsız bir şekilde değerlendirilmiş ve eczacılık mesleğinde kariyerine devam etmek isteyen bireyler açısından eczacılık mesleğinin bugünkü mevcut prestijli durumunun gelecekte de devam etmesi amacıyla öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eczacılık Mesleği, Kariyer ve İstihdam, Sorunlar ve Öneriler.

Determining Problems and Developing Suggestions for Career in Pharmaceutical Business within the Scope of Pharmacy Management: A Narrow Study

ABSTRACT

Since Pharmacy Management is a new department in our country, it is remarkable that scientific studies such as national / international papers, articles, book chapters / books and related textbooks containing researches on the subject are almost nonexistent. When examining the literature, dealing with some issues of professional practice and pharmacy in Turkey and has been seen to work on the problems encountered in Pharmacy Cooperative. However, in the context of pharmacy business, there are no scientific studies on the career and employment problems of the pharmacy profession. In this study, unlike the previous studies, in the context of pharmacy management, the decrease in the preference of the pharmacy profession, some problems of pharmacists who work in independent pharmacies and public pharmacists, the lack of textbooks related to pharmacy management and career and employment problems in pharmacy profession in general are mentioned. In this context, data on the problems obtained in terms of career and employment in the pharmacy profession were obtained through the Turkish Pharmacists Association, the current pharmacy legislation, the articles in the journals related to pharmacy, and the publications of some of the leading pharmaceutical companies in the pharmaceutical industry

According to the results of the study, pharmacists who will graduate from the Faculty of Pharmacy due to the criteria of opening a pharmacy by population will have the problem of not being able to open a pharmacy; Although an average of 3000 pharmacists graduate each year, the number of pharmacists annually announced in public institutions and organizations is around 100 per year, indicating that pharmacists have very limited employment opportunities in the public sector; When the distribution of employment in Turkey and other countries of the leading companies in the pharmaceutical industry is analyzed, the number of employees was observed that only about 4% of the employees were pharmacists. These problems and some other problems that emerged in the research revealed the concern of career and employment in pharmacy profession.
The problems obtained within the scope of the study were evaluated impartially and suggestions were developed in order to continue the current prestigious status of the pharmacy profession in the future for individuals wishing to pursue a career in pharmacy.

Keywords: Pharmaceutical Profession, Career and Employment, Problems and Suggestions.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

The Nexus of Transformational Leadership and Organizational Commitment – 534

El Mustapha Ait Sidi MHAMED
Ankara Yıldırım Beyazıt University
emasmltd@gmail.com

ABSTRACT

With its outstanding business environment and attractiveness, Morocco has become one the leading African countries to appeal significantly foreign investments. The large and qualified pool market is a key factor for multinational enterprises to expand their business into major metropolitan cities such as in Casablanca and Tangiers. The leader/follower relationship is vital to the overall organizational performance and success. Once managers and supervisors display transformational leadership behaviors, followers tend then to build a strong commitment and identification with their organization. High level of organizational commitment may arise the level of organizational performance. Present empirical evidenced research aims to determine the degree of which transformational leadership influences organizational commitment among employees of some multinational corporations based in Morocco. This research sampled 265 employees with different job positions through structured and self-administered questionnaire. Cronbach's Alpha was run to test the reliability and validity of instruments used. Simple regression was run to determine the strength of the relationship between TL and OC. Hierarchical regression was also set to determine the influence of transformational leadership components on organizational commitment dimensions. Pearson correlation coefficient was run to determine the nature of the relationship between variables. Empirical findings show that employees' organizational commitment is highly correlated with transformational leadership behaviors. In this research, noticeably, the influence of the four components of transformational leadership are positive and statistically significant with the organizational commitment dimensions. However, some components of leadership are interchangeably more significant with certain dimensions of commitment. It is reported that managers possess moderate to high level of TL behaviors and employees have strong enough commitment and identification with their organizations.

Keywords

Transformational Leadership, Motivation, Inspiration, Organizational Commitment, Affective, Normative, Continuance, MNCs, Morocco.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminde Yeni Vizyon: Yetenek Yönetimi – 535

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

Inst. Nazik ERDAL AKYÜZ
Gazi University, Tusaş Kazan HS
nazikakyuz@gazi.edu.tr

ÖZET

Günümüz iş dünyası, son yıllarda daha önce hiç olmadığı kadar hızlı bir değişim ve gelişim süreci içerisine girmiştir. Küreselleşme, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinde ki değişimin sonrasında Endüstri 4.0 ile birlikte gerçekleşen dijital dönüşümün de etkisiyle çalışma hayatında köklü değişimler yaşanmaktadır. Bu durum beraberinde işletmeler arasındaki rekabeti olağanüstü boyutlara taşımaktadır. Endüstriyel üretim toplumundan bilgi toplumuna geçiş işletmelere çok sayıda fırsat sunmasının yansıra çözüm bekleyen yeni tehditleri de beraberinde getirmektedir. Endüstri 4.0'la birlikte yeni iş ve meslek tanımları ortaya çıkarken, endüstrinin işleyişinden yönetim organizasyonuna kadar birçok alanda nitelikli insan gücüne ihtiyacın giderek arttığı dolayısıyla 'insan faktörü' nün en önemli fark yaratacak unsur olduğu görülmektedir. Bugün ve gelecekteki iş dünyasında işletmeler varlığını korumak ve rekabet üstünlüğü sağlamak için yeni kavramlara, yeni teknolojilere, farklı bakış açılarına, dış çevrede yaşanan değişikliklere ayak uydurabilmeleri ve kendilerini yenilemeleri gerekmektedir. Bunu sağlayacak olan ise işletmeleri rakiplerinden daha farklı bir konuma taşıma kapasitesine sahip yetenekli çalışanlardır. Endüstri 4.0 çağında çalışanın bilgi ve becerinin yanı sıra deneyim sahibi olması da önem kazanırken düşük kalifiye işgücüne yönelik istihdam olanakları azalmakta, farklı yetkinliklere sahip çalışanlara talep ise artmaktadır. İşletmelerin rekabetçi üstünlüklerini korumasında yetenekli işgücüne sahip olması, onları elde tutması ve işletme hedefleri doğrultusunda stratejiler geliştirmesini gerektirmektedir. Bu durum bir yandan yetenek savaşlarını beraberinde getirirken, diğer yandan yeteneklerin etkili yönetimini de kaçınılmaz hale getirmektedir. Bununla beraber işletmeler açısından rekabet avantajı yaratmada kritik rol oynayacak yetenekli çalışanların tanınması, cezbedilmesi ve elde tutulması giderek zorlaşmaktadır. Tüm bunların sonucunda stratejik insan kaynakları yönetiminde yeni koşullara uyum sağlayacak yetenekli çalışanın yönetimine doğru bir dönüşüm kaçınılmazdır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı stratejik insan kaynakları yönetimine yeni bir vizyon getiren ''Yetenek Yönetimi'' kavramının teorik düzeyde ele alınarak açıklamaktır. Sonuç olarak incelenen bu kavramın, yapılan yazın taraması ile birlikte kavramsal mantık çerçevesinde stratejik insan kaynakları yönetiminde yeni bir vizyon oluşturması açısından üzerinde durulmasının gerekliliği ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yetenek, Yetenek Yönetimi, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi

A New Vision in Strategic Human Resources Management: Talent Management

ABSTRACT

In recent years, today's business world has been in a process of rapid change and development like never before. After the change in globalization, computer and communication technologies, the digital transformation that took place with Industry 4.0 has led to radical changes in working life. This situation brings the competition between the companies to extraordinary dimensions. The transition from the industrial production society to the information society presents many opportunities for enterprises, as well as new threats awaiting a solution. With the introduction of new job and profession definitions with Industry 4.0, it is seen that nitelikli human factor en is the most important factor that makes the need for qualified manpower in many areas from the operation of the industry to the management organization. In today's and future business world, businesses need to keep up with new concepts, new technologies, different perspectives, changes in the external environment and renew themselves in order to maintain their existence and provide competitive advantage. This is achieved by talented employees who are capable of moving businesses to a different position than their competitors. In the age of Industry 4.0, it is important for the employee to have knowledge and skills as well as experience, while employment opportunities for low skilled labor force are decreasing and the demand for employees with different competencies is increasing.

Having a skilled workforce in maintaining the competitive advantage of enterprises requires them to retain and develop strategies in line with the business objectives. This situation brings talent battles on the one hand and makes effective management of talents inevitable. However, it is increasingly difficult to recognize, attract and retain talented employees who will play a critical role in creating a competitive advantage for businesses. As a result of this, a transformation towards the management of talented employees who will adapt to new conditions in strategic human resources management is inevitable. In this context, the aim of this study is to explain the concept of 'Talent Management getiren which brings a new vision to strategic human resources management at theoretical level. As a result, it is necessary to focus on this concept in terms of creating a new vision in strategic human resources management within the framework of conceptual logic with the literature review.

Keywords: Talent, Talent Management, Strategic Human Resources Management.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Osmanlı İmparatorluğu'nun Klasik Döneminde Girişimciliği Destekleyen Yapılar – 537

Inst. Yasin AKKUŞ
Trakya University, Uzunköprü VS
yasinakkus@trakya.edu.tr

ÖZET

Osmanlı imparatorluğunun klasik dönemindeki girişimcilik faaliyetleri ve bu faaliyetlere destek olan yapılar yeterince incelenmemiştir. Birçok çalışmada klasik dönemdeki girişimcilik faaliyetleri yok sayıldığı görülmüştür. Tarih biliminin de Osmanlının klasik dönemini iktisat tarihi bakış açısından ele alışı oldukça yenidir. Son yıllarda iktisat tarihindeki yeni çalışmalar, işletme bilimi bakış açısına sahip bilim adamlarına da yeni çalışma alanları sunmaya başlamıştır. Bu çalışma ile Osmanlının klasik dönemindeki girişimcilik faaliyetleri ve bu faaliyetleri destekleyen yapılar ortaya konulmaya çalışılacaktır. Ayrıca bu desteklerin günümüzdeki girişimcilik destekleri ile kısa bir karşılaştırılması yapılacak ve günümüze ışık tutabilecek unsurları ele alınmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı İmparatorluğu, Klasik Dönem, Girişimcilik, Girişimcilik Destekleri

Structures Which Support Entrepreneurship in the Classical Period of the Ottoman Empire

ABSTRACT

Entrepreneurial activities in the classical period of the Ottoman Empire and the structures that support these activities have not been studied sufficiently. Many studies have shown that entrepreneurial activities in the classical period are ignored. It is quite new that history science has taken a view of the classical period of the Ottomans from the point of view of history of economics. In recent years, new studies on the history of economics have begun to offer new fields of study to scientists with a business economics perspective. With this study, entrepreneurship activities in the classical period of the Ottoman Empire and structures supporting these activities will be tried to be put out. In addition, these supports will be briefly compared with today's entrepreneurship support and will be tried to discuss the elements that can shed light on today's supports.

Keywords: Ottoman Empire, Classical Period, Entrepreneurship, Entrepreneurship Supports.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Girişimcilik ve Toplam Faktör Verimliliği İlişkisi: OECD Ülkeleri Örneği – 538

Asst. Prof. Efe Can KILINÇ
Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Econometrics,
efecankilinc@kku.edu.tr

Asst. Prof. Nazan Şahbaz KILINÇ
Kırıkkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics,
nkilinc@kku.edu.tr

Dr. Mustafa KARTAL
Selcuk University, Beysehir Ali Akkanat Faculty of Business, Department of Business
mkartal@selcuk.edu.tr

ÖZET

Toplam Faktör Verimliliği (TFV), ekonomik büyümenin üretim girdileri dışındaki nedenleri olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik büyüme sürecinin önemli bir bileşeni olarak kabul edilen TFV, aynı zamanda ülkeler arasındaki gelişmişlik farklılıklarının da temel bir göstergesidir. Teknoloji, işletmelerin yönetim biçimleri, yatırım düzeyi, yenilikçilik ve girişimcilik gibi birçok unsur toplam faktör verimliliği artışı üzerinde belirleyici olabilmektedir. Bu çalışmada, TFV ile girişimcilik arasındaki ilişki, OECD ülkeleri özelinde panel veri yöntemleri kullanılarak analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Toplam Faktör Verimliliği ve OECD Ülkeleri.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Maliye Nazırı Cavit Bey'in Gözünden Birinci Dünya Savaşı Sonunda Anadolu – 539

Ress. Assist. İlyas AK
Atatürk University
ilyas.ak19@gmail.com

ÖZET

İkinci Meşrutiyet'in ilanıyla beraber Türk siyasetinde on yıl iktidarda kalan İttihatçı kadro liderleri ön plana çıkmıştır. Bu profillerden en önemlilerinden birisi de İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin malî siyasetinin belirlenmesinde önemli rol oynayan iktisatçı Mehmet Cavit Bey'dir.
Cavit Bey, Birinci Dünya Savaşı'nın sonlarına doğru Talat Paşa'nın 1917'de sadrazamlığa gelmesinden bir süre sonra Maliye Nazırlığı'nı üstlenmiştir. Maliye Nazırı olarak 1918 yazında maliyenin gidişatını bizzat takip etmek, vilayetteki memurların görüşlerini alarak durum hakkında mukayese edebilmek ve genel vaziyetin vahametini anlayabilmek için Ankara, Eskişehir, Konya ve İzmit'e bir ziyaret gerçekleştirmiştir.
Bu ziyaret Sabah Gazetesi'nde 8 Haziran 1918- 12 Haziran 1918 tarihleri arasında "Seyahat Hatıralarım" başlığıyla yayımlanmıştır. Bu seyahatini kaleme alan Maliye Nazırı, Birinci Dünya Savaşı'nın yarattığı ekonomik çöküntü, ülke sorunları, sağlık, eğitim, Anadolu halkının durumu gibi birçok konu hakkında önemli tespitlerde bulunmuştur.
Bu bildirinin amacı 1918 yılı yazında Anadolu'ya seyahat gerçekleştiren Maliye Nazırı Cavit Bey'in gözünden, Birinci Dünya Savaşı'nın son yılında Anadolu'daki sorunlar ve çözüm önerileri ekseninde değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Birinci Dünya Savaşı, Anadolu. Maliye Nazırı, Cavit Bey, Maliye.

Anatolia at the end of World War I through the eyes of the Minister of Finance Mr. Cavit

ABSTRACT

With the proclamation of the Second Constitutional Monarchy, the Unionist staff leader, who had remained in power for ten years in Turkish politics, came into prominence. One of the most important of these profiles is Mr. Mehmet Cavit, an economist who played an important role in the determination of the financial policy of the Committee of Union and Progress. At the end of the First World War, Mr. Cavit took over the Ministry of Finance a short time after Talaat Pasha became Grand Vizier in 1917. In the summer of 1918, the Minister of Finance personally paid a visit to Ankara, Eskisehir, Konya and Izmit in ordor to follow the progress of the financial situations, to compare the views of the officers in the province and to compare the situations.
This visit was published in the newspaper 'Sabah' between the dates June 8, 1918 and June 12, 1918 with the name 'Travel Memories'. The Minister of Finance, who wrote about this trip, made important observations on many issues such as the economical collapse caused by the First World War, the problems of the country, health, education and the situation of the people of Anatolia.
The purpose of this paper is to evaluate problems and solutions of Anatolia's situation in the last year of the First World War observed by Mr. Cavit, the Minister of Finance, who traveled to Anatolia in the summer of 1918.

Keywords: World War I, Anatolia, Finance Minister, Mr. Cavit, Finance.

Televizyonun, Toplumdaki Tüketim Olgusunun Sosyolojik Belirleyiciliği – 540

Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA
Niğde Ömer Halisdemir University, FEF
bkara@ohu.edu.tr

Neslihan SUCU
Aksaray University, BESYO
nesliisucu@gmail.com

ÖZET

İnsan ve toplum yaşamında kitle iletişim araçlarının belirleyiciliği teknolojik gelişmelere bağlı olarak etkili olmakta ve toplumların yapısında değişmelere yol açmaktadır. Telekomünikasyon araçları da denilen bu olgu içerisinde televizyon iyi ve etkili bir iletişim vasıtası olarak karşımıza çıkmakta olup, bu görevini layıkıyla yapabilmek ya da istediği etkiyi yapabilmek için en azından izleyicilerin genel özelliklerini bilmek zorundadır. Bu dikotomik durum bu çalışmada ele alınıp incelenecektir.

Televizyonun en etkili olduğu ve belirleyiciliğinin gittikçe arttığı unsurların başında ise tüketim olgusu gelmektedir. Zaman içinde değişikliğe uğramış olan tüketim kavramı ekonomik faaliyetin çok ötesinde bir anlam ihtiva etmekte farklı anlamlar içeren sosyal ve kültürel bir olgu olarak ün kazanmıştır. Bu ünün kazanılmasında kuşkusuz televizyonun rolü ve belirleyiciliği yüksektir. İnsana ve topluma seslenen ya da seslenilmesini sağlayan bir vasıta olarak televizyon tüketme faaliyetini insana ve vazgeçilmez olarak sunmakta yaşamın vazgeçilmez parçası haline getirmektedir.

Bu bağlamda bireyler içinde yaşadığı sistemin de zorlamasıyla adeta tüketim odaklı bir hayat yaşamaya başlamış, mal ve hizmetlerin tüketiminde birbirleriyle adeta yarışır hale gelerek küresel ekonomik güçlerin kendilerine biçmiş olduğu tüketici rolünü oynamaktadır.

Reklamlar değerlerin/imajların tüketicilere ikna edici bir biçimde aktarımı sağlayan araçlardan birisidir. Reklamlar sadece bir ürün hakkında bilgi veriyor gibi gözükse de davranış kalıpları, yaşam biçimleri, cinsiyet rollerini kontrol eden yönlendiren etkileyen bir güce sahiptir. Bu gücü adeta hissettirmeden bireyin zorunluluğuymuş gibi faktörlerle yapmakta onu kuşatarak zorlayıcı olabilmektedir. Bunu sonucu "kullan-at" modeli üzerinden hızlı tüketim odaklı bir rol süreçte insanın kendisinde aynı modele yaklaştırmaktadır.

Bu çalışmada televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak insanın tüketme davranışı üzerine belirleyiciliği tespit edilmeye çalışılmakta olup, reklamların cinsiyet rolleri üzerindeki etkisi, bunu nasıl sunduğu, etkin algıyı tüketim üzerinde hangi vasıtalarla gerçekleştirdiği saptanmaya çalışılmıştır. Ayrıca televizyonun işlevleri için geçerli olan yerel kamuoyunun oluşturma, haber verme, mal ve hizmetlerin tanıtımını sağlama gibi işlevselliğine de yer verilmektedir.

Çalışma da anket uygulanmış olup, anket erkek ve kadın deneklere eşit olarak uygulanmıştır. Denekler beş(5) reklam üzerinden tüketim olgusunu değerlendirmektedir. Anket soruları tablolaştırılarak değerlendirilmiş olup toplumsal cinsiyet, geleneksel aile modeli ve anne modeli gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir.

Anahtar kavramlar: televizyon, kitle iletişim aracı, tüketim olgusu, reklam, toplumsal cinsiyet

Sociological Determination of Television and Consumption in the Society

ABSTRACT

The determinism of mass media in human and social life is effective due to technological developments and causes changes in the structure of societies. In this phenomenon, also called telecommunication means, television is a good and effective means of communication, and in order to achieve this task properly or to achieve the desired effect, at least it has to know the general characteristics of the audience. This dichotomic condition will be discussed and examined in this study.

Consumption is one of the most important factors in which television is most effective and its determinism is increasing. The concept of consumption, which has changed over time, has a meaning far beyond economic activity and has gained a reputation as a social and cultural phenomenon with different meanings. The role and determination of television is undoubtedly high in gaining this reputation. As a means of addressing or calling out to people and society, television presents the consuming activity as an indispensable part of life.

In this context, individuals have started to live a consumption-oriented life with the forcing of the system in which they live, and they almost compete with each other in the consumption of goods and services and play the role of the consumer that the global economic powers have given them.
Advertisements are one of the tools that convincingly convey values / images to consumers. While ads may seem to provide information only about a product, it has the power to influence behavioral patterns, lifestyles, directing, controlling gender roles. This power is made by factors such as the imperative of the individual without making it feel like it can be compelling by surrounding it. As a result of this, a tüketim disposable üzerinden model brings a fast consumption-oriented role closer to the same model in the process itself.
In this study, the determination of television as a mass communication tool on human consumption behavior is tried to be determined. It also includes the functionality of the local public, which applies to the functions of television, such as creation, notification, promotion of goods and services.
In the study, a questionnaire was applied and the questionnaire was applied equally to male and female subjects. Subjects evaluated consumption phenomena through five (5) advertisements. Questionnaires were tabulated and related to concepts such as gender, traditional family model and mother model.

Keywords: Television, mass media, consumption phenomenon, advertising, gender.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sağlık Bakanlığı Bünyesinde Yapılan İhalelerin Değerlendirilmesi: 2018 Yılı Örneği – 541

Asst. Prof. Dr. Burhanettin UYSAL
Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences, Healthcare Management
burhanettin.uysal@bilecik.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada Elektronik Kamu Alımları Platformunda (EKAP) Sağlık Bakanlığı bünyesinde hizmet veren tüm kurum ve kuruluşlar tarafından 2018 yılında yapılan ihalelerin meta analizi yapılmıştır. Bu çalışma retrospektif bir çalışma olup 01.01.2018 – 31.12.2018 tarihleri arasında EKAP'ta yayınlanan ihalelerin tamamı ele alınarak frekans analizi ile birlikte tanımlayıcı istatistiksel analizler yapılmıştır. EKAP'tan elde edilen verilere göre 2018 yılı içerisinde mal, hizmet ve yapım işi ihalesi olarak toplam 10.188 ihale yapılmıştır. Gerçekleştirilen ihalelerin yarısından fazlasını (%57) açık ihale usulü ihaleler oluşturmaktadır. Pazarlık usulü ile yapılan ihalelerin oranı %20,46'dır. Mal alımı ihalelerinde pazarlık usulü ile gerçekleştirilen ihaleler, açık ihale usulü ile gerçekleştirilen ihalelerin yaklaşık beşte biri (1/5) kadardır. Hizmet alımı ihalelerinde pazarlık usulü ile gerçekleştirilen ihaleler, açık ihale usulü ile gerçekleştirilen ihalelerin yaklaşık yarısı (%49,23) kadardır. Yapım işi ihalelerinde ise pazarlık usulü ile gerçekleştirilen ihalelerin açık ihale usulü ile gerçekleştirilen ihalelere oranı %11,36'dır. 2018 yılı içerisinde yapılan tüm ihalelerden %13,59'u iptal edilmiştir. İptal edilen ihalelerin yaklaşık %60'ı yılın ikinci yarısındadır. Yıl sonuna doğru pazarlık usulü ile gerçekleştirilen ihale sayısında gözle görülür bir artış bulunmaktadır. Hizmet ihalelerinde pazarlık ihalelerinin açık ihaleye oranı daha yüksektir. Açık ihale usulü ile yapılan mal alımı ihalelerinde toplam 803 ihale, hizmet alımı ihalelerinde toplam 446 ihale ve yapım işi ihalelerinde ise 131 ihale iptal edilmiştir. Pazarlık usulü ile yapılan mal alımı ihalelerinde iptal edilen ihale sayısı beş, hizmet ihalelerinde ise dört olup yapım işi ihalelerinde iptal edilen ihale bulunmamaktadır. Hizmet alımı ihalelerinde daha çok pazarlık usulüne başvurulduğu görülmektedir. İhalelerin iptal edilmesinin kamu idarelerinin hizmet üretim süreçlerine olumsuz yansımaları bulunmaktadır. Pazarlık usulü ihaleler için (çoğunlukla öngörülemeyen bir durum olarak) açık ihale usulü ile gerçekleştirilen ihalelerin iptal edilmesi bir gerekçe olabilmektedir. Kamu satınalmalarında ihalelerin verimlilik ilkesi çerçevesinde yürütülmesi, temel kıstaslardandır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Bakanlığı, İhaleler, Değerlendirme.

Evaluation of Tenders Conducted within the Ministry of Health: Example of 2018 year

ABSTRACT

In this study, a meta-analysis of the tenders conducted in 2018 year by all institutions and organizations serving within the Ministry of Health in Electronic Public Procurement Platform (EKAP) was carried out. This study is a retrospective study and all tenders published in EKAP between 01.01.2018 and 31.12.2018 were discussed and descriptive statistical analysis was carried out together with frequency analysis. According to data obtained from EKAP, 10,188 tenders were held in 2018 as tenders for goods, services and construction works. More than half (57%) of the tenders are open procedure. The rate of negotiated tenders is 20.46%. Tenders conducted by negotiated procedure in procurements of goods are approximately one fifth (1/5) of the tenders conducted by open procedure. Tenders conducted by negotiated procedure in procurements of services are approximately half (49.23%) of the tenders conducted by open procedure. In procurements of works, the ratio of tenders conducted by negotiated procedure to tenders carried out by open procedure is 11.36%. Of all tenders conducted in 2018, 13.59% were cancelled. Approximately 60% of cancelled tenders were in the second half of the year. There is a noticeable increase in the number of tenders held by negotiated procedure towards the end of the year. In the procurements of service, the ratio of negotiated tenders to open is higher. 803 tenders in the procurements of goods conducted by open procedure, and 446 tenders in the procurements of services and 131 tenders in the procurements of works were cancelled. The number of tenders cancelled in the procurements of goods conducted by negotiated procedure is five and in the procurements of service are four and there are no tenders cancelled in the procurements of works. It is observed that in procurements of service are mostly applied procedures of negotiated tenders. Cancellation of tenders has negative repercussions on the service production processes of public administrations.

For negotiated procurements (often unforeseen) the cancellation of tenders conducted through open procedure may be a justification. The execution of tenders within the framework of the efficiency principle in public procurement is of the basic criteria.

Keywords: Ministry of Health, Tenders, Evaluation.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Rivayetler Işığında Medine'ye Hicrette Yaşanan Fiziki ve Manevî Sıkıntılar – 542

Asst. Prof. Dr. Alparslan KARTAL
Kafkas University
alparslankartal@mynet.com

ÖZET

İslam tarihi için en önemli olaylardan biri olan Mekke'den Medine'ye göç hareketi miladi 622 yılında gerçekleşmiştir. Her göç hareketi doğal olarak fiziki ve psikolojik zorlukları içinde barındırır. Hicret için karar verilmesinden sonra özellikle fakir müslümanların hicretine başta aileleri olmak üzere Mekke'li müşrikler engel olmaya çalışmışlardır. Bu engelleri aşanların ise hicret yolculuğunda karşılaştıkları bazı zorluklar olmuştur. Fiziki zorlukların yanında hicret edenlerin birçoğunun ailesinden ayrılmak zorunda olması gibi bazı psikolojik sıkıntılar da yaşanmıştır. Hicret sonrası Medine'deki sosyal ve ekonomik hayata intibak aşamasında Müslümanların karşılaştıkları problemler de önem arzetmektedir.
Bu çalışmada yukarıda ifade edilen muhtelif problemlerle ilgili özelikle siyer ve hadis eserlerinde yer alan rivayetler tetkik edilmiştir.

Anahtar Kavramlar: Hicret, Fiziki ve Manevî Göç Problemleri, Hadis.

The Physical And Spiritual Problems Experienced Hijrah To Medina In The Lights of Narrations

ABSTRACT

The migration from Mecca to Medina in 622 is one of the most important events in the history of Islam. Each migration is inherently incorporates the physical and psychological challenges. After deciding to Hijra Pagans of Mecca and their families have tried to stop the emigration of the poor Muslims. This exceeds the barriers have been some difficulties encountered in the emigration journey. Some psychological problems, such as being forced to leave many of the families who have migrated in addition to the physical difficulty was experienced. After Hijra problems faced by Muslims in the stage adaptation of social and economic life in Madinah are also important.
In this study narratives that located in especially Islamic history and hadith works regarding the various problems mentioned above.discussed.

Keywords: Hijra, Physical and Spiritual Migration Problems, Hadith.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Hacı Bayram-ı Velî'nin "Lemeât-İ Kudsî" Adlı Eserindeki Hadislerin Tahrici ve Değerlendirilmesi – 543

Asst. Prof. Dr. Alparslan KARTAL
Kafkas University
alparslankartal@mynet.com

ÖZET

Anadolu topraklarına tasavvuf tohumunu eken en önemli zâtlardan biri de Hacı Bayram-ı Veli'dir. 1352'de Ankara'da doğan büyük mutasavvıf, gençlik döneminde ilimle meşgul olmuş daha sonra ise Somuncu Baba lakabıyla ma'ruf Şeyh Hamidu'd-Din-i Velî'ye intisap ederek tasavvufta yüksek mertebelere vasıl olmuştur. Şeyhinin vefatından sonra ömrünün sonuna kadar insanları irşad mesleğiyle meşgul olmuştur.
Dergahında ilmî sohbetler yapan ve birçok Farsça ve Arapça eseri Türkçe'ye çevirterek müridlerine Türkçe sohbet yapmayı tercih eden Hacı Bayram-ı Velî'nin günümüze ulaşan birkaç şiiri dışında yazılı bir eseri yoktu. Ancak Mustafa Raşit Temizel'in, emekli müftü olan babasından miras kalan kitaplar arasında Hacı Bayram Veli'nin 600 yıllık el yazması eseri 'Lemaât-i Kudsi' (Kutsal Parıltılar) adlı kitabın bulunması ve mahkemenin görevlendirdiği bilirkişi tarafından bu eserin Hacı Bayram-ı Velî'ye aidiyetinin tescil edilmesiyle bu durum değişmiş oldu. Eserin bir kısmı Dr. Muhammed Doğan tarafından Türkçe'ye çevrilmiş ve Almıla Yayınları tarafından 2014'te basılmıştır.
Tasavvufun çok ince meselelerine dair Hacı Bayram-ı Velî'nin sohbetlerini içeren eserde birçok ayet, hadis ve mutasavvıfların kelâmlarına atıf yapılmıştır. Ayet ve hadislere yapılan işarî yorumlar dikkat çekicidir. Bu çalışmada, mezkur eserde atıf yapılan hadislerin kaynakları tespit edilecek ve hadislerin sıhhat dereceleri belirtilecektir.

Anahtar Kavramlar: Hacı Bayram-ı Velî, Lemeât-ı Kudsî, Hadis, Tasavvuf.

Identify and Evaluation the Source of Hadiths in the Book of Hacı Bayram-I Velî "Lemeât-I Quds And Their Mystıcal Interpretıons

ABSTRACT

One of the most important sufi who represented Sufism in Anatolia is Hacı Bayram-ı Velî. He was born in Ankara in 1352. Great sufi Velî, have been engaged with islamic sciences during his youth. Then he had been follower of Sheikh Hamidüddin-i Velî who known as a Somuncu Father. He reached the highest rank in Sufism. After the death of his Sheikh he returned to his city and until he die he dealt with people to enlightment.
He was doing scientific discussions about Islam and sufism in his Dargah. He encouraged the translation of many Arabic and Persian books into Turkish. He had talked Turkish especially. Hacı Bayram-ı Veli's written work's didn't reached except for a few poems until 2012. In 2012 Mustafa Reşid Temizel who is a trader in Konya found a book that include articles of Hacı Bayram-ı Velî. After death of his father many books were bequeathed to him. And one of them was belong to Hacı Bayram-ı Velî. The court registered that the book is belong to Velî. A portion of the book tranlated into Turkish by Dr. Muhammed Doğan and printed by Almıla Press in 2014.
The book include conversations about deeply issues of Sufism. In book many referances is made to the verses, hadiths and conversations of sufis. Sufi comments about the verses and hadiths attract attention. In this work, we are going to determine the source of hadiths which referenced in this book. And it will examine the authenticity of this hadiths.

Keywords: Hacı Bayram-ı Velî, Lemeât-ı Kudsî, Hadith, Islamıc Mystical Thought.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bir Yoksulluk Tanılaması "A Poverty Definition" – 544

Yener ÖZEN
Kırgızistan-Türkiye Manas University
yenerozen@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Kırgızistan Toplumunda yoksulluğa yönelik algıların belirlenmesi ve bu konuda kapsamlı bir ölçeğin geliştirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, Çalışma 1'de Fakirliğe İlişkin Algılar (FİA) Ölçeği'nde yer alacak maddeler belirlenmiş, Çalışma 2'de FİA Ölçeği'nin psikometrik özellikleri sınanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, Manas Üniversitesinde okuyan öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırma, nicel özellik taşıyan bir ölçek geliştirme çalışmasıdır. Araştırmanın verileri, "Fakirliğe İlişkin Algılar (YİA)" ile toplanmıştır. Toplanan veriler üzerinde yapılan geçerlik ve güvenirlik analizleri, tek faktör altında toplanmış 44 maddeyi içeren bir ölçek yapısını göstermiştir. FİA'nın KMO değeri ,935; Bartlett testi değerlerinin ise x2: 3732,870; sd: 465 ve p<0,001 olduğu belirlenmiştir. Ölçekteki maddeler genel varyansın % 49,09'unu açıklamaktadır. Madde-toplam korelasyonu katsayıları tüm maddeler için p<,001 düzeyinde anlamlıdır. FİA'nın güvenirlik katsayısı olarak Cronbach alpha katsayısının 0,975; tüm maddelerin iki farklı zamanda uygulanmalarından elde edilen puanlar arasında anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı; başka bir ifade ile tutarlı ve kararlı ölçümler yapabildiği belirlenmiştir.
Buna göre FİA'nın'nün, Kırgız halkınınfakirliğe ilişkin algı düzeylerini belirlemek amacıyla kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İlkokul Öğretim Programlarının Atatürkçülük ile İlgili Konu ve Kazanımlar Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi – 545

Seda KOÇ
Namık Kemal University
eseda61@hotmail.com

ÖZET

Atatürkçülük temelinde Atatürk'ün akla, mantığa, bilime ve tekniğe dayalı olan düşünce sisteminin yatmış olduğu; onun gerçekleştirmiş olduğu uygulama ve yenilikler aracılığıyla Türk Cumhuriyeti ve Türk Milleti'nin hak ettiği uygarlık seviyesine ulaşabilmesini hedefleyen ilkeler ve fikirler bütünüdür. Bu fikirler ve ilkeler toplumsal hayatın her alanına ve devletin çalışma alanlarının tamamına entegre edilebilecek nitelikte olup, eğitim insan yetiştirme görevinden kaynaklı olarak söz konusu alanların başında yer almaktadır. Bu çalışmada eğitimin insan yetiştirme süreci esnasında yararlanılan temel kaynaklar olan öğretim programları Atatürkçülük ile ilgili kazanım ve konular açısından incelenmiştir. Çalışmada verilerin kaynağının Hayat Bilgisi, Sosyal Bilgiler, Türkçe, Fen Bilimleri ve Matematik derslerine ait ilkokul öğretim programları oluşturmuş olup, söz konusu derslere ait halen uygulamada olan programların yanısıra bir önceki programlar da çalışma kapsamına alınmıştır. Öğretim programlarının incelenmesinde doküman analizi yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada elde edilmiş olan bulgular ışığında HBDÖP, SBDÖP ve TDÖP'de Atatürkçülük ile ilgili kazanım ve konuların sayısında bir önceki öğretim programlarına göre dikkati çeken düzeyde düşüş olduğu; FBDÖP ve MDÖP'de ise söz konusu kazanım ve konulara programlarda yer verilmemiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre öğretim programlarının geneli için belirgin eksikliklerin olduğu ve programların belirlenmiş olan bu eksiklikler paralelinde gözden geçirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Atatürkçülük, Öğretim Programı, İlkokul

ABSTRACT

Kemalism is a set of principles and ideas, which is based on Ataturk's thinking system with mind, logic, science and technique, aims to achieve to reach the level of civilization deserved by the Turkish Republic and the Turkish Nation through its applications and innovations. These ideas and principles can be integrated into all areas of social life and the state's working areas, and education is one of the leading areas of them. In this study, curricula, which are the main sources used during the education process of human beings, are examined in terms of gains and issues related to Kemalism. In the study, the primary level curricula of Life Science, Social Studies, Turkish, Science and Mathematics courses were the data sources. Document analysis method was used in examining the curricula. In the light of the findings obtained in the study, it was observed that there was a remarkable decrease in the number of attainments and subjects related to Kemalism in the curriculum of Life Sciences, Social Sciences and Turkish courses compared to the previous curricula of them. It was also concluded that the attainments and subjects related to Kemalism were not included in the curricula of Science and Math. Accordingly, it is considered that there are significant deficiencies for the curricula in general and they should be reviewed in line with these identified deficiencies.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

K-means Algoritmasında Kullanılan Uzaklık Fonksiyonlarının Kümeleme Performansına Etkisi – 546

Res. Assist. Sümeyye ÇELİK
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji University
sumeyyecelik@atu.edu.tr

ÖZET

Kümeleme yöntemlerinden bir tanesi olan k-means algoritması, yapısının basitliği ve kullanımının kolaylığının yanında oldukça başarılı bir yöntemdir. K-means'in çalışma yapısı incelendiğinde, temel olarak kümelenecek elemanların birbirlerine olan yakınlıklarının baz alınarak tasarlandığı görülmektedir. Yani k-means algoritmasının kurgusuna göre birbirlerine yakın olanlar benzerdir, benzer olanlar ise aynı kümededir. K-means algoritmasında elemanlar arasındaki uzaklıkların hesaplanması için kullanılan birçok uzaklık formülü vardır. Uzaklıklar farklı formüller ile ölçüldüğünde birbirine yakın olan ya da uzak olan elemanlar bazen farklılık gösterebilmektedir. Bu durum bazen kümelerdeki elemanların değişmesine sebep olabilmektedir. Dolayısı ile k-means ile yapılan kümelemeler de veri setindeki elemanların benzerlikleri yani yakınlıkları hesaplanırken veri setine daha uygun uzaklık ölçütünün kullanılması algoritmanın başarısını arttıran sebeplerden bir tanesini oluşturmaktadır. Bu çalışmada k-means algoritması ile yapılan kümelemede kullanılan öklid ve manhattan uzaklık fonksiyonlarının algoritma üzerindeki başarıya etkisi incelenmiştir. Uygulama için kullanılan veri seti polish companies bankruptcy data set olmuştur. Elde edilen sonuçlar şöyledir; algoritmada öklid uzaklığı kullanıldığı zaman modelin oluşturulması 0.14 saniye sürmüştür ve başarı oranı yüzde 59,8692 olmuştur, manhattan uzaklığı kullanıldığı zaman ise modelin oluşturulması 0.27 saniye sürmüştür ve başarı oranı yüzde 54,0487 olmuştur. Görüldüğü üzere polish companies bankruptcy veri seti için öklid uzaklığı kullanıldığı zaman modelin oluşturulma süresi ve başarı oranı daha yüksek çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: K-means, Kümeleme, Öklid, Manhattan, Performans

The Effect of Distance Functions Used in K-Means Algorithm on Clustering Performance

ABSTRACT

The k-means algorithm, which is one of the clustering methods, is a very successful method besides its simplicity and ease of use. When the study structure of K-means is examined, it is seen that the elements to be clustered are basically designed based on the proximity of each other. In other words, according to the fiction of the k-means algorithm, those close to each other are similar, and similar ones are in the same cluster. There are many distance formulas used in the K-means algorithm to calculate distances between elements. When distances are measured with different formulas, elements that are close or distant can sometimes differ. This can sometimes cause elements in clusters to change. Therefore, the clusters made with k-means in the data set of the similarity of the elements in the calculation of the similarity of the data set using the appropriate distance measure is one of the reasons that increase the success of the algorithm. In this study, the effect of the euclidean and manhattan distance functions on the success of the k-means algorithm is investigated. The data set used for the application has been polish companies bankruptcy data set. The results obtained are as follows; the model took 0.14 seconds when the Euclidean distance was used in the algorithm, and the success rate was 59.8692 percent. When the distance from manhattan was used, the creation of the model took 0.27 seconds and the success rate was 54,0487 percent. As can be seen, when the Euclidean distance was used for the polish companies bankruptcy data set, the model creation time and success rate were higher.

Keywords: K-means, Clustering, Euclid, Manhattan, Performance.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

An Overview of Office TPM and Evaluation for A Department of ABC Business – 547

Phd. Ayşenur ERDİL
İstanbul Medeniyet University
runesyalidre61@gmail.com

ABSTRACT

Total Productive Maintenance (TPM) is a maintenance program, which involves a recently defined concept for maintaining plants and equipment. The goal of the TPM program is to markedly increase production while, at the same time, increasing employee morale and job satisfaction. The TPM program, which actually derived from TOM (Total Quality Management) philosophy. Traditionally there would be a number of maintenance staff in a business who would repair and maintain machines for employees and operators. As the number of machines in business and factory increased and the output proportion of machines increased, the number of required maintenance staff increased. Many of the same tool such as employee empowerment, benchmarking, documentation etc. are used to apply and optimize TPM activities.

Office TPM provides in developping prodcutivity and efficiency in the administrative functions of company and eliminate losses. This involves analyzing processes and methods towards remained office automation.

Today, many aspects of TPM deal with not only solving problems that occurred in the manufacturing but also those of office area. A relatively new subject of TPM is office TPM activities have increased its importance very fast. Office TPM tries to solve the inefficiencies caused by their regularities and the problems of the office environment of the business.

When the term office TPM is used, it is meant that to remove the faults that are resulted by the office arrangement, to increase the overall efficiency of the foundation or department, to decrease all the lead times and consequently to increase the over all quality of both the products produced and the working conditions which can cause some problems that put the business into deep difficulties.

This research includes most of the literature study about Office TPM, and the studies done in the application of Office TPM to primarily to planning Department and to the other departments. The concept of Office TPM is recent, so there are not extensive publications on the subject. The common belief about Office TPM is that the firms generally customize the ingredients of Office TPM. Using 5S technique or making greening operations are not enough methods of Office TPM. Thus, generalized elements are discussed in this study. This application will cover the Production planning department as a pilot region. Because the other departments have close relationships with the planning department. They strongly affect the efficiency of planning department. It is believed that for being effective, a well-deployment of Office TPM on other departments of ABC company should be provided.

If the issue and the purpose of this study are to be shortly summarized, the first step provides to present brief information about ABC Business. The next part includes introduction and the literature review on TPM. According to this topic, this research involves some definition of the basic conecpts about what Office TPM is, and what its major ingredients are.The next step presents the descriptions of the departments in the business and the data of an order is evaluated. Due to the evalaution of this data, the problems about Office TPM which ABC company has, will be revealed-disclosed and analyzed to find the solution techniques. According to these problems, the improving the suggestions and also the most effective ones of them will be generetaed and presented in this research.

Keywords: . Business, Evaluation, Total Quality Management, Total Productive Maintenance (TPM).

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

A General Overview of CRM, E-CRM and Security of Information: Assessment with An Application – 548

Phd. Ayşenur ERDİL
İstanbul Medeniyet University
runesyalidre61@gmail.com

ABSTRACT

Technology, especially communication technologies, information management systems, database systems develops rapidly. Population who want to catch the millennium, should follow and care for the changes in technologies. Internet is one of the most effective developments in communication technologies. It supports individuals to communicate with others regardless of challenges and distance. The potentials of the Internet make individuals spend less time for some routine activities of their daily life. It has already become life style for some persons.
The Internet is a very powerful tool for providing the requirements of the people. Time has always been an issue and a problem for mankind. Human beings try to solve this problem. They present quick and efficient methods their lives to achieve significant results. E-commerce is one of the best technologies available to save time for supplying things or requirements of households. By the help of e-commerce applications, individuals are not restricted with the working hours of stores and their spare times for shopping. According to this issue, the information security is vital for ever stages of this issue. E-commerce web site involves CRM (Customer Relation Management) applications. People try to be active in this changing world and prepare theirselves as active users. According to this issue, the security of internet and information must be provided for e-commerce web sites. In this study, the CRM of web sites (e-commerce), the security of information for e-commerce-websites and the concepts of this issue are presented. This research involves a general perception of CRM and a basic application about CRM- web site.

Keywords: Customer Relation Management (CRM); E-commerce; ; Internet; Information Security.

ÖZET

Teknoloji, özellikle iletişim teknolojileri, bilgi yönetim sistemleri ve veritabanı sistemleri hızlı bir şekilde gelişiyor. Milenyumu yakalamak isteyen insanlar teknolojideki gelişmeleri önemsemeliler Internet iletişim teknolojisindeki en büyük ilerlemelerden biridir. İnsanların diğer insanlarla mesafe tanımaksızın iletişim kurabilmelerine imkân verir. İnternetin olanakları insanların günlük hayatlarındaki rutin işlerine daha az zaman harcamalarını sağlar. Bazı insanlar için şimdiden bir yaşam biçimi haline geldi.
Internet, insanların gereksinimleri için çok etkili yöntemler sunar. Zaman insanlık için her zaman problem olmuştur. İnsanlar bu problemi çözmeye çabalıyor. Kesin sonuçlara ulaşmak için çabuk ve etkili yolları tercih ediyorlar. Özellikle uzun zaman alan işler için daha az zaman harcamaya çalışıyorlar. Elektronik ticaret alışveriş için zaman kazanmayı sağlayan mevcut teknolojilerin en iyilerinden biridir. Elektronik ticaretin uygulamaları yardımıyla, insanlar temel ihtiyaçlarını daha hızlı tedarik etmektedir. Bu çalışmada, internet sayfaların müşteri ilişkileri, e-ticaret sitelerin bilgi güvenliği ve bu konuya yönelik temel kavramlar sunulmaktadır. Bu konuya bağlı olarak bilgi-internet güvenliği önemli yer tutmaktadır. E-ticaret siteleri, müşteri ilişkileri yönetimini içermektedir. Çalışma, bu değişen dünyada aktif olmak ve toplumu aktif kullanıcılar olarak değerlendirilme bölümleri içermektedir. Bu araştırma web sitesinin müşteri ilişkileri yönetimini ve site bilgi güvenliğini çözümlemeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM); E-ticaret; ; İnternet; Bilgi Güvenliği.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Online Seyahat Pazarının Seyahat Acenteleri Bakımından Değerlendirilmesi ve Tüketici Güvenliğinin Önemi – 549

Asst. Prof. Dr. Suna MUGAN ERTUGRAL
İstanbul University
mugan@istanbul.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Hacer Neyir TEKELİ
İstanbul Kültür University
n.tekeli@iku.edu.tr

ÖZET

Hızla gelişen teknoloji ile desteklenen bir bilgi sistemleri ekonomik ve toplumsal sistemi etkin ve verimli kılmıştır. Bu yönde bilgi teknolojisinin gelişmesi hızlı ve düşük maliyetli bir iletişim ağının yaşamın her alanında etkili olmasına sebep olmuştur. Özellikle ekonomik yaşamın gelişmesi, tüketicinin mal ve hizmetlere kolay ve ucuz ulaşması ve ülkelerin karşılıklı ticaretlerinde kolaylıkların sağlaması bakımından son derece önemli gelişmeler sağlanmıştır. Bu sebeple hızla büyüyen online seyahat pazarı, turizm sektöründeki gücünü de her geçen yıl arttırmaktadır. Bu kapsamda, ucuz ve kolay ulaşımın sağlanabildiği rekabet ortamı hızla oluşum göstermiştir. Ayrıca bu olumlu ekonomik ve teknolojik ilerlemeler yanında tüketici güvenliğinin sağlanması da önem kazanmıştır. Bu doğrultuda internet ortamındaki tanıtım ve reklam faaliyetleri tüketiciyi yanıltıcı ve aldatan içerikli olmamalıdır. Ancak tüketici güvenliği bakımından konunun öncelikle ele alınıp değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı seyahat acentelerine başvuran müşterilerin seyahat acentesi ve online acentecilik faaliyetlerinde güven unsurunun önemini belirlenmesi olarak hedeflenmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilecek olan çalışmamızda İstanbul'da faaliyetini sürdüren A grubu seyahat acentelerine yönelik yüz yüze görüşme yöntemi uygulanacaktır.

Anahtar Kelime: Seyahat Acenteleri, Online acentecilik faaliyetleri, Müşteri güveni

ABSTRACT

Information systems supported by rapidly developing technology have made the economic and social system effective and efficient. The development of information technology has made a fast and cost effective communication network effective in all areas of life. In particular, the development of economic life has led to easy and cheap access to consumer goods and services. Furthermore, significant improvements have been achieved in terms of facilitating the mutual trade of countries. For this reason, the rapidly growing online travel market increases every year. In this context, the competitive environment in which cheap and easy transportation can be provided has developed rapidly. In addition, consumer security has become important with these positive developments. In this respect, promotional and advertising activities on the internet should not be misleading and deceiving. However, in terms of consumer safety, the issue needs to be addressed and evaluated first. The aim of this study is to determine the importance of trust in travel agency and online agency activities of customers applying to travel agencies. In this study, face-to-face interview method will be applied to the group A travel agencies operating in Istanbul.

Keywords: Travel Agencies, Online agency activities, Customer trust

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Benlik Saygısının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Psikolojik Sağlamlıkla İlişkisi – 550

Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN
Fatih Sultan Mehmet Vakıf University
gulbeniz@akduman.com

Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU
İstanbul Arel University
zynhatipoglu@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Bülent DEMİR
Kent University
demirbtr@gmail.com

ÖZET

Bireyin Benlik saygısı, bebeklik döneminden itibaren aile, sosyal çevre, eğitim ve deneyimle oluşup zamanla gelişir. Ergenlik gibi geçiş dönemlerinde iniş çıkışlar gösteren dinamik bir kavramdır. Kendini sevme, kabul etme ve yeterli görme şeklinde üç ana bileşenden oluşan benlik saygısı kişinin hem psikolojisini hem de davranışlarını etkilemektedir. Kendini seven, olduğu gibi kabul edip yeterli gören bireylerin içsel motivasyonları yüksektir, çevrenin desteğine çok fazla ihtiyaç duymazlar. Bu bağlamda sosyal kaygılar yaşamayacakları, daha mutlu, uyumlu ve pozitif olmaları nedeniyle de düşük stres, depresyon ve negatif düşüncelere sahip oldukları öngörülmektedir. Bu çalışmanın amacı benlik saygısının, sosyal görünüş kaygısı ve psikolojik sağlamlıkla arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Araştırmamızda, olasılığa dayalı olmayan ve herkesi örneğe dahil edilebilme imkanı sağladığı için çok yaygın kullanılan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemiyle çevrimiçi olarak ulaşılan 195 beyaz yakalı çalışan kişiye uygulanan anket formlarının tamamı örnekleme dahil edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak dört bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümünde demografik bilgi formu, ikinci bölümünde bireylerin benlik saygısını ölçmek amacıyla Tafarodi ve Swan (2001) tarafından geliştirilen ve Doğan (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp güvenirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan İki Boyutlu Benlik Saygısı Ölçeği, üçüncü bölümünde bireylerin sosyal görünüş kaygılarını ölçmek amacıyla Hart ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen ve Doğan (2010) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak güvenirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan "Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği", dördüncü bölümünde bireylerin psikolojik sağlamlığını ölçmek amacıyla Smith vd. (2008) tarafından geliştirilen ve Doğan (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp güvenirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan "Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği" yer almaktadır. Veriler, SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada yer alan ölçeklerin Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,88-0.93-0,77 olarak tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda benlik saygısı puanları ile sosyal görünüş kaygısı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki, benlik saygısı puanları ile psikolojik sağlamlık puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Benlik Saygısı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Psikolojik Sağlamlık

The Relationship of Self-Esteem with Social Appearance Anxiety and Psychological Robustness

ABSTRACT

Self-esteem of the person develops with family, social environment, education and experience from the infancy period with time. It is a dynamic concept that shows ups and downs in transitional periods. Self-esteem which is composed of three main components: loving, accepting and seeing enough affects both the psychology and the behavior of the person. Persons who love themselves, accept them as they are, have high intrinsic motivations and do not need much support from the environment. In this context, it is predicted that they will not experience social worries, and because they are happier, harmonious and positive, they have low stress, depression and negative thoughts. The aim of this study is to analyze the relationship between self esteem, social appearance anxiety and psychological robustness. In our study, non-probability based sampling method was preferred because it provides the possibility of including everyone in the sample. All of the questionnaires applied to 195 white-collar employees

who were reached online by easy sampling method were included in the sample. In this study, a questionnaire consisting of four sections was used as data collection tool. In the first part of the data collection tool, demographic information form, in the second part, the two-dimensional self-esteem scale, developed by Tafarodi and Swan (2001) and adapted to Turkish by Doğan (2011) for reliability and validity studies, was used. Görün Social Appearance Anxiety Scale geliştiril, which was developed by Hart et al. (2008) and adapted to Turkish by Doğan (2010) for reliability and validity studies, was developed by Smith et al. (2008) and adapted to Turkish by Doğan (2015), and the reliability and validity studies were conducted. Data were analyzed using SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 21.0. The Cronbach Alpha coefficients of the scales in the study were found to be 0.88- 0.93-0.77, respectively. As a result of the study, a negative and significant relationship was found between self-esteem scores and social appearance anxiety scores, and a positive and significant relationship was found between self-esteem scores and psychological robustness scores.

Keywords: Self-Esteem, Social Appearance Anxiety, Psychological Robustness.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bireylerdeki Öğrenilmiş Güçlülüğün Girişimcilik Davranışı Açısından Rolü: Teorik Bir Yaklaşım – 552

Inst. Melike TURHAN
Amasya University, Gümüşhacıköy HS.
melike.cetiner@amasya.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Hatice BAYSAL
Süleyman Demirel University
haticebaysal@sdu.edu.tr

ÖZET

Günümüzün sosyal ve ekonomik yaşam koşulları çerçevesinde, bireylerin gerek özel gerekse iş hayatlarında dinamik bir döngü içerisinde oldukları görülmektedir. Bu yoğunluk içerisinde kişiler kendilerini etkileyecek olumlu veya olumsuz birçok koşul ile karşı karşıya kalmaktadır. Bireyler; bu süreçte gerginlik, stres ya da kaygı yaşayabilmekte ve içinde bulunulan şartlarla baş edebilme noktasında farklı davranışlar göstermektedir. Bu davranış biçimleri gerginliğin üstesinden gelmek için çaba gösterme, olumsuz durumu atlatmak için iyi şeyler düşünerek kendini motive etme, sakin kalma, otokontrolünü kaybetmeme; ya da tam tersi strese yenik düşme, ümitsizliğe kapılma, problemi çözmekten kaçınma, problemin üstesinden gelemeyip onun negatif etkilerine maruz kalma şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Bireyleri olumsuz koşullar altında farklı davranışlara yönelten nedir? Rosenbaum (1983) içsel tepkileri kontrol edebilme becerisi olarak öğrenilmiş güçlülük dağarcığının bireyden bireye farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Öğrenilmiş güçlülük, bireyin hedef davranışları engellendiğinde; kendi üzerindeki olumsuz etkilerini önlemek için içsel tepkilerini kullanarak otokontrolünü sağlaması olarak tanımlanmaktadır. Çevresel olaylara bireyin müdahalesi söz konusu olmazken; birey bu olaylara karşı kendi bilişlerini ve duygularını kontrol ederek; dışsal olayların kendisi üzerindeki etkisini kontrol edebilmektedir. Kişinin kendi dışında gelişen olaylara gösterdiği davranış şekli üzerinde bireylerin sahip oldukları öğrenilmiş güçlülük düzeylerinin etkili olduğu belirtilmektedir. Yüksek öğrenilmiş güçlülük düzeyine sahip bireylerin yaşadıkları olaylarda daha mücadeleci davrandıkları, pes etmedikleri ve yaşanılan olayların kendi üzerindeki negatif etkilerini azaltmak için çaba gösterme eğiliminde oldukları; düşük öğrenilmiş güçlülük düzeyine sahip bireylerin ise böyle bir çaba içerisinde olmayıp sürecin negatif etkisine maruz kaldıkları görülmektedir. Endüstri 4.0 olarak nitelendirilen ve bilgiyi odağına alan bir üretim formuna geçişin yaşandığı günümüzde, girişimciliğin önemi daha da artmaktadır. Günümüzün girişimcileri, zihinsel ve fiziksel gücünü kullanan, yoğun tempoda dahi içsel motivasyona sahip, güçlük ve başarısızlıklardan yılmayan, olumsuzluklardan ders çıkaran, amaç odaklı, öğrenmeye açık, meraklı, yenilik peşinde koşan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Araştırmalarda, girişimciye atfedilen özelliklerden başarı ihtiyacı, yaratıcılık, yenilik, risk alma, rekabetçi düşünce, bağımsız olma, özgüven, kontrol odağı gibi kavramlar öne çıkmaktadır. Bu noktada, dış çevre faktörlerinden etkilenen sosyal, ekonomik ve kültürel ortamda faaliyet gösteren, iş hayatında birçok iniş-çıkış yaşayan, belirsizlikler içinde fırsatları yakalamaya çalışan, mücadele eden, risk alan girişimcilerin sahip oldukları öğrenilmiş güçlülük düzeylerinin bu süreçte önemli bir rol üstlenebileceği düşünülmektedir. Araştırmada, girişimci bireyin sahip olduğu öğrenilmiş güçlülük düzeyleri ile girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişki teorik bir bakış açısı ile ele alınmıştır. Girişimcilik süreci içine etki eden birçok iç ve dış çevre unsurları söz konusu olup; özellikle araştırmada girişimciliği başlatan harekete geçiren ve her evresini karar mekanizması ile yöneten girişimci eylemi ön planda tutulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Öğrenilmiş Güçlülük, Girişimcilik, Girişimci, Çalışma Hayatı.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Entrepreneurial Spirit among the Bangaldeshi University Students: A Multi-group Analysis – 553

Kazi Md. JAMSHED
University of Dhaka
jamshed.ib@du.ac.bd

ABSTRACT

Entrepreneurship has a great impact on national innovation and economic growth. The rate of unemployment among graduates is now a national concern for a country like Bangladesh. Intention is the prerequisite for creating entrepreneurial ventures. The aim of this study is to extend the current literature on entrepreneurial spirits or intentions by emphasizing the role of both internal and external factors centered on the Azen's Theory of Planned Behavior (TPB). As the study comprised a sample of both public and private universities' undergrad students, it also looks for the difference in entrepreneurial spirits between the sample respondents. This paper is being prepared through applying convenient sampling method with 610 respondents from 2 public and 2 private universities and data has been collected through self-administered survey. Structural equation modeling and partial least square (Smart PLS 3.0) method and multi-group analysis (MGA), and also Stastical Package for Social Science (SPSS) are the tools for analysis. The measurment model mostly Cronbach's Alpha, composite relaibility, and HTMT ratio is tested using PLS-algorithm and shows statistically satisfactory result. The findings of the multi-group analysis reveal that university background (public or privaste) does not represent significant difference in entrerperneurial spirit between the samples. Entrepreneurial attitude and perceived social norms are found to be most significant factors among the private universities' students. Although, perceived behavioral control is found to be significant among the public university students, surprisingly private university students are more to choose entrepreneurship as their desired career choice. University authorities and government can get insights from this paper to develop entrepreneurial climate in Bangladesh. The limitation is mainly on sample specific as it is considered on business background students and the further research scope prevails on respondents from other backgrounds.

Keywords: Theory of Planned Behavior, Entrepreneurial Attitude, Perceived Social Norm, Perceived Behabiral Control, Multi-group Analysis, Partial Least Square method (PLS).

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Türkiye'deki Kadın Girişimi Kooperatifleri Üzerine Bir Araştırma – 555

Inst. Ebru ÖZER TOPALOĞLU
Necmettin Erbakan University
eozer@erbakan.edu.tr

ÖZET

2019 – 2023 yıllarını kapsayan Onbirinci Kalkınma Planı'nda yer alan maddeye göre kadın kooperatiflerinin de içinde bulunduğu birçok kooperatif için Kooperatif Destek Sistemi hayata geçirilecek ve finansal destek araçları geliştirilecektir. Ayrıca kooperatifçilikle ilgili kamuoyunda farkındalığı arttırmak ve kooperatif girişimciliğinin farklı alanlarda uygulanması için çalışmalar yapılacağı bu planda belirtilmiştir. Kalkınma planından anlaşılacağı üzere Türkiye'nin 2023 hedefleri içerisinde kadın girişimi kooperatifleri önem arz etmektedir. Bu çalışmada Onbirinci Kalkınma Planı'ndan hareketle ülkemizdeki kadın girişimi kooperatiflerinin mevcut durumu, sorunları ve gelecek planları hakkında bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden mülakat yöntemi kullanılmıştır. Mülakatlar yapılırken yapılandırılmış soru formu tercih edilmiştir. Araştırmaya katılan kooperatiflere e-posta yoluyla yirmi dokuz sorudan oluşan soru formu yollanmıştır. Soru formunu dokuz kooperatif cevaplandırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimi kooperatiflerinin devletten beklentisi desteklerin arttırılması ve vergi muafiyeti yönündedir. Ayrıca kooperatif üyesi kadınların mesleki ve kişisel gelişimlerine yönelik eğitimlerin yapılması da genel kanıdır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Kooperatifleri, Girişimcilik, Türkiye

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Dünya'nın İlk Çokuluslu Şirketi Roma İmparatorluğu'nun Girişimcilik Öyküsü: Stanley Bing'in Roma A.Ş. Kitabı Üzerine Bir İnceleme – 556

Inst. Ebru ÖZER TOPALOĞLU
Necmettin Erbakan University
eozer@erbakan.edu.tr

ÖZET

MÖ 1. yüzyılda Augustos liderliğinde kurulan Roma İmparatorluğu, Akdeniz'de hüküm sürmüş dünyanın en büyük imparatorluklarından biridir. Kavimler Göçü nedeniyle ortaya çıkan karmaşa nedeniyle 395 yılında Doğu ve Batı Roma olmak üzere ikiye ayrılan imparatorluktan önce Batı Roma 476 yılında yıkılırken, Fatih Sultan Mehmet'in 1453 yılında İstanbul'u fethetmesiyle Doğu Roma'da yıkılmış ve böylelikle Roma İmparatorluğu çökmüştür. Bu çalışmada Stanley Bing'in 2016 yılında Türkçe'ye çevrilen ve Koç Üniversitesi Yayınları tarafından basılan "Roma A.Ş.: İlk Çokuluslu Şirketin Yükselişi ve Çöküşü" kitabı analiz edilmiştir. Kitapta imparatorluk bir şirket olarak tasvir edilmiş ve Roma A.Ş. adıyla kitapta bahsedilmiştir. Kitapta Roma A.Ş.'nin, bir aile şirketi gibi faaliyete başlayıp çokuluslu bir işletme haline gelmesi daha sonra ise çöküşü konu edilmiştir. Bu çalışmada kitap, yönetim literatürüne bağlantılı olarak analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Roma, Çokuluslu Şirket

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

2008-2018 Yılları Arasındaki Yerli Film Üretim Sayısı ve Gişe Gelirleri Üzerinden Türk Sinema Sektörünün Önümüzdeki On Yıldaki Gelişim, Dönüşüm Ve Geleceği – 557

Inst. Ebru ÖZER TOPALOĞLU
Necmettin Erbakan University
eozer@erbakan.edu.tr

ÖZET

2008 yılında gösterime giren 44 Türk filmine karşın 223 yabancı film seyirci ile buluşmuştur. Türk filmlerini 20 milyon 276 bin 406 kişi izlerken yabancı filmler ise 15 milyon 936 bin 426 kişi tarafından izlendi. Türk filmlerinin toplam hasılatı da 153 milyon 872 bin 211 YTL ulaşırken yabancı filmler gişede 134 milyon 737 bin 646 YTL kazandı. Satış hasılatına; salonlara verilen reklamlar, DVD, VCD, film müziği albümü satışları, televizyona satılan gösterim hakları gibi diğer gelirler de eklenince, Türkiye sinema sektörünün ekonomik büyüklüğü 2008 yılı için 400 milyon YTL olarak hesaplanmıştır. 1995 yılında toplam seyircinin % 1'inden az oranında pay alabilen Türk Filmleri, 2000 yılından sonra atağa geçmiş 2006 yılında ilk kez % 50'yi aşarak % 51'e ulaşan yerli film seyircisinin payı 2007'de % 38'e gerilese de 2008 yılında %60 ile yeni bir rekor kırmıştır. 2018 yılında 180 yerli, 257 yabancı film vizyona girerken vizyona giren film sayısı 437'ye ulaştı. Yerli film izleyici sayısının %11'lik artışla 44.616.187 olduğu 2018 yılında toplam izleyici sayısı ise 70.408.244'dir. Toplam gişe hasılatı da geçtiğimiz yıla oranla %4 artarak 896 milyon 780 bin TL'ye ulaşmıştır. 2018 yılının en çok izlenen filmi Müslüm Gürses'in hayatını konu alan Müslüm filmi olmuştur. Komedi filmleri en çok izlenen tür sıralamasında %46 ile ilk sırada yer almıştır. Yılın en fazla izlenen filmleri arasında yer alan Arif v 2016 ile Ailecek Şaşkınız bu orandaki en büyük paya sahip filmler olmuştur. Animasyon filmlerin ülkemizdeki izlenme oranı 2018 de %12,1'dir. Bu türde 51 film vizyona girerken, 6 yerli uzun metraj animasyon filmi de izleyici ile buluşmuştur. Korku filmleri 2018 yılında meraklıları tarafından takip edilmiştir. Bu türde 64 film vizyona girerken izlenme payı %6,4 olmuştur. Vizyona giren filmlerden 28'i(%15,5) Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen filmlerden oluşmuştur. Türkiye sinemaları bu rakamlarla dünyada ABD, Hindistan ve G.Kore'nin ardından yerli filmini en çok izleyen 4. ülke konumunu korumuş olmaktadır. Türkiye bu performansıyla Avrupa'da ulusal film piyasası en iyi performans gösteren ülkelerinden biridir. Türkiye sinema tarihinde en çok izlenen filmler listesinin ilk 20 filmin tamamının yerli filmin olması ve en eski filmin 2004 yapımı "G.O.R.A" olması, son yıllarda sinema sektöründe yaşanan canlılığa dikkat çekmektedir. Öyle ki dünya genelinde 2 milyar 786 milyon dolar ile en çok hasılat yapan film unvanını elinde bulunduran "Avengers: Endgame (Yenilmezler: Son Oyun) " filmi, Türkiye'de en çok izlenen filmler listesinde ancak 41. sırada bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü verilerine göre 465 sinema kompleksinin yer aldığı Türkiye'de tümü dijital gösterime uygun 2.671 sinema perdesi ve 315.238 koltuk bulunuyor. Özel televizyonlarda filmlerin gösterilmesiyle 1990'lı yıllarda Türkiye'de klasik yerli sinema sistemi ortadan kalkmıştır. Ancak 2000'li yıllarla beraber seyirci sayısı yeniden artma trendine girmiştir. Türkiye'de 1999'da 20 milyonu aşan sinema seyircisi sayısı, 2018'da 70 milyonu aşmış ve 2018'de 1 milyar lira sınırına yaklaşmıştır. Türk sinemasındaki yaşanan bu gelişmede, ana etken televizyon yıldızlarıyla desteklenmiş olan yerli filmlerin gördüğü talep olurken, ekonomik gelişmişliğin artması ve sinema salonlarının fiziki yapılarının değişmesi, hizmet kalitesinin artması ile klasik işlevlerinin haricinde birer kültür, eğlence ve alışveriş merkezine dönüşmesi diğer etkenler olmuştur. Bu çalışmanın amacı 2000 yılı sonrasında yeniden büyüme gösteren Türk sinema sektörünün son on yıllık gelişimini ortaya koyarak gelecek on yılda kat edebileceği mesafeye dair çıkarımlar yapmak amacıyla yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşletmecilik, Türk Sineması, Sektörel Analiz

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

BM Üyeliği ve Uluslararası Hukuk – 558

Prof. Dr. Abdullah KIRAN
Muş Alparslan University
29abdullah@gmail.com

ÖZET

Filistin Devleti, 15 Kasım 1988'de sürgünde ilan edildi. 23 Eylül 2011'de Filistin, Birleşmiş Milletlerde tam üye 'devlet' statüsünü elde etmek amacıyla, BM Genel Sekreteri Ban ki-Mun'a başvuruda bulundu. 31 Ekim 2011'de UNESCO Genel Konferansı'nın kararı ile Filistin BM'nin 194'üncü üyesi sayıldı. Akabinde, 30 Kasım 2012 yılında BM Genel Kurulu'nda, ABD ve İsrail'in karşı olmasına rağmen üye olmayan gözlemci devlet statüsünü kazandı. 30 Kasım 2012 yılında BM Genel Kurulu'nda gerçekleşen oylamada, BM Güvenlik Konseyi'nin (BMGK) beş daimi üyesinden Fransa, Rusya ve Çin Filistin'in devlet olarak tanınmasını kabul ettiler. Ancak ABD'nin "hayır" oyu kullanması ve İngiltere'nin de çekimser kalması nedeniyle Filistin BM'ye üye olamadı. BM Antlaşmasının II. Bölüm, 4. Maddenin 1. Bendinde "Antlaşmanın getirdiği yükümlülükleri kabul eden ve bunları yerine getirme konusunda yetenekli ve istekli olduklarına örgütçe hükmedilen tüm diğer barışsever devletler Birleşmiş Milletlere üye olabilirler" denilmektedir. Ancak, 4. Maddenin 2. Bendinde "Bu koşullara uyan her devletin Birleşmiş Milletler üyeliğine kabulü, Güvenlik Konseyi'nin tavsiyesi üzerine Genel Kurul kararı ile olur" şartı getirmektedir. Şimdiye kadar BM Genel Kurulu'nda, 193 ülkeden 137 üye ülkenin tanıdığı Filistin halen BM üyesi değildir. BM üyesi ülkelerin üçte ikisinden fazlasının tanıdığı Filistin neden BM üyesi olamıyor? Sovyetler Birliği 1944 yılında kendi anayasasında bir değişikliğe giderek, Ukrayna ve Belarus'un (SSCB üyesi iki federe devletin) BM üyesi olmasını sağlamıştır. SSCB Ukrayna ve Belarus'u BM üyesi yapmakla, Genel Kurul'da bir oy yerine üç oya sahip olmayı amaçlamıştı. Zammında iki federe devletin BM üyesi olması söz konusu iken, neden bugün Filistin BM'ye olamıyor? Yine SSCB bünyesindeki iki federe devlet BM üye olabilirken, neden Irak'ta federe bir hükümet olan Kürdistan Federe Bölgesi BM üyesi olamıyor? Bir devletin BM üyesi olarak kabul edilmesi Uluslararası hukukun hangi ilkeleriyle mümkündür?

Anahtar Kelimeler: Devlet, Birleşmiş Milletler, Üyelik, Tanıma, Uluslararası Hukuk

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Hüseyin Fehmi Paluvî Efendi'nin Hadis Kültürü

(*Terceme-i Salavât-ı Kübra Tuhfe-i Uzmâ* Adlı Eseri Işığında) – 559

Asst. Prof. Dr. Alparslan KARTAL
Kafkas University
alparslankartal@mynet.com

ÖZET

1085 yılından itibaren Türk-İslam diyarı haline gelen Palu, Çubukoğulları, Artuklular, Selçuklular, İlhanlılar, Karakoyunlular, Akkoyunlular ve Safeviler tarafından yönetilmiş, 1514 yılında ise Osmanlı İmparatorluğu'nun hakimiyetine girmiştir. Yaklaşık 1000 yıldır İslam'ın hakim olduğu bu topraklarda nice alim yetişmiş ve Türk-İslam kültürünü besleyen nice eserler telif edilmiştir. Günümüz insanının geçmişinin tecrübelerinden istifade etmesi, keşf-i kadimi ihmal etmemesi geleceğin sağlıklı bir şekilde bina edilmesi için elzemdir.

Palu bölgesinin yetiştirmiş olduğu önemli alimlerden biri de Hüseyin Fehmi Paluvî Efendi'dir. Doğum ve vefat tarihleri bilinmeyen Paluvî'nin 26 Rebiulâhir 1271'de (17 Aralık 1854) Merzifon Niyâbeti'ne tayin edildiğine ve Bursa Müderrisliği vazifesinden dolayı kendisine gerekli ruûsun verilmesine dair arşiv kaydı ışığında 1800'lü yıllarda yaşadığı söylenebilir. *Zübdetu'l-Ferâiz ve Nebzetu'l-Hesab*, *Miftâhu'l-İrfan fi Hakîkati'l-İnsan*, *Risale-i Kebîretu fi'l-Kelâm* ve *Terceme-i Salavât-ı Kübra Tuhfe-i Uzma* adlı eserler ona nisbet edilmektedir. Zübdetu'l-Ferâiz adlı eser matbû olup bazı kütüphanelerde araştırmacıların ulaşımına açıktır. *Miftâhu'l-İrfan fi Hakîkati'l-İnsan*, *Risale-i Kebîretu fi'l-Kelâm* adlı eserlerin kaydına ise ulaşılamamıştır.

Bildirimizin konusunu oluşturan *Terceme-i Salavât-ı Kübra Tuhfe-i Uzma* adlı eser ise Kastamonu İl Halk Kütüphanesi'nde 37 Hk 4035 numarayla arşivlenmiştir. Osmanlıca kaleme alınan eserin yazma nüshası 36 varaktır. Muhyiddin İbn Arabî'ye nisbet edilen *Salavât-ı Kübra Tuhfe-i Uzma* adlı eserin tercümesi ve kısa bir şerhi niteliğinde olan bu eser Hz. Peygamber'e salavat getirmenin dindeki önemine binaen tercüme edilmiştir. Eserin aslı Arapça olduğundan Palûvî, Osmanlı halkının bu eserden istifadesini kolaylaştırmak için tercüme ettiğini belirtmiştir.

Palûvî şerhinde zaman zaman tasavvufî/işârî yorumlar yapmaktadır. İbn Arabî'nin vahdet-i vucûd düşüncesinin bu yorumlarda derin yansımaları görülmektedir. Paluvî'nin tasavvufun bu spesifik konusunda mesleye ve kavramlara vukûfiyeti dikkat çekmektedir. Eserde bazı ayet ve hadislere de atıfta bulunulmuştur. Çalışmada bu hadislerin kaynaklarına ve yorumlarına yer verilecektir. Hadislerin sıhhat oranları belirtilecektir.

Anahtar Kavramlar: Hadis, Hüseyin Fehmi Paluvî, *Terceme-i Salavât-ı Kübra Tuhfe-i Uzma.*

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Yeni Ana Akım Pazarlama: Influencer Pazarlaması – 560

Dr. Güzide Öncü EROĞLU PEKTAŞ
İstanbul University
guzide.pektas@istanbul.edu.tr

Fatih ORMANLI
Marmara University

ÖZET

Postmodern pazarlama ile başlayan dijital süreç son yıllarda hızla ilerlemeye ve yayılmaya başlamıştır. Dijitalleşme ile başlayan bu yeni akım sürecinde rekabet eskisinden daha da hızla artmış, firmaların birbirleri ile rekabet ettikleri argümanlarda değişim göstermiştir. Firmalar hedef kitle tarafından tanınan ve güvenilen kişilerden tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetleri çalışmalarından faydalanmaya başlamışlardır. Çalışmada yeni pazarlama akımlarından dijital pazarlama ve influencer pazarlamasına yer verilmiş olup yeni akım olarak isimlendirilen bu pazarlama türü incelenecektir. Sosyal medyanın ana akım olma yolunda ilerlediği postmodern pazarlama döneminde markaların görünen yüzü ise influencerlar olmaktadır. Bu kişilerin kendi takipçileri arasında yarattıkları etki ve oluşturdukları küçük topluluklarda firmaların dikkatini çekmiş ve kendileri de bu kanalı bir tutundurma faaliyeti olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu araştırmada markanın pazarlama faaliyetlerinde kullanması için seçilen influencerların markalar ile oluşturdukları etkileşim incelenmeye çalışılacaktır. İşletmelerin sosyal medya kullanıcıları ile satış arttırma üzerine influncer tutumlarının etkisini gösteren bir model çalışması yer almaktadır. Araştırma literatürde yer alan ölçeklerden geliştirilerek hazırlanmış olup sosyal medya kullanıcılarına kantitatif bir çalışma yapılmıştır. Influencerlerin tutumlarının satın alma niyetine etkisi incelenerek, güçlü markalarla influencerlerin eşleştirilmesi yapılmıştır. Sonuçlar SPSS istatistik programında analiz edilerek yorumlanmış ve sektördeki işletmelere de yol gösterici niteliktedir.

The New Maın Current Marketıng: Influencer Marketıng

ABSTRACT

The digital process, which began with postmodern marketing, has started to progress and spread rapidly in recent years. In this new trend that started with digitalization, competition increased more rapidly than before, and the arguments that brands competed with each other changed. Companies have started to benefit from promotion, advertising and marketing activities from the people who are recognized and trusted by the target audience. In this study, digital marketing and influencer marketing, which is one of the new marketing trends, is given. In the postmodern marketing period in which social media moves towards becoming the mainstream, face of brands becomes influencers. They attracted the attention of the brands in the small communities they created and the impact that these people had created among their followers, and they started to use this channel as a promotional activity. In this study, the interaction of the selected influencers with the brands to be used for marketing activities will be examined. There is a model study showing the effect of influencer attitudes on increasing sales with social media users. The research was developed from the scales in the literature and a quantitative study was conducted for social media users. Influencers' attitudes have been examined for the effect of purchasing intent and strong brands and influencers have been matched. The results were analyzed and interpreted in the SPSS statistical program and guided the enterprises in the sector.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Türk Sinema Sektöründen Girişimcilik Hikayesi: Erler Film – 561

Ress. Assist. Murat TOPALOĞLU
Kafkas University
mtmurattopaloglu@gmail.com

ÖZET

Erler Film, 1960 yılında Türker İnanoğlu tarafından kurulmuştur. Kurulduktan kısa bir süre sonra Türk Sineması'nın önemli birkaç film şirketinden biri haline gelmiştir. Hem yapımcı hem de yönetmen olarak Türker İnanoğlu, Cüneyt Arkın, Filiz Akın, Gülşen Bubikoğlu gibi önemli isimleri Türk Sineması'na kazandırmıştır. Türkiye'de kurulup uluslararası yapım ortaklığı yaparak aralarında İtalya, Yunanistan ve İran'ın bulunduğu ülkelerde ortak film projeleri üreten ilk Türk film şirketidir. 1980'li yıllardan itibaren hayatımıza giren video kavramıyla beraber ulusal video şirketini kurarak kendi yapımevinin filmlerini ve diğer filmleri video formatında seyirciye ulaşmasını sağlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren Türkiye'de özel televizyonların hayata geçmesiyle beraber Erler Film, ürettiği televizyon formatlarıyla ve televizyon dizileriyle medya alanındaki yelpazesini genişletmiştir. Kuruluş yılından itibaren hem ulusal projeler yapmış hem de uluslararası projelerde ortak olarak yer almıştır. Ayrıca televizyon kanalları içinde diziler çekmeye başlamıştır. Çiçek Taksi, Arka Sokaklar gibi Türk halkı tarafından sevilen dizilere imza atan şirket yüzlerce siyah-beyaz ve renkli sinema filmlerini seyircisiyle buluşturmuştur. Çalışmanın amacı halen faaliyet gösteren köklü sinema işletmelerinden biri olan Erler Film'in girişimcilik öyküsünü tarihsel süreci içerisinde analiz etmektir. Ayrıca son yıllarda da Erler Film bünyesinde bulunan sinema filmleri dijital restorasyon sürecinden geçirilerek şirketin kendi online platformu ver diğer online yayın kanallarında seyirciyle yeniden buluşmaya başlamıştır. Yani şirket kendini çağın gereklerine uygun olarak sürekli yenilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Girişimcilik, Erler Film

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Çizgi Roman Yayıncılığından Dünya Çapında Bir Film Şirketine Doğru Bir Dönüşüm Hikayesi: Marvel Comic'ten Marvel Stüdio'ya – 562

Ress. Assist. Murat TOPALOĞLU
Kafkas University
mtmurattopaloglu@gmail.com

ÖZET

1939 yılında Amerika'da Martin Goodman tarafından süper kahraman hikayeleri yayınlayan çizgi film yayınevi olarak kurulan Marvel, İkinci Dünya Savaşı sonrası ve Soğuk Savaş'la beraber Amerika'da hayli popülaritesi artan süper kahraman hikayeleri doğrultusunda yayınladığı çizgi romanlarla 1960'lı yıllara doğru Amerika'nın en önemli çizgi roman yayınevlerinden biri haline dönüşmüştür. 1990'lı yılların sonunda gelişen teknoloji ile beraber çizgi roman yayıncılığı düşüşe geçmiştir. Daha önceki yıllarda yayınevinin yayınladığı süper kahramanları konu alan birçok film Hollywood tarafından hayata geçirilmiştir. 2000'li yılların başında Marvel girdiği ekonomik kriz nedeniyle çizgi roman karakterlerinin telif haklarını farklı film şirketlerine devretmiştir. Fakat söz konusu filmler istenilen başarıyı getirememiştir. Bu arada Marvel'in en büyük rakibi olan D.C. Comic şirketinin sahip olduğu karakterlerin sinema macerası Marvel'e göre daha başarılı geçmiştir. 2009 yılında, Disney Company tarafından satın alınan yayınevi Marvel Studio adı altında bir yapım şirketine dönüşmüştür. Kevin Fiege'in stüdyonun başına getirilmesi ile beraber sahip olduğu karakterlerin filmleri Marvel Stüdyo bünyesinde beyaz perde yolculuğuna başlamıştır. Marvel Sinematik Evreni olarak tanımlanan aralarında Iron Man serisi, Captain America, Hulk, Thor, Avengers serisi gibi toplam yirmi üç film ve Daredevil, Jessica Jones, Iron Fist gibi onun üzerinde dizisiyle beraber oluşturduğu bu evren bugün artık neredeyse Hollywood sinemasını ve televizyon dünyasını domine eder vaziyete gelmiştir. Son Avengers filmi iki milyar doların üzerinde hasılat ederek dünya sinema tarihinin bir filmle en çok hasılat elde eden filmi olmuştur. Çalışmanın amacı iyi ekip yönetimi, gelenek ve geleceği birleştirerek teknoloji, etkin pazarlama ve profesyonel star yönetimiyle ortaya başarılı işler koyan Marvel Stüdyo'nun sinema sektöründeki dönüştürücü yapısını, girişimcilik hikayesini ve marka haline gelişini incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Roma, Çokuluslu Şirket

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Beyazperde'den Girişimcilik Hikâyeleri: The Founder (Kurucu) Filmi Üzerinden Bir İnceleme – 563

Ress. Assist. Murat TOPALOĞLU
Kafkas University
mtmurattopaloglu@gmail.com

ÖZET

Dünyanın en büyük fast food zinciri olan McDonalds'ın büyüme sürecine eğilen ve elli yaşından sonra milyarder olan Ray Kroc'ı odağına alan 2016 yapımı *The Founder* filminin yönetmenliğini *Saving Mr. Banks* (2013), *The Blind Side* (2009) gibi filmlerin altına imzasını atan John Lee Hancock'in yaparken filmin başrolünde ise Michael Keaton yer almaktadır. Mikser satarak geçimini sağlamaya çalışan ve şehir şehir, kasaba kasaba gezen Ray Kroc; inatçı ancak biraz da şansız bir adamdır. Kaderin yüzüne güleceği an ise yolunun McDonald's isimli bir restorana çıkmasıyla başlar. Nitekim gittiği bu yenilikçi restoran, daha önce karşılaşmadığı kadar hızlı ve aynı zamanda lezzetli bir menüye sahiptir. Kroc'un bu restoranın kurucusu olan McDonald's isimli kardeşlerle tanışması ise, onun tüm girişimci tarafını dışa vurmasına neden olacaktır. Bu dakikadan sonra, bir girişimcinin macerasına tanıklık ettiğimiz *The Founder*, aynı zamanda markanın gerçek yaratıcısı olan McDonald's kardeşlerin de hikâyesine bir parantez açmaktadır. Girişimcilik hikâyeleri son dönemde Hollywood'un en çok ilgi çeken konularından bir tanesidir. *The Social Network* (2010) , *Steve Jobs* (2015) gibi bu alanda karşımıza çıkan, son dönemin başarılı işlerinden birkaçıdır. En az onlar kadar ayakları yere sağlam basan bir proje olarak beliren *The Founder*, günümüzün en büyük fast food restoranlarından olan McDonald's'ın büyüme sürecini işlerken, bir yandan da bu sürecin ortaya çıkardığı insan ilişiklerini tüm gerçekliğiyle gözler önüne sermektedir. Bu çalışmanın amacı The Founder filmi kapsamında Mc Donald's'ın kuruluş hikayesini ve kuruluşundan sonra işletmenin büyümesindeki kritik olayları açıklamaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, McDonald's, Sinema.

Stratejik Yönetimde "Denetim Sürecinin" Çarpan (Çoğaltan) Etkisinin İncelenmesi – 564

Asst. Prof. Dr. A.Turan ÖZTÜRK
THK University
atozturk@thk.edu.tr

ÖZET

Sanatların en eskisi olan, ancak bir bilim dalı olarak önemi yeni anlaşılmaya başlayan yönetim; "Bir grup insanı belirlenmiş amaçlara doğru yöneltme, aralarında iş birliği ve koordinasyonu sağlama çabalarının bütününü içeren bir süreç" olarak ifade edilir.

Yönetim sürecinde salt insan kaynakları kullanılarak sonuca ulaşılmaz. Belirlenen amaçlara ulaşmak için başta insan kaynakları olmak üzere; parasal kaynaklar, demirbaşlar, alet, teçhizat, ham madde ve yardımcı malzemeler ile zaman faktörünü birbiriyle uyumlu ve etkin kullanmaya imkân vererek kararlar alınır ve uygulanır,

Yönetim bilimcisi Chester Barnard,"örgütlerin gelişimini, bireysel eylemleri sınırlayan yeteneksizlikleri yenmek için bir araç" olarak açıklar. İşte bu noktada yönetim, denetim işlevinin gücünden yararlanarak geri besleme ile sistemin parçaları arasındaki ahenksizliği giderici tedbirler alır.

Değerlerin hastalandığı, ahlâk ve erdemin ikinci plana atıldığı günümüzde tek kişilik işletme olarak niteleyebileceğimiz "bireyin vicdanı" ndan, ulusal ve uluslararası organizasyonlara kadar tüm örgütlerde, denetimin bir çarpan (çoğaltan) etkisi oluşturacağı bilinmelidir. Denetimin bulunmadığı örgütlerde "yönetim işlevi"nden söz edilemez.Stratejik yönetime düşen görev, kontrol ile davranış özgürlüğü arasındaki dengenin kurulması, demokratik liderlik ile detaylar yerine stratejik kontrol noktaları üzerinde denetimin yoğunlaştırılması önem arz eder.Çalışmada, yönetim bir süreç olarak ele alınarak, yönetim fonksiyonları içerisinde kontrol/ denetim fonksiyonlarının önemine değinilmiştir.

Anahtar kelimeler: Yönetim, yönetim fonksiyonları, Kontrol, denetim çarpan (çoğaltan) etkisi.

An Analysis of the Multiplier Effect of Audit Process in Stategic Management

ABSTRACT

Management whose importance as a science discipline is understood recently is defined as a process that includes all the efforts to direct a group of people to the same goal and to provide cooperation and coordination among them.

In the management process it's not possible to achieve success with just using human resources, To achieve determined goals decisions are made and implemented in order to use factors such as human resources, financial resources, equipments, raw materials and supplementary materials efficiently and in harmony with each other.

Management scientist Chester Barnard describes the development of an organization as a tool ,which is used to overcome the skills which limit the personal activities. At this point management takes preventive measures to get rid of disharmonization between the units of organization by using the power of audition.

Nowadays as morality and wisdom lose their importance, all organizations, even in "individual conscience" which is described as one person organization, audition process must be considered as a force multiplier, Organizations that don't exercise audition can't claim that there is an effective management in their organization. Activities that people carry out in organizations can be guessed and limited by the help of audition. The mission that strategic management must accompflsh Is to provide balance between control and freedom of employees and to make audition focus on strategic control points instead of democratic leadership and details.
In the introduction part of this research, management is discussed as a process and the importance of controlling (audition) is highlighted.

Keywords : Management, fonction of management ,contol, auditing, multiplier effect

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Factors behind unproductive and destructive entrepreneurial behaviour of the entrepreneurs in the child food industry of Bangladesh – 565

Rahaman Hasan
University of Suffolk

Dr. Dababrata Chowdhury
University of Suffolk

Professor Jay Mitra
University of Essex
rahaman.hasan@gmail.com

ABSTRACT

Bangladesh is a country in South Asia with the population of more than 18 million, and it's capital Dhaka is the largest city of the country. Among the 18 million population 34.64% belongs to child category (0 to 14 years of age). "Street food" plays a very important role to fulfilling the nutritional needs of these people (includes children). According to literature there are more than 300,000 vendors retailing food to people of all ages from the streets within Dhaka only. Where streets of the capital is dominated with food vendors supplying food to people of all age categories, sadly, food adulteration is considered to be a national problem for Bangladesh. Food adulteration is named as "silent killer" for the society. Food adulteration acts (institutions) in Bangladesh are measured to be very old, which may lower the effectiveness of law against the situation and thus the ill-practitioners (unproductive and destructive entrepreneurs) are getting away with the crime committed. The researcher investigated and explored productive and unproductive entrepreneurial practices in the child food (0 to 14 years) sector of Bangladesh, with special emphasise given to these street food vendors. In conducting the research, the following objectives were set, a) to explore productive entrepreneurship through ethical and innovative practices in child food industry of Bangladesh; b) to explore factors which acts as barriers for unproductive and destructive entrepreneurship practices in developing economy considering Bangladesh context; c) to critically review role of institutions in promoting or impeding innovative and ethical practices in child food industry of Bangladesh and d) to design a framework that encourages ethical and innovative practices in the child food industry of Bangladesh. In addressing the objectives, the research adopted a mixed method approach, where semi-structured interview (qualitative) was used in phase 1 and interview survey (quantitative) were conducted in phase 2 of the research. Phase 1 of this study enabled the researcher to design questionnaire for phase 2. The questionnaire used in phase 2 had five sections where section 1 captured general information of the child food sector of Bangladesh and other four sections covered the 4 objectives mentioned earlier. This paper analyses findings from the phase 2 of the study with the focus on general information of the child food sector of Bangladesh and objective 'b' set for the study. The study found almost 80% (79.6% to be precise) of the respondents (child food entrepreneurs from phase 2 of the study) are operating in the industry for less than 10 years and 85% of these child food entrepreneurs are involved in producing the food they are retailing. The age of these entrepreneurs can be alarming, yet makes the study more interesting, as the insights from the study communicates results from fairly new businesspeople of the sector.

Keywords: Child food entrepreneurship, street food, barriers for unproductive and destructive entrepreneurship practices and productive entrepreneurship.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Expected Outcomes of Using Digital Technologies in Healthcare in Emerging Markets A Field Study Based on User Foresights – 566

Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ
ncigdem.uluc@gmail.com

ABSTRACT

Use of digital technologies and digital marketing in every business area is rapidly increasing. In that respect, many industry providers put efforts to improve the use of internet and the penetration digital platforms to end- users. One of the most crucial attempts is in the arena of healthcare where digitalization or in other words e-health 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. 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. 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 that barriers of 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 in emerging markets.

Keywords: Digital Technologies, Healthcare, Emerging Markets, User Foresights

Sağlıkta Dijital Teknoloji Kullanımının Yükselen Pazarlarda Beklenen Etkileri Uzman Öngörülerine Dayalı Saha Araştırması

ÖZET

Dijital teknolojilerin her iş alanında kullanımı hızla artmaktadır. Bu bağlamda, pek çok endüstri tedarikçisi internet kullanımı ve digital platformların son kullanıcıya ulaşımının artması için gayret sarf etmektedir. Bu endüstrilerden önde geleni sağlık alanı olup,sağlıkta dijitalleşmenin diğer bir deyimle e-sağlığın sağlık eko sistemini, daha iyi servis, erişim, uygulama ve sonuçlar anlamında olumlu etkilemesi beklenmektedir. Halen sağlıkta erişim ve finansal güçlüklerin yaşandığı, yetkin ve yeterli klinisyen, kaynak zorlukları bulunan gelişmekte olan ülkelerde e-sağlığın gerekliliği daha da öne çıkmaktadır. Gelişmekte olan bu pazarlarda e-sağlık uygulamaları hükümet tarafından projelendirilmiş olsa bile halen yatırım ve kurulum kararlarında zorluklar bulunmaktadır.Bu özgün saha çalışması sağlık alanında digital teknolojilerin gelişen pazarlarda uygulanmasıyla beklenen sonuçları uzman öngörü ve görüşleriyle mukayeseli olarak Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan ve Mısır olmak üzere dört gelişen pazarda analiz etmektedir. Araştırmanın sonuçları sağlıkta digital teknoloji kullanımının finans,zaman yönetimi, klinik uygulamalarda yetkinlik, etkinlik ve doğruluğun artması yönünde pozitif sonuçlar getireceğini ancak araştırmaya katılan uzman görüşlerine göre bunun öncelikle data özlük kullanım ve haklarının yasa ve yönetmeliklerle etkin korunmasıyla mümkün olacağı görülmektedir. Bu saha çalışma aynı zamanda, e-sağlık kullanımının, kişinin kendi sağlık datasında söz sahibi olacağını işaret ederken, bu bağlam da hasta doktor iletişiminin gelişiminin artmasının beklendiğini ortaya koymaktadır. Bu araştırma teknolojik altyapı zorluklarının aşılmasının hasta, klinisyen ve diğer tüm sağlık paydaşlarının e-sağlık uygulamalarına klinik kültürel adaptasyonunun sağlanmasının, gelişen pazarlarda e-sağlık uygulamalarının kurulumu, gelişimi ve daha çok yaygınlaşması için aynı ölçüde kritik faktörler olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Teknolojiler, Sağlık, Yükselen Pazarlar, Kullanıcı Öngörüleri**.**

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2018, Istanbul

Managerial Leadership Adoption of AI-based technology: Evidence from Retail Sector – 567

Asst. Prof. Dr. Deniz PALALAR ALKAN
Yeditepe University, FEAS
deniz.alkan@yeditepe.edu.tr

ABSTRACT

Technology is changing the business context faster than ever experienced. From transportation to retail sector, a wide range of industries are facing the challenges that new technology brings. The adoption of the latest technology delivers a competitive advantage to companies and the failure is eminent for those who are unable to comply with the terms of such a paradigm shift. Artificial intelligence, internet of things, big data, cloud, drones, and sensors are one of the few technological advancements that are transforming the foundation of businesses and empirical studies support show a variety of benefits of utilizing the technologies including reducing costs, increasing speed, and accuracy. Leaders/managers are one of the critical elements of achieving organizational sustainability in the long term. Thus, understanding how managerial leaders understanding and acceptance of the technological changes becomes crucial for sustainability.

Key Words: Managerial leadership, Technology acceptance, Digitization
Jel Classification: M10

ÖZET

Teknoloji işletmelerde hızlı bir dönüşümü beraberinde getirmektedir. Bu teknolojik değişim, perakendeden ulaşıma kadar çok geniş bir sektörel alana etki etmektedir. Teknolojinin benimsenmesi, şirketlere rekabet avantajı sağlamakla birlikte söz konusu paradigma değişimin koşullarına adaptasyon gösterilememesi işletmeleri başarısızlık tehdidi ile karşı karşıya bırakmaktadır. Yapay zeka, nesnelerin interneti, büyük veri, bulut, insansız hava aracı ve sensörler benzeri trendler işletmelerin süreçlerini, yapılarını değiştiren teknolojik gelişmelere örnek gösterilmektedir. Söz konusu teknolojilerin işletmelerde kullanımı, maliyetlerin azaltılması, hızın arttırılması gibi faydalar göstermekte; bu durum ampirik çalışmalar ile de desteklenmektedir. Liderler / yöneticiler ise uzun vadede kurumsal sürdürülebilirliği sağlamada kritik önem taşımaktadır. Bu nedenle, yönetici liderlerin teknolojik dönüşümlere yönelik algıları işletmelerin sürdürülebilirliği için önemli bir koşuldur.

Anahtar Kelimeler: Yönetimsel liderlik, Teknoloji kabulü, Dijitalleşme
Jel Sınıflaması: M10

1. INTRODUCTION

Technology is changing the business context faster than ever experienced. From transportation to retail, a wide range of industries are facing the challenges that new technology brings. The adoption of the latest technology delivers a competitive advantage to companies. The failure is visible for those who were unable to comply with the terms of such a paradigm shift. There are a variety of exemplary companies that seize to exist due to implementing unsuccessful strategies such as Blockbuster, Toys R Us, and Netscape. Thus, the adoption of technology of the time is essential in achieving sustainable success, leaders and managers play a significant role in such transformation. This is primarily due to the fact that leaders and managers initiate and facilitate change processes and act as a change agent and a role model in organizations (Kotter, 1996; Robson & Probhu, 2001; Daft, 2016).

In the digitized era, rapid advancements and high reliance on new technologies along with globalization create a vast transformation of businesses (Cascio & Montealegre, 2016). Artificial intelligence, the internet of things, big data, cloud, drones, and sensors are one of the few technological advancements that are transforming the foundation of businesses. As empirical studies show, there a variety of benefits of utilizing such technologies, including reducing costs, increasing speed, and accuracy (Lacity & Willcocks, 2018). AI-enabled technologies help companies to modify their existing processes to robust efficiency and effectiveness (King, Hammond, and Harington, 2017). The effect and the role of technology shaping the business context (Beniger 1986, Bradley & Nolan 1998, Bradley et al. 2016). A variety of disciplines, including engineering (Kühnle 2010; Smith et al., 2010), education (Schrum, Galizio & Ledesma, 2011; Stuart, Mills & Remus, 2009) and social sciences (Wellman & Haythornthwaite 2002) are currently conducting studies on technological change. The advancement of today's

technology can be described as a new paradigm since it reflects a particular shift in comparison to the previous technological advancements of prior industrial revolutions. In the digitized era, the new technology paradigm demonstrates the intertwinement of physical and cyber worlds such as IoT's, RFIDs, 5G technology, and smartwatches. The new technology creates a unified environment, and as Woolridge (2015) states, it is a "hyperconnected and data-saturated World where the internet of everything is linked to the internet of everything" (Woolridge, 2015; 29).

Many academicians and practitioners have studied the role of business and its impact on society. In the globalized business world, information and communication technologies are rapidly changing the way of managing organizations and delivering value to its consumers. Leaders/managers are one of the critical elements of achieving organizational sustainability in the long term. Thus, understanding how managerial leaders understanding and acceptance of technological changes becomes crucial. According to Forbes (2018), approximately 700 executives and 60 percent of the enterprises are currently utilizing AI-related technologies to transform their current operations and strategy. The statistics of the survey highlights the importance of understanding this new technology and how to implement it successfully since AI-enabled technologies potentially have a significant impact on the business and its stakeholders. As Lacity and Willcocks (2017) mentioned, once a company and management decide to adopt automated technology, it has several benefits, including orienting employees' efforts to value-added activities and minimizing the effects of repetitive and mundane workload.

Murray (2016) claims that the innovations of AI, sensors, drones, cloud, and big data the megatrends are gearing the world into a new industrial revolution, also known as digitized era. The business leaders now face the challenge of understanding how these technologies will re-shape the current business ecosystem. Mckinsey survey (2017) conducted with 3017 respondents in managerial positions revealed that only 20 percent had adopted one or more AI-related technologies. The rest of the respondents indicated that they have little exposure or experiment with this new technology. The purpose of the study is to understand what are the perceptions of leaders/managers towards AI-related technologies.

In the literature variety of studies are conducted in education; however, a limited body of research reflects the perception of business managers towards the adoption of AI-related technology in the digitized era.

Boşanma Göstergeleri Ölçeğinde, Boşanmayı En Çok Etkileyen Özniteliğin Belirlenmesi – 568

Res. Assist. Sümeyye ÇELİK
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji University
sumeyyecelik@atu.edu.tr

ÖZET

Divorce Predictors veri seti, Yöntem ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen bilimsel bir araştırma için toplanmış ve Uci Machine Learning Repository web sitesinde yayınlanmıştır. Bu çalışmada Yöntem ve arkadaşlarının yapmış oldukları çalışmaya atıfta bulunulmuş ve onların yayınlamış oldukları veri seti kullanılmıştır. Veri seti üzerinde öznitelik seçimi gerçekleştirilmiş ve veri seti belirlenen öznitelik ile sınıflandırılmıştır. Öznitelik seçimi için kullanılan yöntem Wrapper Subset Evaluation yöntemi olmuştur. Yöntem içerisinde Best First arama metodu kullanılmıştır. Öznitelik seçimi ve sınıflandırma işlemi için kullanılan yöntemler, açık kaynak kodlu bir uygulama olan Weka programında gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen öznitelik seçimi ile veri setini en iyi yansıtan ve sonucu etkileyen en önemli öznitelik seçilmiştir. Böylece toplamda 54 özniteliğin bulunduğu veri setinden 53 tanesi çıkartılarak, yalnızca 1 öznitelik bırakılmıştır. Devamında yalnızca belirlenen öznitelik kullanılarak sınıflandırma işlemi gerçekleştirilmiştir. Sınıflandırma için yapay sinir ağları kullanılmıştır. Tek öznitelik ile gerçekleştirilen sınıflandırmada elde edilen başarı oranı %98.23 olmuştur. Bu durum Divorce Predictors veri seti için yalnızca bir özniteliğin sonucu %98 doğruluk oranında yansıtabileceğini göstermektedir

Anahtar Kelimeler: Boşanma Göstergeleri Ölçeği, Öznitelik Seçimi, Sınıflandırma

Divorce Indicators Scale, Determining The Attribute That Affects Divorce The Most

ABSTRACT

The Divorce Predictors dataset was collected for scientific research by Yöntem et al. And published on the Uci Machine Learning Repository website. In this study, Yöntem et al. Were referred to their study and their data set was used. Attribute selection was performed on the data set and the data set was classified with the specified attribute. The method used for attribute selection was Wrapper Subset Evaluation. Best First method was used in this method. The methods used for attribute selection and classification were implemented in the Weka program, an open source application. The most important attribute that best reflects the data set and affects the result has been selected with the selected attribute selection. Thus, 53 attributes were removed from the data set with a total of 54 attributes, leaving only 1 attribute. Subsequently, classification was performed using only the specified attribute. Artificial neural networks were used for classification. The success rate obtained with single attribute classification was 98.23%. This indicates that only one attribute for the Divorce Predictors dataset can reflect the result with an accuracy of 98%

Keywords: Divorce Indicators Scale, Attribute Selection, Classification.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İnsan Kaynakları Tedarikinde Sosyal Medya: Aksaray İli Örneği – 569

Asst. Prof. Dr. Mehmet Halit YILDIRIM
Aksaray University, FEAS
yildirimmh@gmail.com

Yalçın GÜMÜŞSOY
Aksaray University, SBE
yalçın_gumussoy68@hotmail.com

ÖZET

Günümüz insan kaynakları tedarikinde sosyal medyanın rolünün gittikçe daha fazla önem kazandığı düşünülmektedir. Sosyal medyanın iş arayan bireylere ulaşmada önemli bir etken olduğu belirtilmektedir (Zanella & Pais, 2014). Yeni iletişim ortamları olarak da bilinen sosyal medya toplumsal ilişkileri geliştirmiştir (Şişman, 2012). Bu durum hem bireyler arası ilişkileri hem de kurumlar arası ilişkileri önemli oranda etkilemektedir. Sosyal medya kullanımının hem bireysel hem de kurumsal olarak hızlı bir şekilde yaygınlaşması sebebiyle insan kaynakları tedarikinde büyük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Tüzüner, Özkan, Kuzulu, & Kurtuldu, 2012). Bugün, bilgi çağında teknolojinin sağladığı fırsatlardan yararlanan işletmelerin sektörlerinde rekabet üstünlüğü sağladığı bilinmektedir (Öz, Keklik, & Kılıç, 2015). İnsan kaynakları yönetiminin fonksiyonlarından biri olan işe alım sürecini; internet ağları, sosyal medya araçları, web siteleri ve kurumsal sitelerin etkilediği görülmektedir (Acar, Gürsoy, & Ünsal, 2014). İnsan kaynakları tedarikinde sosyal medyayı etkili kullanan işletmelerin, hem zaman kazanabileceği hem de toplumun büyük bir kesimine ulaşması nedeniyle verimli işgören bulma ihtimallerinin artabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın evrenini, Aksaray il merkezinde faaliyette bulunan üretim işletmeleri kapsamaktadır. Araştırmanın örneklemini, Aksaray ilinde faaliyet gösteren ve üretim işletmeleri arasında en çok işgören çalıştıran 10 işletme oluşturmaktadır. Bu araştırmadaki verilerin toplanmasında Benli (2014)'nin çalışmasından yararlanılmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmaktadır. Bu tekniğe göre, üst düzey insan kaynakları yöneticilerinden yüz yüze görüşmeler yapılarak veri toplanmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, işletmelerin insan kaynakları tedariki ile sosyal medya arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu noktada sosyal medyanın işe alım sürecine olan etkisi saptanıp analiz edilmesiyle alan yazına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Yönetimi, İnsan Kaynakları Tedariki, Sosyal Medya

Social Media in Human Resources Supply: Case of Aksaray Province

ABSTRACT

It is thought that the role of social media in today's human resources procurement is becoming more and more important. It is stated that social media is an important factor in reaching the job seekers (Zanella & Pais, 2014). Social media, also known as new communication environments, has developed social relations (Şişman, 2012). This situation affects both interpersonal relations and inter-institutional relations significantly. It is seen that the use of social media has a great impact on human resources procurement due to the rapid spread of both individual and corporate (Tüzüner, Özkan, Kuzulu, & Kurtuldu, 2012).

Today, it is known that enterprises that benefit from the opportunities provided by technology in the information age provide competitive advantage in their sectors (Öz, Keklik, & Kılıç, 2015). Recruitment process, which is one of the functions of human resources management; Internet networks, social media tools, web sites and corporate sites are seen to be affected (Acar, Gürsoy, & Ünsal, 2014). It is thought that enterprises that use social media effectively in human resources procurement can save time and increase the probability of finding efficient employees as they reach a large part of the society.

The population of the research consists of production enterprises operating in the city center of Aksaray. The sample of the study consists of the 10 enterprises operating in Aksaray and employing the most employees among the production enterprises. Benli (2014) 's study is used to collect data in this study. In-depth interview technique, which is one of the qualitative research methods, is used in the research. According to this technique, face-to-face interviews are collected from senior human resources managers.

The main purpose of this study is to reveal the relationship between human resources supply and social media. At this point, it is aimed to contribute to the literature by determining and analyzing the impact of social media on the recruitment process.

Keywords: Human Resources Management, Human Resources Procurement, Social Media

İşletmelerde İç Girişimcilik – 570

Inst. Dr. Esra GÜRBÜZ
Trakya University İpsala HS
esragurbuz@trakya.edu.tr

ÖZET

Son yıllarda girişimcilik faaliyetlerine verilen önemin giderek artmasıyla ortaya çıkan yeni ürün ve hizmet üretimine yönelik çalışmalar; insanların ekonomi, sağlık, eğitim ve diğer birçok platformda yaşadıkları kısır döngüden daha kolay çıkmasına ve yeni, kaliteli bir yaşam standardı yakalamasına yönelik bir bakış açısı geliştirmesine olanak sağlamıştır. İhtiyaçları karşılamaya yönelik fırsatları her türlü riske rağmen yakalayan ve işletme içerisinde atılımcı bir iş fikrine dönüştüren iç girişimci, hızla artan rekabet ortamında da temel belirleyici olmuştur. İşletme içerisinde ortaya çıkması muhtemel problemlerin önlenmesi ve problemlerin çözümüne yönelik değerlendirmelerin yapılması, belirme ihtimali olan ihtiyaçların vaktinden önce tespit edilerek karşılanması ile beraber değişen ve gelişen piyasa mekanizması için gerekli adaptasyon ancak kendini ve örgüt yapısını tanıyan cesur, iç girişimciler sayesinde sağlanacaktır. Sürdürülebilir rekabetin sağlanmasına yönelik örgüt içi motivasyonun sağlanması ve ekip sinerjisinin teşekkülü; iç girişimcilerin özgüveni, tecrübesi, kararlı yapısı, otokontrolü ve vizyonu ile doğru orantılıdır. Bu çalışmada iç girişimci kavramı, klasik yönetici ve girişimci profilleri ile karşılaştırılarak, iç girişimcilik kavramı ise görüş, sistem, faaliyet ve yönetim bakımından değerlendirilerek ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: İç Girişimcilik, Sürdürülebilir Rekabet, Girişimcilik, Üretim.

Intrapreneurship in Firms

ABSTRACT

In recent years, with the increasing importance given to entrepreneurship activities, efforts to produce new products and services; it has made it easier for people to get out of the vicious circle they experience in economics, health, education and many other platforms and to develop a perspective for achieving a new, quality standard of living. The intrapreneur who seized the opportunities to meet the needs despite all risks and turned it into a progressive business idea within the enterprise was also the main determinant in the rapidly increasing competitive environment. Preventing the problems that may arise in the enterprise and evaluating the solution of the problems, determining and meeting the needs that may occur in advance and adapting to the changing and developing market mechanism will be provided only by the courageous, intrapreneurs who know themselves and the organizational structure. Ensuring the internal motivation for the creation of sustainable competition and the formation of team synergy; it is directly proportional to the self-confidence, experience, stable structure, self-control and vision of the intrapreneurs. In this study, the concept of intrapreneurship is compared with classical managers and entrepreneur profiles, and the concept of intrapreneurship is evaluated in terms of opinion, system, activity and management.

Keywords: İntrapreneurship, Sustainable Competition, Entrepreneurship, Production.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Girişimcilik Kavramı ve İpsala İlçesinin Girişimci Profilinin Demografik Analizi – 571

Inst. Dr. Esra GÜRBÜZ
Trakya University İpsala HS.
esragurbuz@trakya.edu.tr

ÖZET

Ekonomik kalkınmanın en önemli paradigmalarından sayılan girişimcilik mal ve hizmet üretimi ile bunların pazarlanması için yeni fikirler geliştirmeye yönelerek hem bireysel ve hem de toplumsal bazda faydacı bir yaklaşım sergilemektedir. Bireylerin bağımsız çalışma ortamında çözüm ve sonuç odaklı fikirler üretip uygulayarak arzu ettiği yaşam standardını, özgüveni, kendini gerçekleştirme ihtiyacını yakalaması girişimcilik ruhunun insanlara aşılanması sayesinde gerçekleşecektir. Bu bağlamda İpsala ilçesinde 2018 ve 2019 yıllarında belli aralıklarla bölgesel kalkınmanın sağlanması ve böylelikle toplumsal kalkınmaya yönelik pozitif bir ivme yakalanması amacı ile İŞKUR-KOSGEB ve İpsala MYO-İpsala Halk Eğitim Merkezi işbirliği ile uygulamalı girişimcilik eğitimleri düzenlenmiştir. Yapılan faaliyetlere cinsiyet, statü, eğitim durumu, yaş aralığı ve iş deneyimi gözetilmeksizin hedeflerini gerçekleştirme gayesi olan her aday dâhil edilmiştir. Bu çalışmada girişimciliğin temel frekansı ve belirtilen dönemde yapılan 13 eğitim kuru içerisindeki 281 kişinin demografik (cinsiyeti, eğitim durumu ve yaş aralığı) özellikleri derlenerek ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi, Girişimci, Demografi.

Concept Of Entrepreneurship And Demographic Analysis Of Entrepreneur Profile Of İpsala District

ABSTRACT

Entrepreneurship, which is considered one of the most important paradigms of economic development, takes a pragmatic approach on both individual and social basis by developing new ideas for the production and marketing of goods and services. It will be achieved by instilling the spirit of entrepreneurship to the individuals by capturing the standard of living, self-confidence and the need for self-realization that they desire by producing and applying solution and result-oriented ideas in an independent working environment. In this context, applied entrepreneurship trainings were organized in cooperation with İŞKUR-KOSGEB and İpsala Vocational School-İpsala Public Education Center in order to ensure regional development in 2018 and 2019 and thus to achieve a positive acceleration towards social development in İpsala district. The activities included all candidates who aim to achieve their goals regardless of gender, status, educational background, age range and work experience. In this study, the basic frequency of entrepreneurship and demographic characteristics (gender, educational status and age range) of 281 people in 13 training rates are presented.

Keywords: Applied Entrepreneurship Training, Entrepreneur, Demography.

Farklı Perspektiflerden Kadın Girişimciliği – 572

Inst. Dr. Esra GÜRBÜZ
Trakya University İpsala HS
esragurbuz@trakya.edu.tr

ÖZET

Toplumlar her dönemde kendi ekonomik dinamizmi nispetince mal ve hizmet üreterek ihtiyaçlarını karşılamaya ve daha konforlu bir yaşam standardı yakalamaya çalışmışlardır. Üretimin olmazsa olmaz unsurlarından olan emek, sermaye ve doğal kaynakların yanında bu faktörleri birleştirici bir niteliği haiz olan "girişimci" bu yönüyle ekonomik kalkınmaya da hayli katkıda bulunmuştur. Sürdürülebilir kalkınmanın en önemli paydaşlarından olan girişimcilerin desteklenmesi ülke ekonomisi kadar sosyal ve kültürel gelişmişliği de etkilemektedir. Girişimcilerin toplumsal homojenizmle doğru orantılı olarak kadın, erkek, genç, engelli, eski hükümlü, göçmen vs. olarak dağılan kimlikleri de bir o kadar önem arz etmektedir. Bu bağlamda kadın girişimciliği ile toplumda kadının sosyo-ekonomik rolünün artması hem ülke ekonomisine ve hem de dünya ekonomik sistemine farklı bir bakış açısı getirerek yeni ticari alanlar doğuracaktır. Bu çalışmada son yıllarda iş hayatındaki ivmesi giderek artan kadın profilinin cinsiyet faktörüyle belirginleşen karakter özellikleri, istihdama katılımla ortaya çıkan ekonomik ve sosyal beklentileri, karşılaşılan risk, kaygı ve sorunları; avantaj ve dezavantajlar çerçevesinde ele alınarak ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Kavramı, Kadın Girişimciliği, Üretim Faktörleri, Ekonomik Kalkınma.

Women Entrepreneurship From Different Perspectives

ABSTRACT

Communities have tried to meet their needs and to achieve a more comfortable living standard by producing goods and services in accordance with their economic dynamism in every period. In addition to labor, capital and natural resources, which are indispensable elements of production, the "entrepreneur", which has a unifying nature, contributed to economic development in this respect. Supporting entrepreneurs, one of the most important stakeholders of sustainable development, affects social and cultural development as well as the national economy. In line with the social homogenism of entrepreneurs, women, men, youth, disabled, ex-convicts, immigrants, etc. their identity is equally important. In this context, women's entrepreneurship and the increase of women's socio-economic role in society will bring a new perspective to both the national economy and the world economic system. In this study, the characteristics of the female profile, whose acceleration in business life has increased in recent years, are characterized by gender factor, economic and social expectations arising from participation in employment, the risks, concerns and problems encountered; advantages and disadvantages.

Keywords: Entrepreneurship Concept, Women Entrepreneurship, Production Factors, Economic Development.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Turizm İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşgörenlerin İş Doyumu Üzerine Etkisi: Bişkek Örneği – 573

Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ
Kırgızistan Türkiye Manas University
ottocarb.mulutas@gmail.com

ÖZET

Toplumların daha iyi bir sosyal ortama ve daha temiz bir çevreye sahip olması, çalışanların daha huzurlu bir çalışma ortamına kavuşması için işletmelerin gösterdiği gönüllü uğraş ve faaliyetler günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir. Çalışmanın amacı, örgütlerdeki kurumsal sosyal sorumluluk algısının çalışanların iş doyumu üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk, toplumsal ve toplumsal olmayan paydaşlara yönelik sorumluluk, çalışanlara yönelik sorumluluk ve yasal ve etik değerlere yönelik sorumluluk olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. Veriler, Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te faaliyet gösteren turizm işletmelerinden toplanmıştır. Verilere faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlerin sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile işgörenlerin iş doyumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İş Doyumu, Bişkek

The Impact of Corporate Social Responsibility on Job Satisfaction in Tourism Enterprises: The Case of Bishkek

ABSTRACT

Volunteer efforts and activities of enterprises in order to ensure that societies have a better social environment and a cleaner environment, in order that employees have a more peaceful working environment are today expressed as corporate social responsibility. The aim of this study is to investigate the effect of corporate social responsibility perception on employee satisfaction. In this study, corporate social responsibility are discussed in three dimensions as responsibility for social and non-social stakeholders, responsibility for employees and responsibility for legal and ethical values . Data were collected from tourism enterprises operating in Bishkek, the capital of Kyrgyzstan. Factor analysis, correlation and regression analyzes were performed. As a result of the analysis, it was found that there is a positive significant relationship between corporate social responsibility perception and employee satisfaction.

Anahtar Kelimeler: Corporate Social Responsibility, Job Satisfaction, Bishkek.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bir Devlet Üniversitesinde Yıllar İtibariyle Performans Ölçümü: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde Bir Uygulama – 574

Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
nodogan@nevsehir.edu.tr

Ress. Assist. Serkan DERİCİ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
serkanderici@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Günümüzde, dünya genelinde sınırların kalkması sonucunda sektör ayırt edilmeksizin tüm sektörlerde etkin faaliyet gösterme önemli bir sorun teşkil etmeye başlamıştır. Endüstri 4.0'ın 2011 yılında tanıtılmasından sonra yapay zekâ uygulamalarının hızla hayatımıza girmesi sonucunda Lojistik 4.0, Eğitim 4.0, Tedarik Zinciri Yönetimi 4.0 gibi yeni kavram ve yaklaşımlar etkisini göstermeye başlamıştır. Bu noktada çalışma, eğitim 4.0 çağına girdiğimiz bu dönemde devlet üniversitelerinin ne derecede etkin performans gösterildiğini tespit ederek sağlam temeller kurulması gerekçesiyle tasarlanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'de faaliyet gösteren devlet üniversitelerinden Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ele alınarak, üniversitenin yıllara göre faaliyet raporlarından elde edilen ve detaylı literatür taraması sonucunda elde edilmiş girdiler (akademik personel sayısı, idari personel sayısı, öğrenci sayısı ve yıllık eğitime harcanan bütçe) ve çıktılar (mezun olan öğrenci sayısı ve bilimsel çalışma sayısı) 2007-2018 arası süreç için toplanmıştır. Toplanan veriler etkinlik ölçümünde en yaygın kullanılan yöntemlerin başında gelen, birden çok girdi ve çıktı kullanılarak etkinlik ölçümü yapan veri zarflama analizi ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ile üniversitenin 2007-2018 dönemine ait her bir yıl için etkinlik değerleri tespit edilmiştir. Ayrıca etkin olmayan yıllarda ki etkin olmama nedenleri ortaya konularak öneriler geliştirilmiştir. Son olarak, gelecek çalışmalar için öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Performans Değerlendirme, Etkinlik, Veri Zarflama Analizi.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Müşterilerin İşletmeye Sadakati Açısından Anlamlı Bulduğu Müşteri Odaklılık Boyutları – 575

Inst. Hakan HAS
Atatürk University
hakan.has@atauni.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Mustafa GERŞİL
Manisa Celal Bayar University
mustafa.gersil@cbu.edu.tr

ÖZET

İşletmeler, yoğun rekabet ortamında başarılı olabilmek için, müşterilerini ellerinde tutması ve işletmeye olan bağlılıklarını artırması gerekmektedir. Böylelikle yeni müşteri kazanma maliyetlerini azaltmış ve müşteri yaşam boyu değerini artırmış olacaktır. Bu noktada, işletmelerin müşteri odaklı olarak çalışması gerektiği düşünülmektedir. Literatürde müşteri odaklılık daha çok, işletmelerin müşteri odaklılık düzeylerini belirlemeye yönelik çalışanlara yöneltilen ifadelerle ölçülmeye çalışılmıştır. Bundan dolayı, müşteriler tarafından algılanan işletmelerin müşteri odaklılık düzeylerinin belirlenmesi, önem arz etmektedir. Müşteri sadakatinin, müşterilerin algıladığı, hangi müşteri odaklılık faktörleriyle en fazla ilişkili olduğunu belirlemek adına yapılan bu çalışmada; Müşteri sadakatini açıklayan en yüksek ilişkili müşteri odaklılık faktörünün, müşteriye en uygun satış miktarını önerme faktörü olduğu ortaya konulmuştur. Bu faktörü, müşteriyle uzun süreli ilişki kurma ve müşteri tatminini sağlama faktörleri izlemektedir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Müşteri Odaklılık, Müşteri Sadakati.

Relationship Customer Oriented Dimensions that Customers Find Meaningful in terms of Business Loyalty

ABSTRACT

Businesses need to keep their customers in their hands and increase their commitment to business to be successful in an intense competitive environment, This will reduce the cost of new customers obtaining and increase the customer's lifetime value. At this point, it is thought that businesses should work as the customer oriented. In the Literature, the customer orientation is mostly measured by expressions directed to employees aiming to determine the levels of the customer orientation levels of enterprises. Therefore, it is important to determine the customer orientation levels of the enterprises perceived by the customers. İn this study was conducted to determine which customer loyalty are most related to customer orientation factors perceived by the customer; The highest associated customer orientation factor explaining customer loyalty has been found to be the factor of offering the most appropriate sales amount to customer. This factor follows the factors of establishing long-term relationships with customers and ensuring customer satisfaction.

Keywords: Customer Loyalty, Perceived Customer Orientation.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Job Satisfaction in Indo-Bangladesh Industrial Context – 576

Brig Jeewan Singh Rajpurohit, Ph.D.
jsr1989@gmail.com

ABSTRACT

CEOs and managers are busy working out plans for their companies for better productivity and services for their customers. Relations and personal lives have taken back stage especially in South Asian countries that have moved away from joint family system i.e. Vasudhaiva Kutumbakam (Entire world is one family) to nuclear families. Culture, work ethics and social values of IndoBangladesh are almost similar with regard to cultural contents of business activities. However, with the changing time and in 5/6G scenario (advanced and fast mobile communication for future), India vis-a-vis Bangladesh are equally affected by the occidental work culture. The level of job satisfaction varies from blue color to top level management. western world industrial work culture. Job satisfaction has been observed to be different among the labour and managers of different industries. The present paper attempts to analyse industrial growth, job satisfaction and industrial culture with respect to Indo-Bangladesh industrial development studies. Theories of classical ancient Indian society and contemporary western world will be analysed in the present paper. Comparative analysis of Textile industries of India and Bangladesh will be analysed in the context of job satisfaction with reference to the operational and feasible recommendations.

Keywords: Indo-Bangladesh Industry, Job Satisfaction, Textiles, Ready-Made garments

Siyasal Yozlaşma ve Ekonomlk Gelişmeye Etkileri – 577

Lect. Bayram BAYRAKCI
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
bayrambayrakci@isparta.edu.tr

ÖZET

Siyasal yozlaşma, ekonomik ve sosyal bakımdan topluma yüklediği sosyalmaliyetleri nedeniyle, farklı boyutlarda olmakla birlikte, her toplumda görülmektedir. Yozlaşma, daha çok siyasal kararların alınması ve kamu politikalarının uygulanması aşamasındameydana gelmektedir. Siyasal yozlaşma, toplumsal çıkarlara tersdüşme pahasına, toplumu oluşturan tüm bireylerin kişisel çıkar sağlamak amacıylaher türlü yasal ve yasal olmayan kuralları ihlal etmesi olarak tanımlanmaktadır.Siyasal yozlaşmanın gerçekleştiği ülkelerde, kamu yönetiminin bozulduğu, siyasetin yozlaştığı, toplumun kirlendiği iddiaları giderek artan bir yoğunlukla gündemi meşgul etmektedir. Bu ülkelerde özellikle siyasette ve bürokraside görülenyozlaşma kamuoyunun en önemli gündem maddesi haline gelmektedir.

Kuşkusuz, yozlaşma toplumun kurumlarını ve kurallarını tahrip etmektedir.Özellikleekonomikgelişme sürecinde meydana gelen yozlaşma, makroekonomikistikrarı bozucu ve ekonomik gelişmeyi engelleyici etkilere neden olmaktadır. Bu etkilerin topluma yüklediği maliyetin boyutlarının ne olduğu konusu, özellikle ekonomistlerinve her kesimin ilgisini çekmektedir.

Siyasal yozlaşma, az çok her ülkede olmasına rağmen, siyasal yozlaşmanınekonomik gelişmeye olan etkilerini inceleyen çalışmalara yeterince rastlanamamaktadır. Türkiye'de bu konuda teorik ve ampirik çalışma boşluğunun olduğu gözlenmektedir. Bu çalışma, siyasal yozlaşma konusundaki teorik ve ampirik çalışma boşluğunudoldurulmasına yönelik bir katkı sağlayacaktır. Ayrıca siyasal yozlaşmanın ekonomik gelişmeye olan etkileri işlenerek, ilgili literatürün zenginleştirmesi sağlanacaktır.

Şüphesiz siyasal yozlaşma gibi bir olgunun, toplumun her kesiminde ve kurumunda azyada çok etkileri vardır. Siyasal yozlaşmanın bu kurumlara etkilerininincelenmesi ise oldukça güç hattaimkânsızdır. Bu çalışmada; siyasi kararlarınalınması ve uygulanması sürecinde görülen yolsuzlukların ekonomik gelişme üzerindekietkileri teorik ve ampirik olarak incelenecektir.

Çalışma, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde siyasal yozlaşma kavramı ve türleri kısaca açıklanacaktır. İkinci bölümde ise siyasal yozlaşmanın ekonomik gelişme üzerindeki etkileriincelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal yozlaşma, Ekonomik Gelişme, Rant Kollama

Political Concentration and Its Effects on Economic Development

ABSTRACT

Political corruption is seen in every society due to the social costs it imposes on society in economic and social terms. Corruption is mostly in the stage of making political decisions and implementing public policies. Political corruption is defined as the violation of all kinds of legal and illegal rules in order to gain personal benefit at the expense of social interests. The corruption seen in these countries, especially in politics and bureaucracy, becomes the most important agenda item of the public opinion.

Undoubtedly, corruption is destroying the institutions and rules of the society. Especially the degeneration that occurs in the process of economic development causes disruptions of macroeconomic stability and prevents economic development. The issue of the cost imposed by these effects on society is of particular interest to economists and all sectors.

Although political corruption is more or less in every country, there are not enough studies on the effects of political corruption on economic development. Turkey is observed that the theoretical and empirical studies on this subject in space. This study will contribute to filling the theoretical and empirical gap in political corruption. In addition, the effects of political corruption on economic development will be studied and the related literature will be enriched.

Undoubtedly, a phenomenon such as political corruption has a great impact on all segments of society and institutions. Examining the effects of political corruption on these institutions is quite difficult and even impossible. In this study; the effects of corruption in economic development on theoretical and empirical issues will be examined.

The study consists of two parts. In the first part, the concept of political corruption and its types will be explained briefly. In the second part, the effects of political corruption on economic development will be examined.

Keywords: Political corruption, Economic Development, Rent of Rent.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

"Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin" Üniversitelerde Girişimcilik Düşüncesine Etkisi – 578

Inst. Senem DEMİRKIRAN
Trakya University
senemdemirkiran@trakya.edu.tr

ÖZET

Girişimci ve girişimcilik, günümüzün popüler kavramları olup, kendi işini kurmak isteyen girişimciler devlet tarafından desteklenmektedir. Devlet girişimcileri para ve eğitim ile desteklemektedir. Bu nedenle, devlet desteğiyle ve üniversite eğitimiyle girişimciliğin popülerliği artmaktadır. Özellikle genç nüfus, ülkede devlet tarafından girişimci olarak görülmektedir. Bu nedenle devletin mali desteğinin yanı sıra üniversitelerde Girişimcilik dersleri verilmektedir.

Bu çalışmada üniversitelerde verilen uygulamalı girişimcilik "dersi incelenmiş ve etkisi araştırılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Öğrencilerin girişimcilik hakkındaki düşünceleri ve kendi işlerini kurmak isteyip istemedikleri incelenmiştir. Bu çalışma, ülkemizde girişimcilik literatürüne katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Girişimci, Girişimcilik, Uygulamalı Girişimcilik, Eğitim.

The Impact of "Applied Entrepreneurship Education" on Entrepreneurship Thought in Universities

ABSTRACT

Entrepreneur and entrepreneurship are popular concepts of today and entrepreneurs who want to start their own business are supported by the state. The state has supports the entrepreneurs with money and education.Therefore, the popularity of entrepreneurship are increase with Government support and university education. Especially, the young population is seen as entrepreneur by the state in the country. Therefore, in addition to the financial support of the state Entrepreneurship courses are offered in universities.

This study, applied entrepreneurship "course taught in universities was examined and the effect was investigated. The questionnaire was used as a data collection tool in research. Students' thoughts about entrepreneurship and whether they want to establish their own businesses were investigated. This study aims to contribute to the literature on entrepreneurship in our country.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Applied Entrepreneurship, Education.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Adalet Programı Öğrencilerinin Girişimcilik Algıları – 579

Inst. Senem DEMİRKIRAN
Trakya University
senemdemirkiran@trakya.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik kavramı, bugün çok sık duyduğumuz bir kavramdır. Üniversitelerde ders olarak okutulan girişimcilik ayrıca, ekonomi için çok önemlidir. Özellikle üniversite öğrencilerinin girişimcilik algıları devlet destekli girişimciliğin başarısı için önemlidir.

Bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, girişimcilik ve girişimcilik kavramları açıklanmaktadır. İkinci bölümde, araştırmadan elde edilen veriler verilmiştir. Bu çalışmanın örneklemini Trakya Üniversitesi İpsala Meslek Yüksekokulu Adalet Programında okuyan 110 birinci ve ikinci sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Veriler 2019-2020 Akademik Yıl-Güz Dönemi'nde toplanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Bu çalışma, ülkemizde girişimcilik ile ilgili literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik Algısı, Adalet Programı, SPSS

Justice Program Students' Perception on Entrepreneurship

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship is a concept we hear very often today. Entrepreneurship is give a lesson as a course in universities. Also, entrepreneurship is very important for economy. Particularly university students' perceptions of entrepreneurship are important for the success of entrepreneurship supported by the state.

The study consists of two parts. In the first chapter, entrepreneurship and entrepreneurship concepts are explained. In the second part, the data obtained from the research is given. The sample of this study consists of 110 first and second grade students studying in the Justice Program of İpsala Vocational School of Trakya University. Datas are collected in 2019-2020 Academic Year-Fall Term. The questionnaire was used as a data collection tool in research. This study aims to contribute to literature about entrepreneurship in our country.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship Perception, Justice Program, SPSS.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Caydırma Teorisi – 580

Inst. Senem DEMİRKIRAN
Trakya University
senemdemirkiran@trakya.edu.tr

ÖZET

Caydırıcılık, olası tehdidi ve mevcut saldırıları kabul edilemez sonuçlardan caydırma stratejisidir. Caydırıcılık, bir rakibi istenmeyen eylemlerde bulunmaktan caydırmak için güç tehdididir. Bu, misilleme tehdidi (cezalandırmayla caydırıcılık) veya rakibin savaş hedeflerini reddederek (inkar ederek caydırıcılık) gerçekleştirilebilir (NATO: 2019). Caydırıcılık teorisi uluslararası krizlerde ve savaşlarda askeri hedeflerin önemini artıran bir kavramdır. Bu nedenle, caydırma stratejisinin amacı, güçlü düşmanı caydırmaktır. Amaç, tehdide devam etmek değil, amaç ikna etmektir.

Bu çalışma ülkemizdeki caydırıcılık teorileri ile ilgili literatüre katkıda bulunmayı amaçlamıştır. Araştırma, caydırıcılık teorisi kavramına, caydırıcılık teorilerinin temel varsayımlarına ve caydırıcılık kavramının tarihsel gelişimine odaklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Caydırıcılık, Caydırma Teorileri, Rasyonalite, İki Düzeyli Oyunlar

Deterrence Theory

ABSTRACT

Deterrence is a strategy of deterring potential threats and current attacks from unacceptable consequences. Deterrence is a power threat to deter an opponent from taking undesirable actions. This can be done by threat of retaliation (deterrence by punishment) or by rejecting (denying deterrence) the opponent's war objectives (NATO: 2019). The deterrence theory is a concept that increases the importance of military targets in international crises and wars. Therefore, the purpose of the deterrence strategy is to deter the powerful enemy. The aim is not to continue to threat, but to persuade.

This study aims to contribute to literature about the deterrence theories in our country. The research focuses on the concept of deterrence theory, the basic assumptions of deterrence theories and the historical development of the concept of deterrence.

Keywords: Deterrence, Deterrent Theories, Rationality, Two Level Games.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Musul Atabegi İmâdeddîn Zengî'nin Başarılarında Kişisel Özelliklerinin Etkisi – 581

Dr. Abdulcelil IŞIK
Başiskele Şehit Ozan Özen Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi
celil04@hotmail.com

ÖZET

Büyük Selçuklu Devleti'nin zayıflamasıyla birlikte ortaya çıkan Atabeglikler içerisinde, adından en çok söz ettiren Musul ve Haleb Atabegliği'dir. Musul ve Haleb Atabegliği, Irak Selçuklu Sultanı Mahmut tarafından hem Musul valisi hem de oğlunun atabegi olarak tayin edilen İmâdeddîn Zengî tarafından kurulmuştur. İmâdeddîn Zengî, sahip olduğu tecrübe, cesaret, cömertlik ve çok iyi zamanlanmış siyasi manevralar ile rakiplerini kısa zaman zarfında etkisiz bırakarak hâkimiyet sahasını genişletti. Bir taraftan Suriye ve çevresinde Türk-İslâm birliği için uğraşırken, öte taraftan Haçlılar ile mücadelede aralıksız bir gayret içinde bulundu. Haçlılar a karşı kazandığı en büyük başarısı ise Urfa'nın alınması oldu. Literatür taramasına dayalı nitel bir çalışma olarak hazırlanan tebliğimizde; İbnü'l-Esîr'in el-Târîhü'l-Bâhir fi'd-Devleti'l Atabekiyye, el-Kâmil Fî't-Târîh, İbnü'l-Kalânisî'nin Zeyli Tarihi Dımaşk, İbn Kesîr'in el- Bidâye ve'n-Nihâye, ibnü'l-Adîm'in Zübdetü'l- Haleb Min Târîhi Haleb,İbnü'l-Ezrâk'ın Meyyâfarıkîn ve Âmid Târîhi gibi çağdaş kaynaklar ile C. Alptekin'in The Reign of Zangi (1127-1146), Işın Demirkent'in Urfa Haçlı Kontluğu II, S. Runciman'ın Haçlı Seferleri Tarihi II ve benzeri araştırma eserlerinden yararlanıldı. Bu çalışmadaki amaç; İmâdeddîn Zengî'nin sahip olduğu kişisel özelliklerin, onun başarıları üzerindeki etkilerini tarihsel örneklere dayalı olarak araştırıp açıklamaktır.

Anahtar Kelimeler: İmâdeddîn Zengî, Kişisel Özellikler, Musul, Haleb, Haçlılar.

The Effect of Personal Characteristics on the Achievements of Mosul Atabegi İmaddîn Zengî

ABSTRACT

Among the Atabegliks that emerged with the weakening of the Great Seljuk State, Mosul and Aleppo Atabeglik were the most prominent names. Mosul and Aleppo Atabeglik was established by Imadeddin Zengi, who was appointed as the governor of Mosul and his son by the Seljuk Sultan of Iraq. Imâdeddîn Zengî expanded his field of domination with his experience, courage, generosity and very well-timed political maneuvers, leaving his rivals ineffective in a short time. While striving for the Turkish-Islamic unity in Syria and its environs, it made unremitting efforts in the struggle with the Crusaders. His greatest success against the Crusaders was the acquisition of Urfa. In our paper prepared as a qualitative study based on literature review; Ibn al-Esir's al-Tarih al-Bahir fi'd-Devleti'l Atabekiyye, al-Kamil Fi't-Tarih, Ibn al-Kalanisi's Zeylü Tarihi Dımaşk, the al-Bidâye ve'n-Nihâye of Ibn Kathir, İbnü'l-Adîm's Zübdetü'l-Haleb Min Târîhi Haleb, Ibnü'l-Ezrâk's Tarihi Meyyâfarıkîn and Âmid, contemporary sources such as, and C. Alptekin's The Reign of Zangi (1127-1146).), Işın Demirkent's Urfa Crusader County II, S. Runciman's Crusades II and similar researches. The aim of this study; The purpose of this course is to investigate and explain the effects of personal characteristics of Imadeddin Zengî on the basis of historical examples.

Keywords: İmâdeddîn Zengî, Personal Characteristics, Mosul, Aleppo, Crusaders.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kiralama İşlemlerinde Kullanılan Raporlama Esaslarının İşletme Finansal Yapısı ve Karlılığı Üzerine Etkileri: Perakende Sektörü Örneği – 583*

Ress. Asist. Hilal Merve ALAGÖZ
Konya Food and Agriculture University
merve.alagoz@gidatarim.edu.tr

Prof. Dr. Figen ZAİF
Hacı Bayram Veli University, FEAS
figenzaif@gmail.com

ÖZET

Günümüzde işletmeler rekabetçi iş dünyasının gereklerini yerine getirebilmek için her zamankinden çok daha fazla üretim ve satış odaklıdır. Burada bahsi geçen üretim gücünü elinde tutabilmenin en önemli unsurlarından biri üretim verimliliğini maksimize edebilecek yüksek teknolojili maddi duran varlık edinimidir. Bu maddi duran varlıkların edinimi için gerekli olan fon işletmelerin kendi içinden yani ortaklar/ hissedarlarla mümkünken aynı zamanda işletme dışı kreditörler tarafından da sağlanabilmektedir. İşletme içinden sağlanan fon ile edinilen maddi duran varlıklar ciddi nakit çıkışlarına sebebiyet verir. Bu durum işletmeyi likidite sorunuyla ve önemli finansal oranlardaki belirgin bozulmalarla karşı karşıya bırakabilir. Bu nedenle günümüz işletmeleri maddi duran varlık ediniminde dış kaynak kullanımına yönelmekte ve bu varlıkların kiralanması yoluyla kullanım hakkının elde edilmesini tercih etmektedir.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan varlık kiralama işlemleri, işletmelerin finansal tablolarında TMS 17: Kiralama İşlemleri Standardı ile düzenlenmekteydi. Bu standart genel olarak finansal kiralama türündeki işlemlerin düzenlenmesine ağırlık vermekte ve faaliyet kiralaması olarak nitelendirilen tüm kiralama işlemlerinin finansal tabloların dışında tutulmasına olanak sağlamaktaydı. Standardın ortaya koyduğu bu durum özü itibariyle benzer olan işlemlerin finansal tablolarda farklı raporlama esaslarına göre sunulmasına sebep olmaktaydı. Bu durum karşısında getirilen eleştirilere 1 Ocak 2019 tarihinde yürürlüğe giren TFRS 16: Kiralamalar Standardı ile cevap verilmeye çalışıldı.

Bu çalışmanın amacı TMS 17: Kiralama İşlemleri Standardı'nın yürürlükte olduğu döneme ait finansal tabloların TFRS 16: Kiralamalar Standardı'na uyumlaştırılması ve bu işlemden elde edilen yeni finansal tablo kalemlerinin ve önemli finansal oranların geçirdiği değişimin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, UMSK Etki Analizi Raporu'na göre, kiralama işlemlerine ilişkin standardın değişiminden etkilenmesi en muhtemel sektörlerden biri olan perakende sektörü çalışma konusu olarak seçilmiştir. Çalışma kapsamında perakende sektörü; gıda marketi perakendesi, tekstil marketi perakendesi ve teknoloji marketi perakendesi şekilde 3 alt sektöre ayrılarak analiz edilmiştir. Analizin örneklemini İngiltere, Almanya ve Türkiye borsalarında işlem gören 9 farklı işletme oluşturmaktadır. Çalışma örneklemini tekstil sektöründen Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş. (Türkiye), Burberry Group PLC (İngiltere), Zalando SE (Almanya); gıda sektöründen Bizim Toptan Satış Mağazaları A.Ş. (Türkiye), Tesco PLC(İngiltere) ve Metro AG (Almanya); ve son olarak teknoloji sektöründen Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş. (Türkiye), Cecemony (İngiltere)ve Dixons Retail (Almanya) işletmeleri temsil etmektedir.

Analizlerde TMS 17 Standardı'nın uygulanmasının işletmelerin finansal tablolarında yarattığı eksikliği eleştiren çalışmalarda kullanılan ve literatürde sıkça rastlanan yapısal aktifleştirme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem sayesinde TFRS 16 Standardı'nın getirdiği faaliyet kiralamalarının aktifleştirilmesi işlemi yapılmış ve bunun sonucunda oluşturulan yeni finansal tablolar üzerinden oran analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmadaki işletmelerin finansal gücünün değişimi için cari oran, kaldıraç oranı ve toplam borç /özkaynak oranına bakılırken; yönetim performansı için aktif karlılığı (ROA) ve özkaynak karlılığına (ROE) ve son olarak yatırım performansı için maddi duran varlık devir hızına bakılmıştır. Bu noktada, analiz dönemleri tekstil perakendesi için 2017-2018; gıda perakendesi için 2016-2017 ve teknoloji perakendesi için ise 2017-2018 finansal dönemleri şeklinde belirlenmiştir.

* Bu makale Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Prof. Dr. Figen Zaif danışmanlığında Hilal Merve Alagöz tarafından hazırlanan "Kiralama İşlemlerinde Kullanılan Raporlama Esaslarının İşletme Finansal Yapısı ve Karlılığı Üzerine Etkileri" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sigorta Sözleşmelerinde Sigorta Ettirenin Riziko Sonrası Bildirim Yükümlülüğü – 584

Asst. Prof. Dr. Buket ÇATAKOĞLU AYDIN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
buketcatakoglu@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Sigorta sözleşmesi her iki tarafa borç yükleyen ve sürekli borç ilişkisi yaratan bir sözleşmedir. Bu sözleşmenin taraflarından biri olan sigorta ettiren, sözleşme ile kendisine sağlanacak hukuki korumadan, ancak bazı yükümlülüklerini yerine getirdiği takdirde yararlanabilir. Bunlardan biri de bildirim veya beyan yükümlülüğüdür. Söz konusu yükümlülük Türk Ticaret Kanunu'nda sözleşme kurulurken, sözleşme süresi içinde ve rizikonun gerçekleşmesinden sonra olmak üzere üç ayrı şekilde düzenlenmiştir (TTK.1435-1446). Çalışmamızın konusu, riziko gerçekleştikten sonraki bildirim yükümlülüğüdür.

TTK.1446 hükmü uyarınca, sigorta ettiren rizikonun gerçekleştiğini öğrenince, durumu gecikmeksizin sigortacıya bildirmelidir. Rizikonun gerçekleştiğine ilişkin bildirimin yapılmaması veya geç yapılması, ödenecek tazminatta ya da bedelde artışa neden olmuşsa, kusurun ağırlığı ölçüsünde tazminattan veya bedelden indirim yoluna gidilir. Sigortacı rizikonun gerçekleştiğini daha önce fiilen öğrenmişse, tazminat ya da bedelde indirim imkânından yararlanamaz.

Sigorta ettiren bildirim yükümlülüğünü yerine getirmediği takdirde, bunun sigortacı tarafından ifası dava ve talep edilemez. Bu yükümlülüğün yerine getirilmemesinin yaptırımı sigorta ettirenin bazı haklarını kaybetmesidir ve sigorta ettirenin bir "görev"i olarak nitelendirilmektedir. Bu görevin hiç ya da gereği gibi yerine getirilmemesi durumunda, sigortacının ayrıca bir tazminat talep etmesi ise mümkün değildir. Bu yükümlülüğün getirilmesindeki amaç, Türk Medeni Kanunu'nun 2. maddesindeki dürüstlük kuralının azami olarak dikkate alındığı sigorta sözleşmelerinde, prim ve riziko dengesinin kurulmasını ve korunmasını sağlamaktır. Bu dengenin gerek kurulabilmesi gerekse devam ettirilebilmesi, sigortacının rizikoyu doğru tayin etmesini olanaklı kılacak bilgilere sahip olmasını gerektirir.

Rizikonun gerçekleşmesinden sonra sigorta ettirenin ihmali belirlendiği ve değişiklikleri sigortacıya bildirim yükümlülüğünün ihlali saptandığı takdirde, bu ihlal tazminat miktarına, bedele ya da rizikonun gerçekleşmesine etki edebilecek nitelikte ise, ihmalin derecesine göre tazminattan veya bedelden indirim yapılır. Sigorta ettirenin kusuru kast derecesinde ise ve meydana gelen değişiklik ile gerçekleşen riziko arasında bağlantı varsa, sigortacı sözleşmeyi feshedebilir. Bu durumda sigorta tazminatı veya bedeli ödenmez. Bağlantı yoksa, sigortacı ödenen primle ödenmesi gereken prim arasındaki oranı dikkate alarak sigorta tazminatını veya bedelini öder (TTK.1445/5).

Anahtar Kelimeler: Sigorta sözleşmesi, sigorta ettiren, bildirim yükümlülüğü, sigorta tazminatı.

Müslüman Ortaçağ Mizah Kaynaklarında Sözünü Sakınmaz Bir Hazırcevap: "Muhannes" – 585

Assoc. Prof. Dr. Şener ŞAHİN
Uludağ University
senersahin@uludag.edu.tr

ÖZET

Muhannes, giyim-kuşam, jest ve mimikler, konuşma, bakış, yürüyüş ve yumuşaklık gibi hâl ve davranışlarda kadınsı (efemine) tutumlar sergileyen erkek figürünü tanımlayan bir terimdir. Günümüzde kibarca "kadın kılıklı", "nonoş", "minnoş" gibi sözcüklerle karşıladığımız bu kavram, hiç kuşku yok ki argoda çok daha ağır ve onur kırıcı terimlerle ifade edilmektedir. Muhannes karakteri, bir olgu olarak her zaman din müessesesinin de ilgi alanı içinde olmuş, fıkıh ya da ahlak kitaplarında kendisinden söz edilmiş, özellikle saray yaşantısındaki işlevi dolayısıyla tarihsel ve kültürel bağlamda da araştırmacıların ilgisini çekmiştir.

Ancak klasik Arap mizahının "mücûn" adı verilen kaba mizah örnekleri içerisinde, hatırı sayılır bir nevadir malzemesinin başkahramanı olan "muhannes", bilhassa *edeb* kaynaklarında kendisine özel başlıklar atılacak ölçüde zengin perspektiflerle ele alınıp işlenmiş renkli bir mizahi figürdür. "Muhannes" zümresi, dini ve ahlaki motivasyonu son derece yüksek Ortaçağ Müslüman toplumunun genellikle alay konusu edilen üyeleri olmuş, bu da mizah kahramanımızı çoğu örnekte sözünü sakınmayan, laf dokundurmalarına orantısız karşılıklar veren, sivri dilli, amansız bir "heccav"a dönüştürmüştür. Mizacındaki hazırcevaplık vasfı, muhannesi, bilhassa bir sataşma durumunda muhatabını pişman edecek ölçüde "ölçüsüz" ve hakaretamiz sözler sarfetmeye sevkedebilmektedir. Bu manada muhannes, atışma ve hakaretlerde "mukabele-i bilmisil" ilkesiyle değil "ziyadesiyle iade" prensibiyle hareket etmektedir.

İşte süre sınırlaması oldukça kısıtlı böyle bir kongre metninde önce muhanneslik kültürüne dair muhtasar bir bilgi verilecek, akabinde muhannesin "amansız bir hazırcevap" oluşunu belgeleyen mahdut sayıda mizahi fragman zikredilecektir.

Anahtar Terimler: Muhannes, Nükte, Nevâdir, Klasik Arap Mizahı, Mücûn.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Gramer ve Mizahın Kavşak Noktası: Klasik Arap Edebiyatında Linguistik Nükteler – 586

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin GÜNDAY
Uludağ University
hgunday@hotmail.com

ÖZET

Arap dilcilerinin kahir ekseriyetle nahiv, kısmen de sarf kaidelerine atıflar yaparak üretmiş oldukları gramatikal şakalar, Arap mizahının son derece geniş tema yelpazesi içinde "eğlenceli" diyebileceğimiz kategorgilerden birini oluşturmaktadır.
Bilindiği üzere Müslüman dilbilimciler, herşeyden önce kutsal kitaplarının bir "ifade aracı" olması itibariyle çok erken bir dönemde Arap dil malzemesinin linguistik yapısı, sentaktik ve morfolojik hususiyetleri, filolojik incelikleri üzerine kafa yormaya başlamıştır. Ancak aynı zamanda bu zümre, dil malzemesiyle sahada yoğun biçimde ilgilenirken, hayatın seyri içerisinde tecrübe ettikleri mizahi vakaları kayda geçirmeyi de ihmal etmemiş görünmektedir. Hem filologların hem de dilin inceliklerine ehemmiyet veren edip, şair ve nüktedanların bu noktadaki dikkat ve gayretleri, bugün önümüzde hatırı sayılır oranda bir mizah malzemesinin birikmesini sağlamıştır.
İtiraf etmek gerekir ki, konusu Arap sarf ve nahvinin gramatikal detayları olan dilsel şakalar, kelime oyunları ve linguistik nükteler, bu dil ile meşgul olanlar için her zaman cazip ve eğlenceli bir ilgi sahası oluştursa da, ne bu malzemenin klasik nevadir kaynaklarından toplanması ne de muhtevanın mizahi bağlamda ele alınması noktasında yeterli çabanın harcandığı söylenemez. Ne yazık ki bu noktadaki gayretsizlik sadece ülkemiz için değil, bu dilin ana vatanı olan geniş Arap coğrafyası için de geçerlidir.
İşte o nedenle bu kongre metninde, âcizane benim yapmaya çalışacağım şey: mizah başlığı altında değerlendirilmeye müsait dilsel malzemenin klasik literatürdeki adreslerine işaret etmek; keza bu malzemenin yoğunluğu, ele aldığı konuların çeşitliliği ve komikalitesi üzerine bazı yorumlarda bulunmak olacaktır.
Bu sayede, Ortaçağ Müslüman entelektüellerinin, sahip oldukları yüksek edebi zevkle temelde sarf-nahiv bahislerine (belki bunlara kelime oyunlarını, anagram örneklerini, tashif uygulamalarını vs. de eklemek gerekir) dair üretilen dilsel materyali, birer anekdot malzemesine nasıl dönüştürdüklerine, dolayısıyla kadim ulema ve üdebanın mizah sahasına yaptıkları katkının çok özel bir branşına dikkat çekeceğimi umuyorum.

Anahtar Terimler: Klasik Arap Edebiyatı, Mizah, Nükte, Nevâdir, Gramer, Linguistik

Intersection of Gramer and Humor: Linguistic Jokes in Classical Arabic Literature

ABSTRACT

The gramatical jokes produced by Arab linguists, mostly in syntax and partly morphology, constitute one of the "fun" categories in a wide range of themes of Arab humor.
As it is known, Muslim linguists, first of all, thought about the linguistic structure, sentactical and morphological features, philological delicacies of Arabic language material at a very early time with the fact that their holy book is a "means of expression" it's starting to tire. However, while this clan is heavily involved in the field with its language material, it seems that it has not neglected to record the humorous cases they experience in the course of life. The attention and efforts of both philologists and poets and witty people at this point, which give importance to the intricacies of language, have led to the accumulation of considerable amount of humor in front of us today.
One has to admit that, linguistic jokes, puns and linguistic wit, which are the gramatic details of Arabic consumables and sarf-nakhv grammatics always create an attractive and fun field of interest for those who are busy with this language, but what is the classic *nevadir* of this material not enough efforts have been made to collect them from their sources or to address the needy in a humorous context. Unfortunately, the diligence at this point applies not only to our country, but also to the wider Arab geography, which is the homeland of this language.
So, what I'm going to try to do is pointing out the addresses of the linguistic material that can be evaluated under the heading of humor in the classical literature; it will also make some comments on the density of this material, the variety of topics it deals with and the quality of the communion. In this way, the linguistic material produced by medieval Muslim intellectuals, with their high literary pleasure, is basically produced in consumable bets (perhaps to include word games, anagram samples, tashif practices, etc.) I would hope to draw attention to how

they turned it into anecdotal material, and therefore a very special branch of the ancient ulema and the udeba's contribution to the field of humor.

Keywords: Grammar, Humor, Anecdote, Classical Arabic Literature, Linguistic.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Türk-İslâm Geleneğinde Gönüllüğün Gelişimi – 587

Gökhan GÖKÇEK
Ankara Hacı Bayram Veli University
ggokcek37@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Bilal ÇANKIR
Medeniyet University
bilalcankir@gmail.com

ÖZET

Farklı coğrafyalara göç eden Türkler, kelimelerini ve organizasyon kabiliyetlerini şartlara uygun şekilde güncellemişlerdir. Bu bakımdan gönül ve gönüllülük kavramları çok çeşitli anlamlar kazanmış medeniyet tasavvurunda yeni kapıların açılmasına vesile olmuştur. Hiçbir dildeki anlam çeşitliliği Türkçedeki kadar olmayan gönül ve gönüllülük terimleri, Türklerin askeri nizamlarında, fetihlerinde ve fethedilen toprakları abad etmelerinde önemli yerler edinmiştir. İslâmiyet öncesi dönemdeki Türklerde gönüllülük, konargöçerliğin doğal bir süreci ve ordunun omurgası olmuştur. Bununla beraber İslâmiyet'in ortaya çıkışından sonra tebliğ faaliyetleri başta olmak üzere çeşitli vakıf faaliyetleri gönüllülük esasına uygun olarak ifa edilmiştir. Türklerin İslâmiyet ile müşerref olmasıyla bu iki enerjinin birleşmesi gönüllülük adına yeni pencerelerin açılmasına vesile olmuştur. Büyük Selçuklular ile beraber İslâmiyet'i kitleler halinde kabul etmeyen başlayan Türkler, Nizamiye Medreseleri öncülüğünde ilmi bir gönüllülük seferberliği başlatmış, fethedilmiş toprakların ilimle donatılmasına vesile olmuşlardır. Selçuklulardan sonra Bizans hududunda büyümeye başlayan Osmanlıların ordusunun belkemiğini yine gönüllü birlikler teşkil etmiştir. Bununla beraber merhum Barkan hocanın Kolonizatör Türk Dervişleri olarak tarif ettiği ve etrafında boy mensuplarının bulunduğu derviş meşrep kişiler, Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda gönüllü olarak aktif rol oynamışlardır. İlk Osmanlı sultanları ile beraber doğrudan gazalara katılan bu kitleler, kimsenin olmadığı tenha topraklara da yerleşerek tarım ve ilim faaliyetleriyle buraları gönüllü olarak canlandırmışlardır. Osmanlı Devleti zamanla kurumsallaşmışsa da ordusunda daima gönüllü birlikler olmuştur. Vakıflar da gönüllülük esasına dayalı olarak yeni fethedilen bölgeleri bayındır hale getirmişlerdir. Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde kurulan Hilâliahmer Cemiyeti de başta tıbbi ve insani yardımlar olmak üzere gönüllü faaliyetleri başarıyla sürdürmüş, Cumhuriyet ile beraber Kızılay adını almıştır.

Anahtar Kelimeler: Gönül, Türklerde gönüllülük, vakıflar, gönüllü birlikler.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sivil Toplum Kuruluşlarında Görev Alan Gönüllü Bireylere Erişimdeki Sorunlar – 588

Asst. Prof. Dr. Hülya Semiz TÜRKOĞLU
İstanbul University
hulyasemiz@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Bilal ÇANKIR
İstanbul Medeniyet University
bilalcankir@gmail.com

ÖZET

Uluslar devletlerin karşı karıya kaldığı bu sorunların çözümünde hükümetler ve yerel yönetimlerin yanı sıra, Sivil Toplum Kuruluşlarında tamamen gönüllülük temelinde faaliyet gösteren bireylerin etkinliği önemlidir. Yönetim, örgütlenme, yasal ve finansal sorunlar toplumda gönüllülük kavramının bilincinin yeterince oluşmaması sebebiyle gönüllülerin katılımı sağlayamaması gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Sivil toplum kuruluşlarının gönüllülerle aralarında çeşitli sorunlar çıkması her zaman olasıdır. Bu sorunların bazıları gönüllü bulamama, gönüllülerin etkin ve verimli olamaması, gönüllülerle kalıcı ilişkilerin kurulamaması vb. Bu sorunlar yanında toplumun gönüllülere karşı yanlış algı, teşvikin yetersizliği, sivil toplum kuruluşlarının işleyişleri ve yapıları gibi alt sorunları da yanında getirmektedir. Sorunların çözülememesi ve profesyonel yönetilmemesi hukuki bir mevzuatın olmamasından kaynaklanmaktadır.

Türkiye Sivil Toplum Kuruluşları (STK) araştırmalarında genellikle gönüllülükle fazla ilgilenilmemekle birlikte gönüllük kavramının sorunlarına bakılmaksızın STK'ların yapısal sorunları incelenmektedir. Gönüllükle ilgili sorunlar ve çözüm yolları her kuruluşun kendi çabaları ile giderilmeye çalışılmaktadır.

Bu çalışmamızda ülkemizde sivil toplum kuruluşlarında görev alan gönüllü bireylere erişimdeki sorunlar, gönüllülerin yaşadıkları sorunlar ve gönüllü teşekküllerin gönüllülere erişimindeki (STK'ların Gönüllü Bulma Sorunları) başlıkları altında ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum Kuruluşları, Gönüllülük, Gönüllüler

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Sivil Toplum Kuruluşlarının Yaşadıkları Sorunların Çözümü İçin İhtiyaçlar, Beklentiler – 589

Inst. Dr. Derya Semiz ÇELİK
Marmara University
deryasemiz@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Bilal ÇANKIR
Medeniyet University
bilalcankir@gmail.com

ÖZET

Sivil Toplum Kuruluşları ülkemizde ve dünyada her geçen gün önemi giderek artan ve etki alanları büyüyen bir yapıya sahip olmaktadır. Bunun yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının önemli ayağı olan İnsan Kaynağının planlanması önem kazanmıştır. STK'lar farklı olarak alanlarda ve düzeylerde örgütlenmişlerdir. STK'lar eğitimden sağlığa, afetten doğan sorunlara kadar pek çok kriz yönetimine kadar topluma yardım eli uzatmaktadır. STK'lar için gönüllülüğün aktif katılımı önemli ölçüde potansiyeldir. Gönüllülük faaliyetlerinin aktif katılımcıları genellikle genç nüfus olarak bilinirken Türkiye'de genç nüfusun daha geride kaldığı görülmektedir. Gerçekleşmiş yada gerçekleşebilecek ekonomik, çevre, siyasi ve benzer oluşabilecek çoğu sorunun çözümü için, toplum içindeki kişilerin kaliteli, sürdürülebilir kalkınma sağlayan, nitel ve nicel bağlamda aktif gönüllü katılımcı sağlayabilme, zenginleştirebilmelerine bağımlıdır.
Bu çalışmada Sivil Toplum Kuruluşlarının çözümü için ihtiyaçlar, beklentiler ve ülkemizde gönüllü faaliyetlere katılımın arttırılması için gönüllülerin beklentileri, teşviki-hakları ve yasal mevzuatlar açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca gönüllülerin eğitimi (Oryantasyon, Görevlendirme Öncesi, Görev Başında ve Sürekli Eğitim Yoluyla) hakkında da bilgiler verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum Kuruluşları, İnsan Kaynakları, Gönüllülük, Gönüllüler.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Örgüt Kültürü ve Öğrenme Yöneliminin İnovasyon Kabiliyeti Üzerindeki Etkisi – 590

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

Yavuz AFŞAR
Marmara University, SBE

ÖZET

İnovasyon, bir kişi ya da birim tarafından yeni olarak algılanan fikir, uygulama ve nesne olarak ifade edilebilir (Rogers, 1995: 11). Günümüzde işletmelerin başarıyı yakalamalarının anahtarı, inovasyon konusunda rakiplerinden daha hızlı, atak ve kaliteli olmaları olarak görülmektedir. Dolayısıyla, inovasyon çalışmalarının sadece ürün ve hizmet konularında değil, süreç, pazarlama ve örgütsel alanlarda da olması gerekmektedir. İşletmelerin inovatif davranabilmeleri, çalışanlarını bu yönde destekledikleri inovatif bir örgüt kültürü ile mümkündür (Oden, 1997: 2). Örgüt kültürü, örgütleri birbirinden ayıran, farkındalık oluşturan, örgüt üyeleri tarafından düzenlenip uygulanan ortak bir sistemdir (Robbins ve Judge, 2013: 512). Her ülkenin toplumsal bir kültürü olduğu gibi, kişilerin de kendilerine özgü karakterleri, davranış biçimleri, örgütlerin de kendilerine has kültürüleri vardır. Örgüt kültürü, örgüt çalışanlarının davranışlarını etkileyip yönlendiren, ortak değer, inanç ve eylem biçimleridir (Nahavendi ve Malekzadeh, 1999: 91). Literatürde; örgüt kültürü ile inovasyon arasındaki ilişkiler araştıran sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır (Hurley, 1995; Mohammed ve Bardai 2012). Bu araştırmalarda genel olarak örgüt kültürü firmaların inovasyon kabiliyetleri üzerinde etkili bir değişken olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda ilk araştırma hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H1: Örgüt kültürünün inovasyon kabiliyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Öğrenme yönelimi, rekabet gücünü arttırmak için bilginin yaratılması ve kullanılması konusunda kurum çapında bir etkinliği ifade etmektedir. Bu, müşterilerin ihtiyaçları, piyasadaki değişimler ve rakiplerin davranışları ilgili bilgi edinmeyi ve paylaşmayı, aynı zamanda rakiplere kıyasla daha üstün yeni ürünler yaratmak için yeni teknolojiler geliştirmeyi içermektedir. İnovasyon örgütsel öğrenme ile yakından ilişkili bir kavramdır. İnovasyon süreci yeni bilgilerin edinilmesini, yayılmasını ve kullanılmasını içermektedir (Calonteno, Çavuşgil, Zhao 2002: 515-516). İlgili literatürde örgütsel öğrenme ya da öğrenme yönelimi ile inovasyon arasındaki ilişkileri inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Baker ve Sinkula; 1999; Calonteno, Çavuşgil, Zhao 2002; Naktiyok, 2007; Avcı 2009; Eshlaghy ve Maatofi 2011; Biçkes, 2012; Demirel ve Kubba; 2014). Bu araştırmalarda da genel olarak örgütsel öğrenmenin ya da öğrenme yöneliminin inovasyon üzerinde etkili bir değişken olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda ikinci araştırma hipotezi şu şekilde belirtilebilir:

H2: Öğrenme yöneliminin inovasyon kabiliyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Değişkenler arası ilişkileri test etmek üzere hazırlanan anket formu İstanbul genelinde ağırlıklı olarak hizmet işletmelerini kapsayan yiyecek-içecek, banka, otel işletmeciliği ve sigorta çalışanlarından oluşan 205 katılımcı üzerinde uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, örgüt kültürünün alt boyutlarından klan, adhokrasi ve hiyerarşi boyutlarının inovasyon kabiliyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu; öğrenme yöneliminin alt boyutlarından öğrenmeye bağlılık, paylaşılan vizyon ve açık fikirlilik boyutlarının inovasyon kabiliyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, Öğrenme Yönelimi, İnovasyon Kabiliyeti

KAYNAKÇA

Avcı, U. (2009). Öğrenme Yönelimliliğinin Yenilik Performansı Üzerine Etkisi: Muğla Mermer Sektöründe Bir İnceleme. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 5, Sayı 10, 2009, 121–138

Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999). Learning orientation, market orientation, and innovation: Integrating and extending models of organizational performance. *Journal of market-focused management*, *4*(4), 295-308.

Biçkes, M. (2012). Örgütsel Öğrenme Ve İnovasyon İlişkisi: Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt:0, Sayı:39, 19-45.

Calantone, R.J., S.T. Çavuşgil & Y. Zhao (2002). Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance. Industrial Marketing Management 31, 515– 524.

Demirel, Y., & Kubba, Z. İ. (2014). Örgütsel Öğrenmenin Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, *9*(2), 137-151.

Eshlaghy, A. T., & Maatofi, A. (2011). Learning orientation, innovation and performance: evidence from small-sized business firms in Iran. *European Journal of Social Sciences*, *19*(1), 114-122.

Hurley, R. F. (1995). Group Culture and Its Effect on Innovative Productivity. Journal of Engineering and Technology Management. 12(1): 57-75.

Mohammed, F. A., & Bardai, B. (2012). The Role of Organizational Culture in Organizational Innovation in Higher Education Institutions – A Study of Libyan Public Universities. Australian Journal of Basic and Applied Sciences. 6(5): 175-184.

Nahavandi, A. , Malekzadeh, A. R. (1999). Organizational Behavior: The Person Organization Fit, NewJersey: Prentice Hall.

Naktiyok, A. (2007). Yenilik Yönetimi ve Örgütsel Faktörler. Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi. Cilt 21, Sayı 2, 211-230.

Oden, W. H. (1997). Innovation and Managing Corparate Culture Intrapreneurship. USA: Library of Logress Cataloging in Publication Data.

Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations. (4th ed.) New York: The Free Pres.

Robbins, S. P., Judge, T. A. (2013). Organizational Behavior, Fifteenth Edition, NewJersey: Prentice Hall.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Pozitif Psikolojik Sermayenin Görev Performansi ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştirma – 591

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

Assoc. Prof. Dr. Nihal KARTALTEPE BEHRAM
Marmara University

ÖZET

Pozitif psikolojik sermaye; bireylerin pozitif psikolojik durumları sonucunda zorlayıcı görevler karşısında başarılı olmak için kendine güvenmesi, bugün veya gelecekte başarılı olacağına ilişkin olumlu beklentiye sahip olması, zorlu hedefleri başarması ve başarıları daim kılabilmek adına oluşabilecek sorunların üstesinden gelebilmesidir (Avey vd., 2008, s. 54). Örgütlerde rekabet gücünün göstergelerinden biri kabul edilen pozitif psikolojik sermaye, kavramsal olarak ekonomik sermayeden (finansal ve somut varlıklar), beşerî sermayeden (bilgi, birikim, kabiliyet, deneyim vs.) ve sosyal sermayeden (sosyal çevre, ilişki ağı) daha farklıdır (Luthans vd., 2007, s. 20; Brandt vd., 2011, s. 269). Pozitif psikolojik sermaye, bireysel performansların arttırılması ile beraber örgütsel başarıların yakalanması amacıyla insan kaynaklarının olumlu şekilde yönlendirilmiş, ölçülebilen, geliştirilebilen ve yönetilebilen güçlü yönlerini ve bireylerin psikolojik düzeylerini araştırmaktadır. (Turner vd., 2002, s. 715). Literatürde pozitif psikolojik sermayenin bireysel iş performansı üzerindeki etkilerini araştıran çeşitli araştırmalara rastlamak mümkündür (Luthans vd., 2007: Luthans vd., 2010; Sweetman vd., 2011; Avey vd., 2010; Lifeng 2007; Öğüt ve Kaplan; 2015; Kappagoda vd.,2014). Bu araştırmalarda pozitif psikolojik sermaye genel olarak bireysel iş performansı üzerinde etkili bir değişken olarak ele alınmıştır. Ancak pozitif psikolojik sermayenin ve bireysel iş performansının alt boyutları açısından iki değişken arasındaki ilişkileri ele alan sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı pozitif psikolojik sermayenin gerek görev performansı gerekse bağlamsal performans üzerindeki etkilerini belirlemektir.

İlgili literatür taraması ışığında araştırma hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H1: Pozitif Psikolojik Sermayenin Görev Performansı Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H2:Pozitif Psikolojik Sermayenin Bağlamsal Performans Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

Araştırmada veri toplama yöntem olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Oluşturulan anket formu hizmet sektöründe çalışan beyaz yakalı 245 kişi üzerinde uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; pozitif psikolojik sermayenin alt boyutlarından öz yeterlilik boyutunun görev performansı üzerinde; dayanıklılık ve umut boyutlarının bağlamsal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Pozitif Psikolojik Sermaye, Görev Performansı, Bağlamsal Performans

REFERENCES

Avey, J. B., Nimnicht, J. L., & Graber Pigeon, N. (2010). Two field studies examining the association between positive psychological capital and employee performance. *Leadership & Organization Development Journal*, *31*(5), 384-401.

Brandt, T., Gomes, J., & Boyanova, D. (2011). Personality and Psychological Capital as Indicators of Future Job Success? A Multicultural Comparisan Between Three European Countries. *The Finnish Journal of Business Economics*(3), 263-289.

Kappagoda, U. W. M. R., Othman, P., Zainul, H., & Alwis, G. (2014). The impact of psychological capital on job performance: Development of a conceptual framework, *European Journal of Business and Management*. *6 (15), 143-154.*

Lifeng, Z. (2007). Effects of Psychological Capital on Employees' Job Performance, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior [J]. *Acta Psychologica Sinica*, *2*, 18.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel psychology*, *60*(3), 541-572.

Luthans, Fred, Youssef, Carolyn, M., Avolio, ve Bruce, L. (2007). Psychological Capital: Developing The Human Competitive Edge. *Oxford University Press.*, New York.

Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human resource development quarterly*, *21*(1), 41-67.

Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). Relationship between positive psychological capital and creative performance. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, *28*(1), 4-13.

Öğüt A., Kaplan, M. (2015). Sağlık Sektöründe Psikolojik Sermayenin İş Performansı Üzerindeki Etkisi, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (30), 86-99.

Turner, N., Barling, J., ve Zaharatos, A. (2002). Positive Psychology at Work. *Handbook of Positive Psychology, 52*, 715-728.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Örgütsel Bağlılık ve İş Gören Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi: Banka Çalışanları Örneği – 592

Melike KIRBAŞ
Istanbul Commerce University, Graduate School of Social Sciences
Business Administration Ph.D. Program
melikekirbas@hotmail.com

ÖZET

Örgütlerin temelini çalışanlar yani insanlar oluşturmaktadır, dolayısıyla her bir çalışanın kendisini örgütün bir üyesi ve parçası olarak görmesi oldukça önemli ve gereklidir. Tüm çalışanların, liderlerin yani hiyerarşide en alt tabakadan en üst tabakada iş görenlerin tutum ve beklentileri örgütsel bağlılığı meydana getirmektedir. Örgütsel bağlılığın ulaştığı düzey, bir yandan da değişen koşullara adapte olabilme becerisidir. İşte bu bağlılık neticesinde örgütün başarı performansı da devam edecektir. Örgüt bağlılığı, çalışanların ve yöneticilerin iş performansına mutlaka etkide bulunacak ve sonucunda üretilen mal ya da sunulan hizmetin kalitesinde artış yaşanacağı aşikardır.

Teknoloji ve ekonominin yükselen bir ivme ile artması ile birlikte son yıllarda dünyanın genelinde ve Türkiye'de bankacılık sektörü ciddi bir gelişme ve büyüme göstermiştir. Dolayısı ile hizmet kalitesi ve niteliği perspektifi ile bankalar kendi aralarında belirgin farklar oluşturmaya başlamış ve bankacılık sektörünün sadece teknolojiye değil, insan unsuruna da yatırım yapmasını zorunluluk haline getirmiştir. Bankalar kendi çalışanlarını uzun süre istihdam etmek için insan kaynakları politikalarını iyileştirme yoluna gitmişlerdir. Çalışan bağlılığını ve buna bağlı olarak çalışan performansını üst düzeyde tutmak istikrarlı olduğu sürece anlamlıdır. Banka çalışanlarının performans sonuçları, çalışanların şirkete duydukları bağlılığı, örgütsel vatandaşlık davranışlarını, diğer çalışanlar arasındaki iletişimini ve sonuç olarak kariyer performansını etkilemektedir.

Bu çalışmanın amacı, bankacılık sektöründe iş görenlerin örgütsel tutumları dikkate alınarak örgütsel bağlılık düzeyleri ile algılanan iş performansları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Dolayısı ile araştırma sorusu "çalışanın örgütsel bağlılığı ile iş performans arasında ne tür bir ilişki vardır?" şeklinde ifade edilmiştir. Araştırma evreni İstanbul'un Bakırköy ilçesinde yer alan banka şubelerinde iş görenler olarak belirlenmiştir. Evreni temsil etmesi açısından tesadüfi örnekleme yöntemi ile 480 katılımcıdan anket aracılığı ile veri toplanmıştır. Yapılan analizlerde örgütsel bağlık ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (£a=,921), performans ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ise (£a=,919) olarak belirlenmiştir. Buradan hareketle her iki ölçeğin de oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiş ve toplanan verilerin analizlere uygun olduğu saptanmıştır. İlgili istatistiksel analizlere dayalı bulgulara göre; örgütsel bağlılık ölçeği ile performans ölçeği arasındaki korelasyon değeri (,811*) olarak belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık ile çalışan performansı arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların örgütsel bağlılık ifadelerine vermiş oldukları cevapların ortalamalarına (4'ün üzerinde) ve kişisel performans ifadelerine vermiş oldukları cevapların ortalamalarına (4'ün üzerinde) bakıldığında genel olarak oldukça yüksek bir örgütsel bağlık düzeyine ve yüksek derecede kişisel performansa sahip oldukları söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel bağlılık, iş gören performansı, bankacılık sektörü.

Analysis of The Relationship Between Organizational Commitment and Employee's Performance: Bank Employees Example

ABSTRACT

The basis of the organizations is the employees, i.e. the people, so it is very important and necessary for each employee to see himself / herself as a member and part of the organization. The attitudes and expectations of all employees, leaders, i.e. those who work from the lowest level to the highest level in the hierarchy, constitute organizational commitment. The level reached by organizational commitment is also the ability to adapt to changing conditions. As a result of this commitment, the successful performance of the organization will continue. It is obvious that organizational commitment will have an impact on the work performance of employees and managers and as a result there will be an increase in the quality of the goods produced or the services offered.

The banking sector in Turkey and across the world has shown significant development and growth in recent years with the growth of technology and the economy with a rising momentum. Therefore, with the perspective of service quality and substance, the banks started to make significant differences among themselves and made

it necessary for the banking sector to invest not only in technology but also in the human element. The Banks have gone on to improve their human resources policies in order to employ their own employees for a long time. Maintaining employee loyalty, and therefore employee performance at a high level, is meaningful as long as it is stable. The performance results of the Bank's employees affect their commitment to the company, organizational citizenship behaviors, communication among other employees and consequently their career performance.

The aim of this study is to examine the relationship between organizational commitment levels and perceived business performance by taking into account the organizational attitudes of those employed in the banking sector. Therefore, the research question is expressed as "what kind of relationship is there between the employee's organizational commitment and job performance?". The research population was determined as those working in the bank branches located in the Bakırköy district of İstanbul. In order to represent the population, data were collected from 480 participants by random sampling method. In the analyses, the reliability coefficient of the organizational commitment scale (£ a =, 921) and the reliability coefficient of the performance scale (£ a =, 919) were determined. From this point on, both scales were found to be highly reliable and the data collected was determined to be suitable for analyses. According to the findings based on the statistical analyses; The correlation value between organizational commitment scale and performance scale was determined as (,811*). A high level of positive correlation was determined between organizational commitment and employee performance. Furthermore, when we look at the averages of responses (above 4) to statements of organizational commitment and the averages of responses (above 4) to statements of personal performance, it can be said that participants generally have a very high level of organizational commitment and a high degree of personal performance.

Keywords: Organizational commitment, employee’s performance, banking sector.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Restorant ve Cafe Sahiplerinin Sektöre Yatırım Yapma Amacı ve Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Alan Araştırması – 594

Prof. Dr. Said KINGIR
Sakarya Uygulamalı Bilimler University
saidkingir@subuedu.tr

Inst. Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU
Ağrı İbrahim Çeçen University
hseyhanlioglu93@gmail.com

Rıdvan GÖR
Sakarya Uygulamalı Bilimler University
ridvangor@gmail.com

ÖZET

Yaşadığımız yüzyılda işletmeler, artan rekabet koşulları içerisinde yeni yatırımlara girmek ve sürdürülebilir gelişmeyi sağlayabilmek için pek çok farklı stratejiler izlemektedirler. Bu çalışmada, Sakarya ili özelinde restoran ve cafe işletmecilerinin yatırım yapacakları sektöre yönelik kararlarını etkileyen unsurlar ve Sakarya'daki bu girişimcilerin girişimcilik eğilimleri incelenecektir. Sakarya'da faaliyet gösteren ve restoran cafe niteliğinde işletmeye sahip yirmi beş girişimci, araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Nitel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada, birincil veriler yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda, sektör tercihinde etkili olan en önemli unsurların, sektördeki açığın oluşturduğu avantaj, öğrenci yoğunluğu ve bu sektöre yönelik girişimcinin sahip olduğu yetenek olduğu bulunmuştur. Araştırmaya katılanların aile işini devam ettirme durumlarına bakıldığında, yarısı aile işini devam ettirme veya aile işine paralel işler yapma eğilimindedir. Sektörün tercihinde etkili olan diğer unsurlar ise, yüksek kazanç potansiyeli, girişimcinin alan ile ilgili aldığı eğitimler, gelişime ve büyümeye elverişli olmasıdır.
Anahtar Sözcükler: Girişimcilik, Girişimcilik eğilimi, Yatırım

Purpose of Restaurant and Cafe Owners To Invest In The Sector And Field Research On Entrepreneurship Trends

ABSTRACT

In the current century, businesses are pursuing many different strategies in order to enter new investments and ensure sustainable development under increasing competition. In this study, the factors that affect the decisions of restaurant and cafe operators for the sector they will invest in and the entrepreneurship tendencies of these entrepreneurs in Sakarya will be examined. The sample of the study consisted of twenty-five entrepreneurs operating in Sakarya and operating as a restaurant cafe. In the study, where qualitative research method was preferred, primary data were collected by semi-structured interview technique. As a result of the research, it was found that the most important factors affecting the sector choice were the advantage created by the deficit in the sector, the density of students and the talent of the entrepreneur for this sector. Looking at the status of the family members in the study, half of the participants tend to continue the family business or to do business parallel to the family business. Other factors influencing the choice of the sector are the high earning potential, the entrepreneur's training in the field, and being suitable for development and growth.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Investment

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Talaşlı İmalatta Kullanılan Kesici Takımların Üretim ve Satış Performansını Etkileyen Faktörlerin SWARA Yöntemi ile Değerlendirilmesi – 595

Graduate Student Beyza BİROL
Kocaeli University
birol.beyza@hotmail.com

Asst. Prof. Dr. Serdar YARLIKAŞ
Kocaeli University
serdar.yarlikas@kocaeli.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı talaşlı imalatta kullanılan kesici takımların üretim ve satış performansını etkileyen kriterlerin önem düzeylerini belirlemektir. Böylece bu çalışma kesici takımların üretim ve satış durumları hakkında analiz yapmak isteyen uzmanlara hangi kritere daha fazla önem vermeleri gerektiği hususunda yardımcı olacaktır. Çalışmanın kriterleri literatür taraması ile belirlendi. Literatür taramasının sonuçlarına göre, beş temel kriter " malzeme kalitesi, malzeme maliyeti, müşteri talebi, malzemenin piyasadaki tanınırlığı, imalat süreci kolaylığı" olarak belirlendi. Karar verme anketi talaşlı imalat alanındaki üç uzman ile gerçekleştirildi. Anket kapsamında, öncelikle, karar vericilerin her biri kriterleri önem seviyesine göre azalan bir şekilde sıraladılar, daha sonra ise her bir kriterin göreceli önem seviyesini belirttiler. Son olarak, SWARA yöntemi ile anketten elde edilen veri kullanılarak her bir kriterin önem seviyesi belirlendi. SWARA Yönteminin sonuçlarının değerlendirilmesi ile, en az önemli kriterin imalat süreci kolaylığı olduğu ortaya çıkarken, en önemli kriterin ise malzeme kalitesi olduğu ortaya çıktı.

Anahtar Kelimeler: Talaşlı İmalat, Kesici Takımlar, Üretim Performansı, Satış Performansı, SWARA Yöntemi.

Evaluation of Factors Affecting Production and Sales Performances of Cutting Tools used in Machining Through SWARA Method

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the importance level of criteria affecting the production and sales performances of cutting tools used in machining. Thus, this study will guide experts who want to make analysis about the production and sales situation of cutting tools about which of the criteria they should give more importance to. The criteria of the study was determined through literature survey. According to the results of literature survey, five main criteria was determined as "material quality, material cost, customer demand, recognition of material in the sector, easiness of manufacturing process. The decision making questionnaire was carried out with three experts in the field of machining. In the scope of the questionnaire, first of all, each of the decision makers sorted the criteria in descending order of "Importance of Criteria", then they expressed the relative importance of each of the criteria. Finally, Through the SWARA Method, the importance level of each of the criteria was determined by using the data obtained from the questionnaire. As a result of the evaluation of SWARA method results, it was revealed that the most important criterion was material quality, while the least important criterion was easiness of manufacturing process.

Keywords: Machining, Cutting Tools, Production Performance, Sales Performance, SWARA Method.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Dönüşümcü ve Özgür Bırakıcı Liderlik Türlerinin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri: Kamu Hastanesinde Bir Uygulama – 596

Res. Asst. Dr. Zehra Binnur AVUNDUK
İstanbul University Cerrahpaşa Vocational School of Social Sciences
Marketing and Advertising Department
avundukz@istanbul.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Güner ÇÖL
İstanbul University Cerrahpaşa Vocational School of Social Sciences
Management and Organization Department
gunercol@istanbul.edu.tr

ÖZET

Gün geçtikçe zorlaşan rekabet ortamında önde olmayı amaçlayan işletmeler, bu yarışın en önemli aktörü olan deneyimli işgörenleri bulmak, kadrosuna katmak ve bünyesinde muhafaza etmek zorundadır. Bu da ancak kadrosuna dâhil ettiği işgörenlerde bağlılık duygusunu oluşturmak ve bu duyguyu güçlendirmekle mümkündür. Bağlılığın oluşturulmasında ve güçlendirilmesinde en önemli görev kuşkusuz örgüt içi liderlere düşmektedir. Çünkü örgüt içi liderlerin sergiledikleri liderlik tarzları ve davranışları işgörenlerin çalıştıkları kuruma duydukları bağlılığın oluşumunda son derece önemlidir. Buradan hareketle bu çalışmada, dönüşümcü liderlik ve özgür bırakıcı liderliğin örgütsel bağlılık türleri üzerine etkilerini araştırmak amaçlanmıştır. Örneklem olarak İstanbul'daki önemli bir kamu hastanesinde geçici kadroda çalışan işgörenler belirlenmiştir. Veri toplama aracı olarak 5'li Likert ölçeğiyle hazırlanan anket formları kullanılmıştır. Dönüşümcü ve özgür bırakıcı liderlik için Avolio, Bass ve Jung'ın 1999 yılındaki çalışmasında yer alan Çok Faktörlü Liderlik ölçeği, örgütsel bağlılık için ise Allen ve Meyer'in 1990 yılında geliştirdikleri ölçek kullanılmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeği, devam bağlılığı, duygusal bağlılık ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Araştırmada yöntem olarak yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Veriler, IBM SPSS ve AMOS programları kullanılarak istatistiki testlerle değerlendirilmiş ve güvenilir-geçerli sonuçlara ulaşılmıştır. Yapılan analizlerin sonucunda dönüşümcü liderliğin örgütsel bağlılığın her üç boyutu üzerinde de yüksek derecede anlamlı ve pozitif etkisi olduğu bulunmuştur. Özgür bırakıcı liderliğin ise devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi söz konusuyken, duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dönüşümcü Liderlik, Özgür Bırakıcı Liderlik, Örgütsel Bağlılık, Kamu Hastanesi.

The Effects of Transformational and Laissez-Faire Leadership Types on Organizational Commitment: A Study in Public Hospital

ABSTRACT

In today's challenging competitive environment, firms are aiming to get ahead. For this purpose they have to find, employ and retain qualified employees whom are important actors in this competition. This is probably possible by creating a sense of commitment and empowering that sense of employees in the staff. Undoubtedly, the most important task in the creation and strengthening of the commitment fall to the internal leaders. Because the leadership styles and behaviors exhibited by the internal leaders are very important in the formation of the employees' commitment to the organization they work for. Thus, in this study, it is aimed to investigate the effects of transformational and laissez-faire leadership on organizational commitment types. The sample includes employees working in temporary staff in an important public hospital in Istanbul. Data were collected using a 5-point Likert scale. Transformational and laissez-faire leadership types were measured using the Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ) developed by Avolio, Bass and Jung (1999) and organizational commitment types were measured using the scale developed by Allen and Meyer (1990). The organizational commitment scale consists of three dimensions: continuance commitment, affective commitment and normative commitment. Structural equation modelling was used as the research method. Data were evaluated with statistical tests using IBM SPSS and AMOS programmes and reliable-valid results were obtained. As a result of the analyses performed, transformational leadership has a highly significant and positive effect on all three dimensions of organizational

commitment. On the other hand, laissez-faire leadership has a significant and positive effect on continuance commitment and normative commitment, but there is not a significant relationship on the affective commitment.

Keywords: Transformational Leadership, Laissez-faire Leadership, Organizational Commitment, Public Hospital.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Avrupa Birliği ve Kadın Girişimciliği – 597

Inst. Esin ÖMER ULUKAYA
Trakya University
esinomer@trakya.edu.tr

Inst. Senem DEMİRKIRAN
Trakya University
senemdemirkiran@trakya.edu.tr

ÖZET

Kadınlar, girişimciliği iş ve aile gibi faktörlerden ötürü erkeklere oranla daha az tercih etmektedirler. Avrupa Komisyonu kadınların girişimciliği daha fazla tercih etmelerini sağlamak amacıyla, kadın girişimcilerin iş kurarken ve işletirken karşılaştıkları zorlukları aşmalarını ve finansmana erişim sağlamalarını, bilgiye ulaşmalarını, eğitim almalarını, iş amaçlı ağlara erişim sağlamalarını, iş sahibi olmaları gibi ana zorlukları ortadan kaldırmak için AB ülkeleri ile işbirliği yapmaktadır. Avrupa Birliği Komisyonu, küçük işletmeler yasası ve girişimcilik 2020 eylem planı aracılığıyla kadın girişimciliğini teşvik etmekte ve desteklemektedir.

Bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; komisyonun kadın girişimcileri destekleme araçları olan; WEgate Platformu, Avrupa Kadınlar İş Melekleri Topluluğu ve Kadın Girişimciler, Kadınların Girişimciliğini teşvik eden Avrupa Ağı (WES), Avrupa Kadın Girişimcilik Elçileri Ağı, Avrupa Kadın Girişimciler için Mentor Ağı incelenmiştir. İkinci bölümde ise; Avrupa Birliği'nin Türkiye'deki kadın girişimciler için destekleri incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Girişimcilik, Kadın Girişimci.

European Union and Women Entrepreneurship

ABSTRACT

Women prefer entrepreneurship less than men because of factors such as work and family. In order to enable women to choose entrepreneurship more, the European Commission has been able to overcome the difficulties of women entrepreneurs to overcome the difficulties they face in establishing and operating business and to provide access to finance, to access information, to receive training, to have access to business networks, to have business, and to eliminate the difficulties of cooperation with EU countries. operate. The European Commission promotes and supports women's entrepreneurship through the small business law and the entrepreneurship 2020 action plan.

This study consists of two parts. In the first section; which are the tools of the commission to support women entrepreneurs; Wegate Platform, European Women Business Angels Community and Women Entrepreneurs, European Network for Women Entrepreneurship (WES), European Women Entrepreneurs Envoy Network, European Mentor Network for Women Entrepreneurs were examined. In the second part; The European Union's support for women entrepreneurs in Turkey were examined.

Keywords: European Union, Entrepreneurship, Women Entrepreneur.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

1990'lı Yıllardan Sonra Avrupa Birliği'nin Batı Balkanlara Yönelik Politikası – 598

Inst. Esin ÖMER ULUKAYA
Trakya University
esinomer@trakya.edu.tr

ÖZET

Batı Balkanlar stratejik konumu, önemli denizlere bağlantısının olması ve coğrafi konumu nedeniyle tarihsel süreç boyunca önemli bir geçiş alanı olmuştur. Bunun sonucu olarak her zaman bölgesel ve küresel mücadelelere ev sahipliği yapmıştır. Balkanlar uzun yıllar boyunca, Antik Yunan, Roma İmparatorluğu, Bizans İmparatorluğu ve Osmanlı İmparatorluğunun hâkimiyeti altında bulunmuştur. Etnik, kültürel, dinsel ve siyasal farklılıklar Balkanların zenginliğini ortaya çıkarsa da çoğu zaman çatışmalara da zemin hazırlamıştır.

Bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; 1990'lı yıllardan sonra Batı Balkanlarda yaşanan siyasi, ekonomik ve sosyal gelişmeler yer almaktadır. Soğuk Savaşın sona ermesi ve Balkanlara yansıması, Yugoslavya'nın dağılma süreci, Bosna Hersek ve Kosova savaşları ve etkileri incelenmektedir. İkinci bölümde; 1990'lı yılların ardından Avrupa Birliği'nin Batı Balkanlara yönelik politikası incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Batı Balkanlar, Avrupa Birliği, AB Politikası.

The European Union's Policy for the West Balkans After 1990's

ABSTRACT

The Western Balkans has been an important transit area throughout the historical process due to its strategic location, connection to important seas and geographical location. As a result, it has always hosted regional and global struggles. The Balkans have been under the rule of Ancient Greece, Roman Empire, Byzantine Empire and Ottoman Empire for many years. Although ethnic, cultural, religious and political differences reveal the wealth of the Balkans, they have often prepared the ground for conflicts.

This study consists of two parts. In the first section; After the 1990s, political, economic and social developments in the Western Balkans took place. The end of the Cold War and its reflection on the Balkans, the disintegration process of Yugoslavia, the wars of Bosnia and Herzegovina and Kosovo and their effects are examined. In the second part; Following the 1990s, the European Union's policy towards the Western Balkans is examined.

Keywords: Western Balkans, European Union, EU Policy.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Makyaj Malzemesi Ürünü Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeylerinin SWARA Yöntemi ile Değerlendirilmesi – 600

Graduate Student Merve ÖZDEMİR
Kocaeli University
merveozdemir1472@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Serdar YARLIKAŞ
Kocaeli University
serdar.yarlikas@kocaeli.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı makyaj malzemesi ürünü seçimini etkileyen kriterlerin önem düzeylerini belirlemektir. Çalışmanın kriterleri literatür taraması ile belirlendi. Literatür taramasının sonuçlarına göre, sekiz temel kriter " fiyat, marka, kalite, kalıcılık, çeşitlilik, sağlık, cilde uyum, doğal ürün" olarak belirlendi. Karar verme anketi makyaj malzemesi alanındaki üç uzman ile gerçekleştirildi. Anket kapsamında, öncelikle, karar vericilerin her biri kriterleri önem seviyesine göre azalan bir şekilde sıraladılar, daha sonra ise her bir kriterin göreceli önem seviyesini belirttiler. Son olarak, SWARA yöntemi ile anketten elde edilen veri kullanılarak her bir kriterin önem seviyesi belirlendi. SWARA Yönteminin sonuçlarının değerlendirilmesi ile en az önemli kriterin çeşitlilik olduğu ortaya çıkarken, en önemli kriterin ise cilde uyum olduğu ortaya çıktı.

Anahtar Kelimeler: Makyaj Malzemesi Ürünü, Önem Düzeyi, Ürün Seçim Faktörleri, SWARA Yöntemi.

Evaluation of the Importance Level of Factors Affecting Cosmetic Product Selection Through SWARA Method

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the importance level of criteria affecting the cosmetic production selection. The criteria of the study was determined through literature survey. According to the results of literature survey, eight main criteria were determined as "price, brand, quality, permanence, diversity, health, compatibility with skin, natural product". The decision making questionnaire was carried out with three experts in the field of cosmetics. In the scope of the questionnaire, first of all, each of the decision makers sorted the criteria in descending order of "Importance of Criteria", then they expressed the relative importance of each of the criteria. Finally, Through the SWARA Method, the importance level of each of the criteria was determined by using the data obtained from the questionnaire. As a result of the evaluation of SWARA method results, it was revealed that the most important criterion was compatibility with skin, while the least important criterion was diversity.

Keywords: Cosmetic Product, Importance Level, Product Selection Factors, SWARA Method.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Devlet ve Özel Üniversitelerin Hazırlık Sınıflarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Kullandıkları Ders Çalışma, Öğrenme ve Motivasyon Stratejileri – 601

Prof. Dr. Asım YAPICI
Ankara SocialSciencesUniversity, IslamicSciencesFaculty, Ankara, Turkey

Assoc. Prof. Dr. M. Oğuz KUTLU
CukurovaUniversty, Faculty of Education, Adana, Turkey

Inst. Ceylan YILMAZ
CagUniversity, Faculy of ArtsandScience Mersin, Turkey

Inst. S. Alper ZEREYALP
CukurovaUniversity, Foreign Language Education Center, Adana, Turkey

ÖZET

Günümüzde öğretim bilimi; daha etkili, daha verimli ve ilgi çekici öğrenmenin nasıl sağlanabileceği sorusuna odaklanmıştır. Okul başarısı doğrudan doğruya zeka, hız, hırs veya benzer özelliklere sahip olmakla değil, öncelikle ders çalışma becerilerini ve zamanı etkili bir şekilde yönetebilme isteği ve yeteneğiyle ilgilidir. Öğrencilerin nasıl öğreneceklerini, nasıl hatırlayacaklarını, kendi kendilerini nasıl motive edip kontrol edebileceklerini bilmeleri ve bunlarla ilgili stratejileri kullanmaları, öğrenmelerini daha etkili, verimli ve ilgi çekici hale getirebilir.

Bu araştırmanın temel amacı; 2018-2019 eğitim - öğretim yılında Devlet ve Özel Üniversitelerin lisans kademesine geçişte İngilizce hazırlık sınıflarında öğrenim gören öğrencilerin ders çalışma, öğrenme ve motivasyon stratejilerini hangi düzeyde kullandıklarını belirlemektir. Betimsel türde, tarama modelinde bir çalışma olan araştırmanın örneklemini; Çukurova Üniversitesi (Devlet) ve Çağ Üniversitesindeki(Özel)İngilizce hazırlık sınıflarında öğrenim gören 303 öğrenci oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak Kutlu, Yapıcı ve Korkmaz'ın geliştirdikleri (2015), 46 madde ve beş alt boyuttan oluşan "Lise Öğrencileri İçin Bir Ders Çalışma ve Öğrenme Stratejileri Ölçeği"kullanılmıştır.

Yapılan t-testi analizlerinde devlet ve özel üniversitelerin hazırlık sınıflarında öğrenim gören öğrencilerin arasında; "Öğrenilenleri İlişkilendirme (.954)" ve "Öğrenmede Kendine Güven Duyma" alt boyutlarında (.179) bir fark görülmezken, "Öğrenilenleri Tekrar Etme" (.000), "Öğrenmede Kararlılık Gösterme (.002)" ve "Öğrenmeden Zevk Alma (.000) alt boyutları arasında özel üniversite lehine anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Motivasyon Stratejileri, Öğrenme Stratejileri, Ders Çalışma Becerileri, İngilizce Öğretimi.

ABSTRACT

Today, instructional science has focused on the question of how to achieve more effective, more efficient and interesting learning. School success is not directly related to intelligence, speed, ambition, or the like, but primarily to the desire and ability to effectively manage the time and skills of study. Students know how to learn, how to remember, how to motivate and control themselves and use strategies to make learning more effective, productive, and engaging.

The main purpose of this research is to determine the level of study, learning and motivation strategies of the students studying in English preparatory classes during the transition to undergraduate level of State and Private Universities in 2018-2019 academic year. In the descriptive type, the sample of the study, which is a study in the screening model; constitutes 303 students from English preparatory classes at Çukurova University (State) and Çağ University (Private). As data collection tool, 'A Study and Learning Strategies Scale for High School

Students' consisting of 46 items and five sub-dimensions developed by Kutlu, Yapıcı and Korkmaz (2015) was used.
In the t-test analysis, among the students studying in the preparatory classes of public and private universities; while there was no difference in Associating Learned (.954)"and Self-Confidence in Learning" sub-dimensions (.179), there was a significant difference in favor of private university between Repeating Learned "(.000), Stability in Learning (.002)" and Learning to Enjoy (.002) sub-dimesions.

Keywords: Motivation Strategies, Learning Strategies, Study Skills, Teaching English.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması[3] – 602

Prof. Dr. Kürşad ZORLU
Yozgat Bozok University
kzorlu77@gmail.com

Res. Assist. Dr. Fatma KORKMAZ
Kırşehir Ahi Evran University
ftmttkk1@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmada, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarının iş tatmin düzeyleri üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu kapsamda öncelikle iki boyutta ele alınan örgütsel vatandaşlık davranışı ve tek boyutta ele alınan iş tatmini hakkında kavramsal çerçeve sunulmuş, ardından araştırma kısmında gerçekleştirilen anket uygulamasına yönelik bulgu ve sonuçlar ortaya konulmuştur. Araştırma örneklemini Kırşehir Ahi Evran Üniversitesinde görev yapmakta olan 272 idari personel oluşturmaktadır. Araştırmada nicel veri analizi uygulanmış, model olarak yapısal eşitlik modellemesi ve ankette ise 5'li Likert ölçeği tercih edilmiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışını ölçmek için, William ve Anderson (1991)'in geliştirdiği, Runhaar vd., (2013)'ün uyarladığı ''Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği''; iş tatmin düzeylerini ölçmek için ise, Brayfield ve Rothe (1951)'in geliştirdiği, Lambert vd., (2007)'in uyarladığı ''İş Tatmini Ölçeği'' kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 ve AMOS 24 paket programlarından yararlanılmıştır. Ölçeklerin geçerlilik testi için doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik için Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Ayrıca kurulan yapısal eşitlik modeli ile olası etkinin varlığı ve düzeyi incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde çalışanların işyerinde örgütsel vatandaşlık davranışlarının ne yönde değişiklik gösterdiği buna karşılık çalışanların iş tatminlerinin etkilenme düzeyi tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, İş Tatmini, Yapısal Eşitlik Modellemesi.

[3] Bu çalışma, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince, IIB.A4.18.016 Proje Numarası ile Desteklenmektedir.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İş Performansı ile Örgütte Kalma Niyeti Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi – 603

Res. Assist. Dr. Fatma KORKMAZ
Kırşehir Ahi Evran University
ftmttkk1@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı iş performansı ile örgütte kalma niyeti arasındaki ilişkilerin analiz edilmesidir. Bu sebeple, öncelikle iş performansı ve örgütte kalma niyetine yönelik kavramsal çerçeve oluşturulmuş ve bugüne kadar yapılmış olan literatür çalışmalarından söz ederek kavramsal açıdan nasıl ele alındıkları ve iş performansı ile örgütte kalma niyeti arasındaki ilişkiyi açıklayan benzer çalışmalar üzerinde durulmuştur. Daha sonra araştırma kısmında gerçekleştirilen anket uygulamasına yönelik bulgu ve sonuçlar ortaya konulmuştur. Araştırma örneklemi Kırşehir ilinde faaliyette bulunan sivil toplum kuruluşlarının 254 çalışanından oluşmaktadır. Araştırmada nicel veri analizi uygulanmış ve bu kapsamda oluşturulan ankette ise 5'li Likert ölçeği tercih edilmiştir. İş performansını ölçmek için, Kirkman ve Rosen (1999)'un geliştirdiği, Sigler ve Pearson (2000) tarafından yapılan çalışmada kullanıldığı, Çöl (2008)'ün Türkçe'ye uyarladığı ''İş Performansı Ölçeği''nden; örgütte kalma niyetini ölçmek için ise, Gellatly, Meyer ve Luchak (2006) tarafından geliştirilen ve Karadeniz (2010) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ''Örgütte Kalma Niyeti Ölçeği''nden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Ölçeklerin geçerlilik testi için açımlayıcı faktör analizi, güvenilirlik için Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Ayrıca değişkenler arasındaki olası ilişkinin varlığı ve düzeyi korelasyon analizi ile tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular kapsamında çalışanların iş performans düzeyleri ile örgütte kalma niyetleri arasındaki ilişkinin düzeyi ve yönü ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İş Performansı, Örgütte Kalma Niyeti, Sivil Toplum Kuruluşları.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Çalışanların İşe Tutkunluk ve Örgütsel Özdeşleşme Düzeylerinin Analizi: Kırşehir İli Örneği[4][5] - 604

Res. Assist. Dr. Fatma KORKMAZ
Kırşehir Ahi Evran University
ftmttkk1@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. İsmail GÖKDENİZ
Kırıkkale University
isgokdeniz@gmail.com

Prof. Dr. Kürşad ZORLU
Yozgat Bozok University
kzorlu77@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmada, çalışanların işe tutkunluk ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin demografik değişkenler açısından analiz edilmesi ve aralarındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak işe tutkunluk ve örgütsel özdeşleşmeye yönelik kavramsal çerçeve sunulmuş, değişkenler arasındaki ilişkilere değinilmiş, ardından araştırma kısmında yapılan anket uygulamasına ilişkin bulgu ve sonuçlar ortaya konulmuştur. Araştırmanın örneklemini Kırşehir ilinde kamu ve özel sektörden olmak üzere toplam 1032 çalışan oluşturmaktadır. Araştırmada nicel veri analizi uygulanmış ve bu kapsamda oluşturulan ankette ise 5'li Likert ölçeği tercih edilmiştir. Çalışanların işe tutkunluk düzeylerini ölçmek için, Shaufeli vd., (2006)'nin geliştirmiş olduğu UWES ''İşe Tutkunluk Ölçeği''nin 9 maddelik kısa versiyonu kullanılmış; örgütsel özdeşleşme düzeylerini ölçmek için ise, Mael ve Asforth (1992)'un geliştirmiş olduğu 6 maddelik ''Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği''nden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 ve AMOS 24.0 paket programları birlikte kullanılmıştır. Ölçeklerin geçerlilik testi için doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik için Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Demografik özellikler açısından farklılıkların belirlenmesi için anket uygulamasından elde edilen veriler t-testi, ANOVA (varyans) analizi ve Tukey-HSD yöntemleriyle analiz edilmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki olası ilişkinin varlığı ve düzeyi korelasyon analizi ile tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşe Tutkunluk, Örgütsel Özdeşleşme.

[4] Bu çalışma; Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü ''Babacan(Paternalist) Liderlik Davranışının, Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisinde Çalışanların İşe Tutkunluk Düzeylerinin Aracılık Rolü: Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırmalı Bir Analiz" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

[5] Bu çalışma, Kırıkkale Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince, 2017/039 Proje Numarası ile Desteklenmiştir.

Örgütsel Kültürün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: TR83 Bölgesinde Bir Araştırma – 605

Assoc.Prof.Dr.Yücel EROL
Tokat Gaziosmanpaşa University
yucel.erol@gop.edu.tr

Lecturer Aysel ASLAN
Samsun Ondokuzmayıs University
arslanaysel61@gmail.com

Lecturer Saadet GÜNDÜZ
Tokat Gaziosmanpaşa University
sgurelgurel@gmail.com

ÖZET

Kültürel özellikler bakımından her toplum farklılık gösterebilmektedir. Dolayısıyla, toplumların kendi amaçlarını gerçekleştirmek üzere kurdukları örgütlerde de birbirinden farklı kültürel yapılar görülmektedir. Bu kültürel özelliklerin tümü aynı zamanda toplumsal kültürün bir yansıması olarak örgütsel kültürü oluşturmaktadır. Örgüt kültürü birçok konu üzerinde etki ettiği gibi örgütteki bireylerin paylaşımcı olması ile çok yakından ilgili bir konu olan örgütsel bağlılık üzerinde de etkili olduğu yapılan çalışmalarla desteklenmektedir. Bu çalışmanın amacı örgüt kültürü algısının örgütsel bağlılık üzerine etkilerini incelemeye yöneliktir. Araştırma konusu ile ilgili literatüre bakıldığında, örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine çalışma yapılmış olmasına rağmen Meslek Yüksek Okullarında görev yapan öğretim elemanları üzerinde yapılan akademik çalışmalar yetersiz sayıdadır. Meslek Yüksek Okulları Üniversitelerin bünyesinde yer alan ve insanların bir meslek sahibi olması açısından önemli örgütlenmelerdir. Araştırma verileri TR83 bölgesinde yer alan üniversitelerin merkez kampüslerindeki Meslek Yüksek Okullarından toplanmıştır. Bu okullarda çalışan 131 öğretim görevlisinden rastgele seçilen 116 öğretim görevlisine anket uygulanmıştır. Örgüt kültürü ile ilgili Harrison'un dörtlü örgüt kültürü (hiyerarşi, başarı, güç, destek) tiplemesi model alınarak Mamatoğlu (2006) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Araştırmada örgütsel bağlılık ölçeği olarak Meyer, Allen, & Smith (1993) tarafından geliştirilen versiyon kullanılmıştır. Türkçe' ye adaptasyon çalışmaları Yıldırım (2002) ve daha birçok araştırmacı tarafından yapılmış ve kullanılmıştır. Analiz aşamasında, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkileri regresyon analizi ile aralarındaki ilişkiler ise korelasyon analizi ile açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca veriler t-testi, varyans (ANOVA) analizi ve Tukey-HSD yöntemleriyle istatistiki analize tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular değerlendirilerek yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, Örgütsel Bağlılık, TR83 Bölgesi

The Effect of Organizational Culture on Organizational Commitment: A Research in the TR83 Region

ABSTRACT

In terms of cultural characteristics, each society may differ. Therefore, different cultural structures are seen in the organizations established by societies to realize their own goals. All of these cultural features also constitute organizational culture as a reflection of social culture. Organizational culture has an impact on many subjects as well as the organizational commitment which is closely related to the sharing of individuals in the organization. The aim of this study is to examine the effects of organizational culture perception on organizational commitment. When the literature on the subject of the research is examined, although there are studies on the relationship between organizational culture and organizational commitment, academic studies on the academic staff working in the Vocational High Schools are insufficient. Vocational Schools are important organizations within the structure of universities and in terms of people having a profession. The research data were collected from the Vocational High Schools in the central campuses of the universities located in the TR83 region. A questionnaire was applied to 116 lecturers randomly selected from 131 lecturers working in these schools. The scale developed by Mamatoğlu (2006) was used by taking Harrison's quadruple organizational culture (hierarchy, success, power, support) typing as a model for organizational culture. The version developed by Meyer, Allen, & Smith (1993)

was used as the organizational commitment scale. Adaptation studies to Turkish have been made and used by Yıldırım (2002) and many other researchers. In the analysis phase, the effects of the variables on each other were explained by regression analysis and the relations between them were explained by correlation analysis. In addition, data were analyzed by t-test, variance (ANOVA) analysis and Tukey-HSD methods. The findings were evaluated and interpreted.

Keywords: Organizational Culture, Organizational Commitment, TR83 Region

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Basketbol Hakemlerinin Özyeterlikleri ve Karar Verme Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi – 606

Afşın KILIÇ
AnkaSpor, Istanbul Turkey
afsin_kilic_1907@hotmail.com

Asst. Prof. Dr. Çiğdem ÖNER
Istanbul Gelisim University, Istanbul Turkey
esenlik@cigdemoner.com.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, basketbol hakemlerinin özyeterlikleri ve karar verme stilleri arasındaki ilişkisinin incelenmesidir. İlişkisel tarama modelinin uygulandığı araştırmanın çalışma grubunu İstanbul'da yaşayan 302 klasman hakemi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak, Kişisel Bilgi Formu, Melbourne Karar Verme Ölçeği I-II (MKVÖ I-II) ile Hakem Öz Yeterlik Ölçeği (HÖYÖ) kullanılmıştır. İstatistiksel analizlerde SPSS 25.0 programı kullanılmış, anlamlılık düzeyi $p<0,05$ olarak kabul edilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde; betimleyici istatistiklerin yanı sıra araştırma değişkenlerinin demografik değişkenler açısından karşılaştırılması amacıyla bağımsız gruplar için t-testi, Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi için Pearson korelasyon analizi, nihai olarak karar verme üzerinde etkili olan öz yeterlik alt boyutlarını saptamak üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda, HÖYÖ fiziksel yeterlik alt boyutu ile MKVÖ I ve MKVÖ II'nin dikkatli ve erteleyici karar verme stili arasında, HÖYÖ oyun bilgisi alt boyutu ile MKVÖ I ve MKVÖ II'nin dikkatli, erteleyici ve kaçıngan karar verme stilleri arasında, HÖYÖ karar verme alt boyutu ile MKVÖ I ve MKVÖ II'nin dikkatli, erteleyici, kaçıngan ve panik karar verme stilleri arasında, HÖYÖ baskı alt boyutu ile MKVÖ I ve MKVÖ II'nin dikkatli karar verme stili arasında, HÖYÖ iletişim alt boyutu ile MKVÖ I ve MKVÖ II'nin dikkatli, erteleyici, ve panik karar verme stilleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ayrıca, MKVÖ I ile MKVÖ II'nin dikkatli karar verme stili arasında pozitif yönde, MKVÖ I ile MKVÖ II'nin erteleyici ve panik karar verme stilleri arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda, HÖYÖ baskı ve iletişim alt boyutlarının karar vermede özsaygıyı, HÖYÖ oyun bilgisi ve karar verme alt boyutlarının dikkatli karar verme stilini, HÖYÖ karar verme boyutunun kaçıngan, erteleyici ve panik karar verme stilini yordadığı saptanmıştır. Bulgulara göre, hakemlerin özyeterlikleri arttıkça, karar vermede özsaygılarının da arttığı, dikkatli karar verme stillerinin artan özyeterlikle birlikte arttığı, karar vermedeki özsaygı artışıyla erteleyici ve panik karar verme stillerinin azaldığı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Basketbol Hakemleri, Özyeterlik, Karar Verme Stilleri, Spor Psikolojisi, Spor Yönetimi.

Investigation of the Relationship Between Basketball Referees's Self Efficacy and Decision Making Styles

ABSTRACT

This study aims to investigate the relationship between Basketball Referees' self-efficacy and decision-making styles. The study group of the research, based on relational screening model, covers 302 class referees living in Istanbul. As data collection tools, Personal Information Form, Melbourne Decision Making Questionary I-II (MDMQ I-II), and Referee Self-Efficacy Scale (REFS) were used. Statistical analyses were done through SPSS 25.0, and the significance level was accepted as $p<0.05$. In analyzing the data, besides descriptive statistics, to compare research variables in terms of demographic variables t-test for independent groups, Pearson product-moment correlation analysis, and one-way ANOVA were applied. To evaluate the relationships between research variables Pearson correlation analysis and to determine the sub-dimensions of self-efficacy that influence decision-making styles, multiple linear regression analyses were used. The results have shown, that there was a significant positive relationship between REFS's physical competence sub-dimension and MDMQ I and MDMQ II's vigilant and suspensive decision-making styles; between REFS's play knowledge subdimension and MDMQ I and MDMQ II's vigilant, suspensive and avoidant decision-making styles; between REFS's decision making sub-dimension and MDMQ I and MDMQ II's vigilant, suspensive, avoidant and panic decision-making styles; between REFS's pressure sub-dimension and MDMQ I and MDMQ II's vigilant decision-making styles; between REFS's

communication sub-dimension and MDMQ I and the MDMQ II's vigilant, suspensive and panic decision-making styles. In addition to these, it has been found that there are meaningful relationships between MDMQ I and MDMQ II's vigilant decision-making styles in a positive and between MDMQ I and MDMQ II's suspensive and panic decision-making styles in a negative direction. As a result of the regression analysis, it was found that REFS's pressure and communication sub-dimensions predicted self-esteem in decision making, REFS's game knowledge, and decision-making sub-dimensions predicted vigilant decision-making style, and REFS's decision-making sub-dimension predicted avoidant, suspensive and panic decision-making style. According to the findings, it can be said that beside basketball referees' self-esteem in decision-making, their vigilant decision-making style also increases with increasing self-efficacy, and in addition to these suspensive and panic decision-making styles decrease with increasing self-esteem in decision-making.

Keywords: Basketball Referee, Self-Efficacy, Decision-Making Styles, Sport Psychology, Sport Management

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Restoranlarda Instagram Kullanımı: Çeşme'deki Restoranlara Yönelik Bir Araştırma – 610

Assoc. Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ
İzmir Kâtip Çelebi University
burcu.oksuz@ikc.edu.tr

ÖZET

Sosyal medya müşterilere bilgi aktarma, hizmetleri tanıtma ve etkileşim kurma açısından restoranlara önemli fırsatlar sunmaktadır. Instagram son zamanların en popüler mecralarından biri olarak, diğer işletmelere benzer şekilde restoranlar tarafından da yoğun şekilde kullanılmaktadır. Hizmetlerin görsel unsurlarla desteklenerek sunulması ve video paylaşımı gibi hususlar, bu işletmelerin müşterilerle daha etkili iletişim kurabilmelerine katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmada restoranların Instagram'ı nasıl kullandıklarını ortaya koyabilmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Çeşme'de faaliyet gösteren ve TripAdvisor sitesinde kullanıcılardan en yüksek puanı alan ilk beş restoranın bir yıllık süredeki Instagram kullanımlarına yönelik bir analiz yapılmıştır. Çalışma kapsamında restoranların Instagramı bilgi verme ve etkileşim sağlama gibi hangi amaçlarla kullandıkları tespit edilmiştir. Restoranların paylaşımları müşteri etkileşimi açısından değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Instagram, Restoran, Müşteri Etkileşimi, Sosyal Medya.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Örgütsel Cazibeyi Belirleyen Faktörler: Potansiyel Çalışanlar Bir İşverenden Ne Bekler? – 611

Assoc. Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ
İzmir Kâtip Çelebi University
burcu.oksuz@ikc.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, farklı mesleklerden kişilerin örgütlere iş başvurusu yaparken hangi faktörleri göz önünde bulundurduklarını ortaya koymaktır. Bu amaçla Fen Bilimleri, Beşeri Bilimler, İletişim Bilimleri, İktisadi ve İdari Bilimler, Sağlık Bilimleri, Mühendislik/Mimarlık Bilimleri alanlarında eğitim alarak mezun olmuş ve çalışma hayatın atılmış 480 kişiye yönelik (Her bir alanda 80 kişi) İzmir'de anket tekniğinin uygulandığı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere göre iş başvurusunda en fazla etkili olan ilk dört faktör; çalışma ortamı, maaş, kariyer fırsatları ile iş ve yaşam dengesi olarak sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel cazibe, iş başvurusu, potansiyel çalışanlar, işveren.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

‘Nutellam Olmadan Asla’: Kriz İletişiminde Tüketicilerin Marka Savunuculuğu – 612

Assoc. Prof. Dr. Burcu ÖKSÜZ
İzmir Kâtip Çelebi University
burcu.oksuz@ikc.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Yelda Özlem KÖLGELİER
Adnan Menderes University

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, markaların yaşadıkları krizlerde tüketicilerin bir marka savunucusu olarak nasıl hareket ettiklerini ve markayı eleştiren diğer kişilere/tüketicilere nasıl mesajlar verdiklerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Nutella’nın yaşadığı Palm Yağı krizinde Nutella tüketicilerinin markayı nasıl savunduklarına dair bir araştırma yürütülmüştür. Çalışma kapsamında kriz sürecinde Nutella’nın resmi Facebook sayfasında paylaşılmış Nutella’yı eleştiren tüketici yorumlarına karşı bazı tüketicilerin markayı nasıl savundukları ve eleştirilere nasıl yanıt verdikleri incelenmiştir. Analiz yapılırken Johansen ve diğerlerinin (2016) araştırmalarında kullandıkları metin analizi yöntemi temel alınmıştır. Hata oranını azaltmak amacıyla tüketicilerin yorumları farklı zamanlarda iki kez incelenmiş; bazı tüketicilerin Nutella’yı korumak adına adeta bir marka elçisi olarak hareket ettikleri görülmüştür. Nutella’yı savunan tüketici yorumlarının olumsuz yorumlardan daha fazla olduğu saptanmıştır. Elde edilen verilere göre, tüketiciler sevdikleri ve bağlı oldukları markaları korumak adına kriz dönemlerinde dâhi savunuculuk rolü üstlenebilmektedir.

Anahtar kelimeler: Kriz iletişimi, kriz, marka, marka savunuculuğu.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

E-Ticaretin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Firma Örnekleri – 613

Ümit DAĞLI
Selçuk Üniversitesi
umitdagli51@outlook.com

ÖZET

Giderek şiddetlenen rekabet ortamında firmalar, geleneksel pazarlama yöntemlerin yanında müşteri odaklı bir yaklaşım olan modern pazarlama tekniklerini de kullanmak zorundadırlar. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak tüketicilerin internet kullanımlarının artması, tüketici davranışlarının belirlenmesi ve ürünlerin pazarlanması konusunda firmaları elektronik ortamda daha fazla ticaret yapmaya yönlendirmektedir.
Maliyet avantajı nedeniyle ürünlerin daha düşük fiyatla sunulabilmesi, satın alınacak ürünlerin daha kolay ve daha hızlı bulunulabilmesi elektronik ticaretin temel avantajları olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmada, elektronik ticareti tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etkisi ele alınacak olup; elektronik ticaret konusunda başarı sağlamış firma örnekleri ortaya konacaktır.

Anahtar Kelimeler: Teknolojik Gelişme, Modern Pazarlama Teknikleri, Tüketici Davranışları, E-Ticaret.

The Impact of E-Commerce on Consumer Behavior: Company Examples

ABSTRACT

In an increasingly fierce competitive environment, companies have to use modern marketing techniques that are customer-oriented as well as traditional marketing methods. Due to technological developments, increasing internet usage of consumers, determination of consumer behavior and marketing of products leads companies to do more trade in electronic environment.
The main advantages of electronic commerce are that the products can be offered at lower prices due to the cost advantage, and that the products to be purchased are easier and faster to find. In this study, the effect of electronic commerce on the buying behavior of consumers will be discussed. examples of companies that have succeeded in electronic commerce will be revealed.

Keywords: Technological Development, Modern Marketing Techniques, Consumer Behavior, E-Trade.

Hizmet Sektöründe Algılanan Liderlik Tarzları ve Yöneticiye Güven: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama – 614

Assoc. Prof. Dr. Nesrin ŞALVARCI TÜRELİ
Isparta Uygulamalı Bilimler University
nesrintureli@isparta.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Gözde MERT
Nişantaşı University
gozde.mert@nisantasi.edu.tr

ÖZET

Hizmet, insan ihtiyaçlarının insani çaba ve eylemlerle karşılandığı emek yoğun ve insani bir süreçtir. Hizmet süreci, müşteriler için değere dönüştürülmüş girdi kaynaklarının etkin kullanımı ile ilgilidir. Hizmet sürecinin sonunda işletmenin varlıkları ve yetenekleri müşteri için değere dönüşürken, hizmet işletmesi için ekonomik sonuçlara dönüşmektedir. Verimliliği yüksek bir süreç sonunda müşteri için bir değer üretilmiş, hizmet sağlayıcı için uygun bir kâr etkisinin sağlanmış olması gerekir. Hizmet sürecinde girdi kaynakları görünüşte daha verimli kullanılmasına rağmen algılanan müşteri değeri değişebilir, işletmenin kâr yeteneği de aynı olmayabilir. Bu nedenle, hizmet çalışanı ve yöneticisi, işletmenin başarısında ve dağıtımında önemli rol oynar. Hizmet çalışanı yetersizse ve yönetimine güveni yoksa, hizmetin teknik anlamda çıktısı başarısız olur ve işletme açısından zarar meydana gelir. Müşteri, çalışanların beceri eksikliğini algılar ve bu durum işletmenin fonksiyonel kalitesinin algısını düşürür. İşletme personelinin teknik becerisi, kalitesi ve verimliliğinin eş zamanlı gelişmesi gerekir. Bu süreçte yöneticinin liderlik tarzı ve yöneticiye olan güven önem arz etmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmanın amacı bankacılık sektöründe çalışanların liderlik tarzlarının algısı ile yöneticilerine duyduğu güven arasındaki ilişkiyi ampirik olarak analiz etmektir. Bu amaçla, öncelikle algılanan liderlik tarzı ve yöneticiye güven kavramları açıklanmıştır. Bu çerçevede, Ogbonna ve Harris tarafından geliştirilen liderlik tarzlarının üç boyutu ele alınmıştır. Yöneticiye güven ölçeği ise McAllister tarafından ortaya konulan iki boyut açısından incelenmiştir. Araştırma verileri İstanbul'da bulunan bankalarda uygulanmış olup, 200 kişi bu araştırmaya katılmıştır. Neden-sonuç ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla çalışmada, basit doğrusal korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonucunda algılanan liderlik tarzı ve yöneticiye güven arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Liderlik Tarzı, Algılanan Liderlik Tarzı, Yöneticiye Güven, Bankacılık Sektörü.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Toksik Liderliğin Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma – 615

Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ
Marmara University, Faculty of Business Administration
denizboru@marmara.edu.tr

Res. Asist. Taha Yusuf ÇAKAREL
Istanbul Kultur University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
t.cakarel@iku.edu.tr

Ozan Emre UFACIK
PhD Student, Marmara University, Instiitute of Social Science
ozanemreufacik@gmail.com

Gökhan ARSLAN
PhD Student, Marmara University, Institıute of Social Science
gokhanarslan87@hotmail.com

ÖZET

Adeta bir şemsiye gibi (Schmidt,2008) içerisinde yıkıcı liderlik, otoriter liderlik, narsist liderlik, kaba-zorba liderlik gibi liderlik türlerinden bazı negatif özellikleri barındıran toksik liderlik (Özer ve diğ., 2017; Reyhanoğlu ve Akın, 2016), kısaca örgütte yöneticilerin çalışanlara karşı olumsuz tavırlar sergilemesi olarak ifade edilebilir. Schmidt (2008) toksik liderlerin çalışanların refahını göz ardı ettiğini, empatiden yoksun olduklarını, tehdit veya otorite ile iş yaptırdıklarını, kendilerine odaklanmış olduklarını ifade etmektedir. Bu yüzden toksik liderle çalışanların işten ayrılma, kuruma bağlanmama, tükenme gibi davranışlar gösterebilecekleri vurgulanmaktadır. Bu sonuçlardan biri de çalışanların sinizme yönelmeleri, sinik davranışlar göstermesidir. Sinizm; iş görenin yöneticiler, çalışma arkadaşları ya da çalıştığı kuruma karşı küçümseme, umutsuzluk, hayal kırıklığı ve hor görme gibi olumsuz duygular ve güvensizlik hissetmesidir (Andersson, 1996). Sinizm üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, sinizmin; etkili olmayan liderlik ve yönetim davranışından da etkilendiği görülmektedir (Türköz ve diğ., 2013). Bu çalışmada da çalışanların toksik liderlik algılarının sinik davranışları üzerindeki etkisi inceleme konusu yapılmıştır. Çalışmanın örneklemini İstanbul'da bir otomotiv firmasından çalışan 160 kişi oluşturmaktadır. Anket yöntemi kullanılarak yapılan araştırmada Brandes, Dharwadkar ve Dean (1999) tarafından geliştirilen ve Kalağan (2009) tarafından Türkçeye çevrilerek uyarlaması yapılan 13 ifadeli "Örgütsel Sinizm Ölçeği" ile Schmidt (2008) tarafından geliştirilen ve Çelebi, Güner ve Yıldız (2015) tarafından Türkçeye çevirip uyarlanan 30 ifadelik Toksik Liderlik Ölçeğinden faydalanılmıştır. Ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulandıktan sonra araştırmanın modeli test etmek üzere regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlardan toksik liderlik algısının çalışanların sinik davranışları üzerinde açıklayıcı etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan alt boyutlar açısından bakıldığında duygusal sinizm üzerinde toksik liderliğin değer bilmezlik boyutunun, davranışsal sinizm üzerinde toksik liderliğin değer bilmezlik ve olumsuz ruhsal durum boyutlarının, bilişsel sinizm üzerinde de olumsuz ruhsal durum boyutunun açıklayıcı katkısı olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca demografik değişkenlerden sadece medeni durumun analizlerde anlamlı bir farklılık ortaya koyduğu görülmüştür. Toksik Liderlik algısıyla, bekârların evlilere göre daha çok sinik davranış gösterdikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinizm, Örgütsel Sinizm, Toksik Liderlik

The Relationship Between Toxic Leadership And Organizational Cynicism: A Research In The Automotive Sector

ABSTRACT

Toxic leadership can be described as an "umbrella" (Schmidt,2008), which contains some negative features such as destructive leadership, authoritarian leadership, narcissistic leadership, vulgar-bullying leadership (Özer et al., 2017; Reyhanoğlu and Akın, 2016). In short, it can be expressed as the negative attitude of the managers towards the employees in the organization. Schmidt (2008) states that toxic leaders ignore the welfare of employees, lack

empathy, engage in threats or authority, and focus on themselves. Therefore, it is emphasized that employees with toxic leaders may behave like quitting, not being connected to the institution, and being exhausted. One of these results is that employees tend to cynicism and show cynical behaviors. Cynicism; It is that the employee feels negative feelings and insecurity such as scorn, despair, frustration and contempt for managers, colleagues or the institution where he/she works (Andersson, 1996). When the studies on cynicism are examined, cynicism; ineffective leadership and management behavior (Türköz et al., 2013). In this study, the effect of employees' perceptions of toxic leadership on their cynic behavior was investigated. The sample of the study consists of 160 people working in an automotive company in Istanbul. In the study which was conducted by using the questionnaire method, "Organizational Cynicism Scale" was used to create the survey. "Örgütsel Sinizm Ölçeği" was developed by Brandes, Dharwadkar and Dean (1999) and translated into Turkish by Kalağan (2009) was used. In addition, the Toxic Leadership Scale, developed by Schmidt (2008) and translated into Turkish by Çelebi, Güner and Yıldız (2015), was also used. After the confirmatory factor analysis was applied to the scales, regression analysis was performed to test the research model. The results revealed that the perception of toxic leadership had an explanatory effect on the cynical behaviors of the employees. In terms of the sub-dimensions that emerged as a result of factor analysis, it was understood that the value of toxic leadership on emotional cynicism, the value of toxic leadership on behavioral cynicism and the negative mental state dimensions on cognitive cynicism were the explanatory contribution of cognitive cynicism. In addition, only marital status among demographic variables revealed a significant difference in the analyzes. With the perception of Toxic Leadership, it is revealed that singles behave more cynically than married people.

Keywords: Cynicism, Organizational Cynicism, Toxic Leadership

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Communications in Digital World – 616

Inst. Pelin OZKUZEY
pelinozkuzey@gmail.com

ABSTRACT

Management approaches accommodating changes are important for outcome in business world and communication effectiveness. Collaboration plays an important factor. This paper focuses on the construct of communication and how it is effects sales & marketing activities and outcomes. First it presents another way to observe digital life: eco-systems and digital world . Next, it discusses the fact that while digitalization enhances our business production it is beneficial to our own productivity it also affects our business life providing better performances. Communication entails kindness, recognizing one's shared humanity beneficial for our business environment that we are a part of. A questionnaire called digitalization communication Scale is used to measure the effect of digitalization on our business sales & marketing communications. Finally, this article suggests that digitalization may offer benefits to business world. Research is presented so as to show that digitalization provides great benefits and brings success to business environments.

Keywords: Management, Digitilization, Advertising, Communication, Effectiveness.

Değer Yönelimli Girişimcilik Stratejileri – 617

Assoc. Prof. Dr. Nesrin ŞALVARCI TÜRELİ
Isparta Uygulamalı Bilimler University
nesrintureli@isparta.edu.tr

ÖZET

Uzun yıllar boyunca kendileri ve paydaşları için finansal değer yaratmakla yükümlü olduğunu düşünerek hareket eden işletmeler, son dönemde yenilikçi yaklaşımla paydaşları için yüksek değer yaratacak rekabet stratejileri arayışına girdi. Ekonomik çevrede varlıkları ve yetenekleri olmadan girişimin başarılı olması mümkün değil anlayışı yerine bugün gelinen noktada varlıklar ve yeteneklerin başarı için ön şart olmadığı ispatlanarak, rakiplerle kıyaslamaya ve müşterilerin verdiği değerle başarı ölçülmeye ve değerlendirilmeye başlandı. Girişimcilik literatüründe pek çok kaynak çevresel ve sosyal sürdürülebilir değer stratejiler için işletmelerin amaçlarını yeniden tanımlamasını gerektiğini ve rekabetçi, güvenli, uzun ömürlü bir örgüt için yöneticilerin/girişimcilerin aktif olarak tüm paydaşlar için değer yaratma potansiyelini ortaya çıkarması gerektiğini ifade etmektedir. Bu çalışmada değer yaratma stratejilerinin dengeye yönelik bir girişimcilik yaklaşımında uygulanabilirliği analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Değer, Değer Yaratma, Girişimcilik, Strateji, Değer Yaratma Stratejileri.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kadın Girişimcilerin Öz yeterlilik Algılarının Belirleyicileri – 618

Asst. Prof. Dr. Senem NART
Bandırma Onyedi Eylul University
snart@bandirma.edu.tr

Prof. Dr. Sima NART
Sakarya University
snart@sakarya.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin bütün endüstri dallarında en fazla önem verilen dinamiklerden biridir. Bunun başlıca nedeni, girişimciliğin yeni ürün ve pazarları tespit ederek, yeni bir ekonomik faaliyet başlatması veya var olan bir ekonomik faaliyeti büyüterek değer yaratmasıdır. Girişimcilik, aynı zamanda ülkelerin sosyokültürel, politik, düşünsel değişimlerinde de öncü rol oynamaktadır. Örneğin girişimcilik, önceki yıllarda daha ziyade erkeklere özgü bir alan olarak değerlendirilirken zamanla kadınların da katkılarını ve faaliyetlerinin değerlendirildiği bir anlayışa dönüşmüştür. Böylece literatürde "kadın girişimci" kavramı yerini almıştır. Kadın girişimci, fikri ile sermayesini birleştirerek yeni bir işletme kuran, değer ve istihdam yaratan kadındır. Yeni istihdam olanakları yaratma ve kadının toplumsal statüsünü güçlendirme potansiyeli açısından değerlendirildiğinde oldukça kritik bir konudur. Çünkü kadınlar gittikçe zenginleşen girişimcilik ekosisteminin ve ekonomik gelişiminin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Öte yandan, Türkiye'de kadın girişimcilerin oranı, erkeklere nazaran oldukça düşüktür. Bunun temel nedeni, kadınların girişimcilik serüvenlerinin sosyal, psikolojik, ekonomik ve politik yönleri olan uzun ve karmaşık bir yapıya sahip olmasıdır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, kadın girişimcilerin öz yeterlilik algılarının belirleyicilerini analiz etmektir. Nitel bir araştırma tasarımı kapsamında kurgulanan çalışmanın örneklemini 15 kadın girişimci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak literatür taraması sonucu araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Elde edilen bulguların kadın girişimcilerin özellikle kişisel psikolojik algılarının pozitif yönde geliştirilmesi konusunda ipuçları sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimcilik, Özyeterlilik İnancı, Risk Alma Eğilimi

Antecedents of Female Entrepreneurs' Self-Efficacy Perceptions

ABSTRACT

Entrepreneurship is one of the most important dynamics of developed and developing countries in all industries. The main reason for this, it has led off a new economic activity by identify new products and market or it has created value by expand an existing economic activity. They also play a role in the socio-cultural, politic, intellectual changes of the countries. For example, while the entrepreneur is considered as an area special only to men in previous years in due course, it was transformed into the descriptions of also women's contribution and activities. In this way, the concept of female entrepreneur has taken its place in the literature. The woman entrepreneur is a woman who creates a value and employment by combining her idea with her capital. It is an critical issue when evaluated in terms of its potential to create new employment opportunities and strengthen women's social status. Because women are an important part of the entrepreneurial ecosystem and economic development, which is becoming increasingly rich. On the other hand, the percentage of female entrepreneurs in Turkey is very low compared to men. The main reason for this, women's entrepreneurship adventures have a long and complex structure with social, psychological, economic and political aspects. The aim of this study is to analyze the determinants of self-efficacy perceptions of women entrepreneurs. The sample of the study, which was designed within the scope of a qualitative research design, consists of 15 female entrepreneurs. In the research, semi-structured interview form developed by the researchers as a result of literature review. Data were analyzed using descriptive analysis method. The findings are expected to provide clues about the positive psychological development of personal entrepreneurial perceptions of women entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Self-Efficacy Belief, Risk Taking Tendency

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Investigation of The Relationship Between Talent Management and Organizational Commitment – 619

İlhan ALYAY
Bahçeşehir University
ilhanalyay@gmail.com

Kerim KARADAL
Bahçeşehir University
kerimkaradal@gmail.com

Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU
Uludağ University
zeyyatsabuncuoglu@yahoo.com

ABSTRACT

In today's business world, enterprises investigate the organizational behaviors of employees in order to maintain and increase their profitability. They analyze the behaviors of the employees to work on the possible detected problems and make improvements. Academicians, on the other hand, work on human behaviors with different methods and hypotheses again and again to get the optimization of relationship between the conceptual behaviors. By investing in machinery in the industrial revolution, it was possible to keep efficiency and performance at the highest level. Later, it was understood that technology, information flow and method developments should be added to machinery investments. In today's information age; Recognizing that human resources are the most important tool for organizations to protect their assets and attracting talented employees and hiring them has become an important issue. With the understanding that the management system of the organizations affects the commitment of the employees, it is very close to the transition of new management systems whose employee retention will be at the highest importance level. Placing the employees according to their potentials and wishes and creating back up for positions according to the renewal organizational charts provide dual benefits for both the enterprises and the employees. Keeping employees in the organization, increasing their loyalty and maintaining key positions ensures that resources are optimized for Talent Management, whose value is more understood day by day. The aim of this study is to investigate the relationship between perception of talent management and organizational commitment and to make a case study. In the academic research, the relationship between the two concepts is examined in depth by using basic and very recent sources. In this research, the effects of the two concepts to each other are investigated with the questions asked to the employees. The findings supporting and contributing to the literature will also be a source for practitioners.

Keywords: Organizational Behaviour, Talent Management, Organizational Commitment

Yetenek Yönetimi İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

ÖZET

Günümüz iş hayatında işletmeler, karlılıklarını korumak ve arttırmak için çalışanların örgütsel davranışları araştırmaktadırlar. Uygulamacıların çalışanların davranışlarını analiz etmekte, tespit edilen olumsuzluklar için çalışmakta ve iyileştirmeler yapmaktadırlar. Akademisyenler ise değişmeyen veya kopyalanmayan insan davranışları farklı metotlarla ve hipotezlerle tekrar tekrar çalışmaktadırlar.

Sanayi devriminde makineye yatırım yapılarak, verimliğin ve performansın en üst düzeyde tutulması olasıydı. Fakat daha sonrasında ise teknoloji, bilgi akışı ve metot gelişimleri ile makine yatırımlarının da ilave edilmesi gerektiği anlaşıldı. Günümüz bilişim çağında ise; organizasyonların varlıklarını korumakta en önemli aracın insan kaynağı olduğunun farkına varıldı. Yetenekli çalışanları cezbedip onları işe almak organizasyonların en önemli stratejilerinden biri haline geldi.

Organizasyonların yönetim sisteminin çalışanların bağlılığını etkilediğinin anlaşılması ile işletmeler bağlılığın en üst önem düzeyinde olacağı yönetim sistemlerine geçmektedirler. Çalışanların potansiyellerine ve isteklerine göre yerleştirilmesi ve de yeni organizasyon şemalarına göre çalışanların yedeklenmesi hem kurum ve hem de çalışanlar için iki taraflı fayda sağlayan yönetimlerin tercih edilmesine sebebiyet vermektedir. Gün geçtikçe değeri daha fazla anlaşılan yetenek yönetimi için çalışanların organizasyonda tutulması, bağlılıklarının arttırılması ve kilit pozisyonların korunması kaynakların en iyi duruma getirilmesini sağlamaktadır.

Yürütülmekte olan çalışmada yetenek yönetiminden duyulan memnuniyet algısı ile hissedilen örgütsel bağlılıklarının arasındaki ilişkinin akademik olarak araştırılması ve örnek bir vaka çalışması yapılması amaçlanmıştır. Yapılan akademik araştırmada temel ve yakın zaman kaynakların kullanılarak iki kavramın birbirleri arasındaki ilişkisi derinlemesine incelenmiştir. Araştırma için seçilen örnek kümede aylık ücretli çalışanlara sorulan sorularla yapılan çalışmada iki kavramın birbirlerine olan etkisi araştırılmaktadır. Literatürü destekleyen ve katkı sağlayan bulgular aynı zamanda uygulamacılar için de kaynak niteliği taşıyabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, Yetenek Yönetimi, Örgütsel Bağlılık

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Görme Engelliler İçin İş Oryantasyon Yöntemlerinin Belirlenmesi ve Uygulanması – 620

Eylem ÖZEN
Nişantaşı University, Business Management
ozeneylem@gmail.com

Prof. Dr. Asım SALDAMLI
Mardin Artuklu University
asimsaldamli@gmail.com

ÖZET

İşe alıştırma programı çalışanın işletme ile ilk karşılaşması olarak düşünüldüğünde keyifli ve unutulmaz bir deneyim olması gerekmektedir. Bu programın öncelikli bir öğe olması gerekir. Bu nedenle dikkatlice planlanmış bir program çalışanın geçişine yardımcı olur, kuruluş hakkında iyi hissetmesini sağlar ve heyecan ve coşkuyu artırır. Bu programların odak noktası, yeni çalışanı kuruma entegre etmeye ve ilişkiler kurmaya başlamaya yardımcı olmalıdır. İşe alıştırma programları, çalışanın ve işletmenin verimliliği ve başarısı için oldukça önemli bir konudur. Bu konunun özellikle engellilerle ilgili işe alıştırma programlarında bir düzenlemenin yapılması ayrıca önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, dünyada ve Türkiye'de uygulanan yöntemlerden hareketle görme engelliler için işe alıştırma yöntemlerinin belirlenmesi ve bu doğrultuda görme engelliler için işe alıştırma kılavuzu hazırlanmasıdır. Bu amaçla İstanbul genelinde görme derecesi %40-%100 olan otuz sekiz kişi ile mülakat yoluyla veriler toplanmış ve içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir.
Engelli bireylerin tümüne ulaşmanın zor olması ve deneklerle çalıştıkları işletmelerde görüşme imkânlarının kısıtlı olması ve araştırmacının kendisinin de %80 görme engelli olması nedeni ile örneklem seçiminde kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak, sınırların uçlarında bu araştırma gerçekleştirilmiştir.
Elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan görme engellilerin eğitim seviyesinin oldukça yüksek olduğu, aldıkları eğitim seviyesi doğrultusunda öğretmen, işçi, memur, avukat, muhasebeci, öğretim görevlisi, psikolog, sosyolog, uzman ve yöneticilik gibi her tür meslekte çalışabildikleri görülmüştür. Diğer bir bulgu ise, işe uyum programlarının genellikle işyerlerinde ihmal edildiği, uygulama yapılan işletmelerde ise programların ihtiyaçları tam anlamıyla karşılamadığı anlaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar arasında işe yeni başlayan görme engelli çalışanların heyecanlı, şaşkın ve tedirgin oldukları yer almaktadır. Bu nedenle yapılacak işe alıştırma programları ile olumsuz duyguların ortadan kalkacağı düşünülmektedir. Elde edilen sonuçlardan hareketle işe uyum programlarının mutlaka yapılması gerektiği ve programların daha düzenli, planlı ve istek ve ihtiyaçlara cevap verecek şekilde hazırlanması gerektiği ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: İşe Alıştırma Programı, Görme Engelliler, Engelliler, Oryantasyon

Determination and Application of Job Orientation Methods for the Visually Impaired

ABSTRACT

Considering that the recruitment program is the employee's first encounter with the business, it should be a pleasant and memorable experience. This program needs to be a priority item. Therefore, a carefully planned program helps the employee transition, makes him feel good about the organization, and increases excitement and enthusiasm. Focus of these programs should help integrate new employees into the workplace and start building relationships with them. Recruitment programs are a very important issue for the efficiency and success of the employee and the business. It is also important to make an arrangement of this issue in the recruitment programmes, especially for the disabled. The aim of this research is to determine the methods of employment for the visually impaired based on the methods applied in Turkey and the visually impaired and to prepare a training guide for the visually impaired. For this purpose, data were collected through interviews with thirty-eight people with a visual level of 40-100% in Istanbul and analyzed by content analysis method.
Because it is difficult to reach all persons with disabilities and the opportunities to interview in the enterprises where they work and the researcher himself is 80% visually impaired, therefor this research was carried out at the ends of the borders using snowball sampling method.

According to the findings, the level of education of the visually impaired who participated in the study was quite high. They were able to work in all kinds of professions such as teachers, workers, civil servants, lawyers, accountants, lecturers, psychologists, sociologists, specialists and managers. Another finding is that work compliance programs are often neglected in the workplace, and in the enterprises where the application is carried out, the programs do not fully meet the needs.
Among the results of the study are that visually impaired employees who are just starting out are excited, confused and anxious. For this reason, it is thought that negative emotions will disappear with the training programs to be done. Based on the results obtained, it can be stated that work orientation programs must be made, and programs should be prepared more regularly, planned and to meet the needs and wishes.

Keywords: Recruitment Program, Visually Impaired, Disabled, Orientation

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılığa ve Çalışan Performansına Etkileri – 621

Mehtap YALÇIN
Nişantaşı University, Business Management
yalcinnmehtap@gmail.com

Prof. Dr. Asım SALDAMLI
Mardin Artuklu University
asimsaldamli@gmail.com

ÖZET

Araştırmanın konusu; iş doyumu, örgütsel bağlılık ve örgütsel desteğin iş performansına olan etkilerinin kamu ve özel bankalarda çalışan bankacılar üzerinde yapılan bir inceleme ve değerlendirmedir.
Bu çalışmanın amacı, örgütsel bağlılık kavramıyla bütünleşen bu örgütsel tutumlar dikkate alınarak, bankacılık sektöründe hizmet veren çalışanların örgütsel destek algılarının örgütsel bağlılık düzeyleri ve iş doyumu düzeyleri ile ilişkisi olup olmadığının saptanmasıdır. Ayrıca literatürdeki çalışmalar doğrultusunda örgütsel destek algısının, örgütsel bağlılığı ne yönde ve düzeyde etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.
Veri toplama aracı olarak kullanılan anket uygulaması araştırma evreni olarak seçilen İstanbul İli Bakırköy ilçesinde yer alan özel ve kamu bankalarında çalışan kişiler üzerinde yapılmıştır. Araştırma evreni içerisindeki 130 adet banka şubesinde yaklaşık 3000 kişinin çalıştığı belirlenmiştir. Evreni temsil etmesi açısından 500 kişiye anket formu ulaştırılmış ancak 480 adedi değerlendirilmeye uygun bulunmuştur.
Verilerin toplanmasının ardından öncelikli olarak ölçekleri güvenilirlik testleri yapılmış olup ardından faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi ile ölçeklerde uygun olmayan sorular belirlemeye çalışılmış ve araştırma dışında bırakılmıştır. Ardından belirlenen hipotezlerin eğilimini belirleyebilmek ve hipotezleri test edebilmek adına korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.
Bu araştırma da kullanılan örneklem kapsamında bankacılık sektörü çalışanlarının örgütsel destek algılarıyla devam bağlılıkları arasında olumlu bir etki saptanmamıştır. Örgütsel destek algılarının, normatif ve duygusal bağlılık düzeyleri ile anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Anahtar Kelimeler: Örgütsel Destek, Örgütsel Bağlılık, İş Doyumu, Bankacılık

The Effects of Organizational Support On Organizational Commitment And Employee Performance

ABSTRACT

The subject of the research; The aim of this study is to evaluate the effects of job satisfaction, organizational commitment and organizational support on business performance on employees working in public and private banks.
The aim of this study is to determine whether organizational support perceptions of employees working in banking sector are related to organizational commitment levels and job satisfaction levels by considering these organizational attitudes integrated with the concept of organizational commitment. In addition, in the light of the studies in the literature, it is aimed to determine the direction and severity of the perception of organizational support and how it affects organizational commitment.
The survey was conducted on private and public banks working in Bakirkoy district of Istanbul. It has been determined that approximately 3000 people work in 130 bank branches in the research universe. In order to represent the universe, a questionnaire was sent to 500 people, but 480 were found suitable for evaluation.
After the data were collected, reliability tests of the scales were conducted first and then factor analysis was performed. Factor analysis was used to identify inappropriate questions in the scales and was excluded from the study. Afterwards, correlation and regression analyze were performed in order to determine the tendency of the hypotheses determined and to test the hypotheses.
In one of the surveys consisting of sample scopes conducted, it is determined that there is no positive impact between the concept and continuance of organizational commitment of employees working in the banking sector. We can state that the employees organizational commitment has a meaningful and positive attitude towards the concept of normative and affective commitment.
Keywords: Organizational Support, Organizational Commitment, Job Satisfaction, Banking

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması – 622

Prof. Dr. Ahmet AKIN
İstanbul Medeniyet University
aakin@sakarya.edu.tr

Hakan ÖZKAN
İstanbul Medeniyet University
hakan.ozkan@medeniyet.edu.tr

ÖZET

Din her toplumun yaşamında rol oynayan son derece önemli bir olgudur. Teslimiyetten ibaret olan din hem psikolojik hem de sosyolojik bir vakıadır. Dini ve dünyevi tüm işlerimizde zaruret olan; kulluk, huzur ve sosyal hayatın temel dayanağı olarak İtaat, aslında tüm kainat için söz konusudur. Bu nedenle bireylerin yaşamlarında dinin ve itaatin ne tür bir rol oynaması gerektiğine yönelik algılarını belirlemek oldukça önemlidir. Bu araştırmanın amacı Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği'ni geliştirmek ve geçerlik ve güvenirliğini incelemektir.

Araştırma 39'u kadın, 164'ü erkek 203 katılımcı üzerinde yürütülmüştür. Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde öncelikle gençlerde dini itaat algısı ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda 14 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuş ve bu maddeler gramer, anlaşılabilirlik ve sosyal yaşamda dinin rolünü ölçüp ölçmediği noktalarında incelenerek, sonuçta 14 maddelik uygulama formu elde edilmiştir. Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği 1 "kesinlikle katılmıyorum" ve 5 "kesinlikle katılıyorum" şeklinde 5'li Likert tipi bir derecelendirmeye sahiptir. Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği'nin madde analizi için düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği'nin yapı geçerliği açımlayıcı faktör analizi, güvenirliği Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik katsayısı ile incelenmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizleri SPSS 20 paket programı ile yapılmıştır.

Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği'nin yapı geçerliği için uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonucunda toplam varyansın %36,85'ini açıklayan, öz-değeri 5,16 olan tek boyutlu ve 14 maddeden oluşan bir ölçme aracı elde edilmiştir. Ölçeğin KMO örneklem uygunluk katsayısı .88 olarak bulunmuştur. Ölçeğin faktör yükleri .37 ile .71 arasında sıralanmaktadır. Cronbach alfa iç tutarlık güvenirlik katsayısı .86 olarak bulunmuştur. Ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları .31 ile .61 arasında sıralanmaktadır. Bu sonuçlar Gençlerde Dini İtaat Algısı Ölçeği'nin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Gençlerde Dini İtaat Algısı, Geçerlik, Güvenirlik.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Üniversite Öğrencilerinin "İnsani Değerler" ve "Yükseköğrenim Yaşam Doyumu" na İlişkin Görüşleri: Kırklareli Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği – 623

Lecturer Bülent KILIÇ
Kırklareli University, Department of Computer Technology
Lüleburgaz Vocational College, Lüleburgaz-Kırklareli-Turkey
rbulentkilic@gmail.com

Prof. Dr. Serap İNCAZ
Kırklareli University, School of Applied Science
Lüleburgaz-Kırklareli-Turkey
serapinca@klu.edu.tr

ÖZET

Değerler yaşamımızı yönlendirmektedir. Değer kavramının birbirinden oldukça farklı tanımları da söz konusudur. İnsani değerler, insanların hayatı boyunca davranışlarını etkiler. Tutum ve davranışlarını insanlar büyük ölçüde insani değerlere göre gerçekleştirirler. İnsanların birbirlerini anlamalarını ve birlikte yaşamalarını sağlayan önemli değerlerden biri de, insani değerlerdir. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerde insani değerler toplumun her yaş grubunda birçok farklılaşmalar yaratabilir. Bu farklılaşma içinde; üniversite öğrencilerinin yaşam doyumu ve insani değerlere ilişkin görüşleri de önemlidir. Bu amaçla araştırmanın konusu, üniversite öğrencilerin "İnsani Değerler" ve "Yükseköğrenim Yaşam Doyumu" düzeylerinin tespit edilmesine yöneliktir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak içinde "İnsani Değerler Ölçeği" ile "Yükseköğrenim Yaşam Doyumu Ölçeği' nin yer aldığı ve araştırmacılar tarafından geliştirilen anket kullanılmıştır. Anketler, 2019-2020 eğitim-öğretim yılı güz döneminde Kırklareli Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nda öğrenime devam eden 1., 2., 3. ve 4. Sınıf (Birinci Öğretim ve İkinci Öğretim) öğrencilerinden toplam 355 öğrenciye uygulanmıştır. Toplanan verilerin analizi için IBM SPSS Statistics 20 programından faydalanılmıştır. Toplanan verilerin çözümlenmesinde frekans analizi, bağımsız örneklem t-testi ve varyans analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analizlerle öğrencilerin "İnsani Değerler" ve "Yükseköğrenim Yaşam Doyumu" düzeylerini etkileyen faktörlerin neler olduğu araştırılmıştır. Ayrıca, öğrencilerin "İnsani Değerler" ve "Yükseköğrenim Yaşam Doyumu" düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı da araştırılmıştır *($p<0,05$).*

Anahtar Kelimeler: İnsani Değerler, Yükseköğrenim Yaşam Doyumu, Üniversite Öğrencileri

University Students' Opinions on "Humanistic Values" & "Higher Education Life Satisfaction": The Case of Kırklareli University School of Applied Sciences

ABSTRACT

Values guide our lives. There are quite different definitions of the concept of value. Human values affect the behavior of people throughout their lives. Humans perform their attitudes and behaviors largely according to human values. One of the important values that enable people to understand and live together is humanistic values. In globalization and technological developments, humanistic values can create many differentiations in every age group of society. In this differentiation; university students' views on life satisfaction and humanistic values are also important. For this purpose, the subject of the research is to determine levels of "Humanistic Values" and "Higher Education Life Satisfaction" levels of the university students.

A questionnaire prepared by the researchers has been used as a data collection tool in the research. This questionnaire includes "Humanistic Values Scale" and "Higher Education Life Satisfaction Scale". The questionnaires have been applied to 355 students in total from 1st, 2nd, 3rd, and 4th year (both daytime and evening classes) who are attending Kırklareli University School of Applied Sciences in the academic year of 2019-2020 fall semester. For the analysis of the data, IBM SPSS Statistics 20 software has been used. Frequency analysis, independent samples t-test, and analysis of variance have been used for the analysis of the collected data. The

analyzes were conducted to find out the factors effecting the “Humanistic Values” and “Education Higher Education Life Satisfaction” levels of the students. Also, it was examined to understand whether there was a statistically significant correlation between “Humanistic Values” and “Higher Education Life Satisfaction” levels of the students *($p<0.05$)*

Keywords: Humanistic Values, Higher Education Life Satisfaction Scale, University Student.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Pozitif Psikolojik Sermaye, İş becerikliği ve Kalifiyelik Algısının Analizi – 624

Assoc.Prof. Dr. Semih SORAN
Özyeğin University
semih.soran@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Ebru CAYMAZ
Aydın University
Ebrucaymaz85@gmail.com

Prof.Dr. Harun ŞEŞEN
European University of Lefke
harunsesen@gmail.com

ÖZET

İş becerisi, bireysel seviyede çalışanların görevlerini nasıl ve ne zaman yapacaklarını planlamalarını sağlayan bir iş etkinliğidir. Bu terim, çalışanların motivasyonları, çıkarları ve iş tutkusu ile uyumlaştırmak için ilişkinin sınırlarının yanı sıra, iş görevlerini yeniden tasarlayan bir dizi kendi kendini empoze eden çalışan davranışını içerir. Yukarıdan aşağıya geleneksel işlerin aksine, iş hazırlama, çalışanların iş içeriğini, yöntemlerini ve iş ilişkilerini resmi iş tasarımları açısından yeniden yapılandırmasını sağlar. Aynı zamanda bir iş ve kimlik duygusu edinmeyi amaçlar. Olumlu psikolojiye dayanan pozitif psikolojik sermaye, örgütsel davranıştaki son kavramlardan biridir. Sosyal sermayenin bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır; sosyal sermeye "Kimi biliyorsun?" ve insan sermayesi; "ne biliyorsun?"anlamındadır. Genel anlamda, pozitif psikolojik sermaye, "bireyin, zorlu görevlerde başarılı olmak için gerekli çabayı göstermesi ve gerekli çaba sarf etmesiyle karakterize edilen, bireyin olumlu psikolojik gelişim durumu olarak açıklanır. Algılanan kalifiyelik, bireylerin kendilerini (veya başkalarını) gerekli meslek niteliklerinden daha fazlasına sahip olarak algıladıkları derecedir. Çalışan yetkinlikleri ve iş talepleri arasındaki tutarsızlığın bir sonucudur. Bu çalışmanın amacı, demografik değişkenler kullanarak iş hazırlama, pozitif psikolojik sermaye ve kalifiyelik algısını seviyelerini analiz etmektir. Çalışanlara anket uygulanmış ve bulgular dört bölümde istatistiksel olarak analiz edilmiştir. İlk olarak, tanımlayıcı istatistikler belirtilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş ve araştırmanın bağımlı değişkenlerini açıklayan değişkenler ve açıklama yüzdeleri belirlenmiştir. Son bölümde, aracılık etkisi bulguları analiz edilmiştir. Sonuçlar değerlendirildiğinde, korelasyon bulguları tüm değişkenler arasında anlamlı ve orta düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir. Regresyon analizinin bulguları, pozitif psikolojik sermayenin, iş becerisini yordadığını göstermektedir. Kalifiyelik algısının arabuluculuk rolü ise hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular psikolojik sermaye ve iş becerisi arasında kalifiyelik algısının tam bir aracılık etkisi olduğunu göstermektedir. Bulgular bağlamında tüm hipotezler desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sermaye, İş Becerikliği, Kalifiyelik Algısı

On the Relation between Positive Psychological Capital and Job Crafting: The Moderating Role of Overqualification

ABSTRACT

Job crafting is an individual level work activity which enables employees how and when to form job tasks. This term involves a series of self-imposed employee behaviors which redesign job tasks as well as the boundaries of the relationship to align with employees' motivations, interests and the job passion. In contrast to top-down traditional work, job crafting enables reconstructing work contents, ways and work relationships of employees in terms of their formal work design. It also aims to acquire a sense of work and identity. Positive psychological capital, which is based on positive psychology, is one the recent concepts in organizational behaviour. It has emerged as an extension of social capital; "who you know" and human capital; "what you know". In general terms, positive psychological capital is explained as "an individual's positive psychological state of development that is characterized by having confidence-self efficacy to take on and put in the necessary effort to succeed at challenging tasks. Perceived overqualification is the degree to which individuals perceive themselves (or others) as possessing more than the required job qualifications. It is a result of inconsistency between employee competencies and job

demands. The target of this study is to analyze levels of job crafting, positive psychological capital and perceived overqualification using demographic variables. A survey was applied to workers and the findings were analyzed statistically in four sections. First, descriptive statistics are included. Afterward, the relationships between the variables were examined, and the variables explaining the dependent variables of the study and the percentages of explanation were determined. In the last section, the mediation effect findings are analyzed. Correlation findings indicate that there are significant and moderate relationships between all variables. Findings of regression analysis revealed that positive psychological capital predict job crafting. Mediation role was tested by hierarchical regression analysis. The result show that there is a full mediation effect of overqualification between psychological capital and job crafting. In the context of all findings, all hypothesis were supported.

Keywords: Psychological Capital, Job Crafting, Overqualification

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Risk Algısına ve Satın Alma Niyetine Etkisi: Z Nesli Üzerine Bir Araştırma – 625

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA
Çanakkale Onsekiz Mart University
polatyucekaya@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Dilek Dönmez POLAT
Çanakkale Onsekiz Mart University

ÖZET

Ağızdan ağıza iletişim (wom-word of mouth), firma, marka gibi bir hedef nesne hakkındaki bilginin, bir kişiden diğerine kişi ya da diğer iletişim aracıları vasıtası ile transferi olarak tanımlanmaktadır. Algılanan risk bir malın yada hizmetin satın alım öncesi yada sonrasına ilişkin ortaya çıkabileceğine yönelik belirsizliktir (han, 2005) ve tüketicilerin satın alma kararlarında çok önemli rol oynayan bir unsur olarak ifade edilmektedir (özbucak vd., 2013). Satın alma karar süreci, tüketicinin ya da alıcının nasıl satın aldığı sorusuna operasyonel yönden cevap getirmeye çalışmaktadır (tek, 1999).
Bu araştırmanın amacı; ağızdan ağıza iletişimin, risk algısına ve satın alma niyetine etkisini ölçmektir. Bu amaçla z kuşağı üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma için üniversite öğrencisi olan 453 personel ile anket yöntemi uygulanarak 2019 yılı şubat-nisan aylarını kapsayan dönemde kolayda örneklem yöntemi ile veri toplanmıştır. Ankette aai için; godes and mayzlin (2004), goyette et al., (2010), samutachak and li (2012) çalışmalarından alınan ve 6 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Algılanan risk ile ilgili stone ve gronhaug (1993) tarafından geliştirilen ve 18 ifadeden oluşan risk algısı ölçeği kullanılmıştır. Satın alma niyetine ilişkin olarak ise topçuoğlu (2016) tarafından hazırlanan ve 6 ifadeden oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Toplanan verilere t testi, anova, güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon ve regresyon, analizleri yapılmıştır.

Anahtar kelimeler: ağızdan ağıza iletişim, algılanan risk, satın alma niyeti, z nesli

The Effect of Word of Mouth Communication to Risk Perception of Consumer and Purchasing Intention: A Research on Z Generetion

ABSTRACT

Wom-word of mouth communication is defined as the transfer of information about a target object, such as a company or a brand, from one person to another by means of other people or other means of communication. Perceived risk is the uncertainty that a good or service may arise before or after the purchase. (han, 2005) and it is defined as a crucial factor in consumers' purchasing decisions. (özbucak vd., 2013). The purchasing decision process tries to answer the question of how the consumer or the buyer buys something from an operational point of view. (tek, 1999). The aim of this study is to measure the effect of word of mouth communication on risk perception and purchase intention. For this purpose, a research has been carried out on z generation. For this research, a survey was conducted to 453 university students and data was collected by convenience sampling method in the period covering february to april 2019. The scale taken from the studies of godes and mayzlin (2004), goyette et al., (2010), samutachak and li (2012) and consisting of 6 expressions was used in the survey for word to mouth communication. The scale, consisting of 18 expressions, was developed by stone and gronhaug (1993) for risk perception. A scale consisting of 6 expressions prepared by topçuoğlu (2016) was used for purchasing intention. T test, anova, reliability analysis, factor analysis, correlation and regression analyzes were used for the data. According to the results of the analysis, word to mouth communication has a positive effect on risk perception. Word to mouth communication has also a positive effect on purchasing intention.

Keywords: Word of mouth communication, perceived risk, purchase ıntentıon, z generation

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Öğrencilerin Kariyer Amaçlarinin Belirlenmesi: Fakülte ve Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Arasinda Karşilaştirmali Bir Analiz – 626

Assoc. Prof. Dr. Mustafa BOZ
Çanakkale Onsekiz Mart University
m.b.istanbul@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA
Çanakkale Onsekiz Mart University
polatyucekaya@gmail.com

ÖZET

Nitelikli insan gücü her işletme için artan rekabet koşullarında en önemli faktörlerdendir. Eğitim ise işletmeler açısından nitelikli insan gücüne sahip olmanın, çalışanların kapasitesini artırmanın ve işe yönelik motivasyon seviyelerini yükseltmenin bir aracı durumundadır. Emek yoğun işletmeler içinde turizm işletmeleri önemli bir paya sahiptir. Turizm işletmeleri için nitelikli insan kaynağı yetiştiren başlıca kurumlar turizm fakülteleri ve turizm meslek yüksekokullarıdır. Bu araştırmanın amaci, turizm için nitelikli insan kaynağı yetiştiren okullarda yetişen öğrencilerin kariyer amaçlarını belirlemek ve fakülte öğrencileri ile meslek yüksekokulu öğrencileri arasındaki farkları belirlemektir.

Bu amaçla çanakkale onsekiz mart üniversitesinde, turizm fakültesi ve turizm meslek yüksekokulundaki öğrencilerinden kolayda örneklem yöntemi ile tespit edilen 385 öğrenciden yüz yüze anket yöntemi ile veri toplanmiştır. Bu veriler istatistiki analiz programı yardımıyla analiz edilmiştir. Ankette kullanılan ölçek casado (1992), roney ve öztin (2007), lu ve adler (2009), brown, (2011) ile yildiz (2013)'ın araştırmalarından uyarlanmıştır.

Anahtar kelimeler: turizm eğitimi, mesleki staj, fakülte öğrencileri, myo öğrencileri

Determination of Career Goals of Students: A Comparative Analysis Between Faculty and Vocational High School Students

ABSTRACT

Qualified manpower is one of the most important factors in increasing competition conditions for each enterprise. Education is a means of having qualified manpower, increasing the capacity of the employees and increasing the motivation levels fort he business. Tourism enterprises have an impotant share in labor intensive industry. The main institutions that train qualified human resources for tourism enterprises are tourism faculties and tourism vocational high schools.

The purpose of this research is to determine the career goals of the students who are trained in schools that train qualified human resources for tourism and to determine the differences between faculty and vocational high school students. For this purpose, face to face questionnaires were collected with 385 students who were easily determined by sampling method in tourism faculty and tourism vocational high school students of çanakkale onsekiz mart university, and then the collected data were analyzed with the help of statistical program. The scale used in the questionnaire was adapted from the studies of casado (1992), roney ve öztin (2007), lu ve adler (2009), brown, (2011) ile yildiz (2013) research.

Keywords: Tourism Education, Vocational Training, Faculty Students, Vocational High School Students

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Örgütsel Adalet Algısının İş Tatmini Üzerindeki Etkisinde Bilinçli Öz Farkındalığın Moderator Etkisi – 627

Irmak KARTAL
Bahcesehir University
irmak.kartal@bahcesehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ
Istanbul University
borayildiz@istanbul.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı öğretmenlerde örgütsel adalet algısının iş tatminine etkisinde bilinçli öz farkındalığın moderator etkisinin Adams Eşitlik Teorisi ve Sosyal Mübadele Teorisi kapsamında araştırmaktır. Her ne kadar ilgili yazında örgütsel adalet algısı ile iş tatmini arasındaki direkt ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışma olsa da bilinçli öz farkındalığın bu ilişki üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Araştırma örneklemini Muğla ili Bodrum ilçesinde bulunan 34 farklı eğitim kurumunda çalışan kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 342 gönüllü öğretmen oluşturmaktadır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 25.0 kullanılmıştır. Araştırma bulguları örgütsel adalet algısı ile iş tatmini arasındaki ilişkide bilinçli öz farkındalığın moderator etkisi olduğunu göstermiştir. Öyle ki öğretmenlerin bilinçli öz farkındalık düzeyleri azaldıkça örgütsel adalet algısının iş tatmini üzerindeki etkisi daha güçlenmektedir. Araştırma sonunda gelecek araştırmacılar ve uygulayıcılara çeşitli öneriler sunmakla beraber araştırmanın kısıtları sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel adalet, iş tatmini, bilinçli öz farkındalık

The Moderating Effect of Mindfulness on the Relationship between Perceived Organizational Justice and Job Satisfaction

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the moderating effect of mindfulness on the relationship between perceived organizational justice and job satisfaction in light of Adam's Equity Theory and Social Exchange Theory. Despite there are lots of studies that investigate the direct effect of perceived organizational justice on job satisfaction, the studies that investigate the moderating effect of mindfulness on this relationship are surprisingly limited. In this respect, this gap in the literature represents the originality of the study. To collect data survey technic was used. The sample of this study consists of 342 teachers who work in 34 different schools in Bodrum/Muğla. To analyze the data SPSS 25.0 software was used. The findings show that the moderating effect of the mindfulness on the perceived organizational justice - job satisfaction relationship is statistically significant. Such that the direct effect of perceived organizational justice on job satisfaction is stronger when the level of mindfulness is low. Managerial and practical implications, as well as further research directions, are also provided.

Keywords: perceived organizational support, job satisfaction, mindfulness.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

İnsan Kaynakları Uygulamaların İnovatif İş Davranışları Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Destek Algısının Moderatör Etkisi – 628

Rumeysa ARAL
Turkish Employment Agency
rumeysa.karatop@iskur.gov.tr

Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ
Istanbul University
borayildiz@istanbul.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada insan kaynakları uygulamalarının inovatif işyeri davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel destek algısının moderatör etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın modeli örgütsel destek teorisine dayanarak geliştirilmiştir. Tüm değişkenlerin bir arada kullanılması ve kamu ve özel sektör çalışanlarını birlikte kapsaması bu çalışmanın özgün yanını temsil etmektedir. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan hizmet sektöründe çalışan 443 mavi yakalı ve beyaz yakalı işgörenler oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak anketten yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma bulgularına göre insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile inovatif işyeri davranışları arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizini içeren model istatistiksel açıdan anlamlıdır. İnsan kaynakları uygulamaların alt boyutlarının incelendiğinde, ödül/performans yönetimi ve iletişim yönetimi boyutlarının inovatif işyeri davranışları üzerindeki etkisi istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitiftir; ücret yönetimi ve kariyer yönetiminin ise anlamlı bir etkisi gözlenmemiştir. Ödül/performans yönetimi, iletişim yönetimi ve kariyer yönetiminin inovatif işyeri davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel desteğin moderatör etkisinin incelenmesinin sonuçlarına göre; iletişim yönetimi boyutunun inovatif işyeri davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel desteğin moderatör etkisi istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitiftir. Fakat ödül/performans yönetimi ve kariyer yönetiminin inovatif işyeri davranışlarına etkisinde örgütsel desteğin moderatör etkisine rastlanmamıştır. Araştırmaların bulguları ışığında 21. Yüzyıl becerileri içerisinde en önemli becerilerden sayılan ve araştırma değişkenleri ile ilişkili olan iletişim, inovatif düşünme ve iş birliği becerilerinin geliştirilmesi insan kaynakları uygulamaları üzerinde durulması gereken dikkat çekici bir noktadır. Araştırma bulgularına göre insan kaynakları yöneticileri ve uygulayıcıları için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Yönetimi, İnsan Kaynakları Uygulamaları, Örgütsel Destek Algısı, İnovatif İş Davranışları

The Moderator Effect of Organizational Support Perception on the Relationship between Human Resources Practices and Innovative Business Behavior

ABSTRACT

In this study, the moderator effect of organizational support perception on the relationship between human resources practices and innovative business behavior was investigated. The original aspect of the study; using a model that included all variables and includes employees in the public and private sectors. The model of the study was developed based on organizational support theory. The sample of the study consists of 443 public and private service employees gathered by convenient sampling method and employees consist of are blue collar and white collar. Survey was used as data collection tool. Data were analysed using SPSS software. Findings show that the model including multiple linear regression analysis to determine the relationship between human resource

management practices and innovative workplace behaviors is statistically significant. As a result of examining the sub-dimensions of human resources practices, the effect of award/performance management and communication management dimensions on innovative workplace behaviors is statistically significant and positive. Effect of wage management and career management are not a statistically significant. According to the results of examining the moderator effect of organizational support on the impact of reward/performance management, communication management and career management on innovative business behaviors; the moderator effect of organizational support on the impact of communication management dimension on innovative workplace behaviors is statistically significant and positive. However, moderator effect of organizational support was not found in the effect of reward/performance management and career management on innovative business behaviors. In the light of the findings of the research, the development of communication, innovative thinking and collaboration skills, which are considered as the most important skills in the 21st century skills and which are related to the research variables, is a remarkable point that needs to be emphasized on human resources practices. Following in-depth results, human resources managers and practical implications, some recommendations and limitations were presented.
Keywords: Human Resources Management, Human Resources Practices, Organizational Support Perception, Innovative Business Behavior.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Irak Selçuklu Devleti'ndeki Taht Mücadelelerinde İmâdeddîn Zengî'nin Tutmu – 629

Dr. Abdulcelil IŞIK
Başiskele Şehit Ozan Özen Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi
celil04@hotmail.com

ÖZET

Büyük Selçuklu Devleti'nin son hükümdarı Sultan Sencer döneminde, Sultan Muhammed Tapar'ın oğlu Mahmûd, Irak'ta isyan etti. Büyük Selçuklu Devleti'nin ordusu ile Mahmud'a bağlı ordu arasındaki savaş, Sencer'in üstünlüğü ile sonuçlandı. Ancak Sultan Sencer, huzuruna çıkarılan yeğeni Mahmûd'u affederek kızıyla evlendirdi. İki taraf arasında varılan anlaşma gereği Mahmûd, Sultan Sencer 'in yüksek hâkimiyetini tanırken, Sultan Sencer de Mahmûd'u Sultan-ı Muazzam ünvanlıyla Irak Selçuklu Devleti'nin Sultanı olarak tanıdı.
Irak Selçuklu Devleti Sultanı Mahmûd'un Musul valisi olarak görevlendirdiği İmâdeddîn Zengî, gerek Sultan Mahmûd'un ölümünden sonra ortaya çıkan taht mücadelesinde gerekse daha sonraki taht mücadelelerinde takip etmiş olduğu strateji ile dengeleri çok iyi takip etti ve kısa sürede güçlendi. El-Cezîre ve Suriye'de de önemli kale ve şehirleri alarak burada da konumunu güçlendiren İmâdeddîn, Haçlılar ile mücadelede gerektiğinde Irak Selçuklu Sultanlarının yardımına başvurdu.
Bu bildirinin amacı Irak Selçuklu Sultanı Mahmud tarafından oğlunun atabeyi ve Musul valisi olarak görevlendirilen İmâdeddîn Zengî b. Kasimüddevle'nin Irak Selçuklu meliklerinin saltanat mücadelelerinde takınmış olduğu tavır ve bu mücadelelerden yararlanarak konumunu güçlendirmesi kaynaklara dayalı olarak tetkik edilerek analiz edilmiştir.
Araştırmada yerli ve yabancı kaynaklar (İslâmî, Haçlı, Süryânî ve Ermeni) ile konuya açıklık getiren araştırma eserlerinden de istifade edildi.
Anahtar Kelimeler: İmâdeddîn Zengî, Irak Selçuklu Devleti, Taht mücadelesi, Sultan Mahmûd, Melik

Role and Importance of Imadeddin Zengi in the Throne Struggles in the Seljuk State of Iraq

ABSTRACT

During the reign of Sultan Sencer, the last ruler of the Great Seljuk State, Mahmud, the son of Sultan Muhammed Tapar, rebelled in Iraq. The battle between the army of the Great Seljuk State and the army attached to Mahmud resulted in Sencer's superiority. However, Sultan Sencer forgave his nephew Mahmûd who was brought before him and married him to his daughter. In accordance with the agreement reached between the two sides, Mahmud recognized the high sovereignty of Sultan Sencer, while Sultan Sencer recognized Mahmud as Sultan of the Iraqi Seljuk State under the title of Sultan-i Muazzam.
Imâdeddîn Zengî, appointed as the governor of Mosul by the Sultan of the Iraqi Seljuk State Mahmûd, followed the balances very well with the strategy he followed in the throne struggle that emerged after the death of Sultan Mahmûd and the subsequent throne struggles. Imadeddin strengthened his position by taking important fortresses and cities in Al-Jazeera and Syria and applied to the assistance of Iraqi Seljuk Sultans when needed to fight the Crusaders.
The purpose of this declaration was given by Imâdeddîn Zengî b. Kasimüddevle's attitude towards the reign of the Seljuk meliks in Iraq and the strengthening of his position by utilizing these struggles were examined and analyzed based on sources.
In the research, domestic and foreign sources (Islamic, Crusaders, Syriacs and Armenians) and research works that clarified the subject were also utilized.
Key Words: İmâdeddîn Zengî, Iraqi Seljuk State, Throne struggle, Sultan Mahmûd, Melik

Keywords: İmâdeddîn Zengî, Iraqi Seljuk State, Throne struggle, Sultan Mahmûd, Melik.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Kurumsal İletişimde Facebook Kullanımı: Kuzey Kıbrıs Üniversiteleri Üzerine Bir İnceleme – 630

Dr. Nokta ÇELİK
Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım University
noktacelik@arucad.edu.tr

ÖZET

Günümüzde İnternet erişiminin dünya nüfusunun yarısından fazlasını kapsaması, gündelik yaşantıyı da derinden etkileyen bir dönüşüme yol açmaktadır. İnternet haber alma-verme, günlük gelişmeleri takip etme, aileyle, arkadaşlarla ve kurumlarla iletişim kurma biçimlerine etki etmiştir. Bununla birlikte özellikle nihai tüketiciye seslenen eğitim, hızlı tüketim ürünleri, otomotiv, finans gibi sektörlerde reklam, pazarlama, satış modelleri değişmektedir. İlk üniversitenin 1979'da kurulduğu Kuzey Kıbrıs Cumhuriyeti'nde yükseköğretim sektörü, ülke ekonomisine turizm ile birlikte en büyük katkıyı yapan iki sektörden biridir. Üniversitelerin en önemli paydaşlarının aday öğrenciler ve mevcut öğrenciler olması, bu hedef kitlelerle iletişim kurmak için dijital mecraların kullanımını adeta zorunlu kılmaktadır. Bu çalışmada Kuzey Kıbrıs üniversitelerinden kuruluş sırasına göre ilk beşinin 1 Şubat-1 Mart 2019 tarihleri arasındaki Facebook paylaşımları üzerine bir inceleme yapılmıştır. Üniversitelerin Facebook sayfaları iletişim sıklıkları, hayran sayıları, paylaşım sayıları, içerik tipleri üzerinden incelenmiş; etkileşmenin sadece hayran sayısına bağlı olmadığı görülmüştür.

Sosyal ağlar grupların, toplulukların ve ortak çıkarları olan kişilerin daha fazla ilişkili kalmasına yardımcı olmaktadır. Son 20 yılda sosyal paylaşım siteleri, kişilerarası ve kitlesel iletişim yetkinliklerini birleştiren çevrimiçi iletişim için yaygın araç olarak öne çıkmaktadır. Sosyal ağ siteleri, diğer insanlarla hızlı bir şekilde iletişim kurmanın yeni ve yenilikçi yollarını sunmaktadır. Bilgisayar teknolojileri üzerinden iletişim sayesinde, bireyler yeni çevrimiçi arkadaşlar ve tanıdıklar edinme, önceden var olan sosyal bağlantılarını kolayca sürdürme olanağına sahiptir.

Sosyal paylaşım sitelerinin kullanıcılarının çoğunluğu, yüksek öğretimdeki öğrencileri kapsayan ve Marc Prensky tarafından "Dijital Yerliler" olarak adlandırılan gençlerden meydana gelmektedir. Eğitim sistemi, öğrenciler, ebeveynler, öğretmenler ve idareciler dahil olmak üzere karmaşık bir dizi aktör içerir. Bununla birlikte, sosyal ağlar sayesinde kamuya açık ikincil veriler üzerinden bu karmaşık alandaki gelişmeleri takip etme ve değerlendirme olanağı mevcuttur.

Bu çalışma, ilk üniversitenin 1989'da öğretime başladığı Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde, kuruluş sırasına göre ilk beş üniversite üzerine bir inceleme yapmaktadır. Bu üniversitelerin 1 Şubat-1 Mart 2019 tarihleri arasındaki Facebook paylaşımları incelenmiş, Facebook sayfalarındaki iletişim sıklıkları, hayran sayıları, paylaşım sayıları, içerik tipleri analiz edilmiştir. Üniversite sayfasındaki etkileşmenin sadece hayran sayısına bağlı olmadığı görülmüş, paylaşımın konusunun ve türünün de etken olabileceği düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital İletişim, Dijital Reklam, Sosyal Medya, Facebook, Pazarlama, Kuzey Kıbrıs, Üniversite İletişimi, Kurumsal İletişim, Yükseköğretim.

.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Eski Türk Toplumunda Şamanizim' in Yönetimsel İzleri – 631

Inst. Ayten AKCAN
Hitit University, Sungurlu HS
ayten.akcan7@gmail.com

ÖZET

Bir inanç ve uygulama sistemi olarak karşımıza çıkan Şamanizm, Eski Türklerin Orta Asya Bölgesi'nde Kam adı verilen din adamlarının aracılığı ile gerçekleştirdikleri ritüellerdir. Özellikle Sibirya ve Orta Asya Bölgesi'ne özdeşleştirilen bu inanç sistemi, bütün toplumu içine alan ve toplumu oluşturan bireylerin siyasi, sosyal ve ekonomik açıdan varolan sorunları için zaman içinde çözüm aradıkları bir olgu haline gelmiştir. Tanrı ile insanlar arasında aracılık yapan; sihirbaz, büyücü hatta hekim sıfatıyla karşımıza çıkan Şamanlar da toplumda etkili bir konuma sahip kişilerdir. Şamanizm'e bir din anlayışı içerisinde bakmak ne kadar yanlışsa, onu basit mistik olaylar gibi de tanımlamak da bir o kadar yanlıştır. Aslında ruhların ve görünmeyen varlıkların desteğini alarak Dünya işlerinin daha düzenli hale gelmesini sağlayan inanca verilen ad olarak tanımlamak daha doğru bir anlatımdır.
Şamanlık inancının temelinde animistik düşüncenin varlığı hissedilir. Şamanizmin etkin atalar kültü ile temasa geçerek; onlardan alınan güç ile gelecekten haber veren, çeşitli hastalıkları tedavi eden, kötü ruhları kovup düzeni sağlayan, toplum içerisindeki düzensizlikleri sona erdirip ülkeye hakanlık yapan, kabilenin dualarını ya on altı kat göklerde bulunan ruhlara ya da yer altı dünyasında bulunan ölülerin kara hükümdarına ulaştıran, halkı için bereket ve refah isteyen bir tezahürü de bulunmaktadır. Bu yönüyle bu inanç sistemi ve bu inancın yürütücüleri yönetimsel olarak da yaptıkları ve yapabileceklerini iddia ettikleri konular ile yönetime dolaylı olarak önemli etkide bulunmuşlardır. Böylelikle bu inanç sisteminin yönetimde bulunan kişilere bazen aldıkları veya alacakları kararlar noktasında yardımcı ya da yol gösterici olduklarını görmekteyiz. Bu durum süreç içerisinde Şamanların yönetimde gizli bir güç olarak etkin bir rol oynadıklarını göstermekte ve yönetimdeki kişileri de onlara atfedilen üstün yetenekler ile tesir altına aldıklarını anlatmaktadır. Şamanist inanç dizgesi ile yönetimdeki kişilerin siyasal varoluşları arasında doğrudan ve doğru bir orantı bulunmaktadır. Siyasal erklerin bu inancı atlayıp ya da bu inanç sisteminin felsefesine aykırı bir karar almadıkları da yine dikkat çekici durumlardan biridir.

Anahtar Kelimeler: Eski Türkler, Şamanizm, Kam, Büyü, Yönetim.

Management Traces of Shamanism in the Old Turkısh Socıety

ABSTRACT

Shamanism, which appears before us as a system of belief and practice, is the rituals performed by ancient Turks through the clergy called Kam in Central Asia. This belief system, which has been identified especially with Siberia and Central Asia Region, has become a phenomenon in which the individuals who comprise the whole society and who make up the society seek solutions for their political, social and economic problems in time. Mediating between God and people; Shamans, who appear before us as magicians, magicians and even physicians, are also influential people in society. The more wrong it is to look at shamanism in a religious sense, the more wrong it is to describe it as simple mystical events. In fact, taking the support of the souls and the invisible beings, it is more accurate to describe it as the name given to the faith that makes the world affairs more organized.
The existence of animistic thought is felt at the basis of shamanism. By contacting the active ancestor cult of shamanism; for the people who foretell the future with the power received from them, cure various diseases, expel evil order and restore order, end the irregularities in the society, and bring the prayers of the tribe to the souls of the sixteen floors of the heavens or the land ruler of the dead. There is also a manifestation that seeks fertility and prosperity. In this respect, this belief system and the executives of this belief have had an indirect impact on the management indirectly with the issues they have done and claimed to do. Thus, we see that this belief system is sometimes helpful or guiding people in the management of decisions they make or make. This shows that shamans play an active role as a secret power in the administration and that they influence the people in the administration with the superior abilities attributed to them. There is a direct and direct proportion between the shamanist belief system and the political existence of the people in the administration. It is also noteworthy that political powers do not skip this belief or make a decision contrary to the philosophy of this belief system.

Keywords: Old Turks, Shamanism, Kam, Magic, Administration.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Bozkır Kültür Çevresinde İkili Teşkilatın Merkezi Otorite Üzerindeki Olumsuz Etkileri – 632

Inst. Ayten AKCAN
Hitit University, Sungurlu HS
ayten.akcan7@gmail.com

ÖZET

Türk devletlerinde hâkimiyetin kaynağı her zaman Tanrı olarak gösterilmiştir. Bu anlayış ile Tanrı'nın yeryüzüne devleti yönetme yetkisi ve kudretini tek bir kişiye verdiği anlaşılmaktadır. Devlet başkanlığının tek bir kişi ile oluşturulmuş olması elbette merkezi otoritenin güçlendirilmesi gibi bir manayı da içerisinde barındırmaktadır. Fakat toprakların giderek büyümesi ve bu torak bütünlüğü içerisinde ulaşım ve haberleşmenin sıkıntıya girdiği dönemlerde, meselelerin daha kolay ve çabuk çözülebilmesi adına "İkili Teşkilat" ya da Doğu- Batı yönetim diye de karşımıza çıkan bir sistemin uygulanmasına sebep olmuştur. Bu sistemin uygulanışında babadan oğla geçen hanedanlık anlayışında daha kolay yürütülebilmesi, yetki paylaşımı konusunda çıkabilecek problemleri en aza indirgemesi sistemin daha çabuk hayata geçmesine neden olmuştur.
İlk başlarda yönetim alanı içerisinde bulunana topraklarda yetkinin sınırlı kalması, merkezi otoriteyi tehdit edecek bir unsur noktasında değildi. Herkes yönettiği toprağın dışındaki hiçbir yönetimsel karara karışamaz idi. En nihayetinde ülke çapındaki bütün kararları yine baştaki kağan ve belli zamanlarda toplanan devlet meclisi niteliğinde olan Kurultay almıştır. En küçük topluluklara kadar yaygınlaşmış olan bu ikili sitem bozkırda yaşayan ve yaşam şekli konar-göçer olan bu topluluk için zamanla gerekli olarak bile görülmüştür. Fakat Bozkır çevresindeki Türklerin süreç içerisinde güçlenmiş olması bu ikili yönetimin, çifte krallık sistemine kadar giden bir aşamayı da beraberinde getirmesine sebep olmuştur. İkili teşkilatta idarecilerin eşit mi, yoksa birinin diğerinden üstün mü? durumu ve soruları devlet yönetimine zarara vermeye başlamış, otorite sıklıkla yara almıştır. Çin kaynaklarında "çifte krallık" sisteminin var olduğunu kanıtlayan bilgiler içerinde *büyük ve küçük kardeş* kelimelerinin çokça kullanılıyor olması, bu ikili sistemde hakanın, toprakları oğulları arasında paylaştırdığını göstermesi açısından önemlidir. Aynı zamanda Çin kaynakları, tehdit unsuru olarak hem büyük hem de küçük kardeşi görmüşlerdir. Ülkeyi her iki kardeşten korunmak gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Bu da bize her iki yöneticinde kendine ait bir güç oluşturduklarını anlatmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Eski Türkler, İkili Teşkilat, Çifte Krallık, Bozkır Kültürü, Yönetim, Merkezi Otorite.

The Negatıve Effects Of Bınary Organızatıon On The Central Authorıty In Step Cultural Envıronment

ABSTRACT

The source of sovereignty in Turkish states has always been shown as God. With this understanding, it is understood that God gives the authority and power to rule the earth to a single person. The fact that the presidency was formed by a single person, of course, also implies the strengthening of central authority. However, during the periods when the land was growing and transportation and communication problems in this thoracic integrity became more difficult and easier to solve the problems, "Bilateral Organization" or East-West administration was applied. In the implementation of this system, it is easier to carry out the understanding of dynasty passing from father to son, and minimizing the problems that may arise in the sharing of authority has caused the system to be implemented more quickly.
At first, the limited authority in the territory within the territory of the administration was not an element that would threaten the central authority. Everyone was not involved in any administrative decision outside the territory he ruled. Ultimately, all decisions across the country were taken by the General Assembly, which was again the original khan and the state council meeting at certain times. This dual system, which has become widespread to the smallest communities, has been seen as a necessity for this steppe community that lives in the steppe and whose life style is nomadic. However, the strengthening of the Turks around the steppe caused this dual administration to bring a stage leading up to the double kingdom system. Are the executives equal in the dual organization, or is one superior to the other? the situation and questions began to harm the state administration, the authority was often injured. The fact that the words great double and kingdom "are used in Chinese sources is very important in

terms of showing that the sultan divided the land among his sons. At the same time, Chinese sources have seen both the big and the younger brother as a threat. They emphasized the need to protect the country from both brothers. This tells us that both managers create their own power.

Keywords: Old Turks, Bilateral Organization, Double Kingdom, Steppe Culture, Administration, Central Authority.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Eski Türklerde Hükümdarın Meşruiyet Kaynaklarından "Tanrı Bağışı" Nın Merkezi İdareye Katkıları Üzerine Bir Araştırma – 633

Inst. Ayten AKCAN
Hitit University, Sungurlu HS
ayten.akcan7@gmail.com

ÖZET

Eski Türk inanışında Hakan, Tanrı'nın sıfatlarını bulunduran kişi, devleti yönetme yetkisi verilmiş kişi, sosyal adaleti ve düzeni sağlamakla yükümlü kişi gibi birçok birbirini bağlayıcı unsurla bezeli bir şahsiyet olarak görülmektedir. Hakan Tanrı'ya benzetilmekte aynı zamanda devleti yönetme ve idare etme yetkisinin de Tanrı tarafından verildiğine inanılmaktaydı. Hakan Tanrı aracılığıyla gönderilmiş bir güçtür, aynı zamanda bütün yeryüzünün nizamı için ona üstün yeteneklerin bu sebeple verildiği kitabelerde ve yazılı kaynaklarda sık sık belirtilmiştir. Türk hükümdarlarının devleti yönetme hak ve yetkisinin Tanrı tarafından kazandırıldığı noktasındaki bu sık vurgu, onu "Tanrı Bağışı" niteliğine doğru itmiş ve merkezi otoritenin ve idarenin etkinliğinin daha da artmasına vesile olmuştur.
Hükümdara atfedilen insanüstü nitelikler "karizmatik" tip ile örtüşmekte hatta devletin yöneticisindeki bu karizmanın kanda gizli olarak bulunduğuna inanılmaktaydı. Yani katılımsal olan bu karizma ve " Tanrı "Bağışı" inancı, hanedanlık sistemine doğru giden yolu da güçlendirmekteydi. Babadan oğla geçen bu üstün niteliklilik hiçbir zaman dini bir nitelikten ne kaynaklanmış ne de beslenmiştir. Hatta, Eski Türk Tarihi hakkında bilgi veren bütün kaynaklar hiçbir dönemde peygamber ya da dini kimliği olan bir yönetici ile Türklerin yönetildiği ile ilgili bir bilgi vermemektedir. Eski Türkler ile ilgili bilgiler göklerin ve yerin arasında bulunan insanı, Tanrının isteği ve lütfüyle Türk yöneticiler tarafından yönetilmesi etrafında birleşmiştir. Yeryüzünün bir bütün olarak algılanması, insan ve ülke ayrımının yapılmaması bir manada Dünya'yı yönetme yetkisi Türk Hakanına verilmiş anlaşılmaktadır. Ayrım yapmadan herkesi kapsayan bu yönetici, ancak ve ancak tek olan Tanrı gücü ile donatılmıştır. Hakana verilen bu güç yeryüzünde " Kut İnancı " olarak daha sonra karşımıza çıkmaktadır. Bu inanç Tanrı Bağışı anlayışının yeryüzündeki tezahürü olarak da görülebilir. Sadece merkezi gücün daha etkin olması adına değil, sosyal adaletin sağlanması adına ve özellikle halkın huzurunun tesis edilmesi adına bu gücün kullanıldığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eski Türkler, Devlet, Hâkimiyet, Yönetim, Kut.

A Study On The Contributions Of The "Donation Of God" From The Sources Of Legitimacy To The Central Administration In Ancient Turks

ABSTRACT

In the old Turkish belief, Hakan is seen as a person with many binding elements such as the person who holds the titles of God, the person who has been given the authority to govern the state, and the person who is obliged to provide social justice and order. Hakan was likened to God, and at the same time believed that God was given the authority to govern and rule the state. Hakan is a force sent through God, but it is also often mentioned in the inscriptions and written sources that he is given the superior abilities for the order of the whole earth. This frequent emphasis on the right of the Turkish rulers to gain the right and authority to govern the state has pushed him towards the "God Donation" and led to an increase in the effectiveness of central authority and administration.
The superhuman qualities attributed to the sovereign coincided with the "charismatic type, and even this charisma of the ruler of the state was believed to be hidden in the blood. In other words, this participatory charisma and belief in "God" Donation strengthened the path to the dynasty system. This superior quality inherited from father to son has never originated from a religious quality nor has it been nurtured. In fact, not all sources providing information about the history of the Old Turkish have ever given information about the administration of the Turks and a prophet or a religious leader. The information about the ancient Turks is united around the ruling of the people between the heavens and the earth by the Turkish rulers with the will and grace of God. The perception of the Earth as a whole, and the separation of people and countries are made in a sense that the authority to rule the world is given to the Turkish Hakan. This ruler, which covers everyone without discrimination, is equipped with the power of God who is the only and only one. This power given to Hakan appears on earth as "Kut Faith" daha.

This belief can also be seen as the manifestation of the concept of God Donation on earth. It is seen that this power is used not only for the more effective central power, but also for the sake of social justice and especially for the establishment of the peace of the people.

Keywords: Old Turks, State, Domination, Management, Kut.

Kişi-iş Uyumu ve Dönüşümcü Liderliğin Çalışanların Öz-yeterlilik Algısı Üzerindeki Etkisi – 634

Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ
Istanbul University
borayildiz@istanbul.edu.tr

Ramazan OKTAY
İstanbul University
ramazanoktay@ogr.iu.edu.tr

ÖZET

Öz-yeterlilik algısı çalışanların kendi yetenekleri ve kapasiteleri hakkında sahip oldukları inançlar olarak tanımlanır. Öz-yeterlilik algısı, insanların ne kadar çaba sarf edeceğini ve yaşanan olumsuzluklar karşısında ne kadar süre bu çabayı sarf etmeye devam edeceğini belirler. Algılanan öz-yeterlilik ne kadar güçlü olursa, başarıya ulaşmak için sarf edilen çaba da o kadar fazla olur. Günümüzde işletmelerin hızlı teknolojik değişimlere ayak uydurabilmesi ve yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmesi ancak başarılı bir liderlik anlayışı ve nitelikli iş gücü ile mümkündür. Bu araştırmanın amacı kişi-iş uyumunun ve dönüşümcü liderliğin çalışanların öz-yeterlilik algısı üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmada kişi-iş uyumu ölçmek için Lauver ve KristofBrown (2001) tarafından geliştirilen "kişi-iş uyumu ölçeği", dönüşümcü liderlik değişkenini ölçmek için Carless vd. (2000) tarafından geliştirilen "dönüşümcü liderlik ölçeği", çalışanların öz-yeterlilik algılarını ölçmek için ise Chen vd. (2001) tarafından geliştirilen "öz-yeterlilik ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmanın verileri İstanbul'da hizmet sektöründe aktif olarak çalışan 217 kişi üzerinde kolayda örnekleme yöntemi ile anket uygulaması yapılarak elde edilmiştir. Elde edilen veriler ile SPSS programında yapılan istatistiki analizler sonucunda kişi-iş uyumunun ve dönüşümcü liderliğin çalışanların öz-yeterlilik algısı üzerinde anlamlı düzeyde ve pozitif yönde bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kişi-iş Uyumu, Dönüşümcü Liderlik, Öz-yeterlilik.

The Effects of Person-Job Fit and Transformational Leadership on Employees Self-Efficacy Perceptions

ABSTRACT

Self-efficacy perception is defined as the beliefs of employees about their own abilities and capacities. Selfefficacy perception determines how much effort people will make and how long they will continue to do so in the face of adversities. The stronger the perceived self-efficacy, the greater the effort to achieve success. In today's it is only possible for companies to keep up with the rapid technological changes and to survive in an intense competitive environment with a successful leadership and qualified workforce. The aim of this study is to determine the effect of person-job fit and transformational leadership on employees' self-efficacy perception. In the study, in order to measure person-job fit it was used "person-job fit scale" developed by Lauver and KristofBrown (2001), to measure transformational leadership it was used "transformational leadership scale" developed by Carless et al. (2000) and to measure self-efficacy was used "self-efficacy scale" developed by Chen et al. (2001). The data of the study was obtained from 217 people who are actively working in the service sector in İstanbul by using convenient sampling method. As a result of the statistical analysis conducted in SPSS program, it is seen that person-job fit and transformational leadership have a significant and positive effect on employees' perceptions of self-efficacy.

Keywords: Person-job Fit, Transformational Leadership, Self-efficacy.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

The Effect of Organızatıonal Cynicism on Organizational Commitment: A Research in The Automotive Industry – 635

Kerim KARADAL
Bahçeşehir University
kerimkaradal@gmail.com

Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU
Uludağ University
zeyyatsabuncuoglu@yahoo.com

ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze the effect of organizational cynicism on organizational commitment, which is one of the current topics in organizational behavior literature. Therefore, data was collected from the automotive sector, which is specified as the locomotive of the manufacturing industry in Turkey.
The automotive sector has a dynamic character. The biggest contraction in the first half of the year was seen in the automotive sector with 62%. From another perspective, 20% of all exports of our country are made only from the automotive sector. The direct employment of 300,000 people working in OEM industry, automotive suppliers industry, service and sales points in the automotive sector in Turkey and the indirect employment of 700,000 employees, that is, 1,000,000 employees are employed in total. The ones who make a living in the automotive sector are approximately 4,000,000 when evaluated together with their family. Considering that the contraction in the sector affects 4,000,000 people, it is also important for the scope of the study.
Organizational commitment is expressed through concepts such as high loyalty to the organization, dedication and participation. Commitment and organizational commitment are factors that have positive effects on the organization. Employees of organizations with opportunities for growth are more committed to their organizations, mainly because of their potential to rise and the prospect of high gains. Cynicism, on the other hand, hinders competence, does not provide opportunities to reflect skills, and can reduce perceptions of ability that affect commitment.
Cynicism is divided into general cynicism and organizational cynicism in literature. General cynicism is often defined as a way of life that reflects human behaviors and attitudes that are innate and involve negative perceptions. Organizational cynicism, on the other hand, is an attitude of belief, influence and behavioral orientations towards a business described as a way of life. It has a negative relationship with the employee's commitment to the organization. A cynical employee has a high level of skepticism and belief that the organization lacks integrity. In addition, cynical employees are introverted, highly anxious and have an abusive belief system.

In order to effectively manage human resources in organizations, it is important to reduce cynicism in organizations and to increase organizational commitment in terms of internalization, employee identification and compliance, and willingness to maintain membership in the organization.
The survey method was used to collect data in this study. In order to measure the demographic characteristics, organizational cynicism and organizational commitment levels of the participants, the survey consists of 3 main parts and a total of forty questions prepared according to the 5 point Likert-type scale. Data collected was analyzed with 95% confidence level in Statistical Package for Social Sciences 22.0 program. In order to test the reliability of the scale in the automotive industry, 150 questionnaires were first evaluated and as a result, the Cronbach's Alpha coefficient was found to be 0.71 for commitment and 0.89 for cynicism. According to these results, it was decided that the survey contained reliable data and was suitable for use. In the repeated questionnaire application, while at least 225 questionnaires were required to be sampled, the survey was conducted with 420 people. In this ongoing study, the relationship between demographic characteristics and organizational cynicism, organizational commitment and the effect of organizational commitment on organizational cynicism is examined.
In this study, the relationship between organizational cynicism and organizational commitment, the effect of organizational cynicism on organizational commitment are clearly demonstrated and suggestions are developed to guide researchers and practitioners to reduce organizational cynicism and increase organizational commitment.

Keywords: Organizational Behaviour, Organizational Cynicism, Organizational Commitment

Geniş Aile Algısı Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması – 636

Hürünaz KOÇ
İstanbul Medeniyet University
busra.koc1977@gmail.com

Hakan ÖZKAN
İstanbul Medeniyet University
hakan.ozkan@medeniyet.edu.tr

ÖZET

Geleneksel aile yapısında aile; karı-koca, çocuklar, büyükanne ve büyükbabanın bir arada yaşadığı toplum iken, sanayileşme ve kentleşmeyle beraber diğer kurumlar etkilendiği gibi aile kurumu da etkilenmiştir. Üç kuşağın bir arada yaşadığı aile yapısı çekirdek aileye dönüşmüştür. Bu dönüşüm ailenin yapı ve rollerinde sosyal, psikolojik ve ahlaki sorunlara neden olmuştur. Büyük ailelerde yetişen çocuklarda akrabalık ilişkileri daha sıkı iken çekirdek ailelerde daha zayıflamış, büyüklerden tecrübe aktarımı alan çocuklar saygı ve sevgiyi yaşayarak öğrenme ortamından mahrum kalmıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın amacı giderek zayıflamış olan Türk aile yapısını güçlendirmek ve değerlerimize sahip çıkan bireyler yetiştirmek amacıyla Geniş Aile Algısı ölçeğini geçerliliğini geliştirmek ve güvenirliğini incelemektir.

Araştırma 151'i kadın, 92'sierkek olan toplam 243 kişi üzerinde yürütülmüştür. Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde öncelikle geniş aile algısı kavramıyla ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda 20 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuş ve bu maddeler gramer, anlaşılabilirlik ve geniş aile algısını ölçüp ölçmediği noktalarında incelenerek, sonuçta 18 maddelik uygulama formu elde edilmiştir. Geniş Aile Algısı Ölçeği 1 "kesinlikle katılmıyorum" ve 5 "kesinlikle katılıyorum" şeklinde 5'li Likert tipi bir derecelendirmeye sahiptir. Geniş Aile Algısı Ölçeği'nin madde analizi için düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Geniş Aile Algısı Ölçeği'nin yapı geçerliği açımlayıcı faktör analizi, güvenirliği Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik katsayısı ile incelenmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizleri SPSS 20 paket programı ile yapılmıştır.
Geniş Aile Algısı Ölçeği'nin yapı geçerliği için uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonucunda toplam varyansın %45,94'ünü açıklayan, öz-değeri 8,27 olan tek boyutlu ve 18 maddeden oluşan bir ölçme aracı elde edilmiştir. Ölçeğin KMO örneklem uygunluk katsayısı .91 olarak bulunmuştur. Ölçeğin faktör yükleri .56 ile .76 arasında sıralanmaktadır. Cronbach alfa iç tutarlık güvenirlik katsayısı .93 olarak bulunmuştur. Ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları .52 ile .71 arasında sıralanmaktadır. Bu sonuçlar Geniş Aile Algısı Ölçeği'nin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Geniş Aile Algısı, Geçerlik, Güvenirlik.

Sosyal Yaşamda Dinin rolü Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması – 637

İlkay CAN
ilkaycan1973@gmail.com

Hakan ÖZKAN
İstanbul Medeniyet University
hakan.ozkan@medeniyet.edu.tr

ÖZET

Din her toplumun sosyal yaşamında son derece önemli rol oynayan bir olgudur. Toplumların dinle ilişkileri aile içi ilişkilerde ve sosyal sorunlarla başa çıkmada bir kolaylaştırıcı etkiye sahiptir. Bu nedenle bireylerin sosyal yaşamlarında dinin ne tür bir rol oynaması gerektiğine yönelik algılarını belirlemek oldukça önemlidir. Bu araştırmanın amacı Sosyal Yaşamda Dinin Rolü Ölçeği'ni geliştirmek ve geçerlik ve güvenirliğini incelemektir.
Araştırma 230'u kadın, 86'sı erkek 316 katılımcı üzerinde yürütülmüştür. Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde öncelikle sosyal yaşamda dinin rolü ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda 20 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuş ve bu maddeler gramer, anlaşılabilirlik ve sosyal yaşamda dinin rolünü ölçüp ölçmediği noktalarında incelenerek, sonuçta 20 maddelik uygulama formu elde edilmiştir. Sosyal Yaşamda Dinin Rolü Ölçeği 1 "kesinlikle katılmıyorum" ve 5 "kesinlikle katılıyorum" şeklinde 5'li Likert tipi bir derecelendirmeye sahiptir. Sosyal Yaşamda Dinin Rolü Ölçeği'nin madde analizi için düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Sosyal Yaşamda Dinin Rolü Ölçeği'nin yapı geçerliği açımlayıcı faktör analizi, güvenirliği Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik katsayısı ile incelenmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizleri SPSS 20 paket programı ile yapılmıştır.
Sosyal Yaşamda Dinin Rolü Ölçeği'nin yapı geçerliği için uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonucunda toplam varyansın %54,75'ini açıklayan, öz-değeri 10,40 olan tek boyutlu ve 19 maddeden oluşan bir ölçme aracı elde edilmiştir. Ölçeğin KMO örneklem uygunluk katsayısı .95 olarak bulunmuştur. Ölçeğin faktör yükleri .33 ile .87 arasında sıralanmaktadır. Cronbach alfa iç tutarlık güvenirlik katsayısı .92 olarak bulunmuştur. Ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları .30 ile .83 arasında sıralanmaktadır. Bu sonuçlar Sosyal Yaşamda Dinin Rolü Ölçeği'nin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Sosyal Yaşamda Dinin Rolü, Geçerlik, Güvenirlik.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı Müfredatının Güncellenmesi – 638

Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR
Bolu Abant İzzet Baysal University
banuhulur@ibu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Arzu KARASAÇ GEZEN
Bolu Abant İzzet Baysal University
arzu.karasac@ibu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR
Bolu Abant İzzet Baysal University
husamettinakar@ibu.edu.tr

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

Res. Asst. Oğuzhan ŞENEL
Bolu Abant İzzet Baysal University
oguzhansenel@ibu.edu.tr

Res. Asst. Selin AKINÇ
Bolu Abant İzzet Baysal University
selinakinc@ibu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü müfredatının akademik ve sektörel eğilimler doğrultusunda güncellenmesidir. Bu amaca yönelik olarak öncelikle yurt içindeki tüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümleri ile yurt dışındaki bazı Halkla İlişkiler bölümlerinin müfredatları incelenmiş; birbirleriyle karşılaştırılıp değerlendirilmiştir. İlaveten, bir alan araştırması ile İstanbul, Ankara ve Antalya'da Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında aktif olarak çalışan toplam 8 Halkla İlişkiler ve Tanıtım alan akademisyeni ve 12 sektör uzmanı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın temel araştırma sorusunu "Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü mezunlarının günümüzde ihtiyaç duyduğu yetkinlik, donanım ve niteliklerin ne olduğu" oluşturmaktadır. Uzmanlarla yarı yapılandırılmış derinlemesine yapılan görüşmeler raporlanarak analiz edilmiştir. Bu çerçevede ulaşılan bulgulara göre; dijitalleşmenin sektörel etkisinin çok önemsendiği, öğrencilerin iş hayatını anlamalarını sağlayacak ve mezuniyet sonrası hayata geçişi kolaylaştıracak etkinliklere ihtiyaç duyulduğu, öğrencilerin eğitime başladığı andan itibaren ağ kurma (networking) gibi faaliyetlerde bulunmasının onlar için oldukça faydalı olduğu sonuçlarına varılmıştır. Aynı zamanda İngilizce bilgisinin öncelikle işe alımlarda etkili olduğu anlaşılmakta, çalışma hayatında ise özellikle yurtdışı bağlantılı işletmeler için İngilizce bilgisinin önem arz ettiği görülmektedir. Yanı sıra öğrencilerin kendini geliştirmesine önem verilmekte ve öğrencilerin girişimci bir karaktere sahip olması beklenmektedir. İyi yazarlık yetenekleri sektörde bir şart olarak görülmekte, entelektüel nitelikler akademide olduğu gibi sektörde de değer görmektedir. Ayrıca, yeni mezunların matematik bilgisi, protokol bilgisi, zaman yönetimi ve uzmanlaşma açılarından da kendilerini geliştirmeleri tavsiye edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı, akademik ve sektörel gelişmeler, müfredat

Updating of Public Relations and Publicity Undergraduate Curriculum

ABSTRACT

The main purpose of this study is to update the Public Relations and Publicity Department's curriculum according to academic and sectoral trends. To this end, the curricula of all Public Relations and Publicity Departments in Turkey and some Public Relations Departments abroad were examined; and compared with each other. In addition,

in-depth interviews were conducted with a total of 8 Public Relations and Publicity academics and 12 industry experts actively working in the field of Public Relations and Publicity in Istanbul, Ankara and Antalya. Purposeful sampling technique was used in the study. The basic research question of the study is “what competence, equipment and qualifications that graduates of Public Relations and Publicity Department need today”. Semi-structured in-depth interviews with experts were reported and analyzed. According to the findings; It is concluded that the sectoral effect of digitalization is very important, activities are needed to enable students to understand business life and facilitate transition to life after graduation, and it is very beneficial for them to engage in activities such as networking from the moment they start education. At the same time, it is understood that knowledge of English is primarily effective in recruitment, and it is seen that knowledge of English is important especially for businesses connected abroad. In addition, students are expected to have an entrepreneurial character. Good writing skills are seen as a condition in the sector, and intellectual qualities are valued in the sector as in academia. It is also recommended that new graduates develop themselves in mathematics, protocol knowledge, time management and specialization.

Keywords: Public Relations and Publicity Undergraduate Program, academic and sectoral developments, curriculum

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Developing Entrepreneurs in Rural Areas in the EU – 639

Joseph C Paul Jr
PhD student, Suffolk University and University of East Anglia
joseph.c.pauljr@gmail.com

Dr Dababrata Chowdhury

Dr Will Thomas

ABSTRACT

This presentation gives voice to the development and growth of rural entrepreneurs outside of the agriculture sector in the European Union (EU). Many research studies have focused on entrepreneurship in rural areas within the agriculture sector. However, there is a gap in the scholarly literature regarding the development and success ofentrepreneurs in rural areas outside of the agriculture sector and ways to develop these sectors in order to improve the economic infrastructure, living conditions and overall quality of life that can be found in some rural areas. This paper addresses the following key question: is the Common Agricultural Policy (CAP) of the European Union's Europe 2020 strategy putting potential and existing entrepreneurs in rural areas at a disadvantage by placing such an emphasis on the agricultural sector? 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 thought leaders suggest that developing entrepreneurs in rural areas can assist in addressing the ills of poverty, unemployment and economic struggles in underdeveloped rural areas. This study invites a discussion about steps, processes and strategies that can be developed and used to increase development of rural entrepreneurs.

Future research might look at ways 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: Rural entrepreneurs, Agricultural, Global thought and European Union.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

The Impact of Technical Barriers and Sanitary and Phytosanitary Measures on Exports Performance: Evidence from Bangladesh – 640

Suborna Barua Assistant Professor
Department of International Business, University of Dhaka
sbarua@du.ac.bd

Khaza Mainuddin
Graduate Student, Department of International Business, University of Dhaka
khazamynuddin.bd.du@gmail.com

ABSTRACT

Following the WTO agreement on Technical Barriers to Trade (TBT) and Sanitary and Phytosanitary (SPS) measures, many signatory countries began using them to alter trade patterns and flows. This has resulted in a significant shift in exports performance for many economies. Negative impacts of TBT and SPS on exports could significantly hurt developing economies, given that developing economies generally receive the smaller share of trade gains and many of them largely depend on exports for economic development. However, a long-term approach in continued compliance of TBT and SPS measures could eventually generate positive impacts on exports performance. As a case of a fast-growing, exports-reliant developing economy, this paper examines the impact of TBT and SPS measures on exports performance of Bangladesh. The paper uses the numbers of aggregate and new TBT and SPS measures faced by Bangladesh during exporting merchandise and assesses their impacts of follows of exports measured in million BDT (Local Currency Unit), by controlling the effects of Economy size and national income (GDP per capita), Exchange rates, total national Investment (Gross capital formation), Tariffs (Weighted average tariff rates), and Trade openness (WTO accession). The paper uses annual data of 40 years covering from 1977-78 to 2017-18. Analysis shows that the use of TBT and SPS have significantly increased up to 2015 with a declining trend afterwards. Findings suggest both aggregate and new TBT and SPS faced have significant and positive impacts on Bangladesh's aggregate exports. There are significantly heterogeneous sensitivity of sectoral exports to both TBT and SPS measures. The paper offers novel contribution by analyzing the trade impacts of TBT and SPS 2 measures imposed on Bangladesh exports. Findings suggest that the trade policy bodies of Bangladesh should consider SPS and TBT a long-term friend for exports performance at the aggregate level and for some sectors, as timely and proper compliance with TBT and SPS requirements imposed by importers could actually help exporters gain higher credibility and reputation in the international marketplace. This could also boost reputation and market access of Bangladesh as an exporting nation in the global marketplace.

Keywords: technical barriers, sanitary and phytosanitary measures, exports, Bangladesh
JEL Codes: F10, F13, F14

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Challenges for Digital Transformation in Manufacturing Industries: Towards A Step by Step Guide For Managers – 640

Chaimae EL ABDALLAOUI
University West of Scotland
B00313363@studentmail.uws.ac.uk

ABSTRACT

Digitization strategy in the supply chain and the use of digital technologies at the production level have become increasingly salient topics for manufacturing industries. Nevertheless, to date, the field of digitisation and digital transformation is under-documented. In response to this, this paper aims to assess the appropriateness of the digitization strategy for Official equipment manufacturers (OEM)'s in the automotive industry as a "driver to their supply chain performance and as a "source of inherent challenges."

To this end, this paper analyses data that has been collected using semi-structured interviews from 5 experts in the field with significant exposure to the topics stated above the proposed literature to compare the current practices and the various contributions proposed in that field.

The findings suggest that despite the high performance of the automotive industry, OEM's are facing significant challenges that threaten their sustainability and performance. Hence, digitization strategy is no longer a choice for OEM's to remain competitive and deal with the increasing volatility of the market. One would go even further to say that it can become an engine of performance and sustainability once it is properly executed. That is being said, even if the use of new technologies is becoming ubiquitous, research in digitization and digital transformation strategies from both academics and managers are still inconsistent.

This paper also proposes an exhaustive framework for the success of the implementation of both digitization and digital transformation strategies based on the best practices. Hence, deciders will have a better insight on how to manage their digital transformation successfully for better results.

Keywords: Digitization, supply chain, digital transformation, organizational performance, change management, Industry 4.0, automotive industry.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Appreciation of Offshoring Affecting the Business Activities Allocation Management of a Business in a Different Country – 641

Laila Maazouz
The University of Wales Trinity Saint David,UK
1705472@student.uwtsd.ac.uk

ABSTRACT

The Offshoring involves moving the business activities and/or allocate management control of a business in a different country. Literature shows that a majority of business professionals have little knowledge of methods and strategies to identify offshoring risks; however, the marketplace is leaning towards more offshoring trends in the future. The purpose of this paper is to investigate the offshoring and to identify the risks involved in offshoring the business activities. Design/methodology/approach - The research is primarily based on quantitative and qualitative research methods to identify the main risks of offshoring, which can be either structural and/or operational risks. Other risks are classified in the following areas: financial, value, economic, political, resources and so on. This investigation provides justified strategies to minimize these risks. A set of in-depth interviews and surveys of business individuals are used to identify the general insights of offshoring business activities and the associated risks of this decision. Implications - The outcomes of inappropriate implementation of offshoring activities have resulted in many companies losing profit. Strategic managers need to address risks associated with offshoring and develop a model that minimise or eliminate risks. Value - This research serves as a framework for successful offshoring activities. Companies that implement this framework should adapt it to their situations to maximize its efficiency.

Keywords: Offshoring, Risk Mitigation, Management And Managerial Decision-Making.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

The Effect of Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty and Retention (CLR) within UK-based SMEs in the Beauty Industry – 642

Suprim Jha
University West of Scotland, UK
suprim98@gmail.com

ABSTRACT

The inhuman reality about customer relationship management is that businesses spend five times more resources to attract new customers than is required for retaining existing clients. The beauty industry in the UK is characterised by intense competition given the existence of large and small organisations. Even with the above statistics, the large firms mainly focus on their use of monopoly powers as the basis of market domination. As a result, the SMEs have a viable opportunity to access and attract clients whose needs are not met. Unfortunately, the SMEs continue to demonstrate significant efforts toward acquisition of new customers while neglecting the vital aspects of retention. It implies that customer retention and loyalty programs among the SMEs in the UK's beauty industry remains to be one of the inadequately explored opportunities with greater potential to revolutionise the industry. It is on these grounds that customer relationship management deserves a better position in the UK beauty industry for SMEs to realize increase in profits and survive the stiff competition in the market.

There are noticeable benefits of customer relationship management that make it a vital tool in leveraging SMEs competitiveness in the UK beauty industry. The impacts that CRM brings to the SMEs and their customers and tailor their product improvements toward meeting the existing demand. In this case, the sales personnel will nurture the existing clients through effective communication based on their motivation to purchase beauty products.

In assumption, the integration of various CRM practices has revealed noticeable benefits to businesses in the UK'S beauty space, especially in Panache.

Keywords: CRM, CLR, UK and Panache.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

How Universities can Prepare Students for the Jobs of the Future – 643

Prof. Dr. Emin Civi

ABSTRACT

The job market is rapidly transforming. According to the World Economic Forum's 2016 report "The Future of Jobs", 65% of children entering primary school today will be employed in jobs that do not yet exist. The Institute for the Future (2018) has a very similar prediction that 85% of the jobs that today's students will be working in 2030 haven't been invented yet. Considering universities' central roles in educating and upskilling students for their future careers, this work world has already started forcing universities to make changes in how they prepare students for their future careers. This paper focuses on the ways and strategies to guide universities and faculty members in equipping students with the skills and knowledge that enable them to be ready for the jobs of tomorrow.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Determination of Conflict Management: The Case of the Moroccan Firm – 644

Ghizlane DAOUDI
Cardiff Metropolitan University, Cardiff, UK
ghizou.tt@hotmail.fr

ABSTRACT

The Conflict is an inevitable aspect of any organisation In order to investigate conflict and its management in the Moroccan organisational. This involved the use of semi-structured interview method to collect primary data from Human Resources (HR) managers and other departmental Line managers in the holding company. The primary data was complemented by documentary analysis and Line managers were interviewed in order to obtain an understanding of the interpretations of the actions and meanings of the actors involved in conflict at different conflict levels (intra-individual, inter-individual, intra-group and inter-group conflict). Different research perspectives, such as organization development, occupational psychology, social psychology, sociology and political science, have among used to study the phenomenon of conflict. The different research perspectives are also associated with various theoretical standpoints employed to study conflict.
In addition, the study found evidence that conflict has a positive and constructive impact in some situations, positively affecting organizational work outcome and the work environment. This research contributes to the literature by giving a Moroccan organizational context. The research investigates the causes of conflict in the workplace and how managers and the human resource department to ensure that a company's output and productivity sustained manage conflict.

Keywords: Conflict Management, Determination and Moroccan

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Yiyecek İçecek İşletmelerinde Bencmarking'in Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İli Örneği – 645

Prof. Dr. Said KINGIR
Sakarya Uygulamalı Bilimler University
saidkingir@sakarya.edu.tr

Vildan SARICA
Sakarya Uygulamalı Bilimler University
vildansarica.75@gmail.com

Res. Assist. Mustafa İnanç KAPUCUOĞLU
Sakarya Uygulamalı Bilimler University
mustafakapucuoglu@subu.edu.tr

ÖZET

Yiyecek-içecek işletmeleri turizm endüstrisinin gelir getiren ikinci büyük koludur. Yiyecek içecek işletmeleri insanların yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamaya, sosyalleşmesine, çeşitli deneyimler kazanmasına olanak tanır. İşletmeler yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Bu stratejilerden biri de benchmarking uygulamasıdır. Benchmarking'in Türkçe karşılığı 'kıyaslama-örnek almadır'.
Bu araştırmanın amacı; yiyecek içecek işletmelerinde benchmarking tekniğinin uygulanabilirliği ve bu konuda yöneticilerin algılarını incelemektir. Bu amaçla Sakarya'nın Serdivan ilçesindeki yiyecek- içecek işletmelerinin yöneticileri ile nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme türünde gerçekleştirilen araştırmanın sonucunda; yiyecek-içecek işletmelerinde benchmarking tekniğinin uygulanmasının gerekliliği incelenmiş olup araştırma sonunda elde edilen bulgular ve söz konusu bulgulara ilişkin öneriler sunulmuştur. Araştırma bulguları ışığında ulaşılan sonuçlara bakıldığında; yiyecek içecek işletme yöneticilerinin benchmarking tekniği hakkında bilgi sahibi ve konuya hakim olmadıkları, bu tekniği bilinçli olarak uygulamadıkları gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Benchmarking, Hizmet İşletmeleri, Yiyecek-İçecek İşletmesi

A Research On The Applicability of Bencmarking in Food and Beverage Enterprises: The Case of Sakarya

ABSTRACT

Food and beverage businesses are the second largest branch of the tourism industry. Food and beverage businesses allow people to meet their food and drink needs, socialize and gain various experiences. Businesses develop various strategies to survive in an intense competitive environment. One of these strategies is benchmarking. Benchmarking's Turkish equivalent is 'benchmarking örnek.
The purpose of this research; The aim of this course is to examine the applicability of benchmarking technique in food and beverage businesses and the perceptions of managers about this issue. For this purpose, a qualitative study was carried out with the managers of the food and beverage establishments in Serdivan district of Sakarya. As a result of the research conducted in semi-structured interview type; The necessity of the application of benchmarking technique in food and beverage establishments has been examined and the findings and recommendations have been presented. When the results reached in the light of the research findings; it was observed that food and beverage business managers were not familiar with the benchmarking and did not apply this technique consciously.

Keywords: Benchmarking, Food and Beverage Business, Service Business.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirme Yönteminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Örneği – 646

Serkan SEMİNT
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
semintserkann@gmail.com

Res. Assist. Oğuz ÇOLAK
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
oguzcolak@subu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma Sakarya ilinde bulunan 4-5 yıldızlı otel işletmelerinde personel güçlendirme uygulama düzeyini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Sakarya'da bulunan 4-5 yıldızlı otel işletmelerinde yöneticiler ve personel ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak bulgular elde edilmiştir. Elde edilen bulgularla yönetici ve personel cevapları karşılaştırılarak yorumlanmıştır. Yönetici tarafından personel güçlendirme uygulaması yapılırken, personel katılımcıların çoğu tarafından herhangi personel güçlendirme uygulamasının yapılmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Personel Güçlendirme. Otel İşletmeciliği, Turizm, Sakarya.

A Research on the Applicability of Staff Reinforcement Method in Hotel Businesses: Case of Sakarya

ABSTRACT

This study was carried out to determine the extent to which personnel empowerment practices are implemented in 4-5 star hotel establishments in Sakarya. For this purpose, findings were obtained by using semi-structured interview technique with managers and staff in 4-5 star hotel establishments in Sakarya. The results obtained were compared with the responses of managers and staff. While the personnel empowerment was implemented by the manager, it was concluded that no personnel empowerment was performed by most of the staff participants.

Keywords: Staff Empowerment, Hotel Management, Tourism, Sakarya.

Yenilik, Yenilikçilik kavramlarına Genel Bir Bakış: Endüstriyel ve Türkiye Kapsamında Değerlendirilmesi – 647

Dr. Ayşenur ERDİL
İstanbul Medeniyet University
erdil.aysenur@gmail.com

ÖZET

Günümüzde bilimin pratik hayatın gereksinimlerinin karşılanmasına, ya da insanın çevresini denetleme, biçimlendirme ve değiştirme çabalarına yönelik uygulamaları teknolojiyi ifade eder. Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması anlamına gelen yenilik; ticari bir değer elde etmek için gerçekleştirilen bilimsel uygulamalar olarak ifade edilebilir. Girişimciye kar getiren ve teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan her şey olarak tanımlanabilir.

Yenilikçilik- İnovasyon faaliyetleri, Türkiye'deki çoğu sektörde ilerleyen, gelişen kollarından biri haline gelmektedir. Bu kapsamda endüstriyel düzeyde stratejik karar verirken stratejik planlama, bilgi, insan kaynağı ve iş kapsamındaki süreçler önemli ve rekabet faktörler arasında sadece birkaçıdır. Çalışma tarım hakkında genel bilgi verdi. Bu konunun araştırma alanı, Türkiye'nin rekabet gücü olan Inovasyon, Lider yenilik, Değişim unsurlarını içermektedir. Çalışmanın amacı, yenilik, girişimcilik, stratejik karar süreci, yenilik geliştirme süreci hakkında bir algı oluşturmak ve Türkiye'deki İnovasyon kapsamında faaliyetlerden kesitler sunmak, bazı endüstriler kapsamında yenilik-icat oluşturma süreci, Ar-ge pazarı, Girişimcilik açısından strateji oluşturmaya ilişkin teorik bilgiler hakkında genel bir bakış sağlamaktır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri, Girişimcilik, Inovasyon, Strateji, Yenilik.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Understand and development of Search Engine Advertising in Modern Business – 648

Nabila Jrida
Cardiff Metropolitan University, Cardiff, UK
1704968@student.uwtsd.ac.uk

ABSTRACT

In this paper, the researcher investigates the users' perception of Search engine advertising. This research is based on two studies in which we conduct an online experiment as the main instrument for data assembling. The first study investigates -through an online experiment -web users behavior as well as attitude towards search engine advertising while the second study inspects web-users knowledge of the sponsored ads on the search engine results pages through an online questionnaire. Data are gathered from 300 online Web-users representative of the UK population.
Participants approach the first study via a link that is provided by the researcher; then after finishing the first study, they are asked to respond to an online questionnaire. The ability to sequence both studies allows us to track the responses of participants and compare results obtained from both studies. Results are most beneficial for Marketing searches as well as vulnerable Web-users with low awareness and experience in Search engine results pages. The ramifications are that models of search engine sponsored Ads and of information searching stand in need of being revised, and that there is an alarming necessity for managing search-based advertising.

Keywords: Search Engine Marketing, Sponsored Ads, Organic links.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Managerial Success through the Enterprise Risk Management: Case of Oil and Gas Industry in Qatar – 649

Bakhit Hazaa Derah
Cardiff Metropolitan University, Cardiff, UK
b.doha@hotmail.com

ABSTRACT

This research sets out to critically examine how the efficient enhancement of organisational success using enterprise risk management would affect the oil and gas industry in general in Qatar. The research also critically examines the efficacy of knowledge and performance management systems as well as best practices that could be used to address and be beneficial to operational issues in the oil and gas sector. The underpinning everything in Qatar is the government's shrewd administration (efficient organisational success) of its energy resources and the revenue they generate. However, the strategies proposed in this research, very good as they may be, cannot be guaranteed a hundred percent to resolve all enterprise risk and organisational management issues in the oil and gas in Qatar. Notwithstanding this assertion, the use of these strategies suggested in the research defines an approach that is superior to the traditional approaches usually and typically adopted and therefore produces positive results with some wider application for organisations including that of the oil and gas sector. The primary aim of this research project is to investigate the influence of enterprise risk management on the organizational success of oil companies and using two oil companies as case study-organisations in relation to productivity, improved decision-making process, and compliance with the government requirements-indeed, improved organisational routine within the companies for controlling the risks.

Keywords: Enterprise Risk Management, organisational success, Oil and Gas and Qatar.

Abonelik Modeliyle Çalışan Dijital Platformların Tüketim Kültürü Bağlamında Değerlendirilmesi – 650

Res. Assist. Sadullah M. BAĞ

Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR

Kitle İletişimi Açısından Siyasal Katılım – 651

Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR

Faiz Oranlarındaki Değişimin Konut Satışları Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği – 651

Prof. Dr. İlhan EGE

Inst. Nihan CABA

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Organizational Culture and Organizational Commitment: A Study of the Bank Employees – 652

Assoc. Prof. Dr. Mine HALIS
Kocaeli University, FEAS
minehalis@ibu.edu.tr

Asma Mustafa Omar NASER
Kastamonu University, SBE

Prof. Dr. Muhsin HALİS
Bolu Abant İzzet Baysal University
muhsinhalis@ibu.edu.tr

ABSTRACT

With the rapid development of information communication technologies, strategic organization management based on competition has become important in many sectors. There have been many changes in management understanding in all businesses / organizations opening up to international markets. With the spread of globalization, the human resource within the organization has become multicultural. The fact that people from different cultures come together and the organization succeeds around common goals has made important management problems important as well. Today, a significant portion of the business assets are made up of human capital resources. Enterprises that are willing to invest in the source of human capital have to keep the human resources they have invested in constantly. Businesses therefore have to create an organizational identity and increase their employees' commitment to organization in order to be one step ahead of the competition. Organizational culture fulfills the most important functions in order to reach organization goals. When organizational culture absorbs organizational identity, complex management functions spontaneously come into play. Otherwise, businesses that struggle with organizational deficiencies cannot provide competitive advantage. At the same time, in this study, which assumes that the organizational commitment of the employees in the organizations where the organization culture is not formed is also affected, Is the determination of the effects on the banking sector, which is an intensive resource of intimidation, beyond the determination of the existence of the relationship between organizational culture and organizational commitment by many academic studies in the past. With this study, suggestions were presented to the organizers of the banking sector which should have strong organization structure .In the introduction part of the work, there is a brief description of what the purpose of working is, how it is to be done and in which context it will be completed. Organizational culture in the first part and organizational commitment in the second part are discussed literally. Then, the findings obtained based on the research data were included and the study with the conclusion and suggestion was completed.

Keywords: Organization Culture, Bank Employees, Organizational Commitment

Havacılıkta Yaşanan Kazaların İletişim Engelleri ile İlişkisi – 653

Tülin KURTÇUOĞLU
Kocaeli University
tulinkurtcuoglu@gmail.com

ÖZET

İnsanın olduğu her yerde hataların yapılması, kaza ve olayların yaşanması olası bir durumdur. Operasyon sırasında etkili bir iletişimin gerçekleşmesi gerekmektedir. Aksi durumda bir kaza veya olayın olma ihtimali yükselmektedir. Özellikle havacılık sektöründe yaşanan kazaların sonucunda meydana gelen maddi ve manevi kayıplar çok fazla olmaktadır. Bu yüzden istenmeyen durumların önlenmesi, daha verimli, güvenli ve emniyetli havacılık operasyonlarını gerçekleştirebilmek için insanların insanlarla ve insanların çevreleriyle iletişimine katkıda bulunarak iletişimlerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Günümüze kadar yaşanmış havacılık kazalarının temelinde iletişimsizlik, iletişimde yaşanan aksaklıklar olduğu çok açıktır. Gelişen teknoloji sayesinde uçakların, sistem ve araçların verimliliği, güvenilirliği ve emniyeti artmıştır fakat insan faktörünün olduğu her yerde hata oranı mutlaka vardır. Bu makalede iletişim ve havacılıkta iletişimden bahsedilerek, havacılıkta yaşanan örnek olayların iletişim engelleri ile ilişkisine değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, İletişim Engelleri, Havacılıkta İletişim, Kaza, Emniyet

Correlation Between Aviation Accidents and Communication Barriers

ABSTRACT

It is possible to make mistakes, accidents and incidents wherever people are. Effective communication is required during the operation. Failure to do so increases the likelihood of an accident or incident. Particularly, material and moral losses that occur as a result of accidents in the aviation sector are very high. Therefore, in order to prevent unwanted situations and to perform more efficient, safe and secure aviation operations, communication should be improved by contributing to people's communication with people and people's environment.

It is clear that the lack of communication and the disruptions in communication are the basis of the aviation accidents experienced to date. Thanks to the developing technology, the efficiency, reliability and safety of aircraft, systems and vehicles have increased, but there is always an error rate wherever there is a human factor. In this article, communication and communication in aviation will be discussed and the relationship between the case studies in aviation and communication barriers will be discussed.

Keywords: Communicatin, Communicaiton Barriers, Communication in Aviation, Accident, Safety

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, Istanbul

Termal Turizm Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma – 654

Asst. Prof. Mehmet YORULMAZ
Selçuk University, Faculty of Health Sciences, Healthcare Management
mtroulmaz@hotmail.com

Asst. Prof. Burhanettin UYSAL
Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences, Healthcare Management
burhanettin.uysal@bilecik.edu.tr

Nida Nur DEMIRHAN
nidanrdemirhan@gmail.com

ÖZET

Bu çalışma, termal turizm çalışanlarının termal turizm farkındalığını tespit etmek Balıkesir ilinde tanımlayıcı olarak yapılan kesitsel bir alan araştırmasıdır. Bu çalışmada katılımcıların demografik özelliklerine göre karşılaştırmalar yapılmış olup ölçme aracı olarak 41 sorudan oluşan Termal Turizm Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmaya katılım gönüllülük esası çerçevesinde olup Balıkesir ili Gönen ilçesinde faaliyet gösteren 4 termal tesis üzerinde Temmuz 2019 tarihleri içerisinde 132 kişiye uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, Jamovi 1.1.7.0 paket programında %95 güven aralığında ve %5 hata payı ile analiz edilmiştir. Ölçeğin Cronbach's alfa değeri α=0,869 olarak bulunmuştur. Analizler, parametrik olmayan test teknikleri kullanılarak yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistiklerin yanında ikili karşılaştırmalar Mann-Whitney U testi, ikiden fazla grup karşılaştırmaları için Kruskal-Wallis H testi, ölçek ve boyutlar arasındaki ilişki ise Spearman Korelasyon testi ile incelenmiştir. Cinsiyete, yaşa, eğitim durumuna ve gelire göre anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiş olup (p=,022) genel boyutta bekârların katılım düzeyi (101,6 ± 11,77) evlilerden (95,7 ± 12,40) daha yüksektir. Kurumsal yeterlilik boyutunun ortalama skoru ($\bar{x}$=4,10 ± 0,39) en yüksek, sağlık turizminin sorunları boyutunun ortalama sokur ($\bar{x}$=2,85 ± 0,56) ise en düşüktür. Bu verilerden yola çıkarak termal turizm konusunda işletmelerin kurumsal yeterlilik düzeylerinin yükseltilmesi gerektiği, sağlık turizminde ortaya çıkabilecek sorunlara karşı ise önlem alınması gerektiği algısı ön plana çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Farkındalık, Kaplıcalar.

An Evaluation on Health Tourism Awareness of Thermal Tourism Employees

ABSTRACT

This study is a cross-sectional field study conducted as a descriptive one in Balıkesir province to determine the thermal tourism awareness of thermal tourism employees. In this study, according to the demographic characteristics of the participants were made some comparisons and a thermal tourism awareness scale consisting of 41 items was used as a measuring tool. Participation in the research was voluntarily and was applied to 132 people in July 2019 on 4 thermal facilities serving in the Gönen district of Balıkesir province. Data from the surveys were analyzed in the Jamovi 1.1.7.0 package program with a 95% confidence interval and a margin of error of 5%. Cronbach's alpha value of the scale was found as α=0.869. The analysis was conducted using non-parametric testing techniques. In addition to descriptive statistics, binary comparisons were examined by the Mann-Whitney U test, the Kruskal-Wallis H test for more than two-group comparisons, and the correlation between scale and dimensions with the Spearman Correlation. There was no significant difference according to gender, age, educational status, and income. It was found that was a significant difference according to the marital situation (p=.022) and the overall level of participation of singles (101.6 ± 11.77) was higher than that of the married (95.7 ± 12.40). The average score of the corporate proficiency size ($\bar{x}$=4.10 ± 0.39) is the highest, and the

average size of health tourism problems ($\bar{x}$=2.85 ± 0.56) is the lowest. Based on these data, the perception that the corporate capability levels of enterprises should be increased in thermal tourism and precautions should be taken against the problems that may arise in health tourism.

Keywords: Thermal Tourism, Awareness, Spas.

Doğal Kaynaklı Yeni Nesil Lifler ve Giysilerde Kullanımı – 655

Asst. Prof. Dr. Pınar TÜRKDEMİR
Başkent University
pkatilmis@baskent.edu.tr

ÖZET

Son yıllarda, gönüllü kuruluşların önderliği ve medyanın etkisiyle sürdürülebilirlik kavramıyla ilgili toplumsal farkındalık daha çok dikkat çekmeye başlamıştır. Bu sayede, satın aldığı giysiden sadece temel ve ben merkezli faydalar bekleyen değil, insanları, doğayı, çevreyi, vahşi hayatı ve hayvanları koruyan ve önemseyen tüketici talepleri oluşmuştur. Bu anlamda, sosyal sorumluluk üstlenen tüketicilerin doğa dostu tekstil taleplerine yanıt vermek adına tasarımcıların ve üreticilerin de pazara yeni alternatifler sunması beklenmektedir. Tekstil sektöründe oluşan bu sosyal sorumluluk baskıları yanında eskisi kadar yaygın olmayan tarım faaliyetleri ve artan nüfusla birlikte günümüzde, doğal lif kaynaklarına ulaşmadaki zorluklar daha çok dikkat çekmeye başlamıştır. Bu nedenle, geleneksel doğal lifler dışında daha yaratıcı ve daha fonksiyonel olması beklenen ve doğayı bozmayan yeni hammadde arayışları artmıştır. Bununla birlikte, tekstil sektörünün üstlendiği sosyal sorumluluklar kapsamında, tarım faaliyetlerini ve çiftçiyi destekleyerek sentetik liflerden uzaklaşarak doğal liflerin kullanımını artırma projelerinin de önemi vurgulanmaktadır. Bu noktada, ar-ge çalışmaları temelde doğal ham maddeleri kullanarak ve bazı kimyasal işlemlere tabi tutularak lif elde edilmesini mümkün olduğunu göstermekte ve liflerin kullanım ve performans özelliklerini arttırmaktadırlar. Yeni nesil lifler biyo-sentetik lifler olarak adlandırılmaktadır. Biyo-sentetik lifler, doğal kaynaklı ancak kimyasal bazı bileşenlerle işlem görmüş veya karışım oluşturmuş lif türleridir. Bu araştırmanın amacı, yeni nesil doğal kaynaklı lifler olarak adlandırılan biyo-sentetik liflerden en verimli sonuç vermiş olan ve giysilerde başarılı kullanım imkânı sunan süt (kazein), deniz kabukluları (kitin) lifleri, soya lifleri, kahve çekirdeği lifleri, mısır lifleri ve hibiskus liflerinin giysi üretiminde kullanılabilirliğinin tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Bu çalışmanın amacı doğrultusunda, doğal ham madde kaynaklı yeni nesil liflerin özelliklerinin tanıtılması ve giyim sektöründe kullanım yerlerinin örneklendirilmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: biyo-sentetik lifler, süt lifi, deniz kabukluları lifi, soya lifi, kahve çekirdeği lifi, mısır lifi, hibiskus lifi

New Generation of Natural Origin Fibers and Their Use in Garments

ABSTRACT

In recent years, with the leadership of voluntary organizations and the influence of the media, social awareness about the concept of sustainability has started to attract more attention. In this way, not only the basic and self-centered benefits from the clothes bought, but also the consumer demands that protect and care about people, nature, environment, wildlife and animals have been formed. In this sense, designers and manufacturers are expected to offer new alternatives to the market in order to meet the demands of socially responsible consumers for environmentally friendly textiles. In addition to these social responsibility pressures in the textile sector, the difficulties in accessing natural fiber resources and, the increasing population have started to attract more attention with the agricultural activities. Therefore, the searchs for new raw materials has increased that are expected to be more creative and functional than conventional natural fibers and which do not harm the nature. In addition, within the scope of the social responsibilities undertaken by the textile sector, the importance of projects to increase the use of natural fibers by moving away from synthetic fibers by supporting agricultural activities and farmers is also emphasized. At this point, R & D studies show that it is possible to obtain fibers by using natural raw materials and by applying some chemical processes and increasing the usage and performance characteristics of the fibers. New generation fibers are called biosynthetic fibers. The aim of this study was to determine the most efficient results of the new generation of natural-origin fibers called biosynthetic fibers and offer successful usage in garments such as milk (casein), shellfish (chitin) fibers, soybean fibers, coffee bean fibers, corn fibers and hibiskus fibers. In line with the aim of this study, the properties of new generation fibers originating from natural raw materials are introduced and the usage places in clothing sector are exemplified.

Keywords: biosynthetic fibers, milk fiber, sea shellfish fiber, soybean fiber, coffee bean fiber, corn fiber and hibiskus fiber

Türkiye'de Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Arasındaki Farklılıkların Finansal Açıdan Değerlendirilmesi – 656

Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU

Inst. Nihan CABA

Uluslararası Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi (EMI Kongre) Bildiri Kitaplarında Sunulan Sözlü Bildirilerin Analizi Üzerine Bir Çalışma – 657

Neslihan DUMAN
Aksaray University, SBE
neslihanduman@erciyes.edu.tr

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

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongrelerinde sunulan bildirilerin analiz edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda; 2018-2019 yılları arasında yayımlanan 3 adet bildiri kitabında basılan toplam 500 bildiri, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bildiriler genel bilgiler, konular, dil, ve yazar sayıları gibi çeşitli değişkenler açısından içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre; 1.kongre bildirilerinin %19 u, 2. kongre bildirilerinin %10 u ve 3.kongrenin %13 ü İngilizcedir. Her üç kongrede de 2 yazarlı ve nicel analiz yöntemi kullanılan bildirilerin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, temel konu başlıklarından en fazla yönetim ve organizasyon alanında bildiri bulunmaktadır. Araştırma sonuçları bundan sonraki aşamalarda yapılacak olan Girişimcilik Kongreleri ve bu konuyla ilgili yapılacak olan diğer etkinlikler açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: EMI, EMI Kongre, Bildiri Analizi.

A Study on the Analysis of Oral Presentations Presented in the Proceedings of the International Congress of Entrepreneurship and Social Sciences (EMI Congress)

ABSTRACT

The main purpose of this study is to analyze the papers presented at International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congresses. In accordance with this purpose; A total of 500 papers published in 3 papers published between 2018-2019 were analyzed by content analysis method. The papers were subjected to content analysis in terms of various variables such as general information, topics, language, and number of authors. According to the analysis results; 19% of the first congress declarations, 10% of the second congress declarations and 13% of the 3rd congress are in English. In all three congresses, papers with two authors and quantitative analysis were used. In addition, the most important topics in management and organization in the field of papers are. The results of the research are important in terms of Entrepreneurship Congresses and other activities to be held in the following stages.

Keywords: EMI, EMI Congress, Paper Analysis.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2019, İstanbul

Informatization Of Society and Pedagogical Possibilities of Using İnformation Technology – 658

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor Asyl Arenova

Baurzhan Kassymbergebayev
Caspian State University of Technologies and Engineering named after Sh. Yessenov

ABSTRACT

The fundamental features of the information society are the formation of: a single global information space, new intellectual technology and a high level of education of workers. Informatization is an objective process of increasing the role of information resources, the progressively increasing use of information technology in order to process, accumulate, store and disseminate information and especially knowledge. The process of Informatization of society involves not only the computerization of educational institutions, the formation of computer literacy, but also the improvement of educational, educational and managerial processes, therefore, it is necessary to prepare competent highly qualified personnel for the system of primary and secondary vocational education at the university areas of application of information technology for the successful implementation and improvement of further professional activities.

Keywords: informatization of society, information technology, intellectual technology, informatization of education, the intensification of the educational process.

Artificial Intelligence in Financial Markets: An Opportunity or A Threat? - 659

Asst. Prof. Dr. Semra BOĞA
Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, International Trade and Finance
sboga@atu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Nuri SEVGEN
Nişantaşı University, Banking and Finance
nuri.sevgen@nisantasi.edu.tr

ABSTRACT

By the beginning of the 20th century, with the exponential rise in technology, the world witnessed tremendous innovations in the diversity of fields. During this period, by the invention of Artificial Intelligence (AI), the world has entered a new era called the Fourth Industrial Revolution. The financial sector has been one of the main industries that adapted technological developments quickly. Recently, a new word FinTech emerged describing the technological developments in the financial ecosystem where AI seemed to be an indispensable part of this transformation. AI applications used in FinTech started in the late 1980s with algorithmic trading. AI applications used in financial markets offer opportunities for investors, but also bear some risks. Risks associated with AI-based financial operations include high-frequency algorithm-driven flash crashes, cybersecurity attacks, and losing access to the website during volatile market days. Existing research in the literature on AI applications in finance mainly focuses on technical developments and adoptions by the companies. Individual investors' awareness about the risks and opportunities related to AI applications in finance and their readiness to embrace the changes have not been questioned extensively yet. The purpose of this study is to bring insights into these questions by revealing the attitudes and awareness of the individual stock exchange and forex investors about these opportunities and risks associated with AI applications. This research is delimited to Turkish stock investors due to data accessibility and time constraint. Quantitative research will be conducted by surveying the individual investors.

Keywords: Artificial intelligence (AI), Financial Markets, Investor Attitudes, Investor Awareness.

Finansal Piyasalarda Yapay Zeka: Firsat Mı Tehdit Mi?

ÖZET

20. yüzyılın başlarında teknolojideki geometrik artışla birlikte dünya çok farklı alanlarda büyük yeniliklere tanık olmuştur. Bu dönemde Yapay Zeka'nın icadıyla, 4. Sanayi Devrimi olarak anılan yeni bir çağa girilmiştir. Finans sektörü, teknolojik gelişmelere hızla adapte olan temel alanlardan biri olmuştur. Finans sektöründeki dönüşümün vazgeçilmez bir parçası olan Yapay Zeka'yı da içeren, finansal ekosistemdeki teknolojik gelişmeleri tabir etmek için yakın zamanda FinTech şeklinde yeni bir kelime ortaya çıkmıştır. FinTech alanında kullanılan Yapay Zeka uygulamaları 1980'lerin sonunda algoritmik alım-satım ile başlamıştır. Finansal piyasalarda kullanılan Yapay Zeka uygulamaları yatırımcılar için fırsatlar sunmakla birlikte bir takım riskler de barındırmaktadır. Yapay Zeka tabanlı finansal işlemlerle ilgili riskler arasında; yüksek frekanslı algoritma kaynaklı ani çöküş (flash crash), siber güvenlik saldırıları ve piyasada oynaklığın yüksek olduğu günlerde web sitesine erişimin kaybolması bulunmaktadır. Literatürde, finans alanındaki Yapay Zeka uygulamaları üzerine yapılmış olan çalışmalar çoğunlukla, şirketlerin bu alandaki teknik gelişimlerini ve adaptasyonlarını ele almaktadır. Bireysel yatırımcıların finans alanındaki Yapay Zeka uygulamaları ile alakalı riskler ve fırsatlar hakkındaki farkındalıklarının ve bu değişimleri benimsemeye karşı tutumları henüz çok fazla sorgulanmamıştır. Bu çalışmanın amacı, bireysel hisse senedi ve forex yatırımcılarının Yapay Zeka uygulamaları ile ilişkili riskler ve fırsatlar hakkındaki tutum ve farkındalığını ortaya koyarak bu sorulara yanıt getirmektir. Veri erişilebilirliği ve zaman kısıtlaması nedeniyle bu çalışma, Türk hisse senedi ve forex yatırımcıları ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada, bireysel yatırımcılara uygulanacak anketle kantitatif bir araştırma gerçekleştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Finansal Piyasalar, Yatırımcı Davranışı, Yatırımcı Farkındalığı.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2018, Istanbul

Meşrutiyet Sonrası Cinayetler Zincirinin İlk Halkası: Hafiye Teşkilatının Başı İsmail Mahir Paşa Suikasti – 660

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL
Selçuk University
ismailakbal@gmail.com

ÖZET

İttihat ve Terakki Cemiyeti, Meşrutiyeti ilan ettirebilmek ve siyasal iktidarı elde edebilmek için korku ve yıldırı yöntemlerine başvurmuştur. En fazla başvurulan korku ve tedhiş yöntemi ise siyasal cinayetlerdi. Siyasal cinayetleri yerine getirenler ise komitacılar olarak da adlandırılan fedailer grubuydu.
Fedailer, Meşrutiyetin ilanında ve sonrasındaki siyasal iktidar mücadelesinde, meşruluk gözetilmeksizin her yola başvurmuşlardır. Meşrutiyet öncesinde ve sonrasında kanlı eylemler gerçekleştirmişlerdir. Meşrutiyetin ilanı sonrası kanlı eylemler bitmemiş; Cemiyetin siyasal iktidarının önünde açık muhalif tavır sergileyen kesimleri hedef almıştır.
Meşrutiyet sonrası cinayetlerin ilki İsmail Mahir Paşa cinayetidir. Bugüne kadar işlenen siyasi cinayetlerden en az bilinenin ve çabucak unutulanı İsmail Mahir Paşa cinayetidir. Bu yüzden çalışma alandaki açığı kapatmak için İsmail Mahir Paşa cinayetini konu edinmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsmail Mahir Paşa, İttihat ve Terakki Cemiyeti, Fedailer, II. Meşrutiyet, Makedonya.

The First Ring of The Murders' Chain After Post-Legislation Period: Associatıon's İsmail Mahir Paşa, Mayor of at the Head of Secret Intelligence Organization

ABSTRACT

The Committee of Union and Progress has resorted to methods of fear and intimidation in order to proclaim the Constitutional Monarchy and to obtain political power. The most frequently used methods of fear and intimidation were political murders. The ones who carried out the political murders were the group of bouncers, also known as the komitajhi.
The Bouncers, in the declaration of the Constitutional Monarchy and the struggle for political power in the aftermath, resorted to every means without considering legitimacy. They carried out bloody actions before and after the Constitutional Monarchy. After the declaration of the Constitutional Monarchy, the bloody actions were not finished; It was targeted at those who displayed open opposition in front of the political power of the The Committee of Union and Progress.
The first of the murders after the Constitutional Monarchy is the murder of İsmail Mahir Paşa. Ismail Mahir Pasha's murder is one of the least known and quickly forgotten political killings. Therefore, the study focused on the murder of İsmail Mahir Pasha to close the gap in the field.

Keywords: İsmail Mahir Pasha, Committee of Union and Progress, Bouncers, II. Constitutional Monarchy, Macedonia.

4th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 29-30 November 2018, Istanbul

The Effect of Strategic Trends in Businesses on the Strategic Cooperation Process: A Study in Ankara Industry – 662

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

ABSTRACT

Strategic trend; is defined as behavioral tendencies that help create business behaviors based on the values, beliefs, and norms of the employees in a business and that are in line with the business strategy, with the desire to gain long-term competitive advantage. The strategic trend has been defined as one of the factors affecting strategic planning practice. Businesses carry out strategic collaborations to have a stronger capital structure, increase profitability, share the risk, gain a competitive advantage in the market, and create synergy and increase their capacities. The determining features of strategic cooperation are that the two or more bilateral relations formed within the agreement's framework between enterprises to achieve a common goal and that the main reason for the businesses to act together is to achieve a common strategic goal. Business mergers are likened to a marriage, as it allows the parties to protect their independence and separate identities through strategic cooperation and to protect their interests. In this context, the research aims to determine the interaction of the strategic tendency in the strategic partnerships of businesses that want to succeed. In this context, the research question has been determined as "Do the strategic trends in businesses affect their strategic alliances." The research sample consists of managers (n = 108) of two large-scale enterprises that have made strategic cooperation in Ankara. The data obtained in the study were analyzed by correlation analysis with the SPSS program. As a result of the analysis, a positive and significant relationship ($r = 0.779$, $p < .001$) was found between the companies' strategic orientation and strategic cooperation. On the other hand, as a result of the regression analysis, it was determined that the companies' strategic orientation has a significant positive effect on strategic cooperation. (= 0.547, $p < 0.001$). As a result of the research, it was determined that it is inevitable for their businesses to cooperate in a changing competitive environment. On the other hand, making collaborations based on solid foundations and trust has been seen as a concept that increases businesses' success and ensures their sustainability.

Keywords: Strategy, Strategic Tendency, Strategic Cooperation.